

2023 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202300-04
품목 | 디저트(Dessert)
HS CODE | 1905.90-1030, 1905.90-1040
국가 | 대만(Taiwan)



CONTENTS

2023 수출기업 맞춤형 시장조사

시장 분석형

I. 시장규모(Market Size)

1. 대만 간식 및 스낵류 시장규모	05
2. 대만 과자류 시장규모	06
3. 대만 디저트 수입규모	07

II. 시장트렌드(Market Trend)

1. 대만 초콜릿 케이크 주류, 복숭아 케이크 인기	13
2. 대만 디저트, '오후 차 문화, 기념일 타깃' 다수	14
3. 대만 내 한국 디저트로 파이류 주로 진출	15
4. 대만 기념일 한정판 제품 출시	16
5. 대만 주요 디저트 소개	17
6. 대만 과자 시장 동향	18

III. 유통채널(Distribution Channel)

1. 대만 디저트 유통채널 점유율	20
2. 대만 디저트 주요 유통채널	21

CONTENTS

2023 수출기업 맞춤형 시장조사

시장 분석형

IV. 통관·검역(Customs·Quarantine)

1. 대만 디저트 통관 및 검역 절차	32
2. 대만 디저트 품질 인증	35
3. 대만 디저트 라벨링	36
4. 대만 디저트 성분 및 유해물질	41

V. 전문가인터뷰(Expert Interview)

1. 지신(吉焮)	45
2. 구더요우시엔공스(固的有限公司)	47
3. 더마이스핀구편요우시엔공스(德麥食品股份有限公司)	49
4. 푸화구편요우시엔공스(富華股份有限公司)	51
5. 폴(Paul)	53

※ 참고문헌	55
--------	----

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

I 시장규모



1. 대만 간식 및 스낵류 시장규모
2. 대만 과자류 시장규모
3. 대만 디저트 수입규모

[2023년 업데이트]

1. 대만 간식 및 스낵류 시장규모

● 대만 국가 일반 정보⁷⁾

면적	3만 6,000km ²
인구	2,357만 명('22)
GDP	7,802억 900만 달러
GDP (1인당)	3만 3,565달러

▶ 2018-2022년, 대만 간식 및 스낵류 시장규모 6.5조 원, 연평균 5.8% 성장

2022년 기준 대만 간식 및 스낵류 시장규모는 7.3조원이며, 최근 5년 (2018-22년)간 평균 6.5조 원의 소비량을 보이고 있음. 5년간 연평균성장률은 5.8%이며, 2022년에는 전년 대비 3%로 평균보다 낮은 성장률을 보임

▶ 2023-2027년, 대만 간식 및 스낵류 시장규모, 향후 5년간 3.4%씩 성장 예상

대만 간식 및 스낵류 시장은 향후 5년간 연평균 3.4%씩 성장하여 2027년 8.5조 원을 기록할 것으로 예상됨. 대만을 포함한 아시아 디저트 시장에서는 약과, 전통 한과, 김 제품, 견과류 등 한국산 전통 간식 판매량이 급성장하는 추세임. 한국 건강식품 중 하나로 인식되어 온 한국산 조미김을 스낵용으로 소비하는 경향이 확대되었고, 호박씨, 홍삼캔디, 울무차 등 전통 간식도 인기를 끌고 있음¹⁾²⁾

[표 1.1] 대만 간식 및 스낵류 시장규모³⁾⁴⁾⁵⁾

자료: 스태티스타(Statista)

- 1) 조사제품 '디저트'는 간식류를 포함하는 베이커리 제품임. 이에 제품의 원재료와 기능을 기준으로 '빵·파아·케이크·비스킷과 그 밖의 베이커리' 제품과 하위품목인 '페이스트리와 케이크', '비스킷, 쿠키와 크래커' 시장규모를 조사함
- 2) 자료: 자유일보, '동남아 디저트 시장에 K-전통간식 열풍', 2023.08
- 3) 자료: 스태티스타(Statista)
- 4) 환산된 데이터는(단위: 원)은 모두 반올림됨
- 5) 달러=1,344.80원(2023.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)
- 6) 연평균성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것
- 7) 외교부, 「국가개황」, 2022

[2023년 업데이트]

2. 대만 과자류 시장규모

▶ 2018-2022년, 대만 과자류 시장규모 3.8조 원, 연평균 4.9% 성장

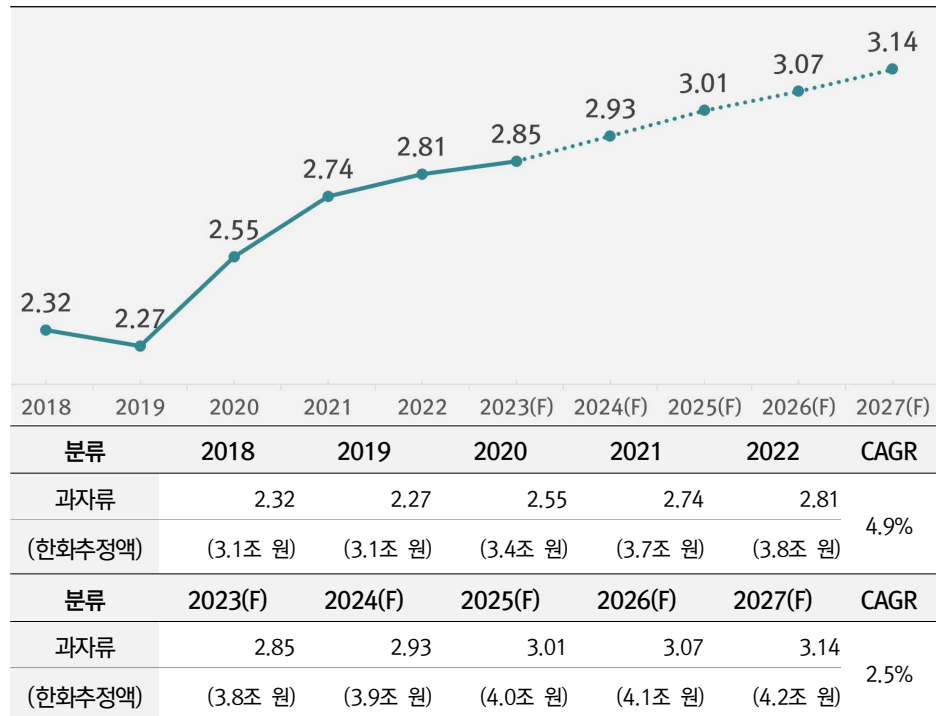
2022년 기준 대만 과자류 시장규모는 3.8조 원이며 최근 5년(2018-22년)간 평균 3.4조 원의 규모의 소비량을 기록함. 대만 과자류 시장의 최근 5년간 연평균성장률이 4.9%인데 비해 2020년과 2021년에는 전년 대비 각각 12.3%, 7%의 비교적 높은 성장률을 기록함

▶ 2023-2027년, 대만 과자류 시장규모, 향후 5년간 2.5%씩 성장 예상

대만 과자류 시장은 향후 5년간 연평균 2.5%씩 성장하여 2027년 4.2조 원을 기록할 것으로 예상됨. 대만 과자 시장은 연간 4.5% 이상의 성장세를 이어갈 것으로 전망되고 있으며, 수입 과자 중 한국산이 3위를 차지함. 대만에서는 달콤한 과자보다 짭짤한 맛의 과자 수요가 3배 이상 큰 편으로, 주요 인기 품목은 감자칩 및 퍼프스낵, 견과류 제품, 짭조름한 비스킷 등으로 조사됨⁸⁾

[표 1.2] 대만 과자류 시장규모⁹⁾

단위 : 십억 달러



자료: 스탯티스타(Statista)

8) 자료: 이데일리, '과자수출 '기회의 땅' 대만...김치맛 크래커 등 컬래버 제품 인기[食세계]', 2023.08

9) 자료: 스탯티스타(Statista)

[2023년 업데이트]

3. 대만 디저트 수입규모

디저트 HS CODE

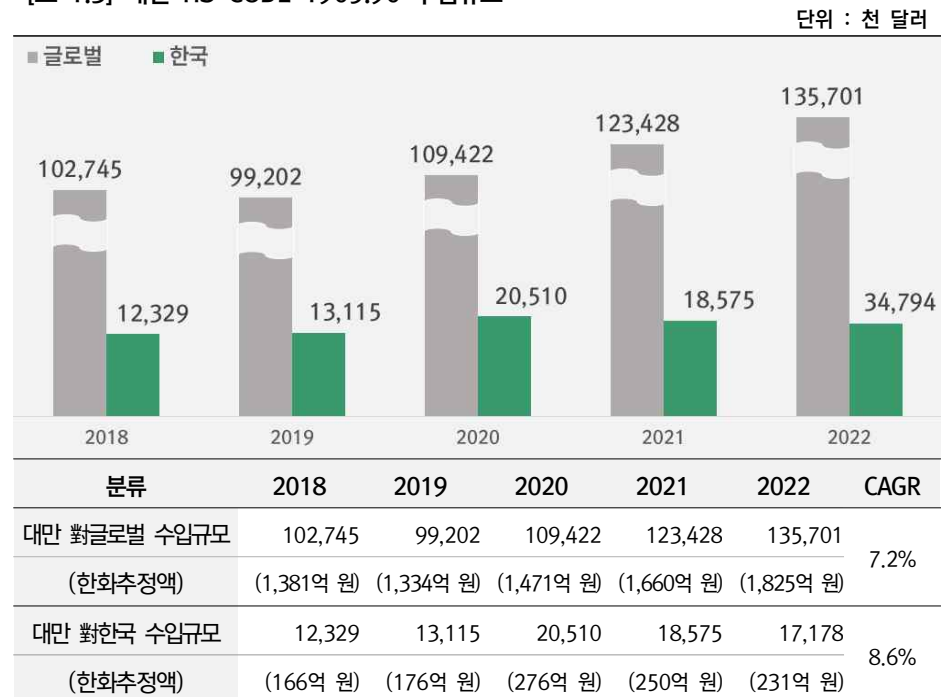
해당 장에서 케이크는 HS CODE 1905.90로 분류. HS CODE 제1905호의 품명은 빵·파이·케이크·비스킷과 그 밖의 베이커리 제품, HS CODE 1905.90-1030의 품명은 페이스트리와 케이크, HS CODE 1905.90-1040의 품명은 비스킷, 쿠키와 크래커로 확인

▶ 2018-22년 대만 HS CODE 1905.90 對글로벌 연평균성장률 7.2%

대만 HS CODE 1905.90 품목의 對글로벌 수입액은 지난 5년(2018-22년)간 연평균성장률 7.2%를 보이면서 2022년도에는 1,825억 원의 수입액을 기록함. 최근 5년간 연평균성장률이 7.2%인데 비해, 2021년에는 전년 대비 12.8%의 비교적 높은 성장률을 기록함

▶ 대만 내 HS CODE 1905.90 품목 수입, 한국산 상위 3위

최근 5년(2018-22년)간 대만 내 디저트의 對한국 수입액 평균은 219.8억 원이며 수입국 상위 3위를 차지함. 2022년 기준 1위국 일본(493억 원, 27%)은 연평균성장률 6.0%를 기록했고, 2위국 말레이시아(439억 원, 24%)는 연평균성장률 12.4%를 기록함. 3위국 한국(231억 원, 13%)은 연평균 8.6% 증가함

[표 1.3] 대만 HS CODE 1905.90 수입규모¹⁰⁾

자료: ITC(International Trade Centre)

10) 자료: ITC(International Trade Centre)

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

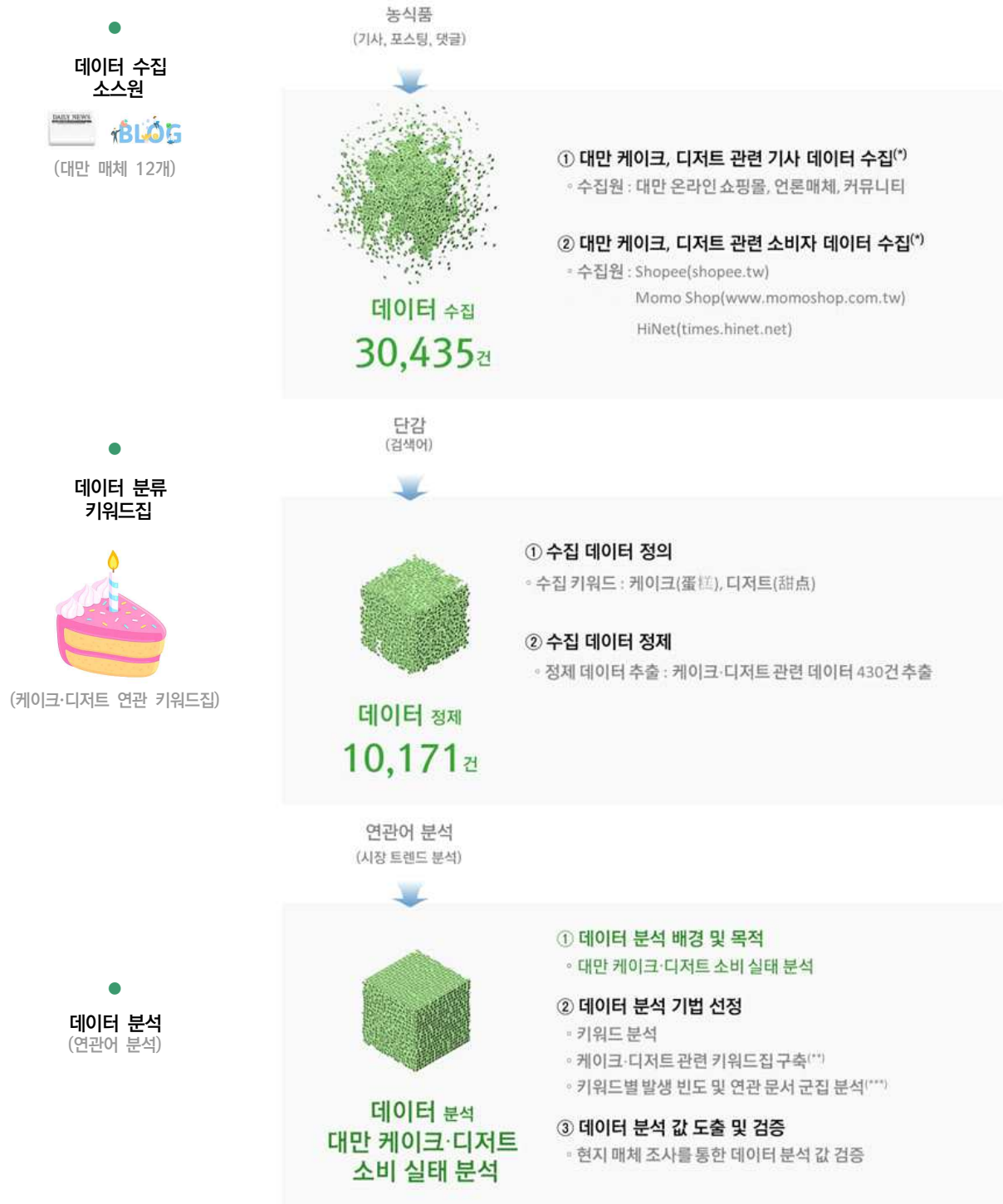
II 시장트렌드



1. 대만 초콜릿 케이크 주류, 복숭아 케이크 인기
2. 대만 디저트 '오후 차 문화, 기념일 타깃' 다수
3. 대만 내 한국 디저트로 파이류 주로 진출
4. 대만 기념일 한정판 제품 출시
5. 대만 주요 디저트 소개
6. 대만 과자 시장 동향

데이터 분석 프로세스

○ 데이터 분석 요약



1) 데이터 수집

데이터 수집 기준	
데이터 수집	
수집 기간	18.01 - 21.01
수집 데이터	30,435건
데이터 정제	
정제 키워드	케이크(蛋糕) 디저트(甜点)
정제 데이터	10,171건

○ 데이터 수집

- 대만 케이크·디저트 관련 온라인쇼핑몰 및 언론 매체

[표 2.1] 대만 온라인쇼핑몰·언론 매체 리스트

번호	매체명	홈페이지	비고
01	Shopee	shopee.tw	온라인쇼핑몰
02	Momo Shop	www.momoshop.com.tw	온라인쇼핑몰
03	PC Home	24h.pchome.com.tw	온라인쇼핑몰
04	365 Fruit	www.365fruit.com	온라인쇼핑몰
05	Fruit House	www.fruithouse.tw	온라인쇼핑몰
06	Green Box	greenbox.tw	온라인쇼핑몰
07	Feebee	feebee.com.tw	온라인쇼핑몰
08	HiNet	times.hinet.net	언론매체
09	Yahoo奇摩新聞	tw.news.yahoo.com	언론매체
10	Apple Daily	tw.appledaily.com	언론매체
11	Pixnet	pixnet.net	언론매체
12	Google News	www.google.co.kr	뉴스포털

○ 데이터 분석 키워드집

- 대만 케이크·디저트 관련 매체 사전조사

[표 2.2] 대만 케이크·디저트 관련 매체 리스트

현지 온라인 쇼핑몰
케이크 특징현지 온라인 쇼핑몰
디저트 특징현지 뉴스매체
케이크·디저트 이슈

키워드 ①	초콜릿	키워드 ①	한정판	키워드 ①	한정판 출시
키워드 ②	치즈	키워드 ②	기념일	키워드 ②	롤 케익 인기
키워드 ③	딸기	키워드 ③	일본 브랜드 다수	키워드 ③	대용량 디저트 소개
키워드 ④	천도복숭아	키워드 ④	식후 차 문화	키워드 ④	공예 디저트 소개

2) 데이터 분류

○ 데이터 분석 키워드집

- 대만 케이크·디저트 관련 데이터 분석 키워드집

[표 2.3] 대만 케이크·디저트 관련 분석 키워드

키워드 수립 근거		분류	키워드		수립 근거 ^(*)	
참여 기업	한국 개발사 사용 키워드		의미	영어	참여기업	기타
기타	시장 사전 조사 결과 기반 수립	케이크 특징	초콜릿	巧克力	0	0
			치즈	乳酪	0	0
			딸기	草莓	0	0
			복숭아	壽桃		0
			말차	抹茶	0	0
			크림	奶油		0
			레몬	檸檬		0
			바닐라	香草		0
			코코아	可可		0
			흑당	黑糖		0
			바나나	香蕉		0
			타로	芋頭		0
			홍차	紅茶		0
		디저트 특징	식후 차	下午茶		0
			막대사탕	棒棒糖		0
			사탕	糖果		0
			푸딩	布丁		0
			아이스크림	冰淇淋		0
			샌드위치	夾心		0
			머핀	鬆餅		0
			함압단	鹹蛋		0
			캐러멜	焦糖	0	0
			젤리	果凍	0	0
			함압단	鹹蛋		0
			할로윈	萬聖節		0
			크리스마스	聖誕節		○
			모친절	母親節		○

빅데이터 분석 프로세스

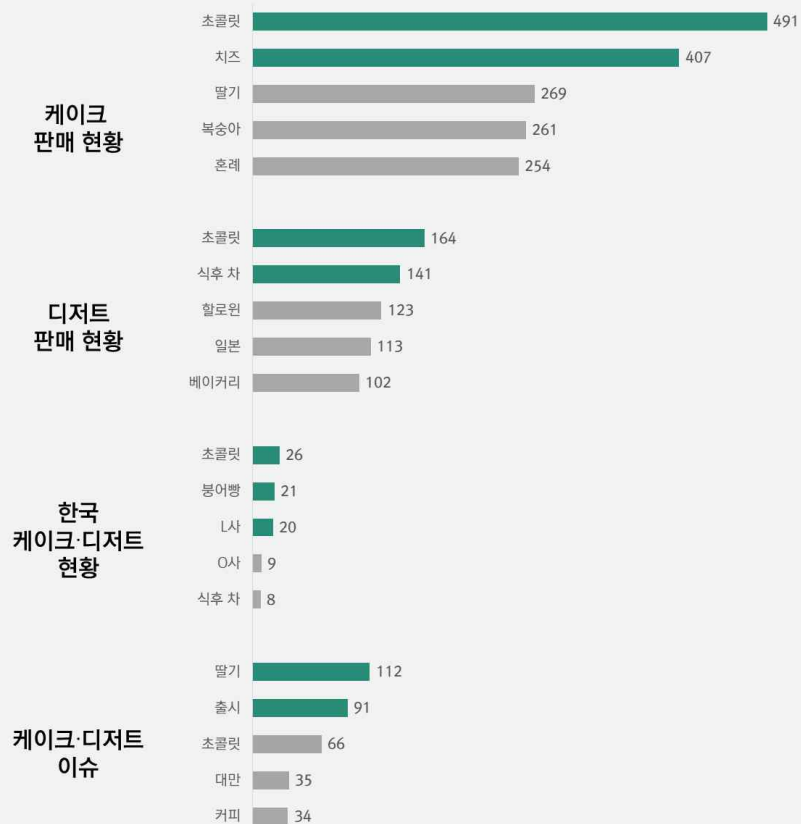
○ 빅데이터 분석 배경 및 목적

- 대만 소비자의 케이크 소비 실태 분석
- ① 대만 인기 케이크 제품 특징
- ② 대만 인기 디저트 제품 특징
- ③ 대만 인기 한국 케이크, 디저트 제품
- ④ 대만 케이크 및 디저트 시장 최근 동향

○ 빅데이터 분석 기법 선정

- 연관어 분석
- ① 온라인 쇼핑몰·베이커리 ‘케이크’ 연관어 분석
- ② 온라인 쇼핑몰 ‘디저트’ 키워드 분석
- ③ 온라인 쇼핑몰 ‘케이크’ ‘디저트’ 한국 키워드 분석
- ④ 뉴스 매체 ‘케이크’·‘디저트’ 키워드 분석

[대만 케이크·디저트 분석 결과]



1. 대만 초콜릿 케이크 주류, 복숭아 케이크 인기

▶ 대만 케이크, 달콤한 초콜릿 케이크 다수 판매

대만 대표적인 온라인 쇼핑몰을 통해 판매되는 ‘케이크’ 연관어를 분석한 결과 ‘초콜릿’, ‘치즈’, ‘딸기’에 대한 트렌드가 도출됨. 케이크의 종류별로 봤을 때 달콤한 초콜릿 케이크 제품이 많이 판매되고 있으며, 치즈와 딸기, 레몬, 바닐라가 들어간 케이크의 판매 비중이 높았음¹¹⁾

▶ 대만 복숭아 케이크, 아기의 ‘탄생’과 장년층의 ‘장수’를 기원하는 선물

대만에서는 4개월이 된 아기를 축하하고, 50세 이상의 생일을 맞이한 부모에게 ‘장수’를 기원하며 복숭아 모양의 생일빵을 주는 전통이 있음. 이러한 문화적 배경에서 대만 케이크 시장에서 ‘천도복숭아 케이크’는 특별한 생일 선물로 꾸준히 팔리고 있음

대만 복숭아 케이크 이미지



자료 : 쇼피(shopee.tw)

▶ 대만 케이크 판매 현황

① 초콜릿·치즈·딸기 ② 복숭아

[표 2.4] 대만 온라인쇼핑몰, ‘케이크’ 연관어



자료: 대만 온라인쇼핑몰 ‘케이크’ 4,800건 분석 결과

11) 지우젠난(Jiu Zhen Nan) 홈페이지

2. 대만 디저트, '오후 차 문화, 기념일 타깃' 다수

▶ 대만 디저트 종류, 오후 차 문화 영향받아

대만에서 차는 흔히 볼 수 있는 음료이자 문화임. 이러한 문화적 배경에서 대만 온라인쇼핑몰의 디저트 연관어 분석 결과 '식후 차(Afternoon Tea)'가 상위 키워드로 빈출되었음. 대만에서는 일반적으로 레스토랑, 비즈니스 행사, 결혼식 및 장례식에서 차가 제공되고 있음. 특히, 대만에서 인기 있는 차는 우롱차로 디저트 제품 진출 시 우롱차와 어울리는 상품 개발이 필요함¹²⁾

▶ 대만 디저트, 기념일 타깃 판매 다수

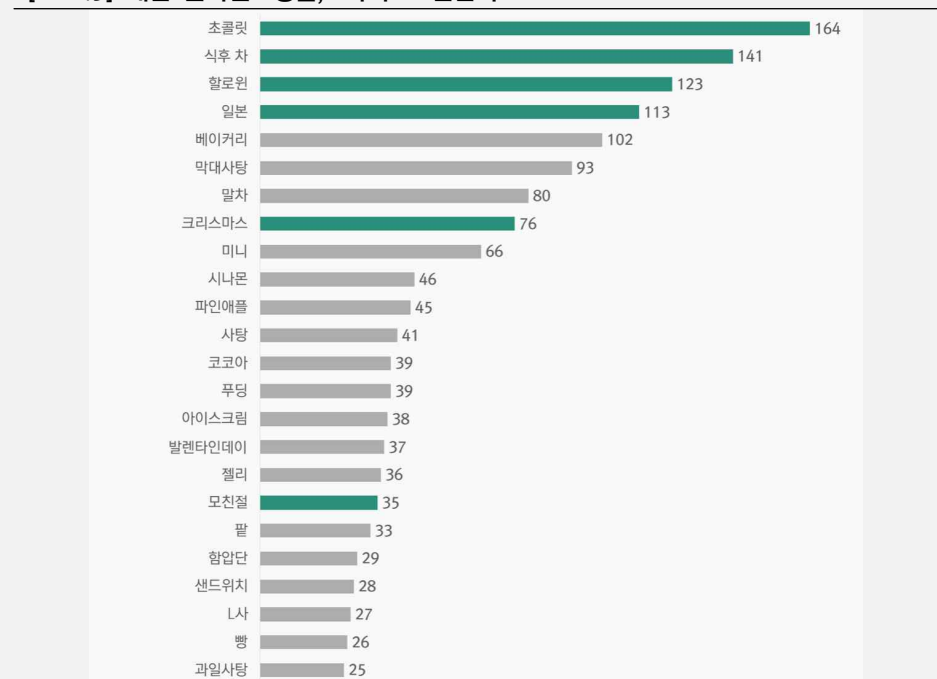
대만 온라인쇼핑몰에서 판매되는 디저트 중 기념일을 타깃으로 많은 제품이 판매되고 있음. 크리스마스, 발렌타인데이와 함께 대만에서 중요한 기념일인 '모친절'이 디저트 연관 키워드로 빈출되었음

대만에서는 육아와 모성에 가족의 가치를 상당히 중요시함. 모친절은 매년 5월 두 번째 일요일이며 일반적으로 기념하기 위해서 카네이션과 케이크를 선물하는데, 대만 전역에서는 매년 이날을 기념하는 세일을 한 달 전부터 진행됨¹³⁾

▶ 대만 디저트 연관어 분석

① 오후 차 문화 ② 기념일 타깃 판매 다수

[표 2.5] 대만 온라인쇼핑몰, '디저트' 연관어



자료 : 대만 온라인쇼핑몰 '디저트' 제품 5,000건 분석

12) 더포모사(The formosa) 홈페이지 소개글(About Us) 페이지 참고

13) 퍼블릭홀리데이스글로벌(Public Holidays Global), 「Mother's Day 2021, 2022 and 2023」

3. 대만 내 한국 디저트로 파이류 주로 진출

▶ 대만 내 한국 제과 대형 브랜드 다수 진출

대만 디저트 시장에는 L사, O사, C사 등 한국의 대형 제과 브랜드가 진출하여 온라인 쇼핑몰을 통해 판매되고 있음

현지 온라인 쇼핑 채널의 한국 케이크·디저트 관련 재료 별로 ‘초콜릿’, ‘팥’이 상위에 빈출되었으며, 브랜드 별로 한국 케이크 디저트 관련해서 ‘롯데’, ‘오리온’ 관련된 상품이 많이 판매되고 있었음

● O사 참붕어빵 이미지



자료 : 쇼피(shopee.tw)

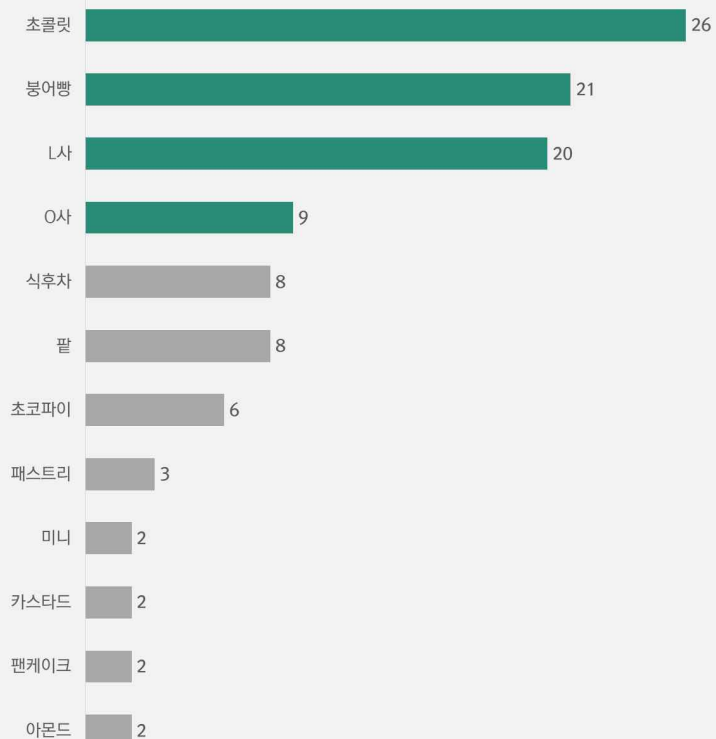
▶ 대만 내 한국 디저트로 초코파이, 붕어빵 등 파이류 디저트 제품 인기

대만에 진출한 대표적인 한국 브랜드 제품으로 O사의 참붕어빵(초코 케이크), 초코파이와 브라우니, L사 카스타드, C사의 슈가 팬케이크 믹스 등이 진출했으며 그 중 파이류 디저트가 인기를 얻고 있음

▶ 대만 내 한국 케이크·디저트 정보

① 대형 브랜드 입점 ② 파이류 다수

[표 2.6] 대만 온라인쇼핑몰, ‘한국 케이크·디저트’ 연관어



자료 : 대만 온라인쇼핑몰 ‘한국 케이크·디저트’ 제품 48건 분석

4. 대만 기념일 한정판 제품 출시

● 레이디엠의 아버지의 날 한정 대나무 숲 시트 케이크 이미지



자료 : 하퍼바자르(harpersbazaar)

▶ 기념일 타깃의 한정판 제품 출시

2020년 대만 케이크·디저트 트렌드에서 ‘한정판’에 대한 제품들이 두드러졌음. 발렌타인데이(2·8월), 아버지의 날(8월), 중양절(9월)을 기념한 한정판 케이크·디저트가 출시되었음. 아버지의 날의 경우 스타벅스(Starbucks)는 이날을 기념해 5가지 종류의 케이크를 한정 출시했으며, 레이디엠(Lady M New York)은 아버지의 날을 위한 대나무 숲 시트 케이크를 출시함

▶ '롤 케이크', '초대형 케이크' 등 2020년 인기 판매

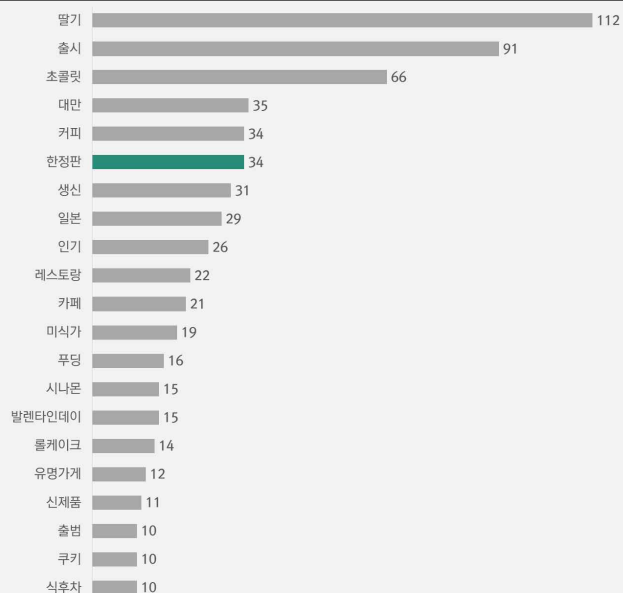
대만 케이크 디저트 관련 특색있던 상품으로는 타이페이 지하철역에 무인 컨테이너를 통해 판매된 야닉(Yanick) 브랜드가 있음. 타이페이 전역 54개 지하철역에서 무인판매기로 판매된 이 케이크는 2020년 170만 개 이상 판매되며 큰 인기를 얻었음

코스트코는 1.6kg의 육박하는 대형 ‘딸기 타워’ 케이크를 499타이완달러(약 19,326원¹⁴⁾)에 판매해서 온라인상에서 큰 화제가 되었음. 대만 소비자들이 가장 선호하는 디저트(케이크) 재료인 딸기가 가득 들어 있어 현지에서 “갓 디저트(God Dessert)”라는 별칭도 얻음¹⁵⁾

▶ 대만 케이크·디저트 이슈

① 한정판 출시 ② 대용량·기예제품 주목

[표 2.7] 대만 언론매체, ‘케이크·디저트’ 연관어



자료 : 대만 언론 매체 ‘케이크·디저트’ 제품 371건 분석

14) 1타이완달러=38.73원(2020.12. 01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

15) 이비씨(EBC), 「好市多「神級甜點」回歸 重達1.6kg網海翻：價格超甜」, 2020.12.29

[2023년 업데이트]

5. 대만 주요 디저트 소개

▶ 허니 카스테라

허니 카스테라는 일본 나가사키 지역의 특산물인 카스테라가 대만 현지화된 디저트로, 일본식 카스테라와 달리 꿀이 함유됨. 가볍고 부드러우며, 가벼운 단맛을 느낄 수 있는 점이 특징임

▶ 파인애플 케이크

파인애플 케이크는 계란, 버터, 밀가루, 설탕과 파인애플 잼을 사용한 대만식 페이스트리로 관광객들 사이에서 높은 인기를 보임. 파인애플 케이크의 주요 재료 중 하나인 파인애플은 ‘금전이 찾아온다’는 대만 발음과 유사한 발음을 보여 대만에서 상서로운 상징으로 여겨져 인기가 높음

▶ 화이트 누가

화이트 누가는 휘핑된 달걀 흰자에 설탕 또는 꿀, 구운 견과류를 더해 만든 쫄깃한 디저트로 스페인의 투론, 그리스의 만돌라토 등 전 세계에서 인기 있는 디저트임. 대만식 화이트 누가는 분유와 견과일을 더하는 것이 특징임

▶ 탕위안

탕위안(Tang Yuan)은 등불 축제, 구정과 같은 행사에 먹는 대표적인 중국식 디저트로 대만 외에도 일본, 인도네시아, 필리핀 등 아시아 여러 지역에서 소비되는 디저트임. 찹쌀 반죽을 공 모양으로 만들어 달콤하고 뜨거운 시럽에 더해 먹으며, 대만에서는 동지에 주로 소비함. 찹쌀 반죽 안에 팥소나 으깬 땅콩, 참깨 등 전통적인 재료들이 들어갈 수 있으며, 최근 유행인 대만의 탕위안에는 흑설탕, 땅콩버터, 소금에 절인 계란, 딸기 연유와 같은 재료가 들어가는 특징을 보임¹⁶⁾

[표 2.8] 대만 주요 디저트



자료: 월플라이포푸드(Will Fly for Food), 「Taiwanese Desserts: 15 Traditional Sweets You Need to Try in Taiwan」, 2023.06

16) 월플라이포푸드(Will Fly for Food), 「Taiwanese Desserts: 15 Traditional Sweets You Need to Try in Taiwan」, 2023.06

[2023년 업데이트]

6. 대만 과자 시장 동향

▶ 대만 과자 시장에 한류 및 웰빙 열풍

대만 과자 시장에는 한국 과자와 유사한 감자칩, 콘스낵, 쌀과자 등이 판매되고 있으며, 건강에 관한 관심이 높아짐에 따라 유기농, 천연 재료로 만든 웰빙 과자가 인기임. 대만에서는 달콤한 과자보다는 짭짤한 과자를 선호하는 경향이 있어 감자칩이나 콘칩 등 칩 종류의 과자의 수요가 높음. 현지 점유율이 높은 과자 기업들은 현지 소비자 취향에 맞춘 다양한 맛을 출시해 선택의 폭을 넓히고 있음

젊은 소비자를 중심으로 한국 식품에 대한 관심도가 높아짐에 따라 현지 바이어가 한국 제품 수입을 고려하는 경우, 한국 내 반응과 평가를 먼저 확인하는 모습을 보임. 한국 현지에서 인정했다는 이미지를 활용하여 마케팅 포인트를 잡기도 하여, 대만 과자 시장으로 진출 전 국내에서 브랜드 인지도를 쌓아 수입업체에 제품을 어필하는 것이 권장됨¹⁷⁾

▶ 대만 편의점의 이색 과자, 스낵 마케팅 인기

최근 대만 소비자들이 애용하는 편의점에서는 트렌드와 현지 선호도에 맞춰 이색적인 과자나 스낵, 베이커리 제품을 앞세워 마케팅을 진행하고 있음. 현지 편의점 라이얼푸드(Hi-Life)는 ‘바퀴 모양 케이크’를 출시하여 속이 꽉 차 있으며 많이 달지 않은 점으로 온라인 상에서 큰 인기를 얻었으며, 이어 토란 맛의 케이크도 선보임. 세븐일레븐은 일본 드라마의 인기로 힘입어 ‘훗카이도 스낵류’가 주목받고 있어 훗카이도의 진한 우유가 함유된 초콜릿 비스킷을 수입하여 판매하고 있음. 오케이마트(OK-MART)는 대만의 대표 흑당 브랜드인 흑당도와 협업하여 ‘흑당 월계수 케이크’를 출시한 바 있음. 부드러운 빵과 월계수 과육이 더해져 달콤하지만, 느끼하지 않은 맛으로 인기를 얻음¹⁸⁾

[표 2.9] 세븐일레븐 훗카이도 스낵류, 오케이마트의 흑당 월계수 케이크



자료 : 리얼푸드(Real Foods), 「‘바퀴 모양 케이크’ 대만 편의점의 이색 마케팅 트렌드」, 2023.02

17) Kotra, 「대만 과자 시장동향」, 2021.05

18) 리얼푸드(Real Foods), 「‘바퀴 모양 케이크’ 대만 편의점의 이색 마케팅 트렌드」, 2023.02.12.

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

III 유통채널



1. 대만 디저트 유통채널 점유율
2. 대만 디저트 주요 유통채널

[2023년 업데이트]

1. 대만 디저트 유통채널 점유율

▶ 대만 내 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’ 점유율 1위

2022년 기준 대만 내에서 디저트를 비롯한 식품의 소매유통채널 중 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’이 64.5%의 점유율로 식품 유통 비중의 절반 이상을 차지하는 것으로 나타남. 대만에서 두 번째로 높은 점유율을 보인 채널은 ‘온라인’ 채널로, 16.2%의 점유율을 보임. 이어서 ‘편의점’이 7.2%의 비중을, ‘직거래’를 통해 4.7%의 비중으로 대만 내에서 식품 유통이 이루어짐을 확인함. 이외에도, ‘약국’을 통한 유통은 4.5%의 점유율을 보임

[표 3.1] 대만 디저트 소매유통채널 점유율



대만 디저트 소매유통채널 점유율 ¹⁹⁾²⁰⁾²¹⁾²²⁾	
유형	대만
하이퍼마켓/슈퍼마켓	64.5%
온라인	16.2%
편의점	7.2%
직거래	4.7%
약국	4.5%
기타 ²³⁾	2.9%

자료: 스태티스타(Statista)

19) 2022년 기준, 대만 ‘식품(Food Product)’의 소매유통채널 점유율임

20) ‘디저트’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 ‘식품(Food Product)’의 정보를 확인함

21) 자료: 스태티스타(Statista), 「Distribution of food product retail sales value in Taiwan in 3rd quarter 2022, by sales channel」, 2022.11

22) 각 점유율은 소수점 둘째 자리에서 반올림한 값으로, 총합이 100.0%에서 ±0.1% 오차가 발생할 수 있음

23) 기타 항목에는 ‘기업 주문(Company Orders)’ 유형 등이 포함됨

[2023년 업데이트]

2. 대만 디저트 주요 유통채널

① 에이마트

기업 기본 정보	기업명	에이마트(A-mart)
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓
	홈페이지	www.fe-amart.com.tw
	위치	타이베이(Taipei) 외
	규모	매출액('22) ²⁴⁾ • 143억 타이완달러(5,972억 원 ²⁵⁾) 기타 규모 • 매장 수('23): 15개
	기업 요약	1990년 설립된 대만의 대규모 소매 하이퍼마켓/슈퍼마켓 체인으로, 극동 백화점의 재투자로 설립되어 현재 극동그룹의 자회사로 운영됨 - 대만 식료품 소매 시장에서 시장 점유율 3위를 차지하고 있으며, 대만 내 주요 경쟁업체에는 까르푸(Carrefour), 알티마트(RT-Mart)가 있음 2020년 에이마트 15호점인 '슈이난 지점'을 개장함
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 즉석식품, 가공식품, 간편식, 스낵류, 음료류, 생활용품 등
	선호 제품	• 대만 소비자들에게 신뢰도가 높은 브랜드의 제품
	매장 전경	 
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 홈페이지를 통한 입점 문의 - 홈페이지 상단 메뉴 우측 '聯絡我們' 클릭 (www.fe-amart.com.tw/index.php/contactus) - 입력 정보 - 담당자 정보 (담당자명, 성별, 이메일 주소, 전화번호) - 문의 내용 (문의 카테고리, 문의 매장 지점, 문의 상세 내용) - 유선 전화를 통한 입점 문의 - 문의사항 연락처 - 전화번호: +886-800-822-888

자료: 에이마트(A-mart)

기타 자료: 하우스펀뉴스(HouseFunNews), 진포우칸(今周刊)

24) 에이마트 단독 매출액을 파악하기 어려워 모기업 극동백화점의 총매출액을 기입

25) 1타이완달러=41.76원(2023.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

[2023년 업데이트]

② 까르푸 타이완

기업 기본 정보	기업명	까르푸 타이완(Carrefour Taiwan)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.carrefour.com.tw	
	위치	타이베이(Taipei)	
	규모	매출액('21)	• 25억 유로(3조 5,543억 원 ²⁶⁾)
		기타 규모	• 매장 수('22): 340개
매장정보	기업 요약	• 1959년 프랑스에서 처음 설립됨 • 2022년 기준 유럽 1위, 세계 7위의 대규모 유통 기업에 해당함 • 현재 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 편의점 포맷의 매장을 운영하고 있음 • 아시아의 첫 거점으로서 대만을 가장 먼저 선택하였으며, 1989년 가오슝시에 첫 매장을 설립함	
	입점 가능 품목	• 신선식품, 즉석식품, 가공식품, 간편식, 스낵류, 음료류, 생활용품 등	
	선호 제품	• 브랜드 신뢰도가 높은 제품	
매장정보	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 입점 문의 - 홈페이지 상단 메뉴 우측에 '顧客服務' 클릭 - 하위 메뉴에 '聯絡我們' 클릭 (www.carrefour.com.tw/contact-us) - 페이지 내 두 번째 항목 '新品推薦' 선택하여 양식 작성 ① 공급자 정보 (담당자 이름, 전화번호, 이메일 주소) ② 상품 정보 (상품 카테고리, 입점 지점, 상세 상품 정보) ③ 첨부 파일 (제안서, 상품 카탈로그 등) ④ 문의 내용 • 문의사항 연락처 - 전화번호: +886-809-001-365	

자료: 까르푸 타이완(Carrefour Taiwan)

사진 자료: 아클라스(Aclas), 포커스타이완(Focus Taiwan)

26) 1유로=1,421.72원(2023.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

[2023년 업데이트]

③ 한신바이화

기업 기본 정보	기업명	한신바이화(漢神百貨)
	기업구분	백화점
	홈페이지	www.hanshin.com.tw
	위치	대만 가오슝시 주오잉 지구
	규모	총 매출('22) • 143억 타이완달러(5,972억 원) 기타 규모 • 매장 수('22): 2개 ²⁷⁾
	기업 요약	2008년 7월 10일 대만 가오슝시 주오잉 지구에 정식 개장 2015년 한신백화점그룹은 유명한 '비전 잡지' 평가에서 대만 백화점 서비스 품질 1위를 차지함 '한신플러스(Hanshin Plus)' 앱을 운영하고 있으며, 앱 사용자 대상 할인 혜택 및 포인트 적립 혜택 제공하고 있음
매장정보	입점 가능 품목	• 건강기능식품, 수입식품, 산선식품, 냉동식품, 즉석식품, 스낵류, 주류, 화장품 등
	선호 제품	• 기존 플랫폼에 없는 신제품, 수입 제품
	매장 전경	 
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 홈페이지를 통한 입점 문의 - 홈페이지 상단 '漢神百貨' 클릭 - 홈페이지 좌측 'Find More' 클릭, '合作找我 PARTNERSHIP' 카테고리 '廠商提案' 문의 양식 작성 - 등록 정보 ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호, 이메일 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등) ③ 참고 자료 (회사 소개서, 카탈로그 등) - 담당 부서와 연결 후 입점 진행 - 문의사항 연락처 - 전화번호: +886-7-215-7266 +866-800-018-980 (서비스 센터)

자료: 한신바이화(漢神百貨)

사진 자료: 한신바이화(漢神百貨)

27) 한신백화점과 한신아레나쇼핑몰라자를 포함한 총 개수

[2023년 업데이트]

④ 웬둥바이화

기업 기본 정보	기업명	웬둥바이화(遠東百貨)
	기업구분	백화점
	홈페이지	www.feds.com.tw
	위치	대만 가오슝시 등 10개 지구
	규모	총 매출('22) • 570억 위안(10조 3,390억 원) 기타 규모 • 매장 수('23): 13개
	기업 요약	1967년 설립된 대만에서 가장 오래된 백화점 브랜드 1978년(중화민국 67년) 10월 회사의 주식 상장 2008년 현금 선불카드 형태인 '해피쇼핑카드(Happy Shopping Card)'가 출시되었음 - 신설 지점은 2011년부터 'FE City' 시리즈로 명칭이 변경되었으며, 2019년부터 신규 지점은 웬둥바이화(遠東百貨)으로 칭함
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 냉동식품, 즉석식품, 스낵류, 주류, 화장품, 건강기능식품, 의류 등
	선호 제품	• 기존 플랫폼에 없는 신제품, 수입 제품
	매장 전경	 
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 홈페이지를 통한 입점 문의 - 홈페이지 최하단 '聯絡我們' 클릭 (www.feds.com.tw/tw/ContactUs) - 매장을 선택하여 유선 전화문의 가능 - 등록 정보 - 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호, 이메일 등) - 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등) - 참고 자료 (회사 소개서, 카탈로그 등) - 담당 부서와 연결 후 입점 진행 - 문의사항 연락처 - 전화번호: 지점별 상이하므로 홈페이지 확인

자료: 웬둥바이화(遠東百貨)

사진 자료: 웬둥바이화(遠東百貨), 구글맵(Google Maps)

[2023년 업데이트]

⑤ 패밀리마트

기업 기본 정보	기업명	패밀리마트(FamilyMart)	
	기업구분	편의점	
	홈페이지	www.family.com.tw	
	위치	타이페이(Taipei)	
	규모	매출액('22)	• 907억 4,289만 타이완달러(3조 7,894억 원)
기타 규모		• 매장 수('23): 4,189개 • 직원 수('23): 6,862명	
기업 요약		• 1981년 일본에서 설립됨 • 일본 슈퍼마켓 기업 세이유(Seiyu)가 설립한 일본의 다국적 편의점 체인 브랜드 • 해외 첫 진출 거점을 대만으로 설정하고, 1988년 대만으로 진출함 • 대만 외에도 태국, 베트남, 필리핀, 인도네시아, 말레이시아, 중국 본토에서 해외 프랜차이즈 매장을 확대하고 있음	

매장정보	입점 가능 품목	• 가공식품, 즉석식품, 식사대용식품, 도시락, 라면, 스낵류, 소스 등	
	선호 제품	• 대만 소비자들에게 신뢰도가 높은 브랜드 상품	
	매장 전경	 	

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 유선전화 및 이메일을 통한 입점 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등) ③ 참고 자료 (회사 소개서, 서비스 제공 범위, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 - 전화번호: +886-2-2523-9588 - 이메일: service@family.com.tw
-------------	---------------------	--

자료: 패밀리마트(FamilyMart) 타이완

사진 자료: 테크인아시아(Tech in Asia), 타이완뉴스(Taiwan News)

[2023년 업데이트]

⑥ 세븐일레븐

기업 기본 정보	기업명	세븐일레븐(7-Eleven)	
	기업구분	편의점	
	홈페이지	www.7-11.com.tw	
	위치	타이베이(Taipei)	
	규모	매출액('22)	• 2,900억 타이완달러(12조 1,104억 원)
		기타 규모	• 매장 수('23): 약 6,500개
	기업 요약	1927년 설립된 다국적 편의점 체인 기업 1989년 대만에 해외 프랜차이즈 매장이 진출함 2005년 일본 세븐일레븐의 자회사로 개편되었으며, 현재 세븐일레븐 편의점 브랜드 자산은 일본 기업 세븐앤아이홀딩스(7&I Holdings)가 보유함	
매장정보	입점 가능 품목	• 가공식품, 즉석식품, 식사대용식품, 스낵류, 소스, 향신료, 위생용품, 음료류 등	
	선호 제품	• 대만 소비자들에게 신뢰도가 높은 브랜드 상품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 우편 및 팩스를 통한 입점 자료 제출 (www.7-11.com.tw/proposal.aspx) - 필수 제출 자료 ① 제품 기본 정보 (권장 소매가, 원가, 제품 크기, 용량, 상세정보 등) ② 세븐일레븐과의 협력 기획안 (광고 기획, 출시 프로모션 기획 등) ③ 제품 사진 및 견본 - 문의사항 연락처 - 팩스: +882-2-2747-8369 - 전화번호: +882-2-2747-8711 (내선번호 2569) - 주소: 2樓, No. 65號, Dongxing Rd, Xinyi District, Taipei City, Taiwan 110 (台北市信義區東興路65號2樓)	

자료: 세븐일레븐(7-Eleven) 타이완

사진 자료: 세븐일레븐(7-Eleven) 타이완, 씨케이트래블(CK Travels)

[2023년 업데이트]

⑦ 백창상회

기업 기본 정보	기업명	백창상회(百昌韓貨商行)
	기업구분	아시안마트/한인마트
	홈페이지	www.facebook.com/bckoreastore
	위치	타이페이(Taipei)
	규모	기타 규모 • 매장 수('23): 1개
	기업 요약	- 대만 타이페이 완화구에 위치한 한인 식료품 마트 - 페이스북을 통해 제품 문의를 받고 있음 - 다양한 한국산 주류 및 라면을 구비하고 있음 - 유통되는 식료품들은 상대적으로 저렴한 가격대를 형성하고 있음
매장정보	입점 가능 품목	• 즉석식품, 가공식품, 향신료, 소스류, 라면, 음료류, 주류 등
	선호 제품	• 한국 식재료
	매장 전경	 
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 - 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소, 매출액, 주요 고객 등) - 공급 제품 정보 (주요 시장, 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오 등) - 참고 자료 (회사 소개서, 카탈로그) - 문의사항 연락처 - 이메일: yifang1126@gmail.com - 전화번호: +886-2-2382-1833 - 페이스북: @bckoreastore

자료: 구글맵(Google Maps), 백창상회(百昌韓貨商行) 페이스북

사진 자료: 구글맵(Google Maps)

[2023년 업데이트]

⑧ 한귀왕

기업 기본 정보	기업명	한귀왕(韓購網)
	기업구분	아시안마트/한인마트
	홈페이지	www.koreashop.url.tw
	위치	신베이(NewTaipei City)
	규모	기타 규모 • 매장 수('23): 2개
	기업 요약	• 신베이 시에 위치한 한국 식료품 전문점 • 계절맞이 할인 행사를 비롯한 다양한 프로모션을 제공하고 있음 • 페이스북을 통해 다양한 한국 식재료 레시피를 소개하고 있음

매장정보	입점 가능 품목	• 즉석식품, 가공식품, 향신료, 소스류, 라면, 음료류, 식기, 주류 등
	선호 제품	• 한국 식재료
	매장 전경	 

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소, 매출액, 주요 고객 등) ② 공급 제품 정보 (주요 시장, 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오 등) ③ 참고 자료 (회사 소개서, 카탈로그) • 문의사항 연락처 - 이메일: koreashop88@gmail.com - 전화번호: +886-2-2257-9606 - 페이스북: @Koreashop.CO
-------------	---------------------	--

자료: 한귀왕(韓購網)

사진 자료: 한귀왕(韓購網)

[2023년 업데이트]

⑨ 모모샵

기업 기본 정보	기업명	모모샵(Momo Shop)	
	기업구분	온라인 종합 쇼핑몰	
	홈페이지	www.momoshop.com.tw	
	규모	매출액('22)	• 35억 6,670만 달러(4조 7,965억 원 ²⁸⁾)
		기타 규모	• 방문횟수(최근 1개월): 3,270만 회
	기업 요약	• 2004년에 설립되어, 대만 온라인 소매 산업을 주도함 • 5,000개 이상의 상품을 모아 5시간 이내에 도착하는 '5h 슈퍼마켓' 출시 • 기업의 자체 물류 센터를 통한 유통구조를 가지고 있음	

매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	상화이(香帥), 노벨(諾貝爾) 등
		해외 판매	일부 국가 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색
주요 프로모션 정보			
	연휴 및 시즌별 할인, 00데이 할인, 1+1 프로모션, 무료배송 등 다양한 프로모션 상시 진행		

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 직접 등록 - 홈페이지 하단 메뉴에서 '招商專區' 클릭하여 입점 문의 양식서 필요 정보 기입 - 입점 문의 양식서 제출 후 모모샵 관계자가 이메일로 결과 통지 - 판매 수수료 등 기타 세부 사항은 협의 후 결정 • 홈페이지 기입 정보 ① 공급자 정보 (회사명, 회사 등록번호, 자본금, 설립일, 회사 종류, 회사 주소, 연락처, 팩스번호, 회사 홈페이지, 담당자명, 담당자 직급, 연락처, 이메일) ② 제품 관련 내용 (제품명, 제품명, 현재 유통채널, 제품 설명) • 문의사항 연락처 및 기타 사항 - 종합몰(B2C) 형태 및 오픈마켓(B2B2C) 형태 모두 운영 - 이메일: ccshih@fmt.com.tw - 전화번호: +886-880-777-616

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

28) 1달러=1,344.80원(2023.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

[2023년 업데이트]

⑩ 쇼피 타이완

기업 기본 정보	기업명	쇼피 타이완(Shopee Taiwan)	
	기업구분	온라인 종합 쇼핑몰	
	홈페이지	www.shopee.tw	
	규모	매출액('22)	• 73억 달러(9조 8,170억 원) ²⁹⁾
		기타 규모	• 방문횟수(최근 1개월): 7,190만회
	기업 요약	• 동남아시아와 대만의 대표적인 온라인 쇼핑 플랫폼 • 일본, 말레이시아, 중국 등 국가에서 이용 가능 • 지역에 따라 노출되는 품목 및 브랜드가 다름	
매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	더시크릿케이크(the secret cake) 등
		해외 판매	일부 국가 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색
주요 프로모션 정보			
	연휴 및 시즌별 할인, 1+1 프로모션, 무료배송 등 다양한 프로모션 상시 진행		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 쇼피 코리아 셀러 센터를 통한 입점 등록 (shopee.kr) - 홈페이지 기업 정보 ① 사업자등록번호 (10자리) ② 운영 담당자 정보 (이름, 전화번호, 이메일) - 이메일로 발송된 '판매자 정보 제출 양식' 내 정보 기입하여 제출 - 판매자 정보 검토 후 쇼피 코리아 담당자로부터 받은 메일을 통해 셀러샵 생성 • 쇼피 대만 셀러 센터를 통한 입점 등록 (seller.shopee.tw) - 로그인 후 신청서 작성하여 제출 • 문의사항 연락처 및 기타 유의사항 - 쇼피 코리아를 통한 셀러샵 생성 시 처음은 싱가포르에서만 가능함. 대만 셀러샵 생성은 싱가포르 샵 생성 이후 '마켓 확장' 과정을 통해 가능함 - 전화번호: +886-2-6636-6559	

자료: 쇼피 타이완(Shopee Taiwan), 한국농수산물유통공사(aT), 시밀러웹(Similarweb), 센서타워(Sensortower)
사진 자료: 쇼피 타이완(Shopee Taiwan)

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

IV 통관·검역



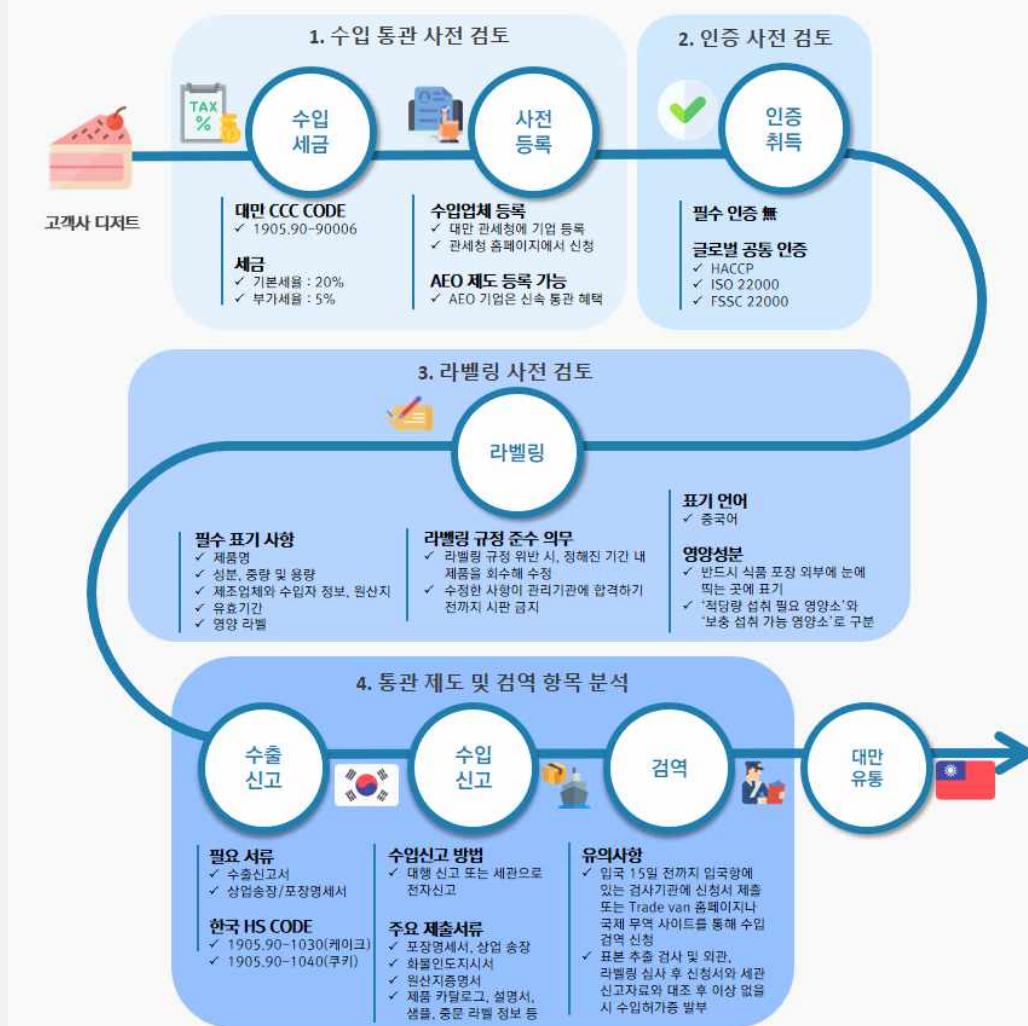
1. 대만 디저트 통관 및 검역 절차
2. 대만 디저트 품질 인증
3. 대만 디저트 라벨링
4. 대만 디저트 성분 및 유해물질

[2023년 업데이트]

1. 대만 디저트 통관 및 검역 절차³⁰⁾

▶ 대만 디저트, 수출 통관 단계별 주요사항

대만으로 식품 수출 시, 수입업체는 사전에 대만 관세청에 기업정보를 등록해야 하며, 공인경제사업자(AEO: Authorized Economic Operator) 제도 등록을 통해 신속통관 혜택을 받을 수 있음. 또한, 대만은 HS CODE를 활용한 CCC코드(Customs Cooperation Council Code)제도를 운영하고 있고 이에 따른 수입 코드를 바탕으로 수입요건이 결정되기 때문에 사전에 품목분류와 수입규정에 대한 철저한 파악이 필요함

[표 4.1] 대만 디저트 통관 검역 절차³¹⁾³²⁾

자료: 관세청, 대만 식품약품관리서(TFDA), KATI농식품수출정보

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

31) 기본세율은 대만과 상호 최혜국조치를 취하는 세계무역기구(WTO)의 회원국을 원산지로 하는 수입물품에 적용되는 세율임

32) 대만에는 우리나라의 부가가치세에 해당하는 영업세가 존재하며, 모든 수입물품에 5%의 세율이 부과됨

[2023년 업데이트]

▶ 대만 디저트, 국내 수출업체 AEO 등록 시 통관 혜택 多

공인경제사업자(AEO)란 ‘수출입안전관리 우수공인업체’라는 뜻으로 수출입기업, 운송인, 창고업자 등 무역과 관련된 기업 중 관세 당국이 법규준수, 안전관리 수준 등에 대해 심사하고 공인한 기업을 의미함. AEO 기업에 대해서는 신속통관, 세관검사 축소 등 통관 절차상의 다양한 혜택을 부여하는 대신 사회 안전, 국민건강을 위협할 수 있는 물품의 반입을 차단하려는 것이 제도의 핵심임. AEO 기업에는 물품 검사비용이 축소되고 서류 제출이 생략되어 물류 흐름이 원활해지며, 각종 관세조사 원칙적 면제, 수입 신고 시 담보 생략으로 인한 자금부담 완화 등 다양한 혜택이 있음. 대만은 한국과 상호인정약정(AEO MRA: Mutual Recognition Arrangement)을 체결한 국가로 우리 수출 물품이 수입통관 시 검사 축소, 우선통관 등의 혜택을 받을 수 있음

[표 4.2] 공인경제사업자(AEO) 제도 정보

정의	수출입기업, 운송인, 창고업자, 관세사 등 무역과 관련된 기업 중 관세 당국이 법규준수, 안전관리 수준 등에 대해 심사를 통해 공인한 기업	
적용 대상	납세자, 수출업자, 제조업자, 통관업자, 화물운송업자, 해운대리점, 창고업자, 해상운송업자, 항공운송업자	
AEO 혜택	세관 혜택	- 수입검사율 축소, 서류 심사 간소화, 세관 연락관 활용 등 신속통관 혜택 - AEO 제도 시행국가들과 상호인정약정(MRA)을 체결하게 되면 검사 생략, 검사 선별 시 우선 검사 등의 혜택을 받을 수 있음
	경쟁력 강화	- 타국의 세관 당국에서도 천재지변, 국경폐쇄 등 비상시 AEO 화물을 우선 조치·통관해 줌 - 통관 애로 사항, 무역장벽을 해소하여 수출경쟁력을 높일 수 있음 - AEO를 통해 법규준수, 안전관리 역량 등이 우수한 기업으로 인정받게 되어 거래선 유지 확보 등에서 이점이 있음
	비용 절감	- 수출입 시 신속통관 편의 등의 각종 혜택을 부여받게 되어 국제 무역 거래 진행의 리드 타임과 각종 비용을 절감할 수 있음 - 내부 관리 능력이 제고되어 물품의 정기운송률이 높아지고, 손실 방지와 재고 화물 감소 등을 통해 물류비용 절감이 가능함
신청방법	1단계(공인신청): 신청업체가 관세청 유니패스를 통해 신청서 제출	
	2단계(공인심사): 서류 심사(60일 이내), 현장심사(60일 이내)	
	3단계(AEO 공인심의위원회): 공인 여부, 등급조정, 공인취소 및 유보 결정	
	4단계(종합심사): 5년 주기, 서류+현장심사, 기준유지 점검(통관 적법성 포함)	

자료: 관세청, 대만 공인경제운영자(TW AEO)

[2023년 업데이트]

▶ 대만 디지털 수출업체, 식품이력추적제도 적용

대만은 「식품안전위생관리법」 등의 식품 안전과 관련된 법률·규정 제·개정을 통해 생산자부터 수입자까지의 포괄적인 식품이력추적제도를 시행 중인. 육류제품, 식용유지, 유제품, 식품첨가물 등 식품에 대해 단계별 이력추적 체계를 구축하고 있으며, 공공기관, 식품업자, 소비자 모두가 접근 가능한 일체화된 클라우드형 이력추적제를 도입함으로써 식품 이력추적 정보의 접근성을 향상함. 대만의 식품이력추적제도는 식품이력추적 관리시스템³³⁾을 통해 제품 취급 업체가 직접 정보를 입력하는 방식으로 정보를 수집함. 국내 식품 수출업체의 제품 정보 이력에 대한 철저한 관리 요구와 필요성이 제기되고 있으므로 주의가 필요함

[표 4.3] 대만 식품이력추적제도 추적 정보³⁴⁾

구분		내용
기본 설정	기본 정보	수입상 회사, 가공공장 명칭, 주소, 연락처 규모 등
	제품 정보	품명, 내용물 명칭, 용량 또는 수량, 첨가물 명칭 및 함량, 원산지, 유효기간, 보관조건, 수출업체 정보, 라벨, 영양표시, 제품 사진 등
	거래 대상	거래 상대 회사(국·내외) 명칭, 주소, 연락처 등
	검사증명서	- 동물용의약품 잔류 관련 증명서 ³⁵⁾ - 중금속, 미생물 등의 검사 증명서
추적 정보	수출상 정보	해외 수출상 회사명, 주소, 연락처, 국가명 등
	거래처 정보	하위 거래처 회사명, 주소, 연락처, 국가명 등

자료: 식품이력관리시스템

33) 대만 식품이력추적 관리시스템(ftracebook.fda.gov.tw)

34) 식품이력관리시스템, 「GTP3_0_식품이력추적정보표준_V1.1.11」, 2022.03

35) 2023년 7월 13일 「식품 내 동물용의약품 잔류 기준(動物用藥殘留標準)」가 발효됨에 따라, 소, 닭, 돼지 등 육류부속물에 적용되는 부세렐린 등 동물용의약품 잔류 관련 증명서 제출이 요구될 수 있음

[2023년 업데이트]

2. 대만 디저트 품질 인증

▶ 대만 디저트, 필수적으로 받아야 하는 인증 無

대만 식품약품관리서(TFDA: Taiwan Food and Drug Administration)는 건강식품, 유전자 변형 식품, 식품첨가물 등의 품목에는 등록을 요구하고 있으나, 그 외의 식품에는 인증을 요구하고 있지 않음. 따라서 대만으로 디저트 수출 시, 필수적으로 받아야 하는 인증은 없음. 다만, 추가적으로 대만 내 대만 식품품질협회(TQF: Taiwan Quality Food Association)의 품질 표준인증, 대만 할랄 무결성 개발 협회(THIDA: Taiwan Halal Integrity Development Association) 할랄인증을 취득하여 활용할 수 있음

[표 4.4] 대만 디저트 인증 취득

인증명	인증 성격	인증 구분	인증 및 발급 기관	인증 Mark
HACCP	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	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	
TQF	식품 생산 안전 인증	대만 내 민간 인증	대만 식품품질협회	
THIDA	대만 할랄인증	대만 국가 인증	대만 할랄 무결성 개발 협회	

자료: 각 인증기관

[2023년 업데이트]

3. 대만 디저트 라벨링

[표 4.5] 대만 디저트 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	1. 표기 언어	중국어 및 공통 기호로 명확하게 표시해야 함
	2. 제품명	- 식품 원료 성분, 원료 품종, 식용 부위, 생산지, 속어 등을 이용해 표기해야 함 - 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 - 품명을 영문으로 표기할 경우 공급자가 제공한 영문 표기를 사용하며, 의료효능이 있는 상품이나 공급자가 영문명을 제공하지 않은 경우, 과거에 사용했던 명칭을 사용함 - 상품의 영문명이 'SLIM TABLET'과 같이, 신체 외형을 나타내는 경우 영문명만 사용하고, 중문 직역인 '瘦體錠'을 함께 명기해서는 안 됨 - 일반 식품의 품명으로 '건강'이라는 단어가 포함되어서는 안 됨
	3. 성분	- 식품에 포함된 재료가 2종 이상 혼합된 경우, 함량이 높은 것부터 내림차순으로 표시해야 함 - 주성분과 부성분 등 성분을 나눠서 작성하지 않으며 고함량 성분부터 차례대로 내림차순으로 표시해야 함 - 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 - 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
	4. 중량, 용량, 수량 및 내용량	- 제품의 특성에 따라 식품의 중량 · 용량 · 수량을 미터법에 따라 표시해야 함 - 액체가 고형물과 함께 든 제품의 경우 내용물과 고형량을 별도로 표기해야 하나, 표기가 어려운 경우 내용물의 중량만 표기해도 무방함
	5. 제조업체의 이름, 주소, 연락처 및 수입자 정보	- 제조·가공·분류·위탁판매를 최종으로 담당한 기업을 의미하며 수입신고 시에 세관에 신고한 내용(제조업체·수입자 등) 및 서류를 바탕으로 명확히 표기해야 함 - 수입식품의 경우, 대만 내 수입 위탁기업의 정보를 표기해야 함 - 기재해야 하는 기본적인 정보는 기업명, 전화번호, 주소임

자료: 대만 식품약품관리서(TFDA)

[2023년 업데이트]

[표 4.5] 대만 디지털 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	6. 원산지	- 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 2개 국가 이상의 제품을 혼합해 포장했을 경우 제품의 함량이 많은 국가명 순으로 표시함 - 수입산 원료나 대만에서 재가공을 거쳐 완제품을 만들 경우, 원산지는 대만으로 표시함 - 식품 제조사 주소에 원산지 국가를 표시했을 경우 원산지 표기는 생략 가능함
	7. 유효기간	- 용기나 포장 상단에 인쇄해야 함 - 작성방법은 년·월·일을 포함해 자유롭게 작성 가능함 - 액체 상태인 유제품은 보존 기간과 보존 조건을 모두 표기해야 함 - 수입제품의 경우, 대만의 민국(民國)표기 표기와 양력(西元)을 구분해 표기할 수 있음
	8. 영양성분	- 반드시 식품 포장 외부의 눈에 잘 띄는 곳에 열량, 단백질, 지방, 포화지방, 트랜스지방, 탄수화물, 당, 나트륨 순으로 표기해야 하며, 원하는 요소를 추가할 수 있음 - 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 - 보충 섭취 가능 영양소는 ‘높음’, ‘많음’, ‘강화’ 혹은 ‘다량 함유’와 같은 의미의 단어 표기 가능 - 영양 라벨링에서 열량 및 영양소를 ‘0’으로 표기하는 조건은 식품안전위생관리법에 따름 - 영양 표기는 매 분량 및 매 100g/100ml당으로 표시하거나, 매 분량 및 일일 섭취량 비율(%)로 표시해야 함 - 한 개의 영양표시에 ‘1회분’ 및 ‘100g/100ml당’의 표시를 사용하는 제품의 경우, ‘1회분’의 단위는 ‘100g/100ml당’의 단위로 구성함

자료: 대만 식품약품관리서(TFDA)

[2023년 업데이트]

[표 4.5] 대만 디저트 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	9. 표시 기준 • 재수화가능 식품(Rehydratable Food) 또는 희석 후 식용 식품의 영양성분은 ‘적당량 섭취 필요 영양소’와 ‘보충 섭취 가능 영양소’ 구분에 따라 작성해야 함 • 수입식품의 중문 라벨링 불합격 기준은 다음과 같음 - 수입 식품의 포장 상단에 원문 또는 중문으로 미표기 - 유효기간의 미표기 또는 허위 표기 - 모호한 글자 표기로 내용 분별이 어려운 경우 - 수입업체명, 주소, 전화번호 미표기 혹은 관련 내용이 신고 사실과 다른 경우 - 치료 효능 등 과대 허위 표기 - 특정 식품에 ‘경고’ 문구 미표기 • 라벨링 규정 위반 시, 정해진 기한 내 제품을 회수해 수정해야 하며, 수정한 사항이 관리기관에 합격하기 전까지 시판이 금지됨 • 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 • 대만 건강기능식품 인증마크 취득제품 외 일반 식품 ‘건강’ 단어 표기 제한³⁶⁾
	10. 라벨 부착 의무 면제 • 분리포장, 포장 변경, 기타 가공 절차를 거쳐야 하는 수입 식품이거나 수입 식품의 원료인 경우 • 벌크 형태(최소단위 포장 중량 3kg 이상)로 수입하고 소비자에게 직접 판매하지 않고 수입 후 재포장 또는 포장 변경 및 가공이 이루어지는 경우 • 수입업체가 부착 면제품을 수입할 경우 식품약품관리서(TFDA) 또는 대만 표준검험국(BSMI, Bureau of Standards, Metrology and Inspection)에 서류를 준비한 후 면제 신청 • 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 • 단, 수입 식품의 최소단위 포장인 1kg 이하로 포장을 밀폐 처리한 제품은 면제 대상에서 제외임

자료: 대만 식품약품관리서(TFDA)

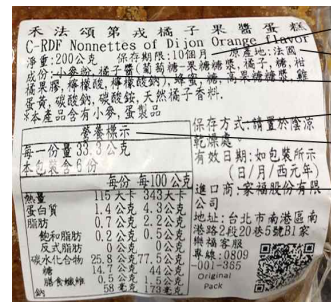
36) 2022년 7월 1일부터 시행, 위반 시 최대 1억 6천만 원 상당 벌금 부과

▶ 대만 디저트 라벨 샘플



① 용량

② 제품명



① 유통기한

② 원산지

③ 원료 정보

④ 보관방법

⑤ 영양성분

⑥ 수입사 정보

[앞면 라벨링]

[앞면 - 중문]

- ① 淨重: 200g
- ② 產品名稱: Nonnettes de Dijon

[뒷면 - 중문]

- ① 保存期限: 10個月
- ② 原產地: 法國
- ③ 成分
: 小麥粉, 橘子醬(葡萄糖-果糖糖漿, 橘子, 糖, 柑橘果膠, 檸檬酸, 檸檬酸鈉), 蜂蜜, 糖, 高果糖糖漿, 雞蛋黃, 碳酸鈉, 天然橘子香料
- ④ 保存方式: 請置於陰涼乾燥處

[뒷면 라벨링]

[앞면 - 국문]

- ① 용량: 200g
- ② 제품명: Nonnettes de Dijon

[뒷면 - 국문]

- ① 유통기한: 10개월
- ② 원산지: 프랑스
- ③ 원료 정보
: 밀가루, 오렌지 잼(포도당 과당 시럽, 오렌지, 설탕, 시트러스 펙틴, 구연산(구연산 나트륨), 꿀, 설탕, 고과당 시럽, 달걀 노른자, 탄산 나트륨, 천연 오렌지 맛
- ④ 보관방법
: 서늘하고 건조한 곳에 보관하십시오

⑤ 營養標示:

每一份量 33.3公克		
本包裝含6份		
	每份	每100公克
熱量	115大卡	343大卡
蛋白質	1.4公克	4.3公克
脂肪	0.7公克	2.2公克
飽和脂肪	0.2公克	0.5公克
反式脂肪	0公克	0公克
碳水化合物	25.8公克	77.5公克

⑥ 進口商: 家福股份有限公司

⑤ 영양성분:

1회 제공량당 33.3g		
해당 제품은 6회 포함		
	1회	100g
에너지	115칼로리	343칼로리
단백질	1.4g	4.3g
지방	0.7g	2.2g
포화지방	0.2g	0.5g
트랜스지방	0g	0g
탄수화물	25.8g	77.5g

⑥ 수입사: 자푸(주)유한회사

[2023년 업데이트]

4. 대만 디저트 성분 및 유해물질

▶ 식품첨가물

대만 식품약품관리서(TFDA)는 식품에 대하여 '식품첨가물 사용범위 및 제한 및 규격'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 제품에 적용될 수 있는 식품첨가물과 사용기준 목록의 일부임. 더욱 자세한 사항은 대만 식품약품관리서 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인 가능함

[표 4.6] 디저트에 적용되는 대만 식품첨가물 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	사용기준	식품 유형
1	벤조산	Benzoic acid	1.0g/kg	가오빙 (糕餅: 케이크, 과자, 빵, 떡 등)
2	프로피온산 칼슘	Calcium propionate	2.5g/kg	
3	소르브산 칼슘	Calcium sorbate	1.0g/kg	
4	알파-글리코실-이소퀘르시트린	α -Glycosyl-isoquercitrin	150mg/kg	
5	루테인	Lutein	15mg/kg	
6	소르브산 포타슘	Potassium sorbate	1.0g/kg	
7	프로피온산	Propionic acid	2.5g/kg	
8	벤조산나트륨	Sodium benzoate	1.0g/kg	
9	동클로로필린나트륨	Sodium copper chlorophyllin	0.064g/kg	간식 (향첨가 유제품 포함)
10	카라멜 색상 등급 iii - 암모니아 공정	Caramel colour class iii - ammonia process	50.0 g/kg	과자
11	로즈마리 추출물	Extracts of rosemary	50mg/kg 이하 (Carnosic acid, Carnosol의 총량으로 계산)	

자료: KATI농식품수출정보

[2023년 업데이트]

▶ 유해물질

대만 식품약품관리서(TFDA)가 규정하고 있는 유해물질 관련 규정으로 ‘식품 내 진균 독소 제한량’, ‘방사선 혹은 방사능 오염 허용량’, ‘폴리염화 바이페닐 제한량’ 및 ‘식품 분류별 위생 기준’을 법으로 규정하고 있어 이를 반드시 준수해야 함. 하기 표는 고객사 제품에 적용될 수 있는 유해물질과 잔류허용기준 목록의 일부임. 더욱 자세한 사항은 대만 식품약품관리서 또는 KATI 농식품수출정보 홈페이지에서 확인 가능함

[표 4.7] 디저트에 적용되는 대만 유해물질 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	잔류허용기준	식품 유형
1	멜라민	Melamine	2.5mg/kg	빵, 비스킷, 페이스트리, 아침식사용 시리얼 및 곡류 간식(옥수수 기반 제외)
2	부분경화유	PHOs (Partially hydrogenated oils)	사용금지	모든 식품
3	131 아이오딘	131 Iodine(131 I)	100Bq/kg	기타 식품 (우유 및 유제품, 영아 식품, 음료 및 포장된 생수 제외)
4	방사능 134Cs + 137Cs	Radioactivity 134Cs + 137Cs		

자료: KATI농식품수출정보

[2023년 업데이트]

▶ 알레르겐

대만은 2020년 7월 알레르기 유발물질 의무 표시 품목을 11가지로 확대하고, 알레르기 유발 가능성 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 회수 또는 벌금 부과에 적용될 수 있어 각별한 주의가 필요함

[표 4.8] 대만 알레르겐 표시 기준

순번	표시 의무 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	아황산염

자료: 대만 식품약품관리서(TFDA)

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

V 전문가 인터뷰



1. 지신(吉燾)
2. 구더요우시엔공스(固的有限公司)
3. 더마이스핀구편요우시엔공스
(德麥食品股份有限公司)
4. 푸화구편요우시엔공스
(富華股份有限公司)
5. 폴(Paul)

Interview ① 지신(吉焮)

37)



지신
(吉焮)

전문가 소속

지신
(吉焮)
수입유통업체

연락처
+866-2-2798-7566

전문가 정보

Ms. Chen
(Manager)

지신(吉焮) Manager, Ms. Chen

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

지신은 1978년에 설립된 수입유통업체로 치즈, 생크림 등 베이킹 식재료를 취급하고 있습니다. 주로 리젠트, 로얄, 썬메리호텔 등 현지 유명 호텔에 식재를 납품하고 있으며, 대만이나 일본 학생들을 대상으로 베이킹 교육을 진행하거나 제품 기획, 제빵 컨설팅을 진행하고 있습니다.

Q. 대만 내 인기 케이크 디저트 브랜드 및 종류는 무엇인가요?

현지 소비자들은 계절별로 딸기, 밤 케이크 등 제철 식자재가 들어간 디저트나 팬케이크와 같이 이국적인 디저트를 찾아 먹는 편입니다. 특이하거나 외관이 귀엽고 예쁜 디저트의 인기도 높습니다. 이외에도 대만은 현지 지역별 특산물을 활용한 과자나 디저트가 다양하므로 해당 지역을 방문할 때, 기념품으로 디저트를 사 먹습니다. 소비자들은 대만 현지 여행 중 이란 현의 푸딩 케이크, 타이중의 레몬 케이크와 같은 현지 유명 디저트 매장을 방문하는 경우가 많습니다.

Q. 대만 사람들의 수입 디저트 선호도는 어떤가요?

일본식 디저트의 인기가 많으며, 특히 일본식 말차 디저트 가게를 쉽게 찾아볼 수 있습니다. 현지인들은 생크림이 들어간 디저트를 선호하며 일본산 생크림이 느끼하지 않고 신선한 맛을 가지기 때문에 현지 내 선호도가 높다고 생각합니다.

Q. 대만 현지에서 유명한 한국의 디저트 브랜드는 무엇인가요?

최근 타이베이 중산(中山)에 위치한 '동교상점(東橋商店)'이라는 한국 빵집의 인기가 높습니다. 고구마 빵과 감자 빵이 유명하며 판매가 시작되는 2시부터 줄을 서 빵을 구매합니다. 실제로 빵의 모양이 고구마, 감자 모양과 유사한 형태이며, 이것이 제품 인기 비결이라고 생각합니다. 인스타그램을 통해 브랜드 홍보를 활발히 하고 있으며, 그 효과가 좋은 편입니다.

Q. 디저트와 케이크의 효과적인 홍보방식은 무엇인가요?

대만 젊은 층 사이에서 인스타그램이 매우 활성화되어 있기 때문에 인스타그램을 통한 홍보가 가장 효과적일 것으로 예상합니다. 대만의 경우 한국의 네이버와 같은 플랫폼이 활성화되지 않았기 때문에 SNS 페이지를 개설해 소비자와 소통하는 것을 추천합니다. 이외에도 소비자들은 개인 블로그나, 유튜브, 대학생 전용 커뮤니티인 디카드(Dcard)의 후기를 참고합니다.

Q. 대만 내 디저트와 케이크의 주요 소비자는 누구인가요?

젊은 층이나 여성들의 디저트 소비량이 많습니다. 디저트는 매장 전이나 SNS를 통한 홍보가 대부분이며, 앞서 말한 것처럼 SNS 채널은 젊은 세대에게 효과적인 홍보 수단입니다. 사람들은 인스타그램, 페이스북에서 입소문을 탄 디저트를 예약 구매하거나 매장을 직접 방문합니다. 내부 인테리어를 한국식으로 디자인하면 사진을 찍기 위해 매장을 찾아가기도 합니다.

Q. 향후 대만 디저트 시장의 트렌드는 무엇인가요?

대만 여성들은 한국에 대한 관심이 높아 한국에 관련된 것들은 우선 관심을 가지고 보는 편입니다. 따라서 한국에서 인기를 끌고 있는 디저트가 대만 시장에 진출할 경우 판매가 원활히 이루어질 것으로 예상합니다.

Interview ② 구더요우시엔공사(固的有限公司)

38)



구더요우시엔공사
(固的有限公司)

전문가 소속

구더요우시엔공사
(固的有限公司)
수입유통업체

연락처
+886-2-2586-8011

전문가 정보

Mr. Zhou
(CEO)

구더요우시엔공사(固的有限公司) CEO, Mr. Zhou

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

구더요우시엔공사는 1989년에 설립되었으며, 타이베이, 타오위안 등 북부 지방의 빵집, 베이커리 식자재 매장을 대상으로 유통하는 베이커리 및 케이터링 원재료 공급업체입니다. 주로 생크림, 견과류, 베이커리용 잼, 미분과 같은 원재료를 취급하며 품질 유지를 위해 저온 트럭을 활용해 배달 서비스를 제공하고 있습니다.

Q. 대만 내 인기 케이크 디저트 브랜드 및 종류는 무엇인가요?

옛날 맛이 나는 케이크와 특산물을 이용한 로우송빵, 팔빵이 현지에서 꾸준한 인기를 끌고 있습니다. 현지 소비자의 입맛에 가장 잘 맞으며 인지도도 높은 편입니다. 한국 브랜드 중에서 높은 인지도를 보유한 매장은 현지 내 최초의 한국 테니쉬 식빵 매장인 ‘빠아양 빵집’으로, 크림팔 소보로빵이 유명합니다. 한류의 인기와 더불어 한국에서 직수입되는 원료로 만들어진 신선한 빵 맛에 대한 호기심으로 소비자들은 더욱 ‘빠아양 빵집’을 찾고 있습니다.

Q. 대만 사람들의 수입 디저트 선호도는 어떤가요?

일본, 프랑스 디저트가 대만 수입 디저트 시장의 대부분을 차지하며, 젊은 소비자들에게도 잘 알려져 있습니다. 젊은 세대를 중심으로 수입 디저트를 소비하며 최근 몇 년간 일본, 프랑스에서 디저트를 유학한 후 돌아와 현지에 개점하는 디저트 매장이 늘었습니다. 2020년에는 코로나19의 영향으로 수입 디저트를 소비하며 여행에 대한 갈증을 해소하기도 했습니다.

Q. 대만 내 한국식 케이크와 디저트에 대한 인상은 어떤가요?

한국 디저트를 우수하다고 생각하며 긍정적 인식을 가지고 있습니다. 최근 대만 사람들이 인스타그램을 사용하며 한국 인플루언서에 대해 접하게 되었고, 그들이 한국 카페에서 케이크 사진을 자주 업로드하는 것을 보면서 한국 케이크에 대한 관심과 인기가 갈수록 높아졌습니다. 현재 한국 카페의 인기가 높으며, 대부분 한국 딸기 케이크에 대해 인지하고 있습니다.

Q. 대만 내 디저트의 주요 소비자층은 누구이며, 구매 채널은 무엇인가요?

대만의 디저트 소비자는 주로 젊은 여성이며, 기념일 축하와 같은 개인적인 소비가 대부분입니다. 소비자들의 주된 디저트 소비는 빵집, 백화점, 제과점과 같은 오프라인 채널을 통해 이루어지며 선호 제과점 홈페이지를 통해 온라인 주문을 하기도 합니다. 최근 온라인 구매가 성장하고 있으나, 구매 품종, 크기 등의 제한으로 인해 여전히 오프라인 구매가 더 활발한 것을 확인할 수 있었습니다.

Interview ③ 더마이스핀구편요우시엔공스(德麥食品股份有限公司)

39)



● 더마이스핀구편요우시엔공스(德麥食品股份有限公司)

전문가 소속

더마이스핀구편요우시엔공스(德麥食品股份有限公司)
수입유통업체

연락처
+886-2-2298-1347

전문가 정보

Ms. Lin
(Market Manager)

더마이스핀구편요우시엔공스(德麥食品股份有限公司) Market Manager, Ms. Lin

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

더마이스핀구편요우시엔공스는 1989년에 설립되어 프랑스, 미국, 일본, 뉴질랜드 등 다양한 국가의 베이커리 원재료를 수입하는 유통업체입니다. 세계 각지의 유제품, 미분, 향신료, 차, 초콜릿, 포장재 등 다양한 식자재를 취급하고 있습니다.

Q. 대만 내 인기 케이크 디저트 브랜드 및 종류는 무엇인가요?

레이디엠(Lady M)의 인지도가 매우 높으며 모두가 맛 보고 싶어하는 인기 브랜드로 유명합니다. 케이크의 생크림 맛보다는 카라멜 맛과 향이 강하며 얇은 층을 여러 겹 쌓은 케이크로 식감이 매우 좋습니다. 이 브랜드에서 주목할 것은 뛰어난 마케팅 전략입니다. 처음 대만에 진출했을 때에 줄을 서서 구매해야 할 정도로, 시간 한정 프로모션을 자주 진행하고 온라인상으로도 인기가 높습니다.

Q. 대만 내 한국식 케이크와 디저트에 대한 인상은 어떤가요?

한국식 카페는 현지 소비자에게 친숙하며, 감성적인 디자인과 심플하고 편안한 공간으로 인식되어 소비자들이 자주 찾고 있습니다. 한국 드라마나 예능을 통해 한국 카페를 자주 접했기 때문에 익숙한 공간입니다, 디저트와 케이크보다는 카페 자체의 인지도가 더 높습니다. 제품 인지도의 경우, 대만 카페 브랜드 85°C에서 출시한 한국식 케이크인 푸시케이크(Push Cake)는 대만의 인플루언서에게 큰 인기를 얻었으며, 한국식 디저트에 대한 현지 인지도가 점차 쌓여감을 확인할 수 있었습니다.

Q. 디저트 및 케이크의 주요 구매 채널은 무엇인가요?

구매방법은 소비자층에 따라 다르지만 20-30대 소비자는 인플루언서들이 방문하는 카페, 디저트를 찾아갑니다. 그러나 최근 코로나19로 인해 온라인 구매, 배송 서비스 등이 점점 발달하며 그 비중이 점점 증가하고 있습니다. 하지만 배송 중 케이크가 훼손될 우려가 크기 때문에 판매업자들은 배송 가능한 케이크와 크기를 한정하고 있습니다. 일반적으로 6-8인치 크기는 배송 가능하며, 과일이나 크림 등이 들어간 케이크는 배송 중 충격의 우려가 있어 많은 업체에서 해당 케이크의 배송 서비스는 제공하지 않습니다.

Q. 향후 대만 디저트 시장의 트렌드는 무엇인가요?

너무 달지 않고, 기름지거나 느끼하지 않은 디저트를 선호하는 추세입니다. 건강한 식품에 대한 관심이 커지며 유기농, 천연 식재료를 사용한 제품에 대한 수요가 늘기도 하며 소비자들을 끌어오기 위해 디저트 매장별 개성과 특성의 중요성이 커지고 있습니다.

Interview ④ 푸화구편요우시엔공사(富華股份有限公司)

40)



푸화구편요우시엔공사
(富華股份有限公司)

전문가 소속

푸화구편요우시엔공사
(富華股份有限公司)
수입유통업체

연락처
+886-2-2698-9608

전문가 정보

Ms. Lin
(Sales Manager)

푸화구편요우시엔공사(富華股份有限公司) Sales Manager, Ms. Lin

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

푸화구편요우시엔공사는 1987년에 설립된 현지 유일의 수입 치즈 전문업체로 30년 넘게 유럽, 호주, 미국 등 전 세계 각지에서 수입된 치즈를 취급하고 있습니다. 치즈 외에도 전반적인 베이커리 식재를 레스토랑, 베이커리, 식품 가공 공장, 소매점 등 다양한 채널에 유통하고 있습니다.

Q. 대만 내 인기 케이크 디저트 브랜드 및 종류는 무엇인가요?

레이디엠(Lady M)의 인기가 가장 높으며 그 중에서도 클래식 오리지널 크레이프 케이크와 얼그레이 티 크레이프 케이크가 인기가 가장 많습니다. 세계적인 인지도와 뛰어난 식감, 인플루언서 사이에서의 인기에 힘입어 대중들 또한 매장을 방문해 레이디엠의 디저트를 찾고 있습니다.

Q. 대만 내 한국식 케이크와 디저트에 대한 인상은 어떤가요?

현지의 한국 카페에 딸기 케이크, 토스트, 떡 등 한국의 맛을 내는 상품을 판매하고 있으며 외관이 예쁜 한국식 양금플라워케이크가 인지도를 보유하고 있습니다. 이전에는 한국인 진행의 베이킹 클래스를 개최해 한국 디저트에 대한 인지도를 키우기도 했습니다. 한국의 케이크, 디저트 브랜드가 대만 시장에 진출하고자 한다면 대만 현지의 한국 카페에 입점하는 것도 괜찮다고 생각합니다.

Q. 대만 내 디저트와 케이크를 구매하는 주요 소비자는 누구인가요?

대만 내 케이크, 디저트의 주된 소비자는 젊은 여성이며, 제품을 선택할 때 맛을 우선순위로 고려합니다. 샤인머스켓, 딸기가 들어간 디저트나 너무 달지 않은 맛, 부드러운 식감, 상큼한 향으로 조합된 디저트가 가장 인기가 많습니다. 혹은 건강을 고려해 칼로리가 낮은 생크림, 통밀로 만든 베이커리 제품을 구매하기도 합니다.

Q. 디저트 및 케이크의 효과적인 홍보방식은 무엇인가요?

브랜드 인지도에 따라 홍보방식을 구분할 수 있으며, 유명 브랜드의 경우 기간 한정 판매 및 한정판 상품 출시하는 방식이 더욱 효과적입니다. 반면, 인지도가 비교적 낮은 브랜드의 경우 인플루언서를 활용한 마케팅을 추천합니다. 현재 대만 소비자들은 인플루언서가 광고하는 제품에 대해 관심을 가지며, 해당 제품을 따라 구매하기 때문에 브랜드와 상품의 인지도를 제고하는 데에 가장 효과적일 것입니다.

Interview ⑤ 폴(Paul)

41)



●
폴
(Paul)

전문가 소속

폴
(Paul)
디저트 매장

연락처
+886-2-2771-3200

전문가 정보

Ms. Chen
(Sales Manager)

폴(Paul) Sales Manager, Ms. Chen

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

폴은 1889년에 설립된 프렌치 베이커리로, 현재 타이베이, 신베이, 신주 지역에 6개의 매장을 운영하고 있습니다. 프랑스 파리 북부의 작은 빵집에서 출발해 빵과 디저트로 전 세계적 인기를 얻고 있으며, 바게트, 파이, 식빵, 케이크, 마카롱, 타르트 등 다양한 프랑스식 빵을 취급합니다.

Q. 매장 내 인기 있는 케이크와 디저트의 종류는 무엇인가요?

매장 내 인기 케이크는 딸기 샤를로트 케이크, 딸기 크레이프 케이크이며 그 밖에도 크로아상, 딸기 타르트 등 인기 인플루언서가 광고하는 제품이나 겨울 시즌 딸기 시리즈의 판매율이 높습니다. 저희 매장은 프렌치 케이크를 전문으로 만들며, 핵심 재료의 경우 프랑스에서 직수입하기 때문에 인기가 더욱 좋습니다. 디저트를 즐겨 먹는 사람들은 일반 소비자들에 비해 더 높은 가격을 지불할 용의가 있으며 거리에 상관없이 해당 매장을 찾아가서 먹는 편입니다.

Q. 대만 내 한국식 케이크와 디저트에 대한 인지도는 어떠한가요?

한국의 마카롱과 데니쉬 빵에 대해서만 들어보았습니다. 현지의 일반적인 케이크 중 한국식 케이크는 매우 적습니다. 마카롱과 데니쉬 빵은 대만에서 흔하지 않고 독특한 디자인을 가졌기에 인지도가 있으며 한국인이 운영하는 마카롱 매장의 인기가 꾸준한 편입니다. 한국식 인테리어와 한국에서 판매되고 있는 여러 종류의 똥카롱⁴²⁾을 판매하는 점이 해당 브랜드의 강점입니다. 하지만 한국의 케이크와 디저트에 대한 인지도는 한국 과자나 화장품의 인지도에 비해 상대적으로 낮습니다.

41) 사진자료: 폴(Paul) 홈페이지

42) 일반 마카롱보다 필링의 양을 더 많이 넣은 마카롱

Q. 디저트와 케이크를 구매하는 주요 소비자는 누구인가요?

대만의 케이크 디저트 소비자는 주로 젊은 여성으로, 카페나 매장에서 직접 구매하는 경우가 많고, 예쁘고 독특한 외관과 디자인을 가진 디저트의 인기가 높습니다. 여성 소비자는 디저트를 먹으며 일상 속에서 낭만적이고 우아한 분위기를 즐기고 소소한 행복으로 여기는 경우가 많습니다.

Q. 디저트 및 케이크의 주요 구매 채널과 홍보 방식은 무엇인가요?

대부분 소비자들은 오프라인 매장에서 제품을 구매하며 베이커리 홈페이지나 전화로 사전 예약해 배달이나 픽업 서비스를 이용하기도 합니다. 배달의 경우 크기가 클수록 비용이 높으며 훼손의 위험도가 크기 때문에 6인치 케이크만 서비스를 제공하고 있습니다. 대만의 경우 인스타그램과 페이스북이 활성화되어있기 때문에 SNS 해시태그를 통한 홍보가 제일 효과적일 것입니다. 대만에는 디저트 마니아층이 많아 실제로 인스타를 통해 숨겨진 디저트 가게를 찾아서 방문하는 경우가 많습니다.

[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 자유일보, '동남아 디저트 시장에 K-전통간식 열풍', 2023.08
2. 이데일리, '과자수출 '기회의 땅' 대만... '김치맛 크래커' 등 켈러버 제품 인기[食세계]', 2023.08
3. 외교부, 「국가개황」, 2022
4. 스태티스타(Statista), 「Distribution of food product retail sales value in Taiwan in 3rd quarter 2022, by sales channel」, 2022.11
5. 농림축산식품부, 「2021 농식품 해외인증등록정보 종합가이드」, 2021.12
6. KATI농식품수출정보, 「2020 농식품 수출국가정보 아시아오세아니아」, 2020.12
7. 한국농수산식품유통공사, 「대만 농식품 통관 가이드북」, 2018
8. 세계법제정보센터, 「중화인민공화국 식품안전법 번역본」, 2015
9. KATI농식품수출정보, 「2022년 한눈에 보이는 국가별 농식품 수출 교역조건현황(대만편)」, 2023.07
10. KATI농식품수출정보, 「비관세장벽이슈_대만, 식품 내 동물용의약품 잔류허용기준(MRL) 개정」, 2023.07
11. 대만 식품약품관리서(TFDA), 「Standards for Pesticide Residue Limits in Foods」, 2023.06

■ 참고 사이트

1. 스태티스타(Statista) (www.statista.com)
2. ITC(International Trade Centre) (www.intracen.org)
3. 지우젠난(Jiu Zhen Nan) (www.jzn.com.tw)
4. 퍼블릭홀리데이스글로벌(Public Holidays Global) (publicholidays.tw)
5. 이비씨(EBC) (news.ebc.net.tw)
6. 월플라이포푸드(Will Fly for Food) 홈페이지 (www.willflyforfood.net)
7. Kotra 홈페이지 (dream.kotra.or.kr)
8. 리얼푸드(Real Foods) 홈페이지 (realfoods.co.kr)
9. KEB하나은행(www.kebhana.com)
10. 에이마트(A-mart) (www.fe-amart.com.tw)
11. 하우스펀뉴스(HouseFunNews) (news.housefun.com.tw)
12. 진조우칸(今周刊) (www.businesstoday.com.tw)
13. 까르푸 타이완(Carrefour Taiwan) (www.carrefour.com.tw)
14. 아클라스(Aclas) (www.aclas.tw/carrefour/)
15. 포커스타이완(Focus Taiwan) (focustaiwan.tw)
16. 한신바이화(漢神百貨) (www.hanshin.com.tw)
17. 웬둥바이화(遠東百貨) (www.feds.com.tw)
18. 구글맵(Google Maps) (google.com/maps)
19. 패밀리마트(FamilyMart) 타이완 (www.family.com.tw)
20. 테크인아시아(Tech in Asia) (www.techinasia.com)
21. 타이완뉴스(Taiwan News) (www.taiwannews.com.tw)
22. 세븐일레븐(7-Eleven) 타이완 (www.7-11.com.tw)
23. 씨케이트래블(CK Travels) (www.cktravels.com)
24. 백창상회(百昌韓貨商行) 페이스북 (www.facebook.com/bckoreastore)
25. 한귀왕(韓購網) (www.koreashop.url.tw)
26. 모모샵(Momo Shop) (www.momoshop.com.tw)
27. 한국농수산식품유통공사(aT) (www.at.or.kr)
28. 센서타워(Sensor Tower) (www.sensortower.com)
29. 시밀러웹(similarweb) (www.similarweb.com)
30. 쇼피 타이완(Shopee Taiwan) (www.shopee.tw)
31. 관세청 (www.customs.go.kr)

[참고문헌]

■ 참고 사이트

- 32. 농림축산식품부 (www.mafra.go.kr)
- 33. 대만 식품약품관리서(TFDA) (www.fda.gov.tw)
- 34. 대만 관세청(Taipei Customs) (etaipei.customs.gov.tw)
- 35. 대만 대외무역국(MOEA, Bureau of Foreign Trade) (www.trade.gov.tw)
- 36. 대만 경제부 표준검험국(標準檢驗局) (www.bsmi.gov.tw)
- 37. 플래티콘(Flaticon) (www.flaticon.com)
- 38. 지신(吉嫻) (www.holy123.com.tw)
- 39. 구더요우시엔공스(固的有限公司) (www.goodkoseido.com.tw)
- 40. 더마이스핀구편요우시엔공스(德麥食品股份有限公司) (www.tehmag.com.tw)
- 41. 푸화구편요우시엔공스(富華股份有限公司) (www.food-fashion.com.tw)
- 42. 폴(Paul) (www.paultaiwan.com)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발 행 일 자 | 2023.10.20

본 보고서는 2020년 발행된 대만 디저트 시장분석형 보고서의 2023년 업데이트 버전입니다.

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