

2023 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202300-05
품목 | 김치(Kimchi)
HS CODE | 2005.99-1000
국가 | 대만(Taiwan)



CONTENTS

2023 수출기업 맞춤형 시장조사

시장 분석형

I. 시장규모(Market Size)

1. 대만 채소 시장규모	05
2. 대만 가공 및 냉동 채소 시장규모	06
3. 대만 김치 수입규모	07

II. 시장트렌드(Market Trend)

1. 온라인 쇼핑몰에서 한국 식품으로 면, 김, 과자 제품 인기	13
2. 절임 채소 관련해 오이를 가장 즐기는 대만 소비자, 매운 소스도 활용	14
3. 반찬용 김치로는 현지 음식인 대만식 김치를 즐기는 소비자가 많아	15
4. 온라인 쇼핑몰에서 판매되는 반찬용 한국 김치는 적어	16
5. 대만 주요 디저트 소개	17
6. 대만 과자 시장 동향	18

III. 유통채널(Distribution Channel)

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

CONTENTS

2023 수출기업 맞춤형 시장조사

시장 분석형

IV. 통관·검역(Customs·Quarantine)

1. 대만 김치 통관 및 검역 절차	31
2. 대만 김치 품질 인증	34
3. 대만 김치 라벨링	35
4. 대만 김치 성분 및 유해물질	41

V. 전문가인터뷰(Expert Interview)

1. 한지(韩济)	45
2. 유향스예유오시안공쓰(柚香實業有限公司)	47
3. 한고우왕(韓購網)	49
4. 메이스자(美食家)	51
5. 메이린마마(美麟媽媽)	52

※ 참고문헌	53
--------	----

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

I 시장규모



1. 대만 채소 시장규모
2. 대만 가공 및 냉동 채소 시장규모
3. 대만 김치 수입규모

[2023년 업데이트]

1. 대만 채소 시장규모

● 대만 국가 일반 정보⁶⁾

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

▶ 대만 채소 시장규모 7.84조 원, 연평균 4.7% 성장

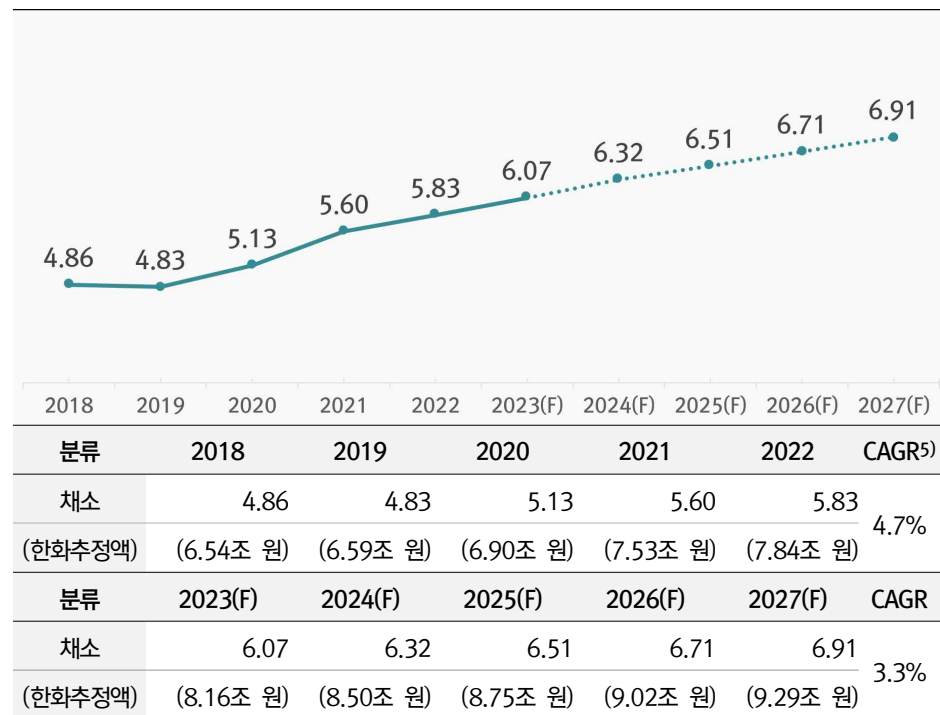
2022년 기준 대만의 채소 시장규모는 전년 대비 4% 성장한 7.84조 원 규모를 기록함. 대만의 채소 시장은 지난 5년(2018-22년) 중 2019년에 전년 대비 1% 감소했으나 이후 한 자릿수 중후반대의 성장률을 보이며 전체 기간에 연평균성장률 4.7%를 보인 것으로 집계됨

▶ 대만 채소 시장규모, 향후 5년간 연평균 3.3% 성장 예상

향후 5년(2023-27년)간 대만 채소 시장규모는 연평균 3.3%의 성장률을 보이며 2027년에는 9.29조 원 규모에 이를 것으로 예상됨. 향후 5년간 대만의 채소 시장규모는 최근 5년에 비해 더디지만 3-4%의 성장률을 유지하며 증가할 것으로 예측됨¹⁾

[표 1.1] 대만 채소 시장규모²⁾³⁾⁴⁾

단위 : 십억 달러



자료: 스태티스타(Statista)

- 1) 조사제품 '김치'는 채소를 소금물에 절이고 발효시켜 양념을 입힌 제품임. 이에 고객사 제품의 특징을 기준으로 '가공 및 냉동 채소'의 시장규모와 상위품목인 '채소'의 시장규모를 조사함
- 2) 자료: 스태티스타(Statista), 「Vegetables_Taiwan」, 2023.10
- 3) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨
- 4) 1달러=1,344.80원(2023.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)
- 5) 연평균성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것
- 6) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2023

[2023년 업데이트]

2. 대만 가공 및 냉동 채소 시장규모

▶ 대만 가공 및 냉동 채소 시장규모 2.74조 원, 연평균 5.3% 성장

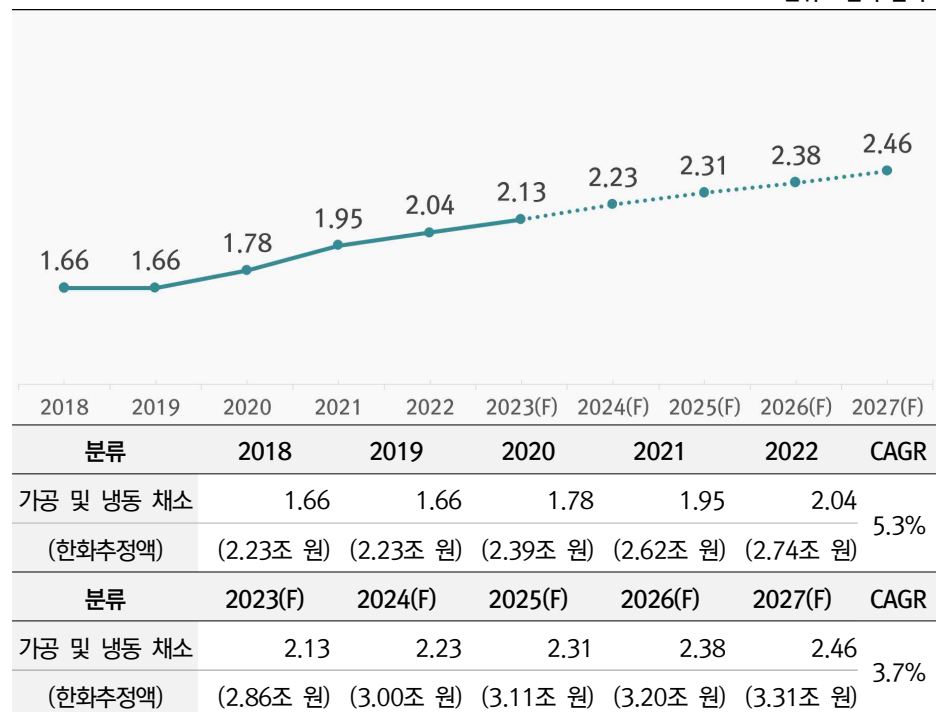
2022년 기준 대만 가공 및 냉동 채소 시장규모는 전년 대비 5% 성장한 2.74조 원을 기록함. 대만 가공 및 냉동 채소 시장규모는 지난 5년(2018-22년) 중 첫 2년 동안은 횡보했으나 이후 전년 대비 5-10%의 성장세를 보이며 조사 기간에 연평균성장률 5.3%를 기록함

▶ 대만 가공 및 냉동 채소 시장규모, 향후 5년간 연평균 3.7% 성장 예상

대만 가공 및 냉동 채소 시장규모는 향후 5년(2023-27년) 동안 연평균성장률 3.7%를 기록하며 앞선 5년 대비 성장세가 다소 둔화될 것으로 예상됨. 대만 가공 및 냉동 채소 시장규모는 2027년에 3.31조 원 규모에 이를 전망임

[표 1.2] 대만 가공 및 냉동 채소 시장규모⁷⁾

단위 : 십억 달러



자료: 스탯ISTA(Statista)

7) 자료: 스탯ISTA(Statista), 「Processed & Frozen Vegetables_Taiwan」, 2023.10

[2023년 업데이트]

3. 대만 김치 수입규모

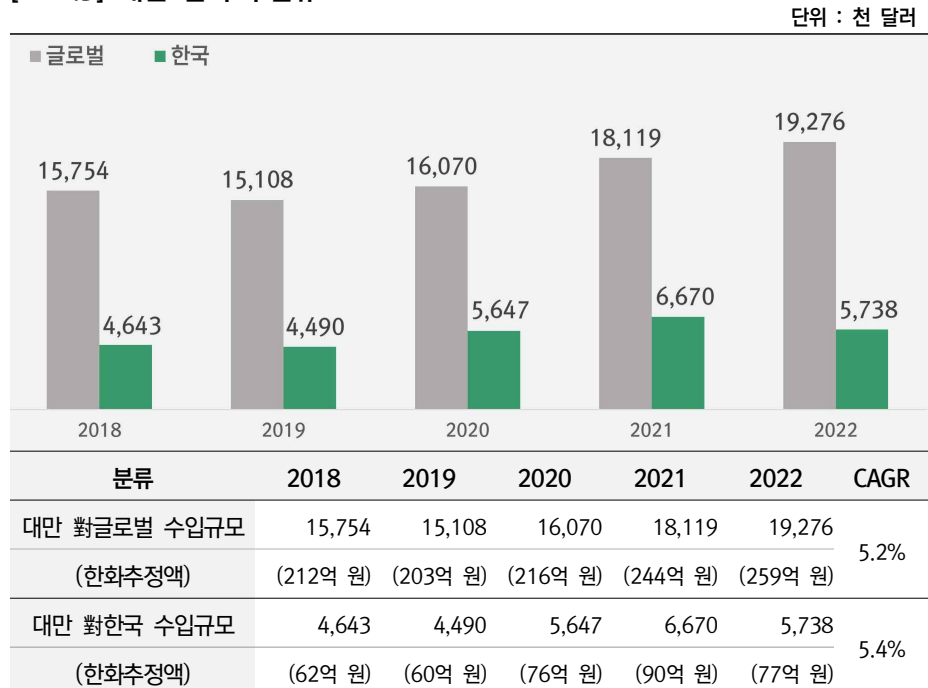
● 김치 HS CODE

해당 장에서 김치는 HS CODE 2005.99로 분류. HS CODE 제2005호의 품명은 조제하거나 보존처리한 그 밖의 채소, HS CODE 2005.99-1000의 품명은 김치로 확인

▶ 2018~22년 대만 HS CODE 2005.99 對글로벌 수입규모 연평균성장률 5.2%
지난 5년(2018-22년) 동안 HS CODE 2005.99 품목의 대만 對글로벌 수입규모는 2019년에 전년 대비 4% 감소한 이후 증가세로 반전되며 해당 기간에 연평균 5.2%씩 성장한 것으로 집계됨

▶ 대만 HS CODE 2005.99 품목 수입, 한국산 상위 4위

같은 기간 해당 품목의 대만 對한국 수입규모는 77억 원으로 전체 수입규모 중에서 30%의 점유율을 보이며 글로벌 1위로 집계됨. 2022년 기준 해당 품목의 대만 對글로벌 수입규모 순위는 1위 한국에 이어 2위 베트남(76.8억 원), 3위 중국(46.7억 원) 순으로 확인됨. 한편 농촌경제 연구원가 대만 소비자 700명을 대상으로 한 조사에 따르면 대만인들은 자국에서 만든 김치보다 한국산 김치에 대한 선호도가 더 높은 것으로 나타남. 대만 소비자의 경우 44%가 한국산 김치가 가장 맛있다고 생각했으며, 대만산 김치를 먹어봤다(76%)는 소비자보다 한국산 김치를 먹어봤다(82%)는 소비자가 더 많았음⁸⁾. 대만 패밀리마트는 김치가 들어간 삼각김밥을 출시하기도 했으며 현지 유명 감자칩 브랜드들은 김치찌개, 양념치킨 등의 맛을 가미한 제품을 선보이기도 한 것으로 확인됨⁹⁾

[표 1.3] 대만 김치 수입규모¹⁰⁾

자료: ITC(International Trade Centre)

8) 한국영농신문, '일본인은 일본산 김치, 대만인은 한국산 김치 선호', 2023.04

9) 한국무역신문, '대만, 한식과 사랑에 빠지다', 2023.02

10) 자료: ITC(International Trade Centre)

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

II 시장트렌드



1. 온라인 쇼핑몰에서 한국 식품으로 면, 김, 과자 제품 인기
2. 절임 채소 관련해 오이를 가장 즐기는 대만 소비자, 매운 소스도 활용
3. 반찬용 김치로는 현지 음식인 대만식 김치를 즐기는 소비자가 많아
4. 온라인 쇼핑몰에서 판매되는 반찬용 한국 김치는 적어
5. 대만 주요 디저트 소개
6. 대만 과자 시장 동향

데이터 분석 프로세스

○ 데이터 분석 요약

데이터 수집 소스원



(대만 매체 총 8개)

: 대만 온라인 쇼핑몰 6개

: 대만 레시피 사이트 2개

데이터 분류 키워드집

(김치 연관 키워드집)



데이터 분석 - 연관어 분석



1) 데이터 수집

 데이터 수집 기준

데이터 수집

수집 기간	18.02 - 20.02
수집 데이터	4,105건

데이터 정제

정제 키워드	김치 (Kimchi)
정제 데이터	3,404건

○ 데이터 수집

- 대만 김치 관련 데이터 소스원 리스트

[표 2.1] 대만 데이터 소스원 리스트

번호	매체명	홈페이지	비고
01	雅虎購物	tw.buy.yahoo.com	온라인 쇼핑몰
02	樂天市場	www.rakuten.com.tw	온라인 쇼핑몰
03	Carrefour	online.carrefour.com.tw	온라인 쇼핑몰
04	愛料理	icook.tw	온라인 쇼핑몰
05	Momoshop	www.momoshop.com.tw	온라인 쇼핑몰
06	Shopee	shopee.tw	온라인 쇼핑몰
07	愛料理	icook.tw	레시피 사이트
08	自由時報	food.ltn.com.tw	레시피 사이트

○ 데이터 분석 키워드집

- 대만 김치 관련 데이터 소스원 사전조사

[표 2.2] 대만 김치 관련 데이터 소스원 리스트



현지 온라인 쇼핑몰,
한국 음식 제품

현지 레시피 사이트,
절임 채소 및 김치 관련 레시피

현지 온라인 쇼핑몰,
김치 관련 제품

키워드 ①	비스킷	키워드 ①	반찬	키워드 ①	한식
키워드 ②	매운맛	키워드 ②	한식	키워드 ②	캔
키워드 ③	아몬드	키워드 ③	밥	키워드 ③	김
키워드 ④	면	키워드 ④	황금김치	키워드 ④	면

2) 데이터 분류

○ 데이터 분석 키워드집

- 대만 김치 관련 데이터 분석 키워드집

[표 2.3] 대만 김치 관련 분석 키워드

키워드 수립 근거		분류	키워드		수립 근거 ^(*)		
참여 기업	한국 개발사 사용 키워드		의미	해당국가 언어(대만어)	참여기업	경쟁기업	기타
기타	시장 사전 조사 결과 기반 수립	한국 식품	면	麵條			0
			김	紫菜			0
			스낵	小吃			0
			아몬드	杏仁			0
			김치	泡菜	0		
			사탕	糖果			0
			젤리	果凍			0
		절임 채소 재료	오이	黃瓜	0	0	
			무	蘿蔔	0	0	
			매실	李子		0	
			배추	白菜	0	0	
		한국 요리	밥	米飯	0		
			돼지고기	豬肉			0
			소고기	牛肉			0
			닭고기	雞			0
			두부	豆腐			0
			부침개	韓國煎餅			0
			치즈	乾酪			0
			계란	雞蛋			0
		김치 관련 식품	황금김치	黃金泡菜		0	
			고추장	辣椒醬	0		
			찌개	湯			0
			만두	餃子			0
			무	蘿蔔	0		

3) 데이터 분석

○ 데이터 분석 과정

1. 대만 온라인 쇼핑몰 및 커뮤니티에서 추출한 문건을 대상으로 분석함
2. 온라인 쇼핑몰의 경우, '한국 음식', '김치'를 검색해서 나온 상품을 인기순으로 나열하고 상품 한 개를 하나의 문서로 간주해 총 10페이지까지의 상품명을 수집함 (쇼핑몰마다 다르나 평균적으로 한 페이지당 약 20건의 상품 게시)
3. 상품명 내 키워드 출현 빈도(TF) 산출

※ TF, Term Frequency 개념

문서 1	문서 2	문서 3
빅데이터가 다양한 가치를 만들어내기 시작하면서 사람들은 빅데이터를 '원유'에 비유하기 시작했다. 기름이 없으면 기기가 돌아가지 않듯, 빅데이터 없이 정보시대를 보낼 수 없다는 의미에서다.....	미 국세청의 사례는 빅데이터의 활용 사례 중 일부다. 이제 빅데이터를 적절하게 처리하고 분석하면 미 국세청의 사례처럼 예전에는 생각도 못했던 일들도 가능해졌다. 대체 빅데이터가 뭐길래?	미국 국세청은 2011년 대용량 데이터와 IT기술을 결합해 '통합형 탈세 및 사기 범죄 방지 시스템'을 구축했다. 사기 방지 솔루션으로 이상 징후를 미리 찾아냈는데, 예측 모델링을 통해 납세자의...

키워드 빈도 산출 방식	문서1	문서2	문서3	TOTAL
TF, Term Frequency (키워드 출현 빈도)	3	3	0	6회
DF, Document Frequency (키워드 포함 문서 수)	포함	포함	비포함	2건

● 연관어 분석 (Keyword Analytics)

[TF 기준 데이터 분석 결과 요약]

온라인 쇼핑몰 (한국 음식)	면	267
	김	224
	간식	166
레시피 사이트 (절임 채소)	오이소박이	37
	황금김치	15
	한국	18
레시피 사이트 (김치)	한식	480
	볶다	154
	면	150
온라인 쇼핑몰 (김치)	한식	271
	면	236
	한국	153

1. 온라인 쇼핑몰에서 한국 식품으로 면, 김, 스낵 제품 인기

인기 한국 음식 제품



제품명	불닭 맛 아몬드
가격	210타이완달러 ¹¹⁾ (약 8,510원)
용량	210g



제품명	허니버터믹스넛
가격	249타이완달러 (약 1만 90원)
용량	220g



제품명	광천 불고기맛김
가격	75타이완달러 (약 3,040원)
용량	4g*3개

출처: 쇼피(shopee.tw)

▶ 한국 식품 관련해 '면', '김', '쿠키', '김치' 키워드 빈출

온라인 쇼핑몰에서 인기 한국 음식 제품을 살펴본 결과, '면'이 최다 빈출했으며, 대다수의 면 제품이 라면인 것으로 확인됨. 그 다음으로 '김'이 가장 많아 한국 음식으로는 라면과 김 제품이 인기가 높은 것으로 보임. 그 외 '쿠키', '비스킷' 등의 스낵류 키워드가 빈출함. 한편 '김치' 키워드는 주로 김치 맛이 가미된 가공 식품을 가리키는 경우가 대부분임

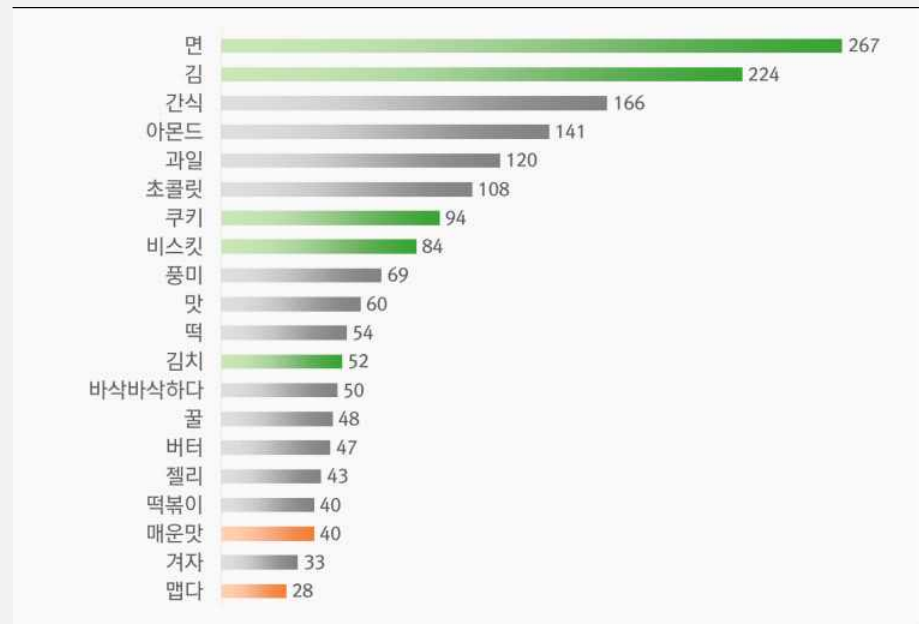
▶ 한국 식품으로 매운맛 제품도 인기

맛 관련 키워드로 '매운맛', '맵다'가 나타나 매운맛 제품도 인기인 것을 알 수 있음. 김치라면, 김치맛 김 제품을 포함하여 떡볶이맛 과자나, 불닭맛 아몬드, 겨자맛 아몬드 등 매운맛 제품을 쉽게 찾아볼 수 있음

▶ 대만 온라인 쇼핑몰 내 한국 식품 관련 이슈

① 면, 김, 쿠키, 비스킷 ② 매운맛, 맵다

[표 2.4] 대만 온라인 쇼핑몰 내 '한국 식품' 주요 키워드



자료 : 대만 온라인 쇼핑몰 내 인기 '한국 식품' 제품 954건 분석 (18.02 - 20.02)

값 설명 : 해당 키워드 빈도 총합(TF)

11) 1타이완달러=40.55원 (2020.03.16., KEB 하나은행 매매기준을 적용)

2. 절임 채소로 오이 절임과 맵지 않은 현지식 김치를 즐기는 대만 소비자

상큼한 한국식 오이 절임



상큼한 한국식 오이 절임
슬라이스 오이, 당근, 향신료, 양파,
한국 파프리카, 설탕, 소금, 간장 등을
이용한 레시피 소개
출처: 아이쿱(icook.tw)

김치 소스를 이용한 오이 김치



오이 조각, 양파, 참기름, 김치 소스, 당근,
파 등을 이용한 레시피 소개
출처: 아이쿱(icook.tw)

간장을 이용한 오이 절임



간장, 마늘, 참깨, 찹쌀 식초, 설탕 등을
이용한 레시피 소개
출처: 아이쿱(icook.tw)

▶ 절임 채소로 오이 요리가 다수

김치가 절임 채소로 인식되는 것에 착안하여 레시피 사이트에서 즐겨 먹는 절임 음식을 살펴봄. ‘오이소박이’, ‘오이장아찌’와 같이 오이 요리가 대부분임. 오이 외에는 ‘무’나 ‘매실’ 절임을 언급함. 주목할 만한 점은 ‘한국’이란 키워드를 통해 한국식 절임 채소에 대한 대만 소비자들의 수요가 있다는 점을 알 수 있음

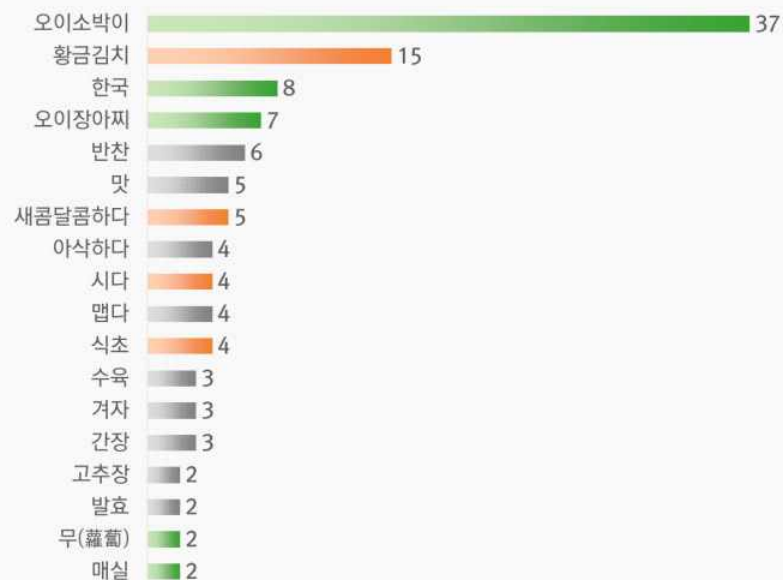
▶ 절임 채소 레시피 관련해 ‘황금김치’와 ‘새콤달콤하다’ 키워드 빈출

한편 오이소박이 다음으로 ‘황금김치’ 키워드가 다수 나타남. 황금김치는 대만 소비자들의 입맛에 맞게 현지화된 음식으로 맵지 않고 발효 과정이 없다는 점이 특징임. 실제 맛과 관련해서도 ‘새콤달콤하다’, ‘시다’, ‘식초’ 등의 키워드가 출현해 맵지 않고 새콤한 맛의 음식을 즐기는 것으로 보임

▶ 대만 레시피 사이트 내 절임 채소 관련 주요 이슈

① 오이소박이, 오이장아찌 ② 황금김치 ③ 겨자, 고추장

[표 2.6] 대만 레시피 사이트 내 ‘절임 채소’ 주요 키워드



자료 : 대만 레시피 사이트 내 인기 ‘절임 채소’ 관련 게시물 94건 분석 (18.02 - 20.02)

값 설명 : 해당 키워드 빈도 총합(TF)

3. 반찬용 김치로는 현지 음식인 대만식 김치를 즐기는 소비자가 많아

● 황금김치



한국의 백김치와 유사한 대만식 김치로, 맵거나 짜지 않은 것이 특징임. 젓갈이나 액젓을 사용하지 않아 비건 식품이라고 할 수 있음. 발효를 거치지 않고, 보통 5일 이내에 섭취함.

출처: 추추카췌(choochoocachew)

● 김치를 활용한 요리



김치 쇠고기 볶음



김치전



김치 두부 조림

출처: 아이쿱(icook.tw)

▶ 김치 레시피 관련해 한식 요리 소개 글 다수

레시피 사이트에서 김치 관련 게시글을 분석한 결과, ‘한식’과 ‘한국’ 키워드의 빈도가 높게 나타남. 해당 키워드의 대부분이 김치를 활용한 한식 요리 레시피를 가리킴. 반면 한식과 한국 키워드가 없는 레시피는 대만식 ‘황금김치’를 활용하는 경우가 대부분임. 한편 ‘무’ 키워드가 나타났는데, 재료로 언급된 경우가 많으며 무김치는 확인하기 어려움

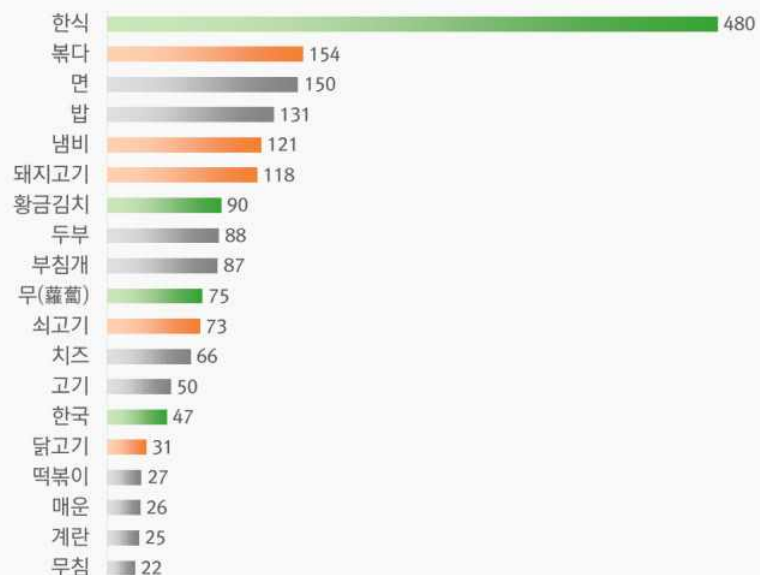
▶ 김치를 활용하는 레시피로 볶음, 조림, 찌개 요리 다수

‘볶다’, ‘냄비’ 키워드를 통해 김치를 활용한 구체적인 요리를 확인할 수 있음. ‘돼지고기’, ‘소고기’, ‘닭고기’와 김치를 함께 볶은 요리와 김치찌개, 김치전 등 한국에서 흔히 볼 수 있는 요리가 나타남. 한편 반찬용 김치를 의미하는 레시피는 많지 않아 대만 소비자들에게 한국식 김치 수요는 많지 않은 것으로 보임

▶ 대만 레시피 사이트 내 김치 관련 주요 이슈

① 한식, 한국 ② 황금김치 ③ 볶다, 냄비

[표 2.7] 대만 레시피 사이트 내 ‘김치’ 주요 키워드



자료 : 대만 레시피 사이트 내 ‘김치’ 관련 게시글 1,614건 분석 (18.02 - 20.02)

값 설명 : 해당 키워드 빈도 총합(TF)

4. 온라인 쇼핑몰에서 판매되는 반찬용 한국 김치는 적어

김치맛 김



제품명	김치맛김
가격	135타이완달러 (약 5,470원)
용량	4g*12

출처: 쇼피(shopee.tw)

김치찌개 전용 통조림



제품명	김치찌개전용 공치
가격	189달러 (약 7,660원)
용량	400g
특징	김치, 물과 함께 끓이는 김치찌개용 HMR 식품

출처: 쇼피(shopee.tw)

▶ 반찬용 김치보다는 김치맛 가공식품이 다수 판매

온라인 쇼핑몰에서 김치 관련해 ‘한식’, ‘한국’ 키워드가 다수 출현했는데, 해당 키워드를 포함하는 제품은 대부분 가공식품임. 이 중 대다수가 김치맛 라면을 가리킴. 이 외에는 김치 맛이 가미된 ‘김’이나 김치 ‘만두’ 또는 김치찌개를 편리하게 조리할 수 있는 HMR(Home Meal Replacement) 제품이 나타남. 이를 통해 한국식 김치에 대한 수요를 긍정적으로 예측할 수 있음

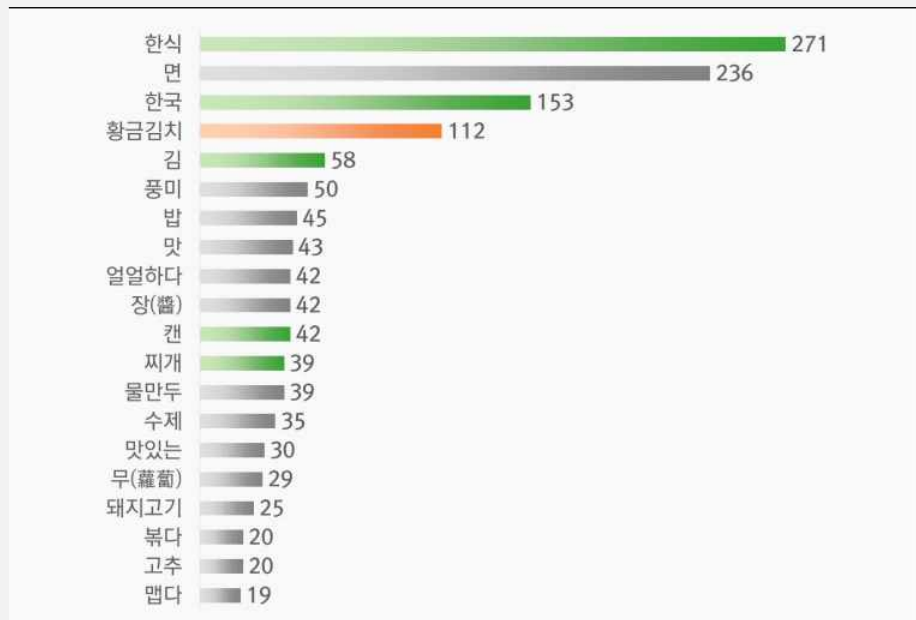
▶ 반찬용 김치로는 대만식 김치를 주로 소비

실제 반찬용 김치가 판매되는 경우는 가공식품 대비 많지 않은 것으로 나타남. 반찬용으로 판매되는 김치는 대만 현지산 ‘황금김치’가 대부분임. 일부 통조림 형태의 김치 및 볶음김치가 판매되고 있으나 많지 않은 편임. 이를 통해 대만 소비자들이 한국식 김치를 크게 선호하지 않는 것을 알 수 있음

▶ 대만 온라인 쇼핑몰 내 김치 관련 주요 이슈

① 한식, 한국 ② 면, 김, 찌개 ③ 황금김치

[표 2.7] 대만 온라인 쇼핑몰 내 ‘김치’ 주요 키워드



자료 : 대만 온라인 쇼핑몰 내 ‘김치’ 관련 제품 742개 분석 (18.02 - 20.02)

값 설명 : 해당 키워드 빈도 총합(TF)

[2023년 업데이트]

5. 한국산 김치 선호하는 대만 소비자

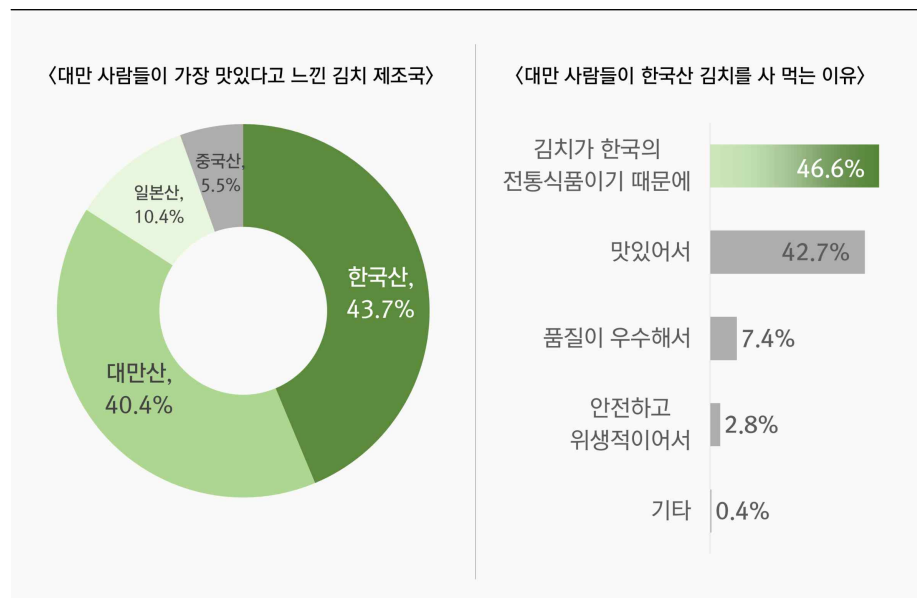
- ▶ 대만 소비자, 한국산 김치를 가장 맛있다고 생각
- ▶ 한국산 김치를 선호하는 가장 큰 이유는 김치가 한국 전통식품이기 때문에

대만은 한국의 주요 김치 수출국임. 대만의 경우 현지 편의점에 입점하는 김치 상품도 증가하는 등 유통망을 확대해 나가고 있음. 이처럼 김치에 익숙한 대만 소비자들은 한국산 김치에 대한 확실한 선호도를 보였음. 한국농촌경제연구원의 자료에 따르면, 대만 소비자의 43.7%가 한국산 김치가 가장 맛있다고 느끼는 것으로 집계되었음. 대만산 김치 선호도는 40.4%로 나타났음

한국산 김치를 선호하는 이유에 대한 질문에는 46.6%의 소비자가 김치가 한국 전통식품이기 때문이라고 응답함. 아울러 ‘맛있어서’라고 응답한 비율은 42.7%를 차지함. 그 외에도 품질이 우수해서라는 의견과 안전하고 위생적이라는 의견이 각각 7.4%, 2.8%를 차지했음

반면 중국산 김치에 대한 선호도는 5.5%에 불과했음. 대만 소비자들은 중국산 배추김치의 위생 및 안전성 측면에서 가장 낮은 점수인 3.21점을 줬으며, 품질에 대한 점수는 3.29점으로 두 번째로 낮은 것으로 나타났음

[표 2.8] 가장 맛있다고 생각하는 김치 제조국 및 한국산 배추김치를 사 먹는 이유



자료 : 중앙일보, ‘일본-대만도 중국산 김치 위생 우려...“김치는 한국 전통음식”’, 2021.05

[2023년 업데이트]

6. 대만인의 일상에 녹아든 김치

▶ 대만 언론의 김치에 대한 보도 증가

▶ 마트 내 김치 전용 섹션 구축...대만 버거킹의 '김치킹'에도 주목

최근 대만에서는 김치가 일상에 스며들고 있음. 대만 언론은 김치의 수입 증가에 대한 기사를 보도하였으며, 김치를 만드는 상세한 과정을 담은 동영상과 함께 김치를 담그는 방법을 소개하기도 함. 또한, 수많은 온라인 언론사와 유명 SNS 계정에도 김치에 대한 소식을 전하는 빈도가 높아졌음. 이를 통해 대만인들이 더 이상 김치를 낯설지 않게 인식하고 있음을 알 수 있음

마트에서도 대만 소비자들에게 김치가 자연스럽게 녹아들었음을 확인할 수 있음. 한국 관광객과 주재원이 적은 신티엔(Hsin Tien) 지역의 마트에서는 냉장 식품 판매 코너에 김치 단독 섹션이 크게 마련되어 있음. 판매 중인 김치 종류를 살펴보면 일반적인 배추김치에서 깍두기까지 다양하게 준비되었으며 가격은 한국보다는 비쌌지만, 현지인들이 구매하기에 부담스럽지 않은 선에 책정되어 있음. 주목할 만한 것은 현지 브랜드의 PB 상품으로 김치가 판매되는 것인데, 이는 독립적인 PB 생산 체계를 갖추어 제품을 판매할 만큼 김치가 대만인들의 생활에 잘 녹아들었다는 것을 방증함

김치를 활용한 상품도 대만 내에서 다양해지고 있음. 김치라면은 물론, 현지 브랜드가 제작한 냉동 한국식 김치전골도 판매 중인. 아울러 버거킹 대만은 독자적으로 개발한 한국식 바비큐 소스와 한국 김치를 활용한 기간 한정 메뉴 '김치킹'을 출시하기도 함

[표 2.9] 대만 마트에서 판매 중인 김치와 버거킹의 '김치킹'



자료 : 한국국제문화교류진흥원, '대만인 일상에 자리 잡는 김치', 2022.01.

하이프비스트(HYPEBEAST), '버거킹 대만, 김치와 한국식 BBQ 소스 활용한 김치킹 출시했다', 2022.09

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

III 유통채널



1. 대만 김치 유통채널 점유율
2. 대만 김치 주요 유통채널

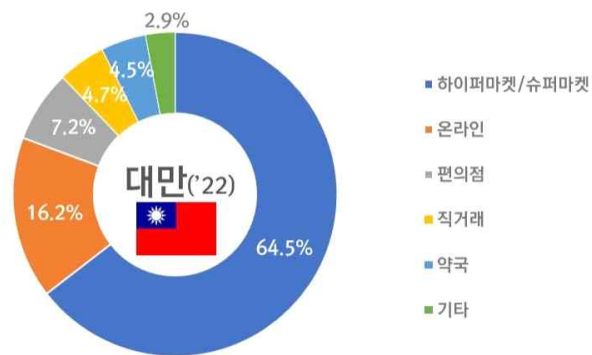
[2023년 업데이트]

1. 대만 김치 유통채널 점유율

▶ 대만 내 '하이퍼마켓/슈퍼마켓' 점유율 1위

2022년 기준 대만 내에서 김치를 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 김치 소매유통채널 점유율



대만 김치 소매유통채널 점유율 ¹²⁾¹³⁾¹⁴⁾¹⁵⁾	
유형	대만
하이퍼마켓/슈퍼마켓	64.5%
온라인	16.2%
편의점	7.2%
직거래	4.7%
약국	4.5%
기타 ¹⁶⁾	2.9%

자료: 스탯티스타(Statista)

12) 2022년 기준, 대만 '식품(Food Product)'의 소매유통채널 점유율임

13) '김치'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 '식품(Food Product)'의 정보를 확인함

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

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

16) 기타 항목에는 '기업 주문(Company Orders)' 유형 등이 포함됨

[2023년 업데이트]

2. 대만 김치 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) ¹⁷⁾ • 143억 타이완달러(5,972억 원 ¹⁸⁾) 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 식품 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 ① 담당자 정보 (담당자명, 성별, 이메일 주소, 전화번호) ② 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), 진쑤우칸(今周刊)

17) 에이마트 단독 매출액을 파악하기 어려워 모기업 극동백화점의 총매출액을 기입

18) 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	타이페이(Taipei)	
	규모	매출액('21) • 25억 유로(3조 5,543억 원 ¹⁹⁾) 기타 규모 • 매장 수('22): 340개	
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	
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 즉석식품, 가공식품, 간편식, 스낵류, 음료류, 생활용품 등	
	선호 제품	• 브랜드 신뢰도가 높은 제품	
	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(Atlas), 포커스타이완(Focus Taiwan)

19) 1유로=1,421.72원(2023.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

[2023년 업데이트]

③ 알티마트

기업 기본 정보	기업명	알티마트(RT MART)
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓
	홈페이지	www.rt-mart.com.tw
	위치	타이페이(Taipei)
	규모	매출액('20) • 260억 위안(4조 7,910억 원 ²⁰⁾)
		기타 규모 • 매장 수('22): 21개 • 직원 수('22): 6,600명
매장정보	기업 요약	- 대만의 대규모 리테일 기업으로, 1996년 대만 내에 룬타이엔터프라이즈그룹(Runtai Enterprise Group)이 설립함 2022년에 이르러 대만 리테일 기업 관리안그룹(Quanlian Group)이 알티마트를 인수하여 운영권을 갖게 되었음 - 대만의 유통 기업 부문 시장점유율 2위 기업에 해당함 2022년, 스웨덴 홈퍼니싱 기업 이케아(IKEA)가 알티마트 자이(Chiayi)점 매장 내 솜인숍 포맷의 매장을 오픈함
	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 - 유선전화를 통한 입점 문의 - 등록 시 일반적 필요한 정보 ① 입점 희망 품목, 업체명, 업체 소재지(국가) ② 공급자 정보 (담당자 이름, 이메일 주소, 전화번호) ③ 업종 특징, 제안서 및 카탈로그 첨부 - 문의사항 연락처 - 전화번호: +886-800-010-020

자료: 알티마트(RT Mart)

사진 자료: 타이완뉴스(Taiwan News), 리테일뉴스아시아(Retail News Asia)

20) 1위안=184.27원(2023.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

[2023년 업데이트]

④ 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 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: yifang1126@gmail.com - 전화번호: +886-2-2382-1833

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

사진 자료: 구글맵(Google Maps)

[2023년 업데이트]

⑤ 한귀왕

기업 기본 정보	기업명	한귀왕(韓購網)
	기업구분	아시아마트/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]

⑥ 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('23): 3개		
	기업 요약	• 1999년 설립된 대만 한인마트 • 대만 지역 내 한국 식료품 도매 유통으로 사업을 시작하여 현재는 신베이시와 타이중시에 2개의 소매유통 매장 보유 • 페이스북, 라인, 카카오톡 등 다양한 SNS 채널 계정을 보유하고 있으며 이를 통해 소비자와 활발히 소통하고 있음 • 창고형 매장 형식으로 운영되고 있음		
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 냉동식품, 음료류, 주류, 스낵류, 건강보조식품, 생활용품 등		
	선호 제품	• 한국 제품		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 문의 - 홈페이지 내 ‘聯絡我們’ 클릭 후 문의 내용 기입하여 제출 • 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) - 이메일을 통한 문의 시 2일 이내 답변 • 문의사항 연락처 및 기타 사항 - 온라인몰 주소: www.kfood-safe.com - 전화번호: +886-2-2211-3679 - 페이스북: @hanji3839		

자료: 한제(韓濟)

사진 자료: 한제(韓濟), 구글맵(Google Maps)

[2023년 업데이트]

⑦ 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 ²¹⁾)	
		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	동원, 중가집 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), 한국농수산물유통공사(aT), 시밀러웹(Similarweb), 센서타워(Sensortower)

사진 자료: 모모샵(Momo Shop)

21) 1달러=1,344.80원(2023.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

[2023년 업데이트]

⑧ 쇼피 타이완

기업 기본 정보	기업명	쇼피(Shopee) 타이완	
	기업구분	온라인 종합 쇼핑몰	
	홈페이지	www.shopee.tw	
	규모	매출액('22) • 73억 달러(9조 8,170억 원) ²²⁾ 기타 규모 • 방문횟수(최근 1개월): 7,190만 회	
	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	위안자이(元家), 씨제이(CJ) 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 가능한 대만 셀러샵 생성은 싱가포르 샵 생성 이후 '마켓 확장' 과정을 통해 가능함 - 문의사항 연락처 - 전화번호: +886-2-6636-6559	

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

사진 자료: 쇼피(Shopee) 타이완

[2023년 업데이트]

⑨ 루텐

기업 기본 정보	기업명	루텐(露天市集)	
	기업구분	온라인 종합 쇼핑몰	
	홈페이지	www.ruten.com.tw	
	규모	순수익('22)	• 600만 달러(81억 원)
		기타 규모	• 방문횟수(최근 1개월): 1,520만 회
	기업 요약	• 피씨홈온라인(PChome Online)과 이베이(eBay)가 2006년 공동 설립한 대만의 전자상거래 플랫폼 • 2018년 플랫폼 거래량이 3,305억 타이완달러를 초과함 • 미국의 이베이(eBay)와 한국의 지마켓(Gmarket)과 협력하여 해외 크로스보더 쇼핑을 론칭 • 2023년 현재 1,700만 명 이상의 회원을 보유	

매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	한성, 산마을 등
		해외 판매	일부 국가 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색
주요 프로모션 정보			
연휴 및 시즌별 할인, 테마별 기획전 등 다양한 프로모션 상시 진행			

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 등록 - 홈페이지 상단 '賣家中心' 클릭 - 회원가입 필수 - 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 - 전화번호: +886-2-5558-9168	

자료: 루텐(露天市集)

사진 자료: 루텐(露天市集)

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

IV 통관·검역



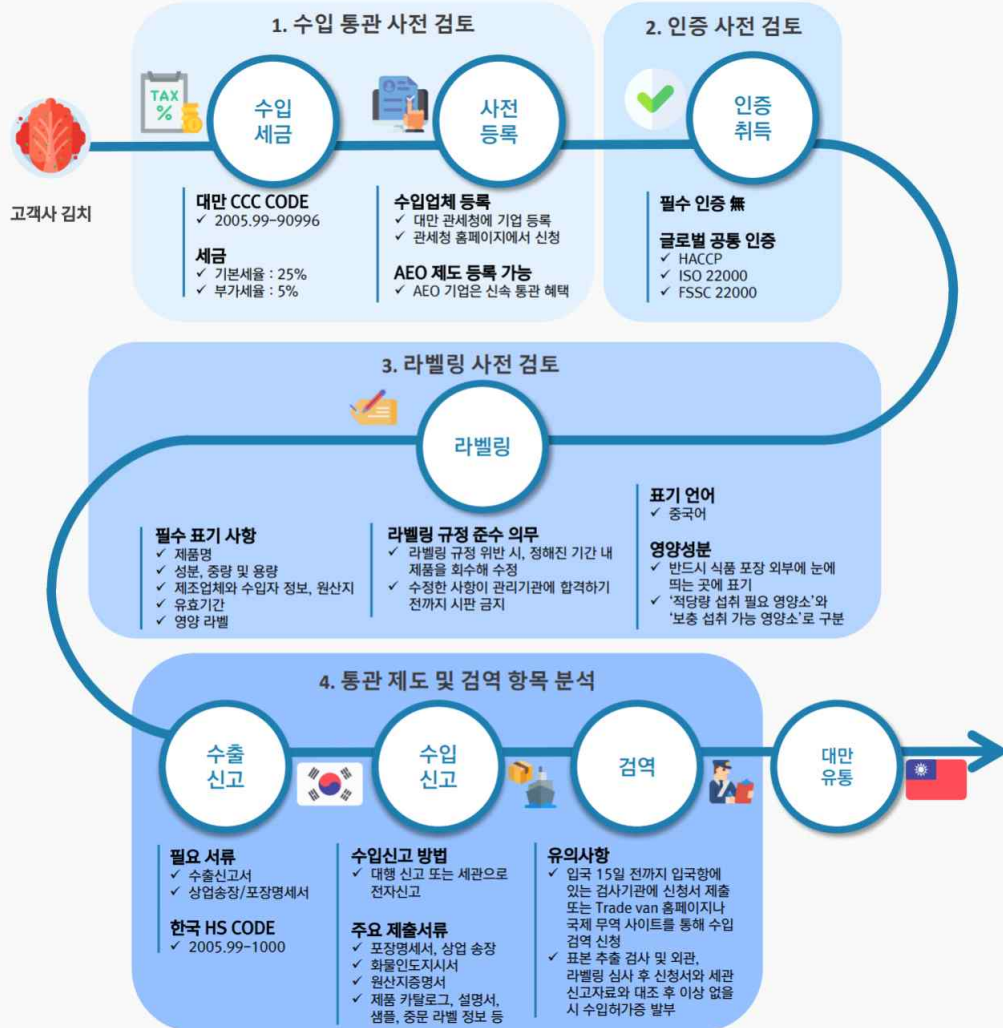
1. 대만 김치 통관 및 검역 절차
2. 대만 김치 품질 인증
3. 대만 김치 라벨링
4. 대만 김치 성분 및 유해물질

[2023년 업데이트]

1. 대만 김치 통관 및 검역 절차²³⁾

▶ 대만 김치, 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 김치 통관 검역 절차²⁴⁾²⁵⁾

자료: 관세청, 대만 식품약품관리서(TFDA), KATI농식품수출정보

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

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

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

[2023년 업데이트]

▶ 대만 김치, 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 공인심의회위원회): 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 김치 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 관리시스템²⁶⁾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 정보²⁷⁾

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(국내·외) 명칭, 주소, 연락처 등
	검사증명서	- 동물용 의약품 잔류 관련 증명서 ²⁸⁾ - 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

26) 대만 식품이력추적 관리시스템(ftfacebook.fda.gov.tw)

27) 식품이력관리시스템, 「GTP3_0_식품이력추적정보표준_V1.1.11」, 2022.03

28) 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 김치 품질 인증

▶ 대만 김치, 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 김치 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 김치 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 김치 라벨링

[표 4.5] 대만 김치 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 김치 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 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 0으로 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 김치 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 제한²⁹⁾
	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)

29) 2022년 7월 1일부터 시행, 위반 시 최대 1억 6천만 원 상당 벌금 부과

▶ 대만 김치 라벨 샘플



[앞면 라벨링]

[뒷면1 라벨링]

앞면(중문)	앞면(국문)
① 韓英: HAN YOUNG ② 韓金泡菜	① 브랜드명: 한영 ② 한진김치(제품명)
뒷면1(중문/영문)	뒷면1(국문)
① Imported directly from Korea ② 成分: 白菜, 紅蘿蔔, 洋蔥, 蒜頭, 大豆油, 蘋果醋(水蘋果汁, 食用香精), 糖, 豆腐(非基因改造黃豆), 鹽, 香油 ③ 淨重: 400公克 ④ 保存期間: 5個月 標示於包裝上(西元年/月/日) ⑤ 原產地: 韓國	① 한국으로부터 직수입된 제품 ② 원료: 배추, 당근, 양파, 마늘, 콩기름, 사과초(사과즙, 식용 향료), 설탕, 두부(Non-GMO콩), 소금, 참기름 ③ 중량: 400g ④ 유통기한: 5개월 유효일자는 포장지에 표시됨 (년/월/일) ⑤ 원산지: 한국

⑥ 保存方法: 請冷藏保存於 0~4℃ 開封
後請儘速食用, 以確保品質

⑦ 製造商: DAMO Co., Ltd.
地址: 135 Ansin-ro,
Angye-myeon, Uiseong-gun,
Gyeongsangbuk-do, Korea

⑧ 進口商: 韓英國際有限公司
電話: 0800-246-000
地址: 新北市五股區五權八路39號 (新
北產業園區)

⑥ 보관방법: 0~4℃에서 냉장보관하며,
개봉 후에는 품질 보장을 위해 최대
한 빨리 섭취하는 것이 좋습니다.

⑦ 제조업체: DAMO Co., Ltd.
주소: 경상북도 의성군 안계면 안신
로 135(안계면)

⑧ 수입업체: 한영국제유한회사
전화: 0800-246-000
주소: 신베이시오구구오취안바로 39
호(신베이산업원구)



[뒷면2 라벨링]

뒷면2(중문)

① 營養標識:

營養標識		
每一份量80公克 本包裝含5份		
	每份	每100公克
能量	100.1kcal	125.1kcal
蛋白質	1.4g	1.7g
脂肪	5.7g	7.1g
飽和脂肪	0.7g	0.9g
反式脂肪	0g	0g
碳水化合物	10.8g	13.6g
糖	2.2g	2.7g
鈉	241mg	301mg

② <http://hanyoung.com.tw>

뒷면2(국문)

① 영양성분표:

영양표시		
1개당 80g 5개입		
	1개당	100g당
에너지	100.1kcal	125.1kcal
단백질	1.4g	1.7g
지방	5.7g	7.1g
포화지방	0.7g	0.9g
트랜스지방	0g	0g
탄수화물	10.8g	13.6g
설탕	2.2g	2.7g
나트륨	241mg	301mg

② <http://hanyoung.com.tw>(홈페이지)

[2023년 업데이트]

4. 대만 김치 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] 김치에 적용되는 대만 식품첨가물 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	사용기준	식품 유형
1	유동파라핀	Liquid Paraffin	0.10%(식품 제조 또는 가공의 목적으로만 사용한다.)	기타 모든 식품 (캡슐형, 정제형 식품 제외)
2	이산화 규소	Silicon dioxide	2%(식품 제조 또는 가공의 목적으로만 사용한다.)	
3	활석	Talc	5g/kg(단, 껌 및 풍선껌에 루석분만 사용하고 벤토나이트, 규산알루미늄 및 규조토를 같이 사용하지 않을 경우에는 50g/kg 이하이다. 식품 제조 또는 가공의 목적으로만 사용한다.)	
4	규산칼슘	Calcium silicate	2.0%(식품 제조 또는 가공의 목적으로만 사용한다.)	기타 식품 (합성팽창제 제외)
5	요오드산 칼륨	Potassium iodate	195 μ g(식품의 부족한 영양소를 보충하기 위한 목적으로만 사용한다.)	기타 일반식품 (식염, 영유아용 조제식 제외)
6	비타민 C	Ascorbic acid	150mg(식품의 부족한 영양소를 보충하기 위한 목적으로만 사용한다.)	기타 일반식품 (캡슐형, 정제형이면서 1일 섭취 제한량이 표시된 식품, 영유아용 조제식 제외)
7	아스코르빈산칼슘	Calcium ascorbate		
8	시아노코발라민	Cyanocobalamin	3.6 μ g(식품의 부족한 영양소를 보충하기 위한 목적으로만 사용한다.)	
9	비타민 D	Calciferol	15 μ g(식품의 부족한 영양소를 보충하기 위한 목적으로만 사용한다.)	
10	디벤조일티아민	Dibenzoyl thiamine	1.95mg(식품의 부족한 영양소를 보충하기 위한 목적으로만 사용한다.)	
11	디벤조일티아민 염산염	Divenzoyl thiamine hydrochloride		

자료: KATI농식품수출정보

[2023년 업데이트]

▶ 유해물질

대만 식품약품관리서(TFDA)가 규정하고 있는 유해물질 관련 규정으로 ‘식품 내 잔균 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 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인 가능함

[표 4.7] 김치에 적용되는 대만 유해물질 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	잔류허용기준	식품 유형
1	부분경화유	PHOs (Partially Hydrogenated Oils)	사용금지	모든 식품
2	131 아이오딘	131 Iodine(131 I)	100Bq/kg	기타 식품 (우유 및 유제품, 영아 식품, 음료 및 포장된 생수 제외)
3	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	야황산염

자료: 대만 식품약품관리서(TFDA)

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

V 전문가 인터뷰



1. 한지(韩济)
2. 유상스예유오시안공쓰(柚香實業有限公司)
3. 한고우왕(韓購網)
4. 메이스자(美食家)
5. 메이린마마(美麟媽媽)

Interview ① 한지(韩济)

30)



한지
(韩济)

전문가 소속

한지
(韩济)
수입유통업체

전문가 정보

Ms. Lee
(Purchasing Manager)

한지(韩济)

Purchasing Manager, Ms. Lee

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 한국 식료품 전문 수입유통업체로, 한국의 약 33개 브랜드에서 출시한 김치, 조미료, 김, 어묵, 라면, 우유 등을 취급하고 있습니다. 대만의 도매업체로 제품을 유통하고 있고, 페이스북 등의 소셜미디어 플랫폼을 통해 제품을 홍보하고 있습니다.

Q. 대만에서의 김치 제품 수요는 어떠한가요?

대만 사람들 사이에서 김치 제품은 수요가 매우 많습니다. 대만 소비자들은 용량 대비 가격이 저렴한 대만산 김치를 선호합니다. 대만에 거주하는 한국인들은 직접 김치를 담그기 때문에 한국인들 사이에서는 김치 제품 수요가 많지 않습니다. 그나마 인지도가 높은 한국 C사 김치는 수요가 조금 있습니다.

Q. 당사에서 취급 중인 김치 제품은 무엇인가요?

당사는 대만에서 생산한 K사 제품과 한국에서 생산한 C사 김치를 취급하고 있습니다. C사 제품으로는 500g의 포기김치와 750g의 맛김치가 있습니다. 대만에서 취급 중인 김치 제품 대부분이 운송과 보관이 편리한 비닐 팩으로 포장되어 있습니다. C사의 포기김치 역시 비닐 팩으로 포장돼 있고, 맛김치는 플라스틱 통에 포장되어 있습니다. 해당 브랜드의 500g 포기김치는 200타이완달러(8,110원)³¹⁾로, A사 제품의 가격은 이와 비교했을 때 매우 저렴하다고 생각합니다.

30) 사진자료: 한지(韩济) 홈페이지 (www.hanji-food.com.tw)

31) 1타이완달러=40.55원(2020.03.16., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Q. 제품 포장이 부풀지 않고 유통기한이 긴 김치 판매 시, 수요가 있을까요?

대만 소비자들 사이에서 제품 포장이 부풀지 않은 김치 제품은 수요가 매우 많을 것이라고 생각합니다. 대만 소비자들은 유통기한이 긴 김치 제품은 신선도가 떨어지고 품질이 좋지 않다고 생각합니다. 하지만 특별한 균으로 발효 속도를 늦추고, 유통기한이 6개월이라는 점은 현지인들에게 부정적인 인식을 줄 수 있으므로 유의해야 합니다.

Q. 제품 수출 시, 제출 서류에는 무엇이 있나요?

대만으로 김치 제품 수출 시, 다양한 서류를 제출해야 합니다. 제품규격, 유통기한, 제조업체정보, 원산지 등을 비롯해 중문 혹은 영어로 기재된 라벨 정보가 필요합니다. 또한, 영양성분표, 영양성분 검사보고서, 원료배합표와 한국 소매가 및 공급가 내용이 담긴 견적표를 제출해야 합니다. 이 밖에 해당 제품에 국제표준화기구에서 발급한 ISO 인증, 안전관리인증기준(HACCP), 우수건강기능식품 제조기준(GMP) 등의 마크가 있는 경우 이를 입증할 증명서가 필요합니다.

Interview ② 유상스예유오시안공쓰 (柚香實業有限公司)

32)



유상스예유오시안공쓰
(柚香實業有限公司)

전문가 소속

유상스예유오시안공쓰
(柚香實業有限公司)
수입유통업체

전문가 정보

Mr. Li
(CEO)

유상스예유오시안공쓰(柚香實業有限公司) CEO, Mr. Li

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 2007년에 설립된 한국 식료품 전문 수입유통업체로, 한국, 일본, 독일, 대만에서 수입한 제품을 라쿠텐(樂天), 쇼피(蝦皮購物) 등 온라인 쇼핑몰에 유통하고 있습니다. 또한, 자체 온·오프라인 매장에서 김치, 조미료, 음료류, 라면, 주방용품, 스낵류 등을 판매하고 있습니다.

Q. 대만에서의 김치 제품 수요는 어떠한가요?

대만 소비자들은 강한 맛의 한국산 김치보다 담백한 맛의 대만산 김치를 선호하기 때문에 현지인들의 입맛에 맞춘 김치 수요가 많습니다. 한국산 김치는 대만에 거주하는 한국인들과 젊은 현지인들 사이에서 수요가 조금 있습니다. 당사는 한국산 김치 제품을 유통했으나, 최근 대만에서 김치 생산량이 늘어남에 따라 현재는 한국산 김치를 취급하고 있지 않습니다.

Q. 취급 제품의 포장 형태는 어떻게 되나요?

소용량 김치는 플라스틱 통에 포장하고, 대용량은 비닐 팩에 담아 판매하고 있습니다. 대만 사람들이 선호하는 김치 제품의 포장 방식은 없으나, A사와 같이 포장 용기가 부풀지 않는 제품은 인기가 매우 좋을 것이라고 생각합니다. 대만은 날씨가 습하고 더워, 김치 발효가 빨리 진행되고 포장이 쉽게 부풀기 때문입니다.

Q. 취급 제품의 용량 및 가격은 어떻게 되나요?

대만 소비자들은 500g 이상의 용량을 선호합니다. 일반 마트는 500g 이상의 용량을 취급하므로 80g, 180g의 소용량은 편의점에서 취급하는 것이 더 적합합니다. 하지만 편의점의 주 고객은 구매력이 낮은 젊은 층이기 때문에 제품 수요가 많지 않을 수 있습니다. A사의 제품은 한국 김치 제품과 비교하면 저렴한 편에 속하지만 현지에서 생산한 제품과 비교했을 때 가격 경쟁력이 없다고 생각합니다.

Q. 저염식, 무(無)화학조미료 등의 건강식 김치 판매 시, 수요가 있을까요?

저염식, 무 화학조미료, 무 합성보존료, 무 합성착색료 등의 건강식 김치를 대만에 판매한다면 수요가 있을 것 같습니다. 하지만 현지인들은 제품의 품질보다 맛과 가격을 더 중시합니다. 따라서 품질이 우수해도, 맛이 없거나 가격이 비싸면 대만 사람들에게서 좋은 반응을 얻기 힘들 것 같습니다.

Interview ③ 한고우왕(韓購網)

33)



한고우왕
(韓購網)

전문가 소속

한고우왕
(韓購網)
수입유통업체

전문가 정보

Ms. Wei
(CEO)

한고우왕(韓購網)

CEO, Ms. Wei

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 한국 식료품 전문 수입유통업체로, 한국산 김치, 조미료, 스낵류, 음료류 등을 취급하고 있습니다. 라쿠텐(樂天), 쇼피(蝦皮購物), 모모(Momo), 피씨홈(Pchome) 등 다양한 온라인 쇼핑몰에 납품하고 있으며, 오프라인 매장 2곳을 운영하고 있습니다.

Q. 현지인들 사이에서 김치의 인지도는 어떠한가요?

대만 사람들 사이에서 김치 인지도는 높습니다. 대만 사람들은 김치를 반찬 또는 찌개, 떡볶이, 전, 라면 등에 김치를 활용합니다. 대만에는 현지에서 생산한 김치가 다양하며, 특별히 수요가 많은 제품은 없습니다. 브랜드 인지도가 높은 브랜드로는 현지에서 생산한 아이지웨이(愛之味)와 B사 제품이 있습니다.

Q. 현지인들이 선호하는 제품의 용량 및 포장형태는 어떻게 되나요?

대만에서 김치 제품의 용량은 80g, 180g, 480g, 3kg, 5kg 등 매우 다양합니다. 대만 소비자들은 김치의 신선도를 중시하기 때문에, 금방 먹을 수 있는 소용량의 김치를 선호합니다. 그중, 480g 용량의 김치 제품은 일반 가정뿐만 아니라 음식점에서 인기가 매우 좋습니다. 또한, 현지인들은 가벼우면서도 보관이 편리한 플라스틱 통에 포장된 김치 제품을 선호합니다.

Q. 저염식, 무첨가 김치 제품 판매 시, 수요가 있을까요?

저염식, 무 화학조미료, 무 합성보존료, 무 합성착색료 등의 무첨가 제품은 현지인들 사이에서 인기가 좋을 것이라고 생각합니다. 과거 당사는 이와 유사한 제품을 판매한 적이 있습니다. 당시 자연 발효 식품과 방부제 무첨가의 김치 제품으로 홍보해, 현지인들 사이에서 제품의 수요가 많았던 것으로 기억합니다.

Q. 포장 용기가 부풀지 않고 유통기한이 긴 김치 판매 시, 수요가 있을까요?

포장 용기가 부풀지 않는 김치 제품은 수요가 많을 것이라고 생각합니다. 대만은 날씨가 더워 김치 포장이 쉽게 부풀어 오르고 심하게 발효돼 김치의 신맛이 강해지는 문제가 있습니다. 포장 용기가 부풀지 않는 제품은 이러한 문제를 해결해 줄 수 있다고 생각합니다. 하지만 A사의 6개월 유통기한은 단점으로 작용할 수 있습니다. 대만 소비자들은 유통기한이 짧고 신선한 김치를 선호하기 때문입니다. 또한 통관 절차 등을 고려하면, 대만에서 취급 중인 김치 제품의 유통기한과 큰 차이가 없을 것으로 생각합니다.

Interview ④ 메이스자(美食家)

34)



메이스자
(美食家)

전문가 소속

메이스자
(美食家)
수입유통업체

전문가 정보

Mr. Wang
(Manager)

메이스자(美食家)

Manager, Mr. Wang

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 2000년에 설립된 식료품 전문 수입유통업체로, 일본, 말레이시아 등에서 수입한 김치, 조미료, 야채류, 육류, 즉석식품 등을 취급합니다. 자체 온라인 쇼핑몰을 활용하며, 식당, 호텔, 영화관, 병원, 학교 등으로 납품하고 있습니다.

Q. 대만에서의 김치 제품 수요는 어떠한가요?

대만 사람들은 김치를 좋아합니다. 대만에 거주하는 한국인들은 직접 김치를 담그거나 한국에서 김치를 사 오기 때문에 한국인들 사이에서 제품의 수요는 많지 않습니다. 하지만, 대만 사람들은 반찬으로 김치를 먹거나, 한국식 돼지고기볶음 외에도 대만의 유명 먹거리인 쇼좌빙(手抓饼)과 만두에 김치를 곁들여 먹기 때문에 오히려 대만 사람들 사이에서 김치 제품 수요가 많습니다.

Q. 당사에서 취급 중인 제품은 무엇인가요?

당사에서 판매하는 제품 중 가장 인기있는 브랜드는 아이신우(愛心屋)로 해당 제품은 고품질 비율에 따라 가격이 다릅니다. 3kg 용량 제품의 경우 고품질 85%는 470타이완달러(약 1만 9,059원), 고품질 50%는 380타이완달러(약 1만 5,409원)에 판매됩니다. 당사에서 취급하는 김치 브랜드 중 3kg 대용량 제품은 대부분 비닐 팩에 포장되며, 일부 소용량 제품은 유리병에 포장됩니다.

Q. 제품을 효과적으로 판매하기 위해서는 어떻게 해야 할까요?

제품을 효과적으로 판매하기 위해 김치 제품에 대한 수요가 많은 대만 사람을 주 고객층으로 삼을 것을 추천합니다. 대만에 거주하는 한국인들은 브랜드 인지도가 높은 B사와 C사 김치를 선호합니다. 따라서 상대적으로 인지도가 높지 않은 A사는 현지인을 주 고객층으로 삼는 것이 좋을 것 같습니다.

Interview ⑤ 메이린마마(美麟媽媽)

35)



메이린마마
(美麟媽媽)

전문가 소속

메이린마마
(美麟媽媽)
제조유통업체

전문가 정보

Ms. Vicky
(Manager)

메이린마마(美麟媽媽)

Manager, Ms. Vicky

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 2000년대에 설립된 제조유통업체로, 한국산 원료를 수입해 대만에서 김치를 제조 및 유통하고 있습니다. 이 밖에도 음료류, 조미료 등을 취급하고 있습니다.

Q. 대만에서의 김치 제품 수요는 어떠한가요?

대만 현지인들의 한국산 김치 수요는 많습니다. 특히, 대만 소비자들은 현지에서 생산된 김치를 선호합니다. 현지 생산업체들은 모든 재료를 한국에서 수입해 사용하거나, 조미료만 한국산을 사용합니다. 대만 사람들은 김치를 반찬으로 먹거나 김밥, 국수, 만두 등에 곁들여 먹습니다. 또한, 회귀, 바비큐, 라멘 등을 취급하는 음식점은 김치를 반찬으로 제공하기도 하며, 음식점에서의 김치 수요가 많습니다.

Q. 취급 제품의 포장 형태는 어떻게 되나요?

김치 제품의 포장 형태는 1kg 이하 소용량은 비닐 팩, 1kg 이상 대용량은 진공 팩에 포장됩니다. 대만은 날씨가 덥고 습하여 김치가 빨리 발효되고 포장이 쉽게 부풀어 오르는 단점이 있습니다. 포장 용기가 잘 부풀지 않는 제품은 현지인들 사이에서 인기가 좋을 것으로 생각됩니다. 유통기한이 긴 제품은 현지 소비자들에게 좋은 반응을 얻기 힘들 것 같습니다. 현지인들은 최근에 제조된 김치를 선호하며 유통기한이 긴 김치는 품질이 좋지 않다고 생각합니다.

Q. 취급 제품의 적정 용량은 어떻게 되나요?

수요가 가장 많은 김치 용량은 850g에 소매가 150타이완달러(약 6,083원)입니다. A사의 제품 중에는 480g과 3kg의 용량이 대만 시장에 적합해 보이지만, 제품 용량을 조절할 수 있다면 850g으로 바꾸어 수출할 것을 제안합니다.

[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 외교부, 「국가개황」, 2023
2. 한국영농신문, '일본인은 일본산 김치, 대만인은 한국산 김치 선호', 2023. 04
3. 한국무역신문, '대만, 한식과 사랑에 빠지다', 2023. 02
4. 「Carrefour Annual Report 2018」, Carrefour, 2018.
5. 「Auchan Annual Report 2018」, Auchan, 2018.
6. 「Dairy Farm Annual Report 2018」 Dairy Farm, 2018.
7. 「Taiwan Chain Store Almanac 2017」, 대만체인점기록, 2017.
8. 중앙일보, '일본·대만도 중국산 김치 위생 우려...“김치는 한국 전통음식”', 2021.05
9. 한국국제문화교류진흥원, '대만인 일상에 자리 잡는 김치', 2022.01
10. 하이프비스트(HYPEBEAST), '버거킹 대만, 김치와 한국식 BBQ 소스 활용한 김치킹 출시했다', 2022.09
11. 스태티스타(Statista), 「Distribution of food product retail sales value in Taiwan in 3rd quarter 2022, by sales channel」, 2022.11
12. 농림축산식품부, 「2021 농식품 해외인증등록정보 종합가이드」, 2021.12
13. KATI농식품수출정보, 「2020 농식품 수출국가정보 아시아, 오세아니아」, 2020.12
14. 한국농수산물유통공사, 「대만 농식품 통관 가이드북」, 2018
15. 세계법제정보센터, 「중화인민공화국 식품안전법 번역본」, 2015
16. KATI농식품수출정보, 「2022년 한눈에 보이는 국가별 농식품 수출 교역조건현황(대만편)」, 2023.07
17. KATI농식품수출정보, 「비관세장벽이슈_대만, 식품 내 동물용의약품 잔류허용기준(MRL) 개정」, 2023.07
18. 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. 까르푸(Carrefour) 홈페이지 (www.carrefour.com.tw)
4. 쇼피(shopee) 홈페이지 (shopee.tw)
5. 아이쿱(icook) 홈페이지 (icook.tw)
6. 추추카추(choochoocachew) 홈페이지 (www.choochoocachew.com)
7. KEB하나은행(www.kebhana.com)
8. 에이마트(A-mart) (www.fe-amart.com.tw)
9. 하우스펀뉴스(HouseFunNews) (news.housefun.com.tw)
10. 진조우칸(今周刊) (www.businesstoday.com.tw)
11. 아클라스(Aclas) (www.aclas.tw/carrefour/)
12. 포커스타이완(Focus Taiwan) (focustaiwan.tw)
13. 구글맵(Google Maps) (google.com/maps)
14. 알티마트(RT Mart) (www.rt-mart.com.tw)
15. 타이완뉴스(Taiwan News) (www.taiwannews.com.tw)
16. 리테일뉴스아시아(Retail News Asia) (www.retailnews.asia)
17. 백창상회(百昌韓貨商行) 페이스북 (www.facebook.com/bckoreastore)
18. 한귀왕(韓購網) (www.koreashop.url.tw)
19. 한제(韓濟) (www.hanji-food.com.tw)
20. 모모샵(Momo Shop) (www.momoshop.com.tw)
21. 한국농수산물유통공사(aT) (www.at.or.kr)
22. 센서타워(Sensor Tower) (www.sensortower.com)
23. 시밀러웹(similarweb) (www.similarweb.com)
24. 루텐(露天市集) (www.ruten.com.tw)
25. 관세청 (www.customs.go.kr)
26. 농림축산식품부 (www.mafra.go.kr)
27. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)

[참고문헌]

■ 참고 사이트

28. 대만 식품약품관리서(TFDA) (www.fda.gov.tw)
29. 대만 관세청(Taipei Customs) (etaipei.customs.gov.tw)
30. 대만 대외무역국(MOEA, Bureau of Foreign Trade) (www.trade.gov.tw)
31. 대만 경제부 표준검험국(標準檢驗局) (www.bsmi.gov.tw)
32. 플래티콘(Flaticon) (www.flaticon.com)
33. 한지(韩济) 홈페이지 (www.hanji-food.com.tw)
34. 유상스예유오시안공쓰(柚香實業有限公司) 홈페이지 (www.mal.com.tw)
35. 한고우왕(韓購網) 피씨홈 홈페이지 (www.pcstore.com.tw/korea_shop)
36. 메이스자(美食家) 홈페이지 (www.foodsmart.com.tw)
37. 메이린마마(美麟媽媽) 홈페이지 (www.meilin-mama.com.tw)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2023.10.27

본 보고서는 2019년 발행된 대만 김치 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