한국농수산식품유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

KATI 농식품수출정보

시장 분석형

2023 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202308-14

품목 | 무알코올 와인(Non-Alcoholic Wine)

HS CODE | 2202.99-2000

국가 | 베트남(Vietnam)

CONTENTS

2023 수출기업 맞춤형 시장조사

시장 분석형

Ⅰ. 요약

1. 요약 03

Ⅱ. 시장규모

1. 베트남 청량음료 시장규모 06
2. 베트남 무탄산 청량음료 시장규모 07
3. 베트남 무탄산 청량음료 1인당 소비규모 08
4. 베트남 무알코올 와인 수입규모 09

Ⅲ. 시장트렌드

1. 베트남 무알코올 음료 경쟁브랜드 키워드 1위, '하이네켄' 12
2. 베트남 무알코올 음료 제품, '병' 패키지 다수 13
3. 베트남 무알코올 음료 맛, 과일 관련 키워드 빈도 높아 14
4. 베트남 무알코올 음료 홍보문구, '선물' 상위권 15

Ⅳ. 유통채널

1. 베트남 무알코올 와인 유통채널 점유율 17
2. 베트남 무알코올 와인 주요 유통채널 18

CONTENTS

2023 수출기업 맞춤형 시장조사

시장 분석형

Ⅴ. 진입장벽

1. 베트남 무알코올 와인 통관 및 검역 절차 31
2. 베트남 무알코올 와인 품질 인증 32
3. 베트남 무알코올 와인 라벨링 34
4. 베트남 무알코올 와인 성분 및 유해물질 40

Ⅵ. 수입·유통업체 인터뷰

1. 와인킹(Wine King) 45
2. 르어우플라자(RƯỢU PLAZA) 48
3. 치(CHI) 51

Ⅶ. 시사점

1. 시사점 55

※ 참고문헌 57

SUMMARY

HS CODE : 2202.99-2000

2023 수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

베트남 무알코올 와인 시장

시장 현황

청량음료 시장규모

단위 : 십억 달러

무탄산 청량음료 시장규모

단위 : 십억 달러

수출입 현황

수출입 현황 (HS CODE 2202.99 기준)

단위 : 천 달러

국가별 수입규모

	1위	2위	3위	4위
2022년	한국	태국	일본	말레이시아
	568억 원	230억 원	121억 원	78억 원

시장 트렌드

빅데이터 분석

하이네켄
세낙
클라우스탈러
경쟁 브랜드
바바리아
클럽믹스
사고타

병
캔
375ml
패키징
330ml
350ml
플라스틱

달콤한
꽃
딸기
맛
레몬
보리
사과

향기로운
풍미
알레르기 성분이 없는
홍보문구
체중감소
책임감
선물

* 쇼피 베트남(Shopee Viet Nam) 무알코올 음료 제품 364건 분석 결과

주요 유통채널

유통채널 점유율

통관 및 제도

수출 통관 유의사항

세금
협정관세율 0%

사전 준비
베트남 식품안전국(VFA) 통해 식품안전규정 적합성 판정 후 결과 신고 必

필수/권장 인증

HACCP

ISO22000

GMP

라벨링 유의사항

필수 표기사항
필수 표기 사항은 베트남어로 기재 必
외국어 병기 시 베트남어보다 크기가 작아야 함

수입유통업체 인터뷰

인터뷰 대상 : WINE KINGS

Point 01.

무알코올 와인 수요 아직은 작은 시장이지만, 급속한 경제 성장, 중산층 증가, 음주 관련 법률 강화 등의 요인으로 높은 성장세 보이는 중
무알코올 와인 섭취 행태 중요한 파티나 행사, 고급 레스토랑, 호텔에서 마시거나 특별한 날 선물용으로 소비
인기있는 무알코올 음료 제품 '목테일(Mocktail)'이라고 불리우는 무알코올 칵테일과 무알코올 맥주, 무알코올 와인 등 인기

Point 02.

추천 유통채널 온라인 채널을 통한 유통이나 호텔 및 바에 웰컴 드링크로 유통하는 것 추천
선물 문화 베트남 최대 명절인 뗏(Tet) 기간이나 결혼식, 생일 등에 알코올, 무알코올 음료 및 주류 선물하는 경우 다수
모바일 선물 문화 모바일 선물하기 어플리케이션 시장은 베트남에서 아직 작은 편이나, 성장 중이며 기프트팝, 갓잇이 서비스 제공 중임

II
시장규모

1. 베트남 청량음료 시장규모
2. 베트남 무탄산 청량음료 시장규모
3. 베트남 무탄산 청량음료 1인당 소비규모
4. 베트남 무알코올 와인 수입규모

1. 베트남 청량음료 시장규모

베트남 국가 일반 정보[1)]

면적	33만 341㎢
인구	9,946만 명
GDP	4,064억 달러
GDP (1인당)	4,087달러

▶ 베트남 청량음료 시장규모 9.8조 원, 연평균 6.2% 성장

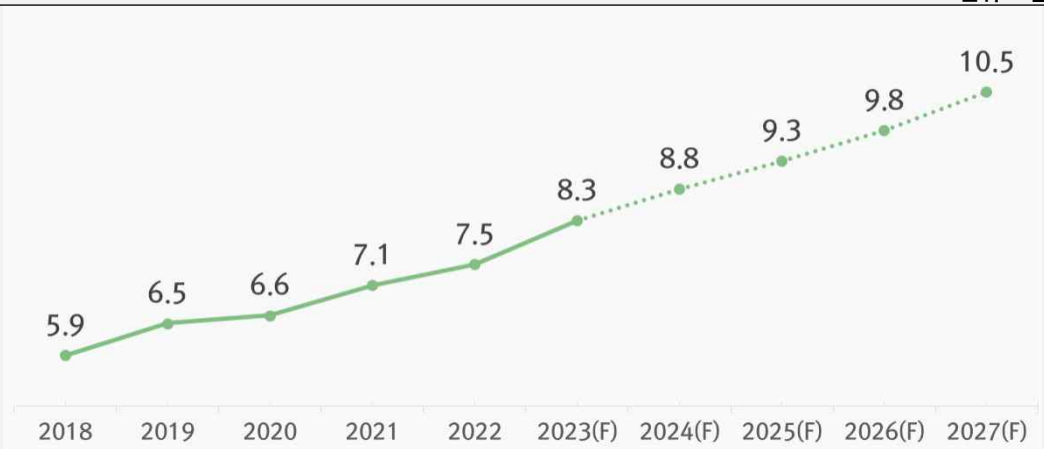
2022년 기준 베트남 청량음료 시장규모는 9.8조 원이며, 최근 5년(2018-22년)간 완만하게 성장함. 2020년에는 전년 대비 2%로 다소 위축된 성장률을 보임

▶ 베트남 청량음료 시장규모, 향후 5년간 6.2%씩 성장 예상

베트남 청량음료 시장은 연평균 6.2%씩 성장하여 2027년 13.8조 원을 기록할 것으로 예상됨. 코로나19 이후 베트남 내 '예방적 건강'에 대한 관심도가 높아짐에 따라 저당 및 무설탕 음료에 대한 수요가 급증한 것으로 분석됨. 베트남의 무알코올 맥주 시장규모 또한 2022년 전년 대비 51.8% 성장하여 1억 6,777만 달러를 기록한 것으로 확인됨[2)3)]

[표 2.1] 베트남 청량음료 시장규모[4)5)6)]

단위 : 십억 달러



분류	2018	2019	2020	2021	2022	CAGR[7)]
청량음료	5.9	6.5	6.6	7.1	7.5	6.2%
(한화추정액)	(7.7조 원)	(8.5조 원)	(8.7조 원)	(9.3조 원)	(9.8조 원)	
분류	**2023(F)**	**2024(F)**	**2025(F)**	**2026(F)**	**2027(F)**	**CAGR**
청량음료	8.3	8.8	9.3	9.8	10.5	6.2%
(한화추정액)	(10.8조 원)	(11.6조 원)	(12.2조 원)	(12.9조 원)	(13.8조 원)	

자료: 스태티스타(Statista)

1) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2023
2) 조사제품 '무알코올 와인'은 레드와인, 쌍화추출물, 과일 농축액 등으로 제조되었으며 알코올이 증발됨. 이에 제품의 원재료와 특징을 기준으로 '인위적으로 탄산을 첨가하지 않은 무알코올 액상 음료'를 뜻하는 '무탄산 청량음료' 시장과 상위 시장인 '청량음료' 시장의 규모를 조사함
3) 자료: 스태티스타(Statista), 「Non-Alcoholic Beer」, 2023.05
4) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨
5) 1달러=1,312.80원(2023.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)
6) 자료: 스태티스타(Statista), 「Soft Drinks_Vietnam」, 2023.03
7) 연평균 성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

2. 베트남 무탄산 청량음료 시장규모

▶ 베트남 무탄산 청량음료 가정 내 소비 시장규모 2.8조 원

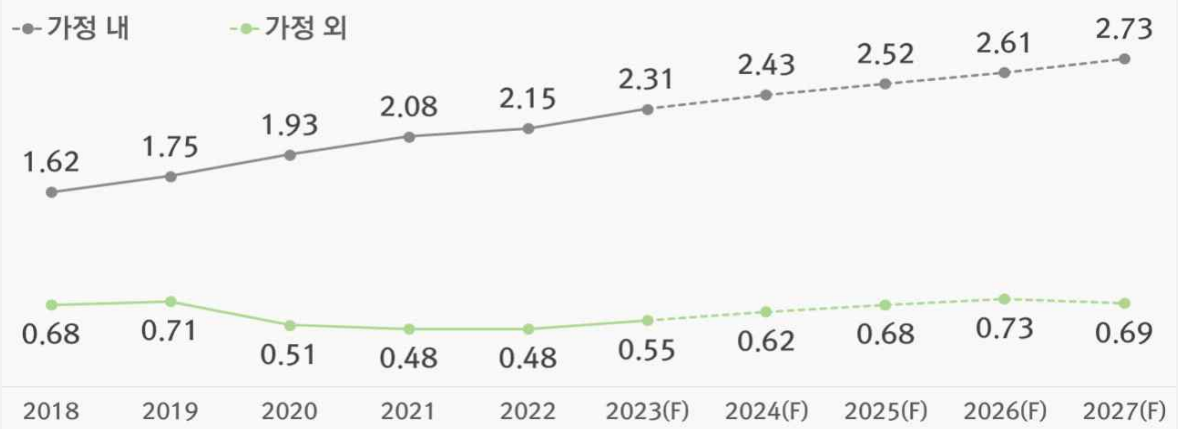
2022년 기준 가정에서 소비한 베트남 무탄산 청량음료의 시장규모는 2.8조 원으로, 최근 5년(2018-22년)간 연평균 7.3% 성장률을 보임. 반면, 가정 외 소비는 연평균 8.3%의 감소세를 보임. 최근 베트남 청량음료 제품 중 설탕 대신 인공감미료가 들어간 제품의 선호도가 높아지고 있으며, 비타민, 미네랄, 식이섬유 등을 추가하여 음료의 기능성 향상에 힘쓰는 추세임[8)]

▶ 가정 내 소비 시장규모, 향후 5년간 4.3%씩 성장 예상

베트남 무탄산 청량음료 시장 중 가정 내 소비되는 규모는 연평균 4.3%씩 성장하여 2027년에는 3.6조 원에 달할 것으로 전망됨. 같은 기간 가정 외 소비 시장규모 연평균 성장률은 5.8%로 가정 내에서 소비하는 시장보다 큰 폭으로 성장할 전망임

[표 2.2] 베트남 무탄산 청량음료 시장규모[9)]

단위 : 십억 달러



분류	2018	2019	2020	2021	2022	CAGR
가정 내 (한화추정액)	1.62 (2.1조 원)	1.75 (2.3조 원)	1.93 (2.5조 원)	2.08 (2.7조 원)	2.15 (2.8조 원)	7.3%
가정 외 (한화추정액)	0.68 (8,927.0억 원)	0.71 (9,320.9억 원)	0.51 (6,695.3억 원)	0.48 (6,301.4억 원)	0.48 (6,301.4억 원)	-8.3%
분류	**2023(F)**	**2024(F)**	**2025(F)**	**2026(F)**	**2027(F)**	**CAGR**
가정 내 (한화추정액)	2.31 (3.0조 원)	2.43 (3.2조 원)	2.52 (3.3조 원)	2.61 (3.4조 원)	2.73 (3.6조 원)	4.3%
가정 외 (한화추정액)	0.55 (7,220.4억 원)	0.62 (8,139.4억 원)	0.68 (8,927.0억 원)	0.73 (9,583.4억 원)	0.69 (9,058.3억 원)	5.8%

자료: 스태티스타(Statista)

8) 자료: Emerics(신흥지역정보 종합지식포탈), 「건강을 마시는 베트남」, 2023.06
9) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

3. 베트남 무탄산 청량음료 1인당 소비규모

▶ 베트남 무탄산 청량음료 1인당 가정 내 소비규모 연평균 6.4% 성장

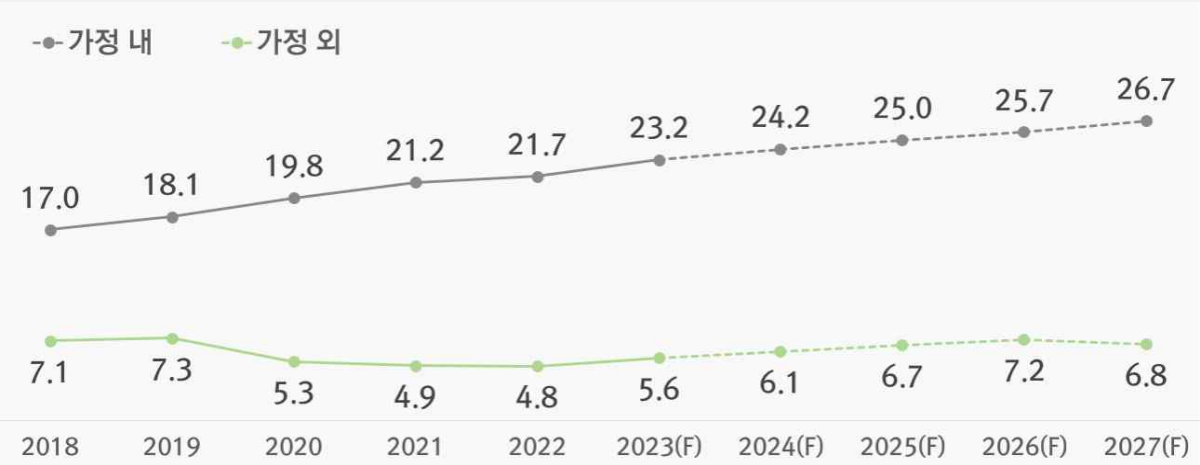
2022년 기준 베트남 가정 내 무탄산 청량음료 1인당 소비규모는 2만 9천 원이며, 최근 5년(2018-22년)간 연평균 6.4% 성장함. 가정 외 1인당 소비규모는 6,300원이며 같은 기간 연평균 9.1%의 하락세를 보임. 가정 내 소비의 경우 2020년에는 전년 대비 9%의 성장했다가, 2022년에는 전년 대비 2%로 비교적 낮은 성장세를 보임

▶ 무탄산 청량음료 1인당 가정 내 소비규모, 향후 3.5% 성장 전망

베트남 무탄산 청량음료의 1인당 가정 내 소비규모는 향후 5년 간 연평균 3.5%씩 성장하여 2027년 3만 5천 원을 기록할 것으로 예상됨. 같은 기간 가정 외 1인당 소비규모는 연평균 5.1%로 성장하여 2027년 8,900원에 달할 것으로 전망됨

[표 2.3] 베트남 무탄산 청량음료 1인당 소비규모

단위 : 달러



분류	2018	2019	2020	2021	2022	CAGR
가정 내 (한화추정액)	17.0 (2.2만 원)	18.1 (2.4만 원)	19.8 (2.6만 원)	21.2 (2.8만 원)	21.7 (2.9만 원)	6.4%
가정 외 (한화추정액)	7.1 (9,300원)	7.3 (9,600원)	5.3 (6,900원)	4.9 (6,400원)	4.8 (6,300원)	-9.1%
분류	**2023(F)**	**2024(F)**	**2025(F)**	**2026(F)**	**2027(F)**	**CAGR**
가정 내 (한화추정액)	23.2 (3.0만 원)	24.2 (3.2만 원)	25.0 (3.3만 원)	25.7 (3.4만 원)	26.7 (3.5만 원)	3.5%
가정 외 (한화추정액)	5.6 (7,300원)	6.1 (8,000원)	6.7 (8,800원)	7.2 (9,500원)	6.8 (8,900원)	5.1%

자료: 스태티스타(Statista)

4. 베트남 무알코올 와인 수입규모

무알코올 와인 HS CODE

해당 장에서 무알코올 와인은 'HS CODE 2202.99'으로 분류됨. HS CODE 제2202호의 품명은 '설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물(광천수와 탄산수를 포함한다)과 그 밖의 알코올을 함유하지 않은 음료'임. 'HS CODE 2202.99-2000'의 품명은 '과실주스 음료'임

▶ 2018-21년 베트남 HS CODE 2202.99 수입액 연평균 성장률 6.0%

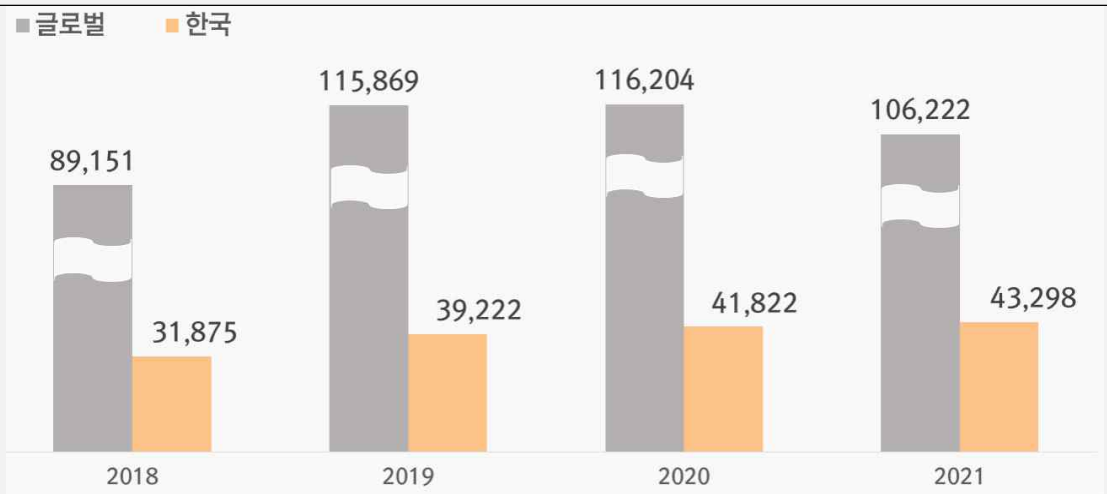
베트남 HS CODE 2202.99 품목의 對글로벌 수입액은 지난 4년(2018-21년)간 연평균 성장률 6.0%를 보이면서 2021년도에는 1,395억 원의 수입액을 기록함. 2019년도에는 전년 대비 30% 성장하면서 시장 규모가 큰 폭으로 확대됨

▶ 베트남 HS CODE 2202.99 수입액 중 한국산 점유율 높은 편

최근 4년(2018-21년)간 베트남 내 HS CODE 2202.99의 對한국 수입액 평균은 513억 원이며 수입국 상위 1위를 차지함. 전체 수입액 중에서 한국산은 41%로 높은 비중을 보였고, 2위국 태국과 3위국 일본은 각각 16%, 9%를 차지함. 같은 기간 對일본 HS CODE 2202.99 수입액의 연평균 성장률은 46.6%에 달하였는데, 이는 글로벌 수입액 성장률과 1위국 對한국 수입액의 성장세를 월등히 뛰어넘음

[표 2.4] 베트남 HS CODE 2202.99 수입규모[10)11)]

단위: 천 달러



분류	2018	2019	2020	2021	CAGR
베트남 對글로벌 수입액	89,151	115,869	116,204	106,222	6.0%
(한화추정액)	(1,170억 원)	(1,521억 원)	(1,526억 원)	(1,395억 원)	
베트남 對한국 수입액	31,875	39,222	41,822	43,298	10.7%
(한화추정액)	(419억 원)	(515억 원)	(549억 원)	(568억 원)	

자료 : ITC(International Trade Centre)

10) 자료: ITC(International Trade Centre), HS CODE 2202.99 기준
11) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

III
시장트렌드

1. 베트남 무알코올 음료 경쟁브랜드 키워드 1위, '하이네켄'
2. 베트남 무알코올 음료 제품, '병' 패키지 다수
3. 베트남 무알코올 음료 맛, 과일 관련 키워드 빈도 높아
4. 베트남 무알코올 음료 홍보문구, '선물' 상위권

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 베트남 온라인매장 입점 무알코올 음료

- 데이터 수집 키워드 : 무알코올(không có cồn)
- 데이터 수집량 : 364건
- 데이터 수집원 : 쇼피 베트남(Shopee Viet Nam)

▶ 베트남 온라인매장 입점 무알코올 음료 특징 분석

- 데이터 분석 항목

① 맛/성분 ② 패키징 ③ 홍보문구 ④ 경쟁브랜드

항목	키워드 (국문/베트남어)		빈도	키워드 (국문/베트남어)		빈도
맛/성분	달콤한	ngọt	103	보리	lúa mạch	13
	꽃	hoa	83	딸기	dâu	9
	레몬	chanh	62	복숭아	đào	8
	사과	táo	28	맥아	malt	7
패키징	병	chai	56	350ml	40g	6
	캔	lon	47	375ml	50g	2
	330ml	330ml	25	유리병	chai thuỷ tinh	1
	플라스틱	nhựa	16	(-)	(-)	(-)
홍보문구	향기로운	thơm	121	알레르기 성분 없는	dị ứng	14
	풍미	hương vị	83	상쾌함을 주는	tươi mát	14
	체중감소	giảm cân	62	비건	chay	14
	선물	quà	23	칼로리 없는	calories	6
	책임감	trách nhiệm	23	부드러운	êm	5
경쟁브랜드	하이네켄	heineken	15	사코타	sagota	2
	세낙	senac	6	클럽믹스	club mix	1
	바바리아	bavaria	3	클라우스탈러	clausthaler	1

1. 베트남 무알코올 음료 경쟁브랜드 키워드 1위, '하이네켄'

▶ 베트남 무알코올 음료 경쟁브랜드, '하이네켄' 1위

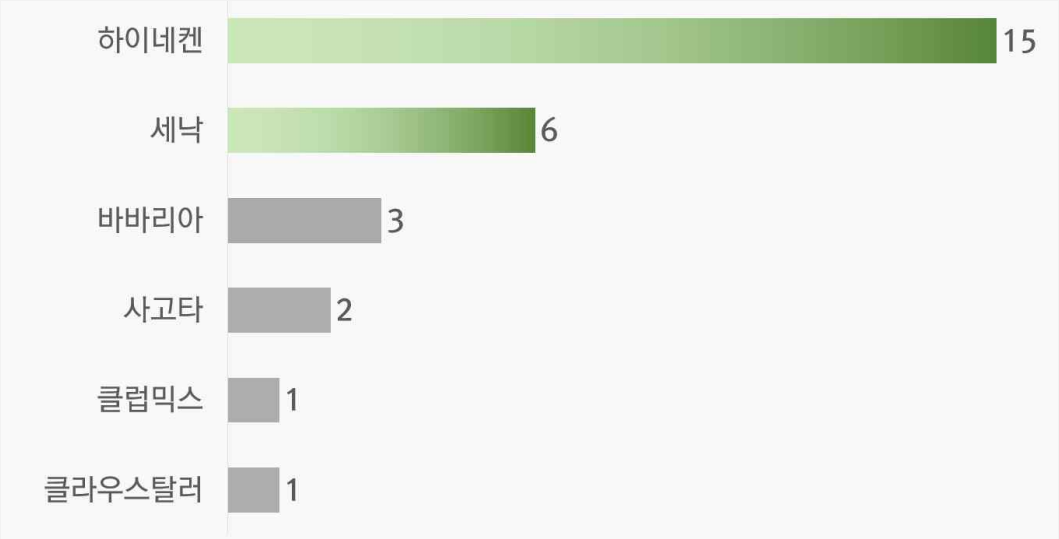
- 쇼피 베트남에서 판매되는 무알코올 음료를 살펴본 결과, 무알코올 맥주와 칵테일 브랜드가 주로 확인
- '하이네켄' 키워드, 15건으로 경쟁브랜드 중 1위 차지
- 그 밖에 '세낙' 6건, '바바리아' 3건, '사고타' 2건 확인

▶ 스페인 브랜드 세낙, 무알코올 칵테일 판매

- 세낙은 스페인 원산지의 무알코올 칵테일 브랜드로, 순수 과일에서 추출한 천연 발효 주스 라인임을 강조하며 행사용으로 홍보
- 달콤한 향, 소화와 피부 미용에 좋음을 내세움

하이네켄		세낙		바바리아	
제품명	무알코올 맥주 6캔	제품명	무알코올 칵테일	제품명	무알코올 맥주 9병
브랜드	하이네켄(Heineken)	브랜드	세낙(Senac)	브랜드	바바리아(Bavaria)
가격	330ml/128,000동(7,130원)[12]	가격	750ml/189,000동(10,527원)	가격	330ml/209,600동(11,675원)

[표 3.1] 베트남 판매 무알코올 음료 경쟁브랜드 관련 키워드



자료: 베트남 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 '무알코올 음료' 관련 게시글 364건 분석

12) 100동=5.57원(2023.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 베트남 무알코올 음료 제품, '병' 패키지 다수

▶ 베트남 무알코올 음료 제품, '병' 패키지 다수

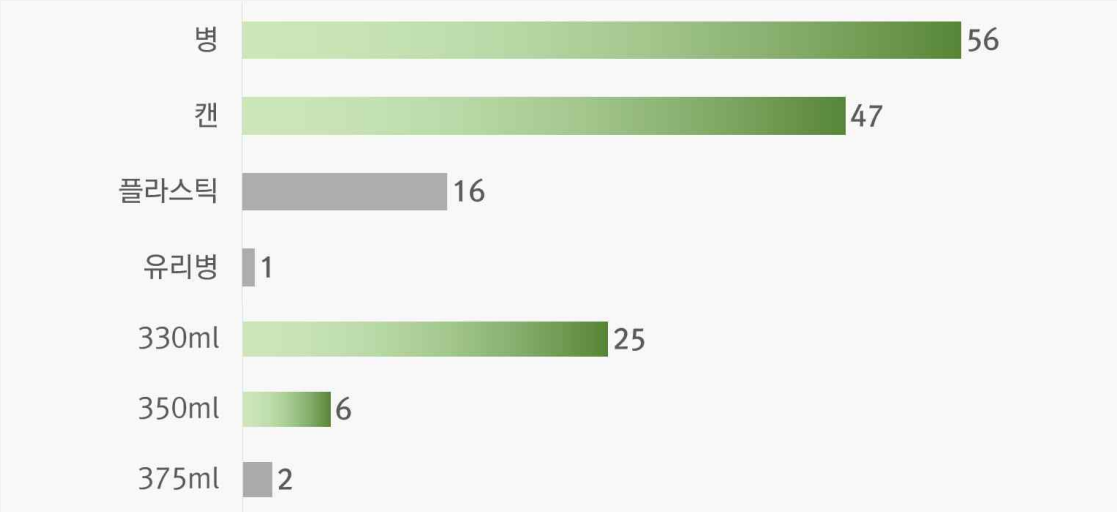
- '병' 키워드가 빈도 56건으로 패키징 키워드 1위
- '병' 패키지는 맥주, 칵테일 등 음료 종류와 상관없이 다수 빈출
- 다음으로, '캔' 키워드가 47건으로 2위, '플라스틱' 16건으로 3위

▶ 베트남 무알코올 음료 제품 중량, '330ml' 최다 빈출

- 무알코올 음료 제품 중 '330ml' 키워드가 빈도 25회로 최다 빈출
- 다음으로 '350ml'와 '375ml'가 각각 6회, 2회 빈출

병		캔		330ml	
제품명	무알코올 맥주 6병	**제품명**	무알코올 귀리 음료 30캔	**제품명**	무알코올 맥주 2병
브랜드	바르슈타이너(Warsteiner)	**브랜드**	사네스트(Sanest)	**브랜드**	클라우스탈러(CLAUSTHALER)
가격	330ml/273,600동(15,240원)	**가격**	190ml/350,000동(19,495원)	**가격**	330ml/160,000동(8,912원)

[표 3.2] 베트남 판매 무알코올 음료 패키지 관련 키워드



자료: 베트남 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 '무알코올 음료' 관련 게시글 364건 분석

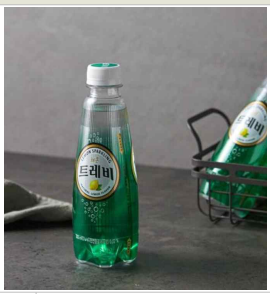
3. 베트남 무알코올 음료 맛, 과일 관련 키워드 빈도 높아

▶ 베트남 무알코올 음료 제품, '달콤한' 맛 가장 많아

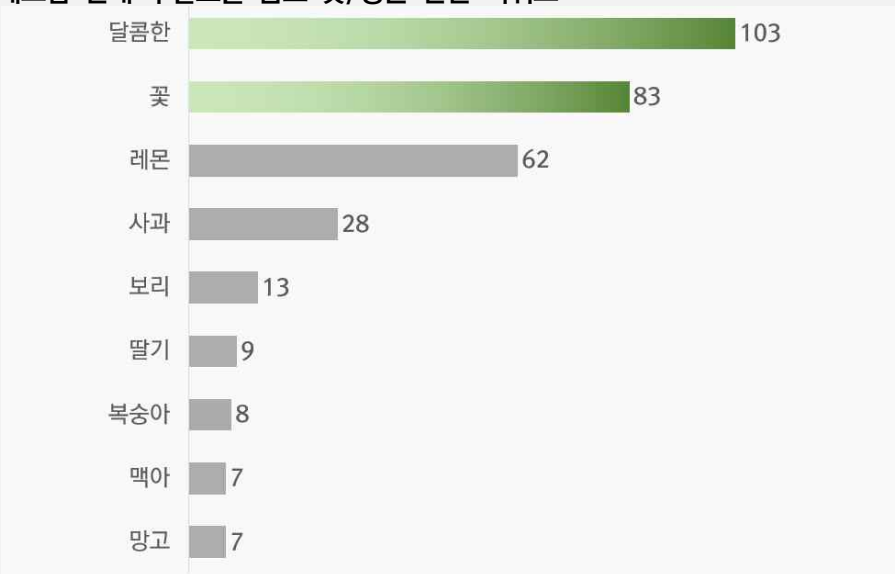
- 맛/성분 키워드 중 '달콤한' 키워드가 빈도 103건으로 1위
- 다음으로, '꽃' 키워드가 83건으로 2위, '레몬' 62건으로 3위
- '꽃' 키워드의 경우, 꿀과 커피를 섞은 음료나 꽃차 제품이 다수 확인

▶ 맛/성분 키워드 중 과일 관련 키워드 빈도 높아

- 맛 키워드 중 과일 관련 키워드 다수 등장
- '레몬' 62건, '사과' 28건, '딸기' 9건, '복숭아' 8건, '망고' 7건 등
- '레몬'의 경우 레몬맛 탄산수나 맥주 다수 확인
- 과일맛이 나는 칵테일이나 맥주, 음료가 주로 판매되고 있음
- 고객사 제품과 같이 건강에 좋은 재료가 함유된 무알코올 와인이나 맥주 제품은 확인되지 않음

달콤한		꽃		레몬	
					
제품명	무알코올 탄산수	제품명	무알코올 오렌지와인	제품명	무알코올 라임주스
브랜드	롯데	브랜드	깜따(Camta)	브랜드	클럽믹스(CLUB MIX)
가격	500ml/26,400동(1,470원)	가격	500ml/150,000동(8,355원)	가격	350ml/53,600동(2,985원)

[표 3.3] 베트남 판매 무알코올 음료 맛/성분 관련 키워드



자료: 베트남 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 '무알코올 음료' 관련 게시글 364건 분석

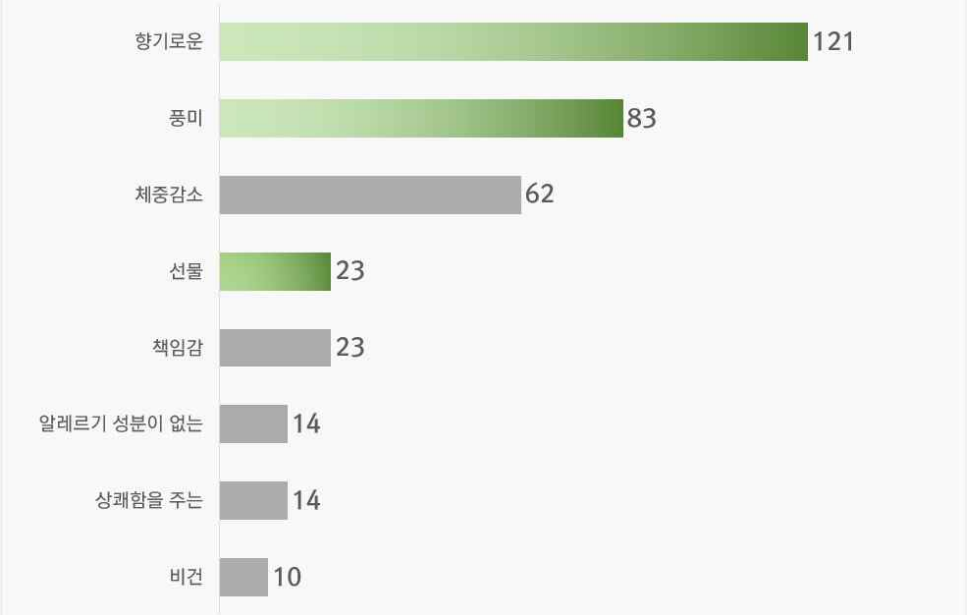
4. 베트남 무알코올 음료 홍보문구, '선물' 상위권

▶ 베트남 선물 트렌드, 점차 프리미엄 제품 선호

- 베트남에서는 주로 음력 설, 추석, 여성의 날, 스승의 날, 크리스마스 등 기념일에 선물을 주고받음
- 특히 음력 설 뗏(Tet) 기간에는 고급스럽고 보기 좋으며 함께 나눠 먹을 수 있는 선물을 주로 선택. 단일 품목보다는 다양한 구성을 선호
- 선물 패키징에는 좋은 기운, 강인함, 복 등을 상징하는 빨강과 금색을 사용
- 예전에는 타제품 대비 저렴한 제과류 선물세트가 주로 판매되었으나 베트남 경제 성장에 따른 가계소득 증가 등 이유로 인삼류, 수입 과실류 등 프리미엄 제품의 수요가 증가하는 추세
- 무알코올 음료의 경우에도 강렬한 빨강색을 사용한 선물용 제품이 확인됨

향기로운		풍미		선물	
제품명	무알코올 칵테일	**제품명**	무알코올 맥주 50캔	**제품명**	무알코올 음료 6병 세트
브랜드	세낵(Senac)	**브랜드**	사고타(SAGOTA)	**브랜드**	사네스트(Sanest)
가격	750ml/189,000동(10,527원)	**가격**	330ml/420,000동(23,394원)	**가격**	70ml/225,000동(12,532원)

[표 3.4] 베트남 판매 무알코올 음료 홍보문구 관련 키워드



자료: 베트남 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 '무알코올 음료' 관련 게시글 364건 분석

Ⅳ 유통채널

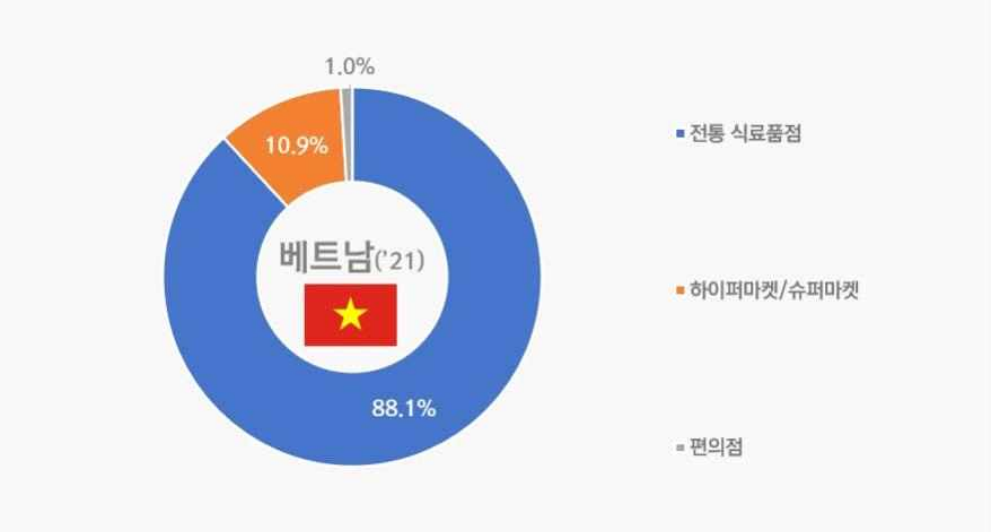
1. 베트남 무알코올 와인 유통채널 점유율
2. 베트남 무알코올 와인 주요 유통채널

1. 베트남 무알코올 와인 유통채널 점유율

▶ 베트남 무알코올 와인, 전통적 매장 비중 압도적

2021년 베트남 내 무알코올 와인이 포함된 식료품의 유통채널 중 1위 채널은 '전통 식료품점'으로 88.1%의 압도적인 점유율을 보임. 베트남 내 두 번째로 높은 점유율의 유통채널은 '하이퍼마켓/슈퍼마켓'으로 10.9%의 비중을 차지함. 이외에도 편의점을 통한 유통이 1.0% 비중으로 발생함. 베트남 내에서는 전통적 매장을 통한 유통 비중이 큰데, 이는 호치민과 하노이와 같은 대도시에만 현대적 매장이 국한되어 있기 때문임. 코로나19 여파로 인해 전자상거래 플랫폼 및 온라인 배달앱을 통한 거래도 이전에 비해 증가하였으나, 아직 베트남 내에서 무알코올 와인과 같은 식료품은 온라인 채널보다는 오프라인을 통한 매장 판매의 비중이 높으므로 이를 활용한 전략이 필요함

[표 4.1] 베트남 무알코올 와인 유통채널 점유율



베트남 무알코올 와인 유통채널 점유율[13)14)15)]	
유형	점유율
전통 식료품점	88.1%
하이퍼마켓/슈퍼마켓	10.9%
편의점	1.0%

자료: 스태티스타(Statista)

13) 자료: 스태티스타(Statista), 「Distribution of grocery retail sales in Vietnam in 2021, by channel」, 2023.01
14) 2021년 기준, 베트남 '식료품'의 B2C 소매유통채널 점유율임
15) '무알코올 와인'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 인접 카테고리인 '식료품(Grocery)'의 정보를 확인함

2. 베트남 무알코올 와인 주요 유통채널 ① 타카시마야 백화점

기업 기본 정보	기업명	타카시마야 백화점(Takashimaya)
	기업구분	백화점
	홈페이지	online.takashimaya-vn.com
	위치	호치민(Ho Chi Minh)
	규모	매출액[16] • 7,611억 엔(약 6조 9,029억 원[17])
		기타 규모 • 매장 수('23): 23개
	기업 요약	• 일본 백화점 브랜드의 호치민 지점이며, 타카시마야 백화점은 일본과 호치민 외에 싱가포르, 상하이, 시암에도 지점을 두고 있음 • 1831년에 일본에 처음 설립되었으며, 190년의 역사를 보유

매장정보	입점 가능 품목	• 제과 및 초콜릿, 간식, 차와 커피, 식품 선물 세트 등
	선호 제품	• 선물용 제품
	매장 전경	

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 이메일을 통한 문의 • 등록 시 필요한 일반적 정보 - 공급자 정보 (공급자 이름, 기업 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) - 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 권장소비자가격 등) - 참고 자료 (회사 소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 - 이메일: online@takashimaya-vn.com.vn - 전화번호: +84-28-3827-8555

자료: 타카시마야 백화점(Takashimaya Department Store)
사진 자료: 타카시마야 백화점(Takashimaya Department Store)

16) 타카시마야 그룹 매출액
17) 100엔=906.97원(2023.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 베트남 무알코올 와인 주요 유통채널 ② 다이아몬드플라자

기업 기본 정보	기업명	다이아몬드플라자(Diamond Plaza)
	기업구분	백화점
	홈페이지	shopping.diamondplaza.com.vn
	위치	호치민(Ho Chi Minh)
	규모	기타 규모 • 매장 수('23): 1개
	기업 요약	• 2020년 개장되었으며, 베트남 시민들에게 한국의 63빌딩과 비슷한 상징적 의미를 가지고 있는 곳 • 2015년 롯데백화점이 지분을 인수한 후, 7년 만에 재단장하여 베트남 유일의 '럭셔리 백화점'으로 탈바꿈 • 주로 명품 브랜드가 입점해 있으며, 식품은 4층에 슈퍼마켓 형태로 입점해 있음

매장정보	입점 가능 품목	• 식품, 의류, 생활용품 등
	선호 제품	• 선물용 제품
	매장 전경	

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 입점 문의 - 홈페이지 상단에 'Lien he' 클릭 - 홈페이지 기입 정보(이름, 주소, 이메일, 전화번호, 메시지) • 문의사항 연락처 - 이메일: dds@diamondplaza.com.vn - 전화번호: +84-28-3822-5500

자료: 다이아몬드 플라자(Diamond Plaza)
사진 자료: 다이아몬드 플라자(Diamond Plaza)

2. 베트남 무알코올 와인 주요 유통채널 ③ 쇼피 베트남

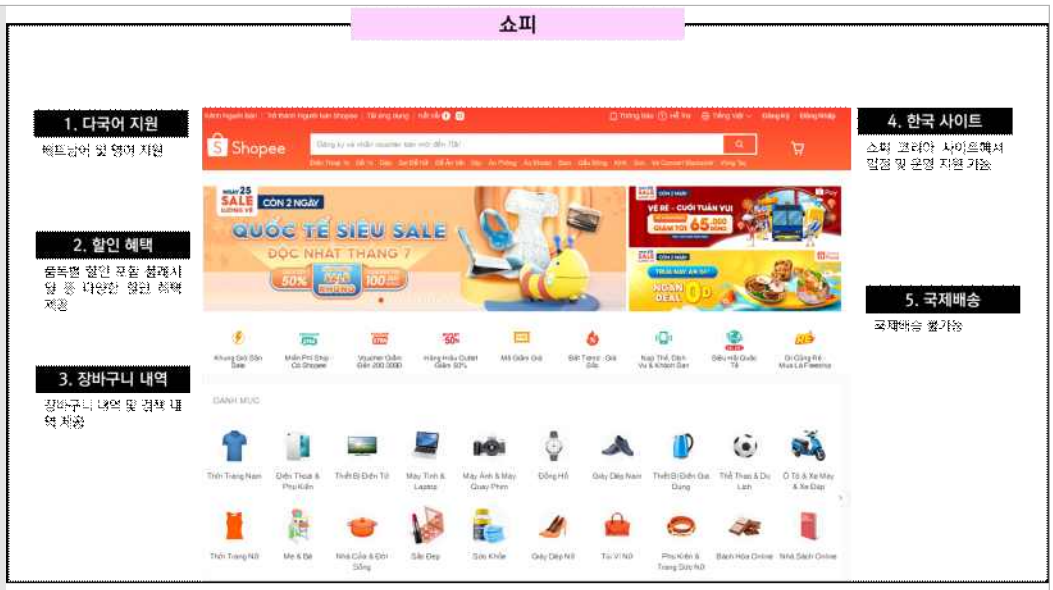
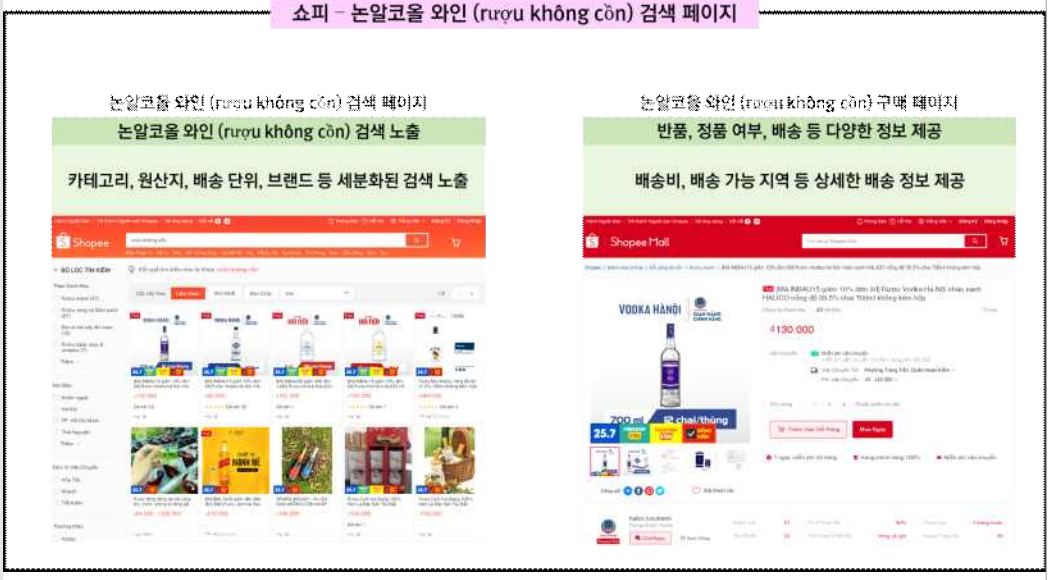
기업 기본 정보	기업명	쇼피 베트남(Shopee Vietnam)	
	기업구분	온라인 종합 쇼핑몰	
	홈페이지	www.shopee.vn	
	규모	매출액('23)	• 91조 동(한화 약 5조 687억 원[18])
		기타 규모	• 방문횟수(최근 1개월): 1억 2,400만 명
	기업 요약	• 동남아시아와 대만의 대표적인 온라인 쇼핑 플랫폼 • 일본, 말레이시아, 중국 등 국가에서 이용 가능 • 지역에 따라 노출되는 품목 및 브랜드가 다름	

매장 운영 정보	홈페이지 정보	해외 판매	해외 판매 가능
		검색 방식	카테고리, 원산지, 배송단위 검색 등
주요 프로모션 정보			
	품목별 할인, 배송비 무료, 쿠폰 등 다양한 프로모션 진행		

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 한국 홈페이지 직접 등록 - 쇼피 한국 홈페이지(shopee.kr/) 상단에서 '입점 등록하기' 따라 항목 입력 후 제출 - 등록 시 필요한 정보 ① 공급자 정보 (이름, 핸드폰 번호, 이메일, 국내 사업자 등록번호) ② 제품 정보는 셀러 등록 후 별도 입력 • 베트남 홈페이지 직접 등록 - 홈페이지 우측 상단 'dang ky' 클릭하여 가입 후 판매자(Seller) 등록 • 입점 문의 후 진행 - 홈페이지 상단 tro thanh Nguoi ban Shopee 클릭 - 정보 기입하여 제출 • 문의사항 연락처 - 이메일: support@shopee.vn

자료: 쇼피 베트남(Shopee Vietnam), 시밀러웹(Similarweb), 쇼피 코리아(Shopee Korea)
사진 자료: 쇼피 베트남(Shopee Vietnam)

18) 100동=5.57원(2023.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

온라인몰 UI ①	 품목별 할인 등 다양한 할인 혜택 제공 한국 사이트에서 판매 등록 가능
온라인몰 UI ②	 카테고리, 원산지, 배송 단위, 브랜드 등 세분화된 검색 노출 반품, 정품 여부, 배송 등 다양한 정보 제공

자료: 쇼피 베트남(Shopee Vietnam)
사진 자료: 쇼피 베트남(Shopee Vietnam)

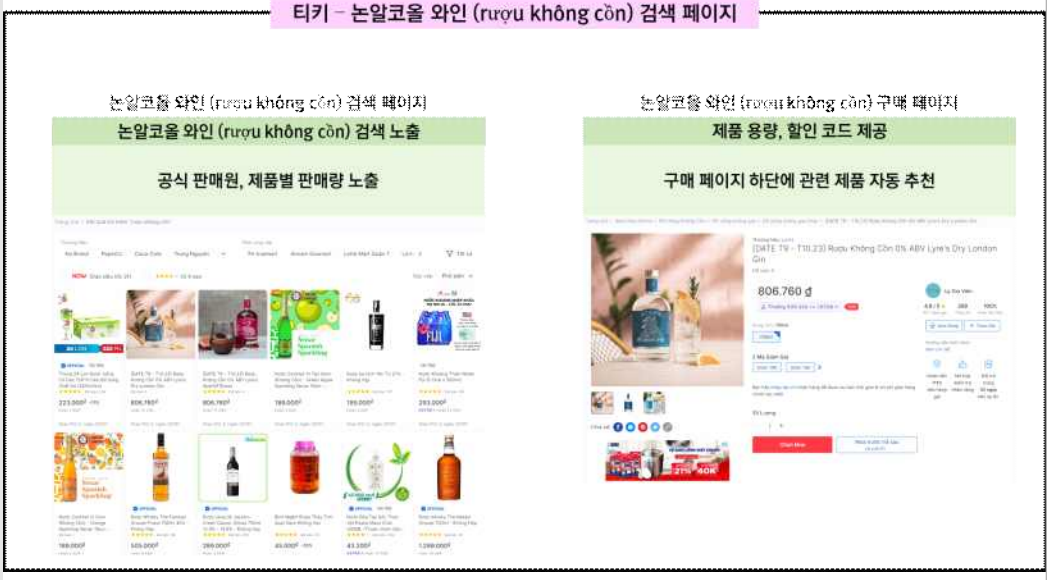
2. 베트남 무알코올 와인 주요 유통채널 ④ 티키

기업 기본 정보	기업명	티키(Tiki)	
	기업구분	온라인 종합 쇼핑몰	
	홈페이지	www.tiki.vn	
	규모	기타 규모	• 방문횟수(최근 1개월): 약 900만 명 • 앱다운로드수('22): 1,000만 회
	기업 요약	• 2010년 3월에 베트남에 설립되어, 2023년 기준 베트남 2위 전자상거래 사이트 • 수백만 가지의 제품이 입점되어 있음 • 매일 다양한 프로모션 제공 • TikiNOW 패키지 구매 시, 100% 무료 배송 및 익일 배송	

매장 운영 정보	홈페이지 정보	해외 판매	국내 판매만 가능
		검색 방식	브랜드, 판매원 검색
주요 프로모션 정보			
	품목별 할인, 쿠폰 등 다양한 프로모션 진행		

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 유선 연락 또는 이메일 통해 문의 - 입점 절차는 크게 가입 및 계약서 작성, 필요정보 등록, 홈페이지에 제품 등록 3단계로 이루어짐 - 정책 및 규정 확인 후 안내된 절차에 따라 입점 문의 - Register Tody 클릭하여 필요정보 기입 - 입점 후 Sales Center 이용하여 제품 설명 및 판매 가격 자유롭게 조정 가능 • 등록 시 필요한 정보 - 공급자 정보 (담당자명, 연락처, 이메일 주소, 기업명, 사업자 등록번호 등) - 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 판매 가격, 원산지 등) • 문의사항 연락처 - 이메일: partnersupport@tiki.vn - 전화: +84-1900-6034

자료: 티키(Tiki), 시밀러웹(Similarweb)
사진 자료: 티키(Tiki)

온라인몰 UI ①	 검색 시 검색 내역 및 추천 검색어, 추천 카테고리 제공 대도시 지역에 한해 당일 배송
온라인몰 UI ②	 공식 판매원, 제품별 판매량 노출 구매 페이지 하단에 관련 제품 자동 추천

자료: 티키(Tiki)
사진 자료: 티키(Tiki)

2. 베트남 무알코올 와인 주요 유통채널 ⑤ 기프트팝

기업 기본 정보	기업명	기프트팝(Giftpop)	
	기업구분	모바일 선물 시장	
	홈페이지	www.giftpop.vn	
	규모	기타 규모	• 방문횟수(최근 1개월): 약 2만 1,500명 • 앱다운로드 수('22): 약 1만 회
	기업 요약	• 모바일 상품권 서비스 플랫폼 • 실시간으로 원하는 사람에게 언제든 선물 가능 • 베트남 내외의 수많은 유명 브랜드와 제휴 • 선물 시, 메시지 함께 전송 가능 • 구매할 때마다 POP 포인트 적립하여 후속 구매 사용 가능	

매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	없음
		해외 판매	국내 판매만 가능
		검색 방식	카테고리, 제품명 검색
주요 프로모션 정보			
	선착순, 품목별 할인 등 다양한 프로모션 진행		

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 직접 등록 - 홈페이지 상단의 'LIEN HE'를 클릭한 다음 양식에 따라 항목 입력 후 제출 - 등록 시 필요한 정보 ① 공급자 정보 (이름, 이메일. 전화번호) ② 제품 정보 (상세 메시지) • 문의사항 전화 : +84-024-2268-1357 이메일 : support@giftpop.vn

자료: 기프트팝(Giftpop), 시밀러웹(Similarweb), 구글 플레이스토어
사진 자료: 기프트팝(Giftpop)

온라인몰 UI ①	 플래시 딜 방식의 할인 혜택 제공 일부 사용처에서 바우처 결합 가능
온라인몰 UI ②	 인기순, 가격순으로 정렬 포인트 사용 시 할인 금액 안내

자료: 기프트팝(Giftpop)
사진 자료: 기프트팝(Giftpop)

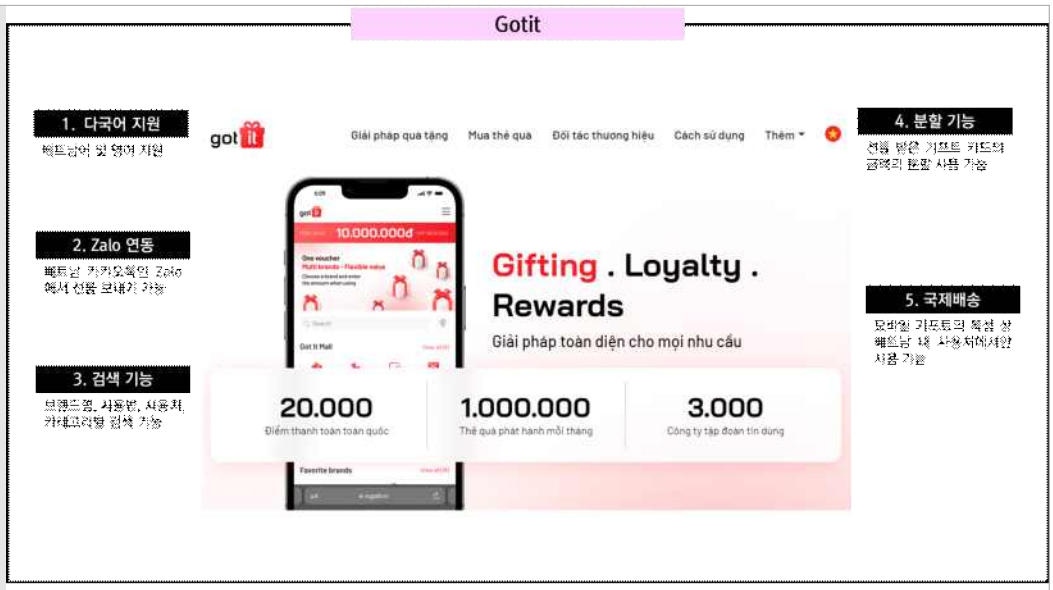
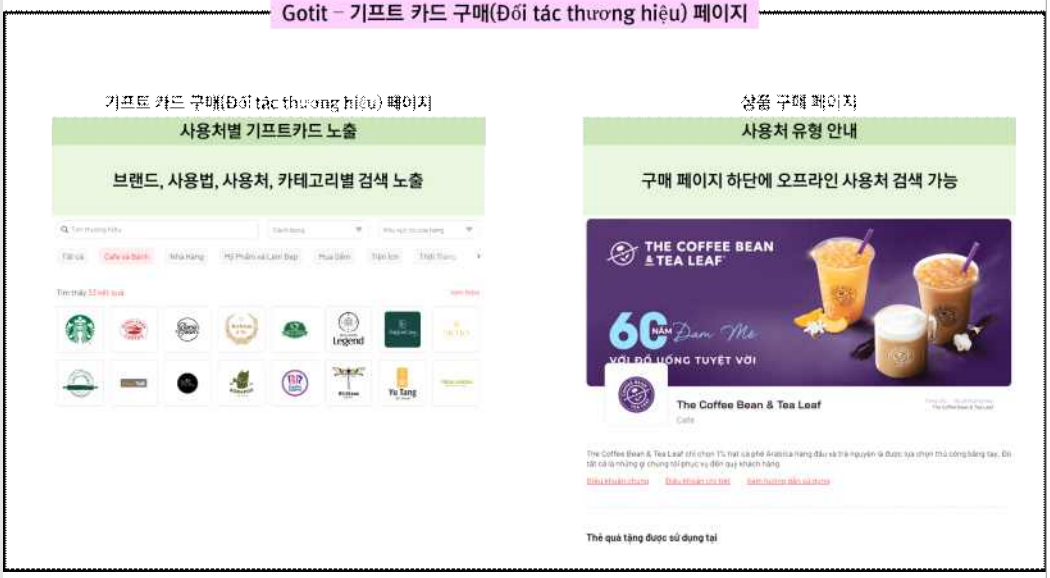
2. 베트남 무알코올 와인 주요 유통채널 ⑥ 갓잇

기업 기본 정보	기업명	갓잇(Gotit)	
	기업구분	모바일 선물 시장	
	홈페이지	www.gotit.vn/gifting	
	규모	기타 규모	• 방문횟수(최근 1개월): 약 22만 8,300명
	기업 요약	• 온라인 메신저 Zalo를 통해 선물하기 가능 • 3,000개 이상의 기업과 제휴를 맺음 • 전국 300개 이상의 브랜드와 2만 개의 매장 및 웹사이트와 제휴 • 6,400만 명 이상의 사용자를 보유 • 즉각적으로 선물 제공이 가능 • 2022년 정보 보안 관리 시스템 인증 획득	

매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	없음
		해외 판매	국내 판매만 가능
		검색 방식	제품명, 사용법, 사용처 등 검색
주요 프로모션 정보			
	베트남의 대표 메신저인 Zalo라는 플랫폼과 제휴하여 Zalo 내에서 선물하기 가능		

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 고객센터를 통한 연락 - 홈페이지 상단의 'Thêm' 마우스 오버 후 'LIEN HE'를 클릭한 다음 고객센터 이메일 또는 전화 연락 • 문의사항 전화 : +84-028-3622-1022 이메일 : hotro@gotit.vn

자료: 갓잇(Gotit), 시밀러웹(Similarweb)
사진 자료: 갓잇(Gotit)

온라인몰 UI ①	 베트남 대표적인 모바일 메신저인 Zalo와 연동 기프트 카드 금액 분할 가능
온라인몰 UI ②	 브랜드, 사용법, 사용처, 카테고리별 검색 노출 구매 페이지 하단에 오프라인 사용처 검색 가능

자료: 갓잇(Gotit)
사진 자료: 갓잇(Gotit)

2. 베트남 무알코올 와인 주요 유통채널 ⑦ DLG호텔다낭

기업 기본 정보	기업명	DLG호텔다낭(DLG Hotel)
	기업구분	호텔
	홈페이지	www.dlghoteldanang.com
	위치	다낭(Danang)
	규모	기타 규모 • 매장 수('23): 1개
	기업 요약	• 다낭 미케 해변에 위치한 5성급 호텔 • 237개 객실과 식당, 스파, 수영장 등 부대시설 보유 • 다과 및 플로팅 트레이 프로모션 제공 • 그랜드 홀과 랑데부 광장을 통한 모임 연회 행사 제공 • 매일 태극권 강습이 이루어지며, 투숙객 참여할 수 있음

매장정보	입점 가능 품목	• 다과류, 주류, 음료 등
	선호 제품	• 고급 브랜드
	매장 전경	

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 입점 문의 - 홈페이지 하단 'Contact Us' 클릭 - 'Contact Us' 문의 양식 작성 - 등록 정보 ① 공급자 정보 (이름, 휴대폰 번호, 이메일) ② 공급 제품 정보 (메시지) • 전화, 이메일을 통한 문의 • 문의사항 연락처 - 전화번호 : +84-0-2363-92-52-88 - 이메일 : info@dlghoteldanang.com

자료: DLG호텔다낭(DLG Hotel)
사진 자료: DLG호텔다낭(DLG Hotel)

2. 베트남 무알코올 와인 주요 유통채널 ⑧ 소피텔레전드메트로폴하노이

기업 기본 정보	기업명	소피텔레전드메트로폴하노이 (Sofitel Legend Metropole Hanoi)
	기업구분	호텔
	홈페이지	all.accor.com/hotel/1555/index.ko.shtml
	위치	하노이(Hanoi)
	규모	기타 규모 • 매장 수('23): 1개
	기업 요약	• 하노이 구시가지 중심부에 위치한 5성급 호텔 • 하노이 노이바이 공항에서 35km 반경에 위치함 • 364개 객실과 바, 식당, 스파, 수영장, 웨딩홀 등 부대시설 보유 • 바는 4개, 식당은 3개 입점 • 베트남어, 프랑스어, 일본어, 영어 이용 가능 • 룸서비스로 간식과 식사 제공

매장정보	입점 가능 품목	• 다과류, 주류, 와인 등
	선호 제품	• 고급 브랜드
	매장 전경	

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 전화, 이메일을 통한 문의 • 문의사항 연락처 - 전화번호 : +84-24-3826-6919 - 이메일 : H1555@SOFITEL.COM

자료: 아코르(Accor)
사진 자료: 아코르(Accor)

V
진입장벽

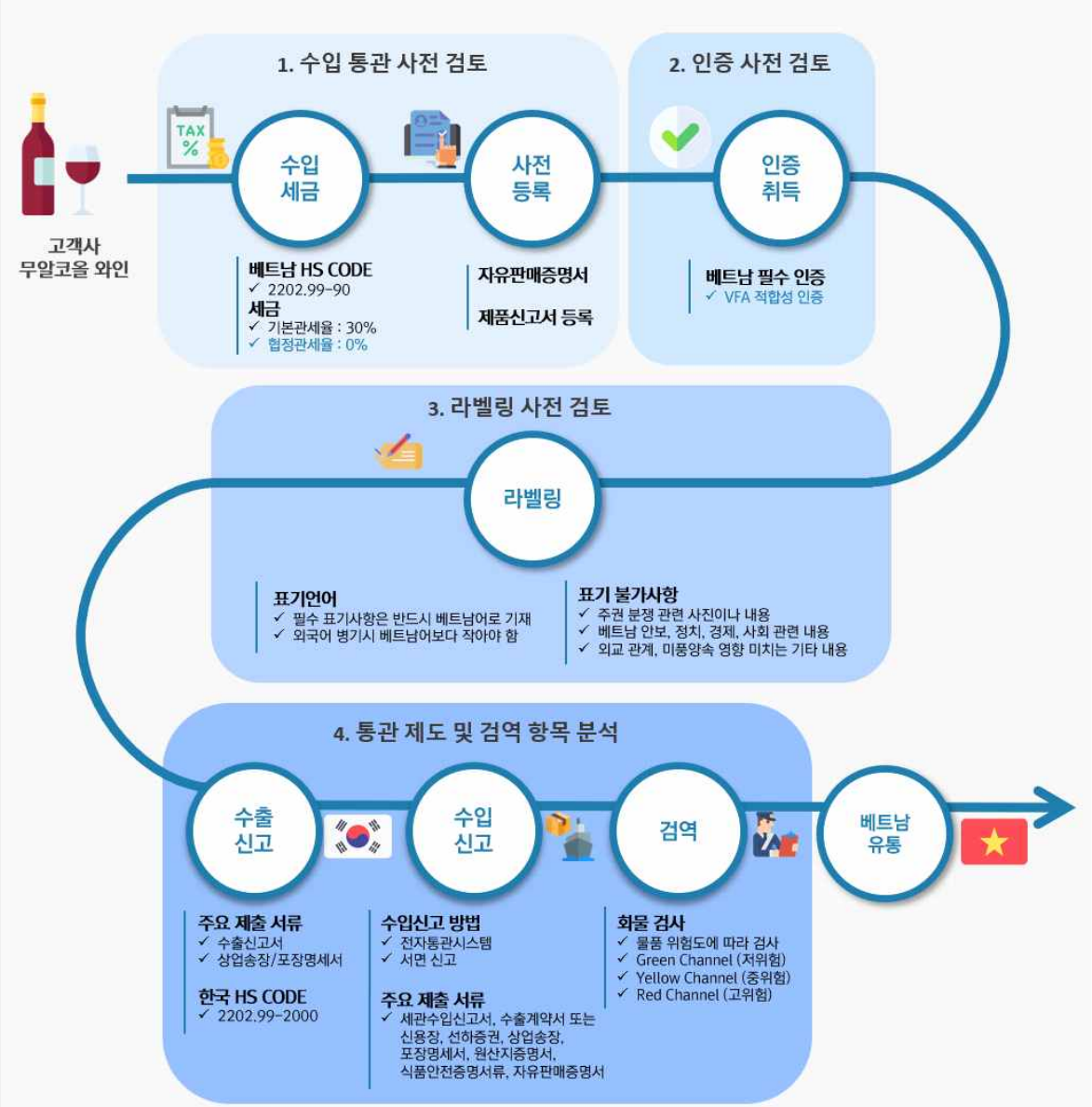
1. 베트남 무알코올 와인 통관 및 검역 절차
2. 베트남 무알코올 와인 품질 인증
3. 베트남 무알코올 와인 라벨링
4. 베트남 무알코올 와인 성분 및 유해물질

1. 베트남 무알코올 와인 통관 및 검역 절차[19)]

▶ 베트남 무알코올 와인 수출 통관 및 검역 절차

베트남에 무알코올 와인을 수출하기 위한 통관 검역 절차는 하기 표와 같음. 사전에 자유 판매 증명서와 제품신고서를 등록해야 함. 화물검사의 경우 Green Channel(저위험), Yellow Channel(중위험), Red Channel(고위험)로 위험도에 따라 분류하여 화물검사가 진행됨

[표 5.1] 베트남 무알코올 와인 통관 및 검역 절차



자료: 관세청, 베트남 관세청, KOTRA, 베트남 법령 Law No.55/2012/QH12

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

2. 베트남 무알코올 와인 품질 인증

▶ 베트남 무알코올 와인, VFA 적합성 평가 必

베트남에 가공식품을 수출하기 위해서는 베트남 보건부 산하 식품안전국(VFA: Vietnam Food Administration) 적합성 평가를 필수로 받아야 함. 수입업체는 반드시 식품안전규정 적합성을 판정받아 식품안전국에 결과를 신고해야 함. 식품 유형 및 성분에 따라 법령이 세분되어 있으며, 각 제품에 적용되는 개별 법령을 반드시 확인하고 관련 법령을 모두 준수해야 함

[표 5.2] 베트남 무알코올 와인 VFA 적합성 인증

인증명	취득 정보	
VFA 적합성 인증	목적	• 수입식품에 대한 식품위생과 식품안전 관리를 위해 도입함[20]
	기관	• 인증기관: 베트남 보건부 산하 식품청(VFA) • 시험 및 인증 대행 기관: Vietnam Food Administration FSI, Vinacert-Control Sac Ky Hai Dang JSC QUACERT
	절차	• 적합성 평가 인증 신청 서류 제출 (베트남 수입업체) • 적합성 평가 (인증기관) • 식품안전규정 적합성 선언문 발표 (인증기관) • 식품안전규정 적합성 판정 신고 • 신고 접수 확인 및 공개통보 (베트남 식품청)
	일반 식품 필요 서류	• 판정 신청서 • 제품 상세정보(식별 가능한 기준(색, 맛, 상태), 필수 품질 기준, 미생물 기준, 중금속 기준, 성분 및 첨가물 기준, 유효기일, 사용 및 유지 지침, 포장 정보, 라벨 내용, 원산지(해외 생산업체 이름, 국가명, 현지 수입업체 또는 유통업체 이름 및 주소) • 공인인증기관에서 발행한 적합인증서 • 자체 평가를 시행한 경우에는 지정된 시험기관 또는 원산지 국가의 민간 시험기관에서 발행한 12개월 이내의 제품시험 결과서 • 정기적인 모니터링 계획 및 품질관리계획 • 원산지 국가의 원본 라벨 샘플과 베트남어 라벨 샘플 • (베트남 최초 수입 시) 제품 샘플 • 해외 생산업체의 HACCP 혹은 ISO 22000 혹은 GMP 혹은 기타 동등한 인증서(선택사항) • 식품안전요건을 충족시키는 시설에 대한 인증서 또는 증명서

자료: 베트남 보건부 Circular No. 19/2012/TT-BYT, KOTRA

20) 근거 규정: 식품안전시행법 세부규정에 관한 베트남 정부 법령(38/2012/ND-CP), 식품첨가물에 대한 국가기술규정(QCVN:2011/BYT)

▶ 베트남 무알코올 와인, 품질 인증 취득 권장

베트남으로 무알코올 와인 제품 수출 시, 필수로 취득해야 하는 강제 인증은 없는 것으로 확인됨. 베트남 보건부 식품청에 따르면 식품의 안전이나 제조에 관하여 별도의 인증을 부과하고 있지 않음. 다만, HACCP, ISO 22000, GMP 등 식품의 생산과 그 안전성에 대한 인증의 경우, 선택적으로 획득하여 활용할 수 있음

[표 5.3] 베트남 무알코올 와인 인증 취득 정보

인증명	인증 성격	강제 유무	발급 기관	인증 마크
HACCP	식품 생산 안전 인증	선택	식품의약품안전처 (한국식품안전관리인증원)	
ISO 22000	식품 생산 안전 인증	선택	정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관	
GMP	식품 생산 안전 인증	선택	지방식품의약품안전처	

자료: 각 인증기관

3. 베트남 무알코올 와인 라벨링

[표 5.4] 베트남 무알코올 와인 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	1. 표기 언어	• 필수 표기 사항은 반드시 베트남어로 기재되어야 하며 외국어를 함께 적는 경우 외국어는 베트남어 문자 크기보다 작아야 함 • 베트남어로 된 내용은 원문 라벨과 내용이 상응해야 함 • 필수 표기 사항을 제외하고 선택 표기 사항이 있는 경우 베트남어로의 번역은 필요하지 않으나 해당 내용은 상품의 성질, 용도 및 라벨 상의 기타 내용을 왜곡하지 않아야 함
	2. 상품명	• 상품명은 라벨에서 눈에 잘 띄고 읽기 쉬운 곳에 넣어야 하며, 다른 필수 정보와 비교하여 가장 큰 크기로 표기해야 함 • 성분의 전체 또는 일부를 취하여 상품명을 작성한 경우 성분의 중량을 명시해야 함
	3. 원산지	• 상품을 제조, 수입하는 단체 또는 개인은 자체적으로 상품의 원산지를 확인하고 기재해야 하며 상품 원산지에 관한 법률, 베트남이 참여 또는 서명한 협정에 따라 성실하고 정확하게 기재해야 함 • 원산지를 기재하는 방법은 '~에서 생산(sản xuất tại)', '~에서 제조(chế tạo tại)', '생산국(nước sản xuất)', '원산지(xuất xứ)'의 형태로 기재함 • 물품의 생산국가 또는 지역명은 약어의 형태로 기재하지 않음
	4. 성분 및 성분 함량 또는 영양 정보	• 성분, 식품첨가물을 표시할 때 중량 대비 성분의 비율 또는 중량 등 법률이 정하는 바에 따라 표기해야 함 • 홍보를 위해 특정 성분을 라벨에 표기하는 경우 해당 성분에 대한 용량은 필수적으로 표기해야 함 • 식품첨가물의 명칭은 국제 코드 또는 성분명으로 작성해야 함 • 2개 이상의 식품첨가물을 표기하는 경우 중량 대비 비중 순으로 나열해야 함 • 식품첨가물 이름 아래에 'Dùng cho thực phẩm(식품을 위해 사용됨)'의 문장을 최소 2mm 이상의 굵은 글씨체로 표기해야 함

자료: 베트남 보건부, 베트남 보건부 Decree 43/2017/ND-CP

[표 5.4] 베트남 무알코올 와인 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	5. 상품을 책임지는 단체 및 개인의 명칭과 주소	• 상품 책임기관의 명칭과 주소는 축약해서 표기할 수 없음 • 베트남 내 유통 목적으로 수입된 상품에는 제조자와 수입자의 이름 및 주소를 표기해야 함 • 외국인 무역업자의 직접 판매 대리인으로 활동하는 단체 또는 개인이 베트남으로 수입한 상품의 라벨에는 제조자 및 판매 대리인의 이름 및 주소를 표기해야 함 • 상표가 프랜차이즈화되어 있는 상품의 경우에는 프랜차이즈의 이름 및 주소를 표기해야 함 • 상품의 포장, 조립 및 병입(bottling)과 관련된 기관의 이름과 주소는 해당 기관의 동의를 얻은 후에 상품을 생산하는 기관의 이름 및 주소와 함께 기재되어야 함
	6. 중량	• 측정단위로 중량을 표시하는 상품은 베트남 법에 따라 측정단위를 표기함 • 수량으로 중량을 표시하는 상품은 숫자(자연수)로 표기함 • 포장에 담긴 상품의 단위가 다를 경우 상품별 중량과 총량을 반드시 표기함 • 색상, 향기, 맛을 내는데 사용되는 첨가물의 명칭이 상품명에 포함되어 있다면 라벨에는 해당 첨가물의 중량 표기가 불필요함 • 천연 추출물/에센스의 이름이 상품명에 포함된 경우 추출물/에센스의 중량 또는 추출물/에센스의 양을 얻기 위해 사용한 물질의 중량을 표기함 • 상품의 중량 표기 방법은 신규 라벨링 규정(Decree 43)의 [부록2]를 참고함
	7. 위생 안전에 대한 경고 및 안내	• 특정한 방부제가 인간, 동물, 환경에 유독하며 알레르기를 일으키는 리스트에 있는 사용량을 지정하게 된 상품이라면 상품의 성분이나 혼합 성분에 있는 물질에 대한 성분분석 증명서에 방부제의 이름을 추가해야 함 • 상품이나 상품의 성분이 방사선에 노출되었거나 유전자 변형기술을 적용한 것은 베트남이 회원으로 가입한 국제조약의 규칙에 따라 적용함

자료: 베트남 보건부, 베트남 보건부 Decree 43/2017/ND-CP

[표 5.4] 베트남 무알코올 와인 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	8. 제조 일자 및 유통기한	• 제조일자 및 유통기한은 일-월-년(양력) 순서로 표기하되 다른 순서로 표기할 경우 베트남어로 주석을 달아야 함 • 일, 월, 년을 의미하는 숫자는 두 자릿수로 표기하며 연도를 의미하는 숫자는 네 자릿수로 표기할 수 있으며 같은 행에 표시함 • 제조 일자를 제조 월로 표기하는 경우 월-년(양력)으로 표기함 • 제조 일자를 제조 연도로 표기하는 경우, 네 자릿수로 표기함 • 제조 일자, 유통기한은 '제조 일자(Ngày Sản Xuất)', '유통기한(Hạn sử dụng)', '유통기한(Hạn dụng)'의 형태인 풀어쓴 형태로 표기하거나 'NSX', 'HSD', 'HD'와 같은 약어 형태로 표기 가능함 • 상품의 분류에 따라 '유통기한(Hạn sử dụng)', '기한까지 유효(Sử dụng đến ngày)' 또는 '기한 전까지 사용(Sử dụng tốt nhất trước ngày)'과 같은 문구를 기재해야 함 • 신규 라벨링 규정(Decree 43) [부록1]에 명시한 바와 같이 제조 일자와 유통기한을 반드시 표기해야 하는 상품의 경우 제조 일자가 일-월-년의 형태로 기재되어 있다면 유통기한은 기간의 형태로 표기될 수 있음. 또한, 라벨에 유통기한이 기재되어 있지 않을 때는 제조일로부터 만료일까지의 기간으로 제조 일자 표기가 가능함 • 상품의 제조 일자 및 유통기한의 표기 방식이 규정에서 지정한 방법과 다른 경우 신규 라벨링 규정(Decree 43) [부록3]의 '항목2'에서 명시한 방식을 따라야 함
	9. 기타 표기 사항	• 상품 책임기관은 일련번호, 바코드, 규격 표기, 기타 정보를 표기할 수 있음. 그러나 추가 내용은 법과 규정을 위반하지 않으며 상품의 본질을 반영해야 함. 또한, 라벨에 기재된 내용은 정확해야 하며 그 내용을 위조해서는 안 됨 • 상품의 라벨은 주권 분쟁에 관련된 사진, 내용과 베트남의 안보, 정치, 경제, 사회, 외교 관계, 미풍양속에 영향을 미치는 기타 내용을 포함할 수 없음

자료: 베트남 보건부, 베트남 보건부 Decree 43/2017/ND-CP

▶ 베트남 무알코올 와인 라벨 샘플[21)]

[앞면 라벨링]	[뒷면 라벨링]	[아랫면 라벨링]

[앞면 – 베트남어]	[앞면 – 국문]
① THỨC UỐNG ĐẠI MẠCH HEINEKEN 0.0	① 하이네켄 맥주 0.0
② 6 LON / 33CL 69 CALORIES/LON	② 6개 팩 / 33CL 개당 69 칼로리
③ Heineken Pure Malt Quality	③ 하이네켄 퓨어 몰트 품질

[뒷면 – 베트남어]	[뒷면 – 국문]
① HEINEKEN 0.0	① 하이네켄 0.0
② Thức uống đại mạch Heineken 0.0 với hương vị độc đáo được chọn lọc từ những nguyên liệu tự nhiên và mang hương vị cân bằng, hoàn hảo, sảng khoái với vị đại mạch đằm mượt. Phù hợp cho mọi thời điểm trong ngày.	② 하이네켄 맥주 0.0은 고유한 맛을 가진 자연 재료로 선별하여 조화롭고 완벽하며 상쾌한 보리 맛을 선사합니다. 하루종일 즐기기에 적합합니다.
③ Bảo quản lạnh ở nhiệt độ 2 độ C– 5 độ C / Sử dụng trực tiếp / Rót sản phẩm ra ly để uống	③ 냉장 보관, 2℃–5℃로 유지 / 직접 마시거나 / 잔에 따라 섭취하세요

21) 베트남 오프라인 매장에서 판매되고 있는 무알코올 와인 제품을 찾을 수 없어, 유사 제품인 무알코올 맥주의 라벨 샘플을 제공함

[아랫면 - 베트남어]	[아랫면 - 베트남어]
① Vui lòng liên hệ: WWW.HEINEKEN-VIETNAM.COM.VN	① 문의: WWW.HEINEKEN-VIETNAM.COM.VN
② 18+	② 18+
③ Help us recycle	③ 재활용 해주세요
④ Call: 19001845	④ 전화: 19001845
⑤ Thức uống đại mạch	⑤ 맥주
⑥ Sản xuất theo giấy phép chuyển quyền sử dụng nhãn hiệu bởi Heineken Brouweruen B.V Amsterdam, Hà Lan. Sản phẩm của Công ty TNHH Nhà máy Bia Heineken Việt Nam.	⑥ Heineken 0.0은 네덜란드 암스테르담의 Heineken Brouwerijen B.V.에 의해 상표 사용 권한을 얻어 제조되었습니다. 제품은 Heineken Vietnam Brewery Limited Company에서 생산됩니다.
⑦ Tầng 18 và 19 Tòa nhà Vietcombank, số 5, Công trường Mê Linh, Phường Bến Nghé, Quận 1, TP.HCM, Việt Nam.	⑦ 주소: Tầng 18 và 19 Tòa nhà Vietcombank, số 5, Công trường Mê Linh, Phường Bến Nghé, Quận 1, TP.HCM, Việt Nam.
⑧ Xuất xứ: Việt Nam	⑧ 원산지: Việt Nam
⑨ Hướng dẫn bảo quản và sử dụng: Bảo quản nơi sạch sẽ, khô ráo, thoáng mát, tránh ánh nắng mặt trời, tránh bị đông đá. Ngon hơn khi uống lạnh.	⑨ 보관 및 사용 안내: 청결하고 건조하며 통풍이 잘되는 곳에 보관하고 직사광선과 얼음을 피해야 합니다. 차가운 상태로 섭취하면 더 맛있습니다.
⑩ Thành phần: Nước, đại mạch (6.6%), hương liệu tự nhiên và hoa bia Houblon.	⑩ 성분: 물, 대맥(6.6%), 천연 향료, 홉 풍미.
⑪ Giá trị dinh hưỡng trong 100 ml: Chất béo: 0g (trong đó chất béo bão hòa chiếm 0g). Carbohydrates: 4.8g (trong đó đường chiếm 1,3g), chất đạm: 0g, Muối 〈 0,01g.	⑪ 100ml당 영양 정보: 지방: 0g (포화지방 0g), 탄수화물: 4.8g (당 1.3g), 단백질: 0g, 소금 〈 0.01g.
⑫ Năng lượng: 89kl/21kcal.	⑫ 열량: 89kl/21kcal.
⑬ Thể tích thực ở 20 độ C: 06 Lon x 330ml (1,98 l).	⑬ 20도 C에서 실제 용량: 330ml x 6개 (총 1.98 리터).

	⑭ Số CB: 80_01/2022/HVN. ⑮ HSD & NSX: Xem dưới đáy lon	⑭ CB 번호: 80_01/2022/HVN. ⑮ 유효기한 및 제조일자: 캔 하단에 표기되어 있습니다.

4. 베트남 무알코올 와인 성분 및 유해물질

▶ 식품첨가물

베트남 보건부는 식품첨가물의 적절하고 올바른 사용으로 소비자 안전을 보장하기 위해 관리 및 사용 규칙 및 식품첨가물 기준치를 규정함. 베트남 식품첨가물 사용원칙에 따르면 식품첨가물의 사용량은 최소화하고, 최대허용량을 지켜야만 함. 식품첨가물의 포장은 식품안전 요건을 충족하는 장소에서 수행되어야 하며 라벨이 해당 규정에 맞게 제작되어야 함. 하기 표는 무알코올 와인에 적용되는 식품첨가물 목록과 사용기준의 일부임. 더욱 자세한 규정은 베트남 보건부 홈페이지 내 법률 및 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인 가능함

[표 5.5] 무알코올 와인에 적용되는 베트남 식품첨가물 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	사용기준	식품 유형
1	알긴산프로필렌글리콜로서	propylene glycol alginate	500 mg/kg	과일 및 채소주스
2	치자황색색소	gardenia yellow	300 mg/kg	
3	아스코르브산	Ascorbic acid	GMP[22]	과일주스
4	안식향산염	Benzoates	1,000 mg/kg	
5	칼슘 아스코르베이트	calcium ascorbate	GMP	
6	이산화탄소	carbon dioxide		
7	시트르산	citric acid	3,000 mg/kg	
8	펙틴	pectin	GMP	
9	인산염	Phosphates	1,000 mg/kg	
10	아스코르브산나트륨	sodium ascorbate	GMP	

출처: 베트남 보건부, KATI농식품수출정보

22) GMP(Good Manufacturing Practice): 식품첨가물이 특정 식품유형에 사용 가능한 것으로 등재되어 있으나 별도의 사용기준이 설정되지 않았을 경우, 해당식품에 첨가되는 첨가물의 양은 우수제조관리기준(GMP)에 따라 물리적, 영양학적 또는 기타 기술적 효과를 내는 최소

[표 5.5] 무알코올 와인에 적용되는 베트남 식품첨가물 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	사용기준	식품 유형
11	아황산염	Sulfites	50 mg/kg	과일주스
12	소르베이트	SORBATES	1,000 mg/kg	
13	주석산염	Tartrates	4,000 mg/kg	
14	dl-사과산	dl-malic acid	GMP	

출처: 베트남 보건부, KATI농식품수출정보

적정량이 사용되어야 함

▶ 유해물질

베트남 보건부는 유해물질의 적절하고 올바른 사용으로 소비자 안전을 보장하기 위해 관리 및 사용 규칙 및 유해물질의 잔류허용기준을 규정함. 하기 표는 무알코올 와인에 적용되는 유해물질 목록과 잔류허용기준임. 더욱 자세한 규정은 베트남 보건부 홈페이지 내 법률 및 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인 가능함

[표 5.6] 무알코올 와인에 적용되는 베트남 유해물질 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	잔류허용기준	식품 유형
1	납	Lead (Pb)	0.05 mg/kg	과일 및 채소주스(넥타, 즉석섭취음료 포함)
2	파툴린	Patulin	50 μg/kg	과일주스, 농축 과일주스 및 넥타
3	오트라톡신 A	Ochratoxin A	2 μg/kg	포도 주스, 농축 포도 주스 및 넥타, 포도 머스트 및 식품제조용 포도 주스

출처: 베트남 보건부, KATI농식품수출정보

▶ 알레르겐

베트남 보건부는 베트남에서 유통 및 수출입 식품에서 알레르기를 일으킬 수 있는 성분에 대하여 규제하고 있음. 또한, 라벨링 법령은 베트남에서 상품을 생산하는 개인과 단체, 상품을 수출입하는 개인과 단체에 적용됨. 고객사 무알코올 와인 제품 라벨에 표기되어야 하는 베트남 알레르기 유발물질 관련 정보는 하기 표와 같음

[표 5.7] 베트남 알레르겐 성분 규정

순번	표시 의무 여부	대상
1	의무	글루텐을 함유하고 있는 곡물 또는 식품 (e.g. 밀, 호밀, 귀리 등과 이를 활용한 전분 등)
2	의무	갑각류
3	의무	달걀과 달걀 제품
4	의무	어류와 어류 제품
5	의무	땅콩, 대두와 관련 제품
6	의무	우유와 유제품(락토스, 설탕, 우유 포함)
7	의무	견과류와 관련 제품
8	의무	10mg 또는 그 이상의 농도인 아황산염

자료: 베트남 보건부

VI
수입·유통업체 인터뷰

1. 와인킹(Wine King)
2. 르어우플라자(RƯỢU PLAZA)
3. 치(CHI)

Interview ①

23)

와인킹(Wine King)

Sales Representative

와인킹
(Wine king)

- **유형: 수입유통업체**
- **업체 특징:**
  - 2019년 설립
  - 호치민, 베트남에 위치한 유한회사
  - 주요 수입국: 프랑스, 이탈리아, 아르헨티나, 미국

담당자 정보

Sales Representative

Q. 베트남에서 무알코올 와인에 대한 수요는 어느 정도인가요? 최근 수요가 증가했나요?

베트남 내 무알코올 음료 시장은 우수한 성장을 보이는 카테고리입니다. 베트남의 급속한 경제 성장, 우호적인 인구 통계, 관광의 증가, 신흥 중산층의 증가가 그 원인으로 보입니다.

Q. 베트남 소비자들은 주로 어떤 장소, 상황, 시간에 무알코올 와인을 소비하나요?

무알코올 와인은 주로 알코올 섭취량을 줄이고 싶지만, 행사나 파티는 최대한 즐기고 싶은 사람들이 선택하는 음료입니다. 고객들은 중요한 파티 또는 특별한 날에 주로 고급 레스토랑과 바에서 소비하곤 합니다.

Q. 베트남 소비자들 사이에서 인기 있는 무알코올 음료의 종류는 무엇인가요?

인기 있는 무알코올 음료로는 무알코올 와인과 맥주가 있습니다. 그 외에도 학생과 청소년들에게 큰 인기를 끌고 있는 버블티, 모든 연령대의 커피 애호가들에게 사랑받는 베트남 커피가 있습니다.

Q. 베트남 선물 문화의 특징은 무엇인가요?

베트남 선물 문화의 특징은 받는 사람의 필요와 관심사, 욕구 등에 관심을 기울이는 것입니다. 선물의 물질적 가치보다는 주는 사람의 정신적 태도와 의미를 더 중요하게 여기는 특징이 있습니다.

Q. 베트남에서는 모바일 기기를 통한 선물하기(한국의 카카오톡 선물하기와 유사)가 보편화 되어있나요?

최근 베트남에서는 모바일 기기로 선물을 주는 것이 유행하고 있지만, 한국처럼 금전이나 쿠폰을 선물하는 것이 아니라 디지털을 통해 선물을 주문 후 배송하는 형태로 이루어지고 있습니다.

Q. 베트남 소비자들은 무알코올 음료나 주류를 선물로 자주 구매하나요?

네, 베트남 소비자들은 무알코올 음료나 주류를 선물로 구매하는 경우가 많습니다. 특히 뗏(Tet) 명절에 베트남에서 가장 인기 있는 선물 중 하나가 주류입니다. 추가로 무알코올 음료는 젊은 사람도 마실 수 있어 인기가 높아지고 있습니다.

23) 사진자료: 와인킹(Wine King)

Q. 고객사 제품의 무알코올 와인을 위한 추천 유통채널은 무엇인가요?

베트남에서 무알코올 와인을 위한 유통채널로는 슈퍼마켓, 음료 전문점, 온라인 소매업체, 소비자의 직접 판매 등이 있습니다.

Q. 고객사의 제품이 베트남 호텔에서 웰컴 드링크로 제공된다면 수요가 있을까요?

베트남 호텔의 웰컴 드링크로서 고객사의 제품에 대한 수요는, 제품의 가격대, 품질과 맛, 고객 선호도, 어떤 종류의 호텔에 배치하는지 등 다양한 요인에 따라 달라질 수 있습니다. 한편으로는 호텔 체인과의 관계를 구축하고 경쟁력 있는 가격과 고품질의 제품을 제공할 수 있다면 유망한 유통채널이 될 수 있습니다.

Q. 경쟁사 제품과 비교하여 고객사 제품의 강점은 무엇인가요?

P사의 0% 로제 무알코올 와인의 가격은 병당 약 29.50달러[24]약 3만 8,728원)로 중간 가격대에 속합니다. 고객사 제품은 가격이 높지 않고 품질이 우수합니다.

Q. 고객의 제품에 대한 전문가의 피드백을 부탁드립니다.

- 소매 가격: 40,000원
- 포장: 종이, 유리병
- 용량: 750mL / 1,350g
- 성분: 스페인 레드 와인, 쌍화 추출물 8%, 꿀, 계피 혼합 추출물
- 인증: FDA, HACCP
- 원산지: 대한민국
- 효능: 피로회복
- 마케팅 슬로건: 한국식 뱅쇼, 무알코올 와인, 피로회복

제품의 소매 가격은 평균 이상의 레스토랑이나 바가 목표 시장에 적합합니다. 언급된 포장과 용량은 일반적인 제품으로 꽤 인기가 있습니다. 성분과 효능 역시 한국 고유의 맛, 쌍화 추출물과 꿀 등 천연 성분 사용, 피로회복 등 잠재적인 건강 효능이 제시되어 있어 좋습니다. 시장에 어필할 수 있을 것으로 보입니다. 인증도 미국 식품의약국(FDA)과 식품안전관리인증기준(HACCP)의 인증을 통해 제품의 안전성과 품질에 대해 소비자를 더욱 안심시킬 수 있습니다. 그러나 수천 개의 더욱 저렴한 가격의 제품과 경쟁해야 하기에 새로운 제품을 마케팅하고 홍보하는 데 어려움을 겪을 수 있습니다. 다른 무알코올 음료보다 상대적으로 높은 소매 가격이 베트남에서 살아남을 수 있을지의 여부를 결정할 중요한 요소입니다.

24) 1달러=1,312.80원 (2023.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Q. 고객사 제품의 경쟁사들은 베트남 시장 진출 시 어떤 마케팅 전략을 사용하고, 어떠한 유통채널을 통해 제품을 판매하고 있나요?

베트남 시장에 진출할 때 시도할 수 있는 몇 가지 옵션이 있습니다. 먼저 인플루언서 마케팅입니다. 현지 유명인 또는 인플루언서와 협력하여 제품을 홍보하고 브랜드 인지도를 구축합니다. 두 번째는 샘플링 및 프로모션입니다. 무료로 제품 샘플을 제공하거나 프로모션을 통해 베트남 소비자들이 많이 모이는 지역에서 마케팅을 진행하여 인지도를 높일 수 있습니다. 유통채널로는 레스토랑, 바, 호텔과 같은 고급스러운 장소를 비롯해 슈퍼마켓, 편의점과 같은 편리함과 접근성이 뛰어난 장소를 통해서도 진행하고 있습니다. 온라인 소매업체인 라자다(lazada), 쇼피(shopee), 티키(Tiki)를 통한 유통도 진행되고 있습니다.

Interview ②

25)

르어우플라자(RƯỢU PLAZA)
Representative

르어우플라자 (RƯỢU PLAZA)

- **유형: 수입유통업체**
- **업체 특징:**
  - 붕 따우(Vung Tau), 베트남에 위치한 유한회사
  - 2017년 설립
  - 웹사이트, Facebook, Instagram을 통한 온라인 유통, 마트와 가게를 통한 오프라인 유통
  - 주요 수입국: 미국, 체코, 호주

담당자 정보

Representative

Q. 베트남에서 무알코올 와인에 대한 수요는 어느 정도인가요? 최근 수요가 증가했나요?

무알코올 대체 음료는 일반 알코올 음료보다 아직 작은 시장입니다. 그러나 현재 베트남 시장에서 알코올 음료의 판매는 감소하는 반면, 무알코올 음료의 판매는 증가하는 경향이 있습니다.

Q. 베트남 소비자들은 주로 어떤 장소, 상황, 시간에 무알코올 와인을 소비하나요?

베트남 소비자들은 일반적으로 무알코올 와인을 식사나 모임과 같은 사교적인 상황과 무알코올 옵션을 제공하는 레스토랑, 카페, 바 같은 환경에서 소비합니다. 무알코올 와인은 호텔에서 웰컴 드링크로 마시거나 특별한 날을 위한 선물용으로도 소비될 수 있습니다. 소비 시기는 소비자의 상황과 개인 취향에 따라 달라질 수 있습니다.

Q. 베트남 소비자들 사이에서 인기 있는 무알코올 음료의 종류는 무엇인가요?

무알코올 와인 외에도 베트남 소비자들 사이에서 인기 있는 다른 유형의 무알코올 음료에는 코카콜라, 펩시, 스프라이트와 같은 탄산음료와 뜨거운 차, 아이스티, 밀크티 등 차 종류 입니다. 마지막으로 베트남은 커피 문화로 유명하며 아이스 커피, 코코넛 커피 등 다양한 형태로 커피가 소비됩니다.

Q. 베트남 선물 문화의 특징은 무엇인가요?

베트남 사람들은 특별한 날이나 기념일, 명절에 선물 받는 것을 좋아합니다.

Q. 베트남에서는 모바일 기기를 통한 선물하기(한국의 카카오톡 선물하기와 유사)가 보편화 되어있나요?

모바일 기기를 통한 선물하기 기능은 베트남에서 매우 새로운 기능으로, 누군가에게 관심이 있다는 것을 보여주는 아주 편리한 방법입니다. 현재 베트남에서는 꽃, 케이크, 기프트 카드, 바우처, 전자책 등을 모바일 기기를 통해 선물로 보낼 수 있습니다.

25) 사진자료: 르어우플라자(RƯỢU PLAZA)

Q. 베트남 소비자들은 무알코올 음료나 주류를 선물로 자주 구매하나요?

선물로 구매하는 음료의 종류는 상황과 받는 사람에 따라 다릅니다. 예를 들어, 비즈니스 동료에게는 알코올 음료가 더 적절한 선물일 수 있고, 친구나 가족에게는 무알코올 음료가 더 적절한 선물일 수 있습니다. 베트남에서 주류는 특히 결혼식이나 생일과 같은 특별한 날에 인기 있는 선물입니다. 하지만 무알코올 음료에 대한 선호도가 높아지고 있기에 앞으로 무알코올 음료가 더욱 인기를 끌 것으로 예상됩니다.

Q. 고객사 제품의 무알코올 와인을 위한 추천 유통채널은 무엇인가요?

권장 유통채널로는 온라인 소매업체와 호텔 및 바가 있습니다. 온라인 소매업체를 통해 다양한 제품을 제공하며 전국 소비자에게 접근할 수 있습니다. 호텔과 바는 웰컴 드링크로 고객사의 제품을 소개하기에 좋은 옵션입니다. 충분히 제품을 어필하는 데 도움이 될 수 있습니다.

Q. 모바일 선물하기 애플리케이션을 통해 고객의 제품을 유통하는 것이 적합할까요?

네. 향후 베트남에서 모바일 선물하기 애플리케이션을 통해 고객의 제품을 배포하는 것이 적합할 수 있습니다. 모바일을 통한 선물하기는 베트남에서 점점 인기를 얻고 있으며 비즈니스에 여러 가지 이점을 제공하고 있습니다.

Q. 고객사의 제품이 베트남 호텔에서 웰컴 드링크로 제공된다면 수요가 있을까요?

베트남 호텔에서 웰컴 드링크로 제공된다면 고객사의 제품에 대한 수요가 높을 것입니다. 베트남에서 무알코올 음료가 점점 인기를 얻고 있고, 호텔은 항상 고객에게 기억에 남는 경험을 제공할 방법을 찾고 있기 때문입니다. 고객사의 제품은 호텔에도 좋은 상품이 될 것입니다.

Q. 고객의 제품에 대한 전문가의 피드백을 부탁드립니다.

- 소매 가격: 40,000원
- 포장: 종이, 유리병
- 용량: 750mL / 1,350g
- 성분: 스페인 레드 와인, 쌍화 추출물 8%, 꿀, 계피 혼합 추출물
- 인증: FDA, HACCP
- 원산지: 대한민국
- 효능: 피로회복
- 마케팅 슬로건: 한국식 뱅쇼, 무알코올 와인, 피로회복

제품의 소매 가격은 무알코올 음료로서는 높은 편입니다. 하지만 이 제품은 천연 재료로 만들어졌고, FDA(Food and Drug Administration), HACCP(Hazard Analysis Critical Control Point) 인증을 받았기에 가격을 정당화할 수 있습니다. 포장 중 유리병의 경우 깨지기 쉬우며 운반에 어려움이 있을 수 있습니다. 용량은 무알코올 음료로서는 큰 편입니다. 더 많은 양의 음료를 원하는 소비자에게 이점일 수 있지만, 가벼운 음료를 찾는 소비자에게는 꺼려질 수 있습니다. 성분은 천연 성분으로 건강에 유익함을 보여주고, 특히 쌍화 추출물은 기력을 증진하고 피로를 풀어주는 재료로 알려진 한국 전통 한방 재료이기에 좋습니다. 마지막으로, 마케팅 슬로건은 명확하고 간결하며 제품의 주요 특징을 정확하게 반영하고 있다고 생각합니다.

Q. 고객사 제품의 경쟁사들은 베트남 시장 진출 시 어떤 마케팅 전략을 사용하고, 어떤 유통채널을 통해 제품을 판매하고 있나요?

경쟁사들은 브랜드 인지도 증진을 위해 많은 캠페인에 투자를 해왔습니다. TV, 인쇄물, 디지털 광고 등 다양한 채널을 통해 소비자에게 다가가야 합니다. 다양한 맛과 포장을 통해 경쟁사 제품보다 더 건강하고 자연스러운 제품으로 포지셔닝하는 경쟁 기업이 있습니다. 또한 소비자 유치를 위해 할인 및 프로모션을 제공하고 있습니다. 무알코올 음료를 판매하는 라자다(lazada), 쇼피(shopee), 티키(Tiki) 등의 웹사이트, 전자상거래 등을 통해 유통을 진행하고, 오프라인으로는 바와 레스토랑을 통해 유통하고 있습니다.

Interview ③

26)

치(CHI) Manager

치 (CHI)

- **유형: 수입유통업체**
- **업체 특징:**
  - 호치민, 베트남에 위치한 주식회사
  - 2012년 설립
  - 웹사이트를 통한 온라인 유통, 가게와 도매점을 통한 오프라인 유통
  - 주요 수입국: 남아메리카, 프랑스, 미국, 이탈리아, 스페인, 칠레, 호주

담당자 정보

Manager

Q. 베트남에서 무알코올 와인에 대한 수요는 어느 정도인가요? 최근 수요가 증가했나요?

과거 베트남에서는 무알코올 맥주와 와인이 출시되었지만 큰 인기가 없었습니다. 그러나 뗏(Tet)과 뗏(Tet) 직후에는 알코올 음료 사용이 급증하여 교통사고의 위험으로 이어졌습니다. 현재 베트남에서는 음주에 관한 법률이 점점 더 엄격해지고 처벌이 강화되고 있어 무알코올 음료에 대한 선호가 높아지고 있습니다.

Q. 베트남 소비자들은 주로 어떤 장소, 상황, 시간에 무알코올 와인을 소비하나요?

베트남 소비자는 일반적으로 파티, 축하 행사와 같은 다양한 환경에서 무알코올 와인을 소비합니다. 저알코올 또는 무알코올 음료를 선호하며 건강을 생각하는 소비자들은 전통적인 알코올 와인의 대안으로 무알코올 와인을 선택하는 경우가 많습니다. 마지막으로 운전을 해야 하는 사람들은 알코올 섭취를 피하고자 무알코올 와인을 선택합니다.

Q. 베트남 소비자들 사이에서 인기 있는 무알코올 음료의 종류는 무엇인가요?

인기 있는 무알코올 음료로 목테일(Mocktail)이라 불리는 무알코올 칵테일이 있습니다. 알코올 함량 없이 풍미 있는 음료를 즐기고 싶어하는 젊은 소비자들 사이에서 인기를 얻고 있습니다. 무알코올 맥주 역시 알코올 섭취를 제한하고 싶을 때 소비자들이 찾는 음료입니다.

Q. 베트남 선물 문화의 특징은 무엇인가요?

베트남 선물 문화는 사회 예절의 중요한 측면이며 선물을 함으로써 관계를 강화하고 존경심을 표현하는 데 자주 사용됩니다. 결혼식, 생일, 설날과 같은 특별한 날에 선물을 주고받고, 비슷한 가치의 선물로 보답을 해야 하며, 일반적으로 고가의 선물이 아닌 사려 깊음과 감사의 뜻으로 선물을 준비합니다.

Q. 베트남 소비자들은 무알코올 음료나 주류를 선물로 자주 구매하나요?

예, 베트남 소비자들은 결혼식, 생일, 설날과 같은 특별한 날에 무알코올 음료나 주류를 선물로 구매하는 경우가 많습니다. 과일 주스, 청량음료, 차 등 무알코올 음료가 인기 있는 선물이며, 맥주, 와인, 증류주 등 알코올 음료는 특히 어른들이나 비즈니스 동료에게 선물합니다.

26) 사진자료: 치(CHI)

Q. 고객사 제품의 무알코올 와인을 위한 추천 유통채널은 무엇인가요?

무알코올 음료를 방문 고객들에게 제공하는 레스토랑 및 바가 좋을 것 같습니다.

Q. 모바일 선물하기 애플리케이션을 통해 고객의 제품을 유통하는 것이 적합할까요?

베트남에서 모바일 선물하기가 점점 인기를 얻고 있어 모바일 선물하기 애플리케이션을 통해 고객의 제품을 배포하는 것은 좋은 아이디어가 될 수 있습니다. 그러나 애플리케이션이 잘 디자인되고 사용자 친화적인지, 앱 사용자에게 클라이언트의 제품을 효과적으로 마케팅할 수 있는지 확인하는 것이 중요합니다. 또한, 청구서를 지급하는 방법이 편리해야 유통에 적합합니다.

Q. 고객사의 제품이 베트남 호텔에서 웰컴 드링크로 제공된다면 수요가 있을까요?

베트남 호텔에서 웰컴 드링크로 클라이언트의 무알코올 와인을 제공하는 것은 고객에게 새로운 제품을 소개하는 좋은 방법이 될 수 있습니다. 베트남의 많은 호텔에서 고객에게 웰컴 드링크를 제공하고 있으며, 고객의 제품은 기존의 알코올성 웰컴 드링크에 비해 독특하고 상쾌한 대안이 될 수 있습니다. 물론 호텔과 고객에게 제품을 효과적으로 소개하고 마케팅하는 것이 중요하며, 호텔에 제품을 공급할 수 있는 강력한 유통망을 갖추고 있는지 확인하는 것이 중요합니다.

Q. 경쟁사 제품과 비교하여 고객사 제품의 강점과 약점은 무엇인가요?

베트남 사람들의 취향과 일치하여 마시기 좋은 높은 선호도를 보이는 것이 장점입니다.

Q. 고객의 제품에 대한 전문가의 피드백을 부탁드립니다.

- 소매 가격: 40,000원
- 포장: 종이, 유리병
- 용량: 750mL / 1,350g
- 성분: 스페인 레드 와인, 쌍화 추출물 8%, 꿀, 계피 혼합 추출물
- 인증: FDA, HACCP
- 원산지: 대한민국
- 효능: 피로회복
- 마케팅 슬로건: 한국식 뱅쇼, 무알코올 와인, 피로회복

일반적으로 고객사의 제품은 베트남 시장에서 경쟁할 수 있다고 생각합니다. 이 제품은 안전하고 믿을 수 있는 제품을 찾는 소비자에게 중요한 FDA(Food and Drug Administration) 및 HACCP(Hazard Analysis Critical Control Point) 인증을 받았습니다. 제품 원산지와 관련하여 고품질 음료 생산의 오랜 역사를 가진 대한민국에서 제조되었습니다. 피로회복의 효과도 있으며, 이는 분명한 마케팅 포인트입니다. 쌍화 추출물을 사용한 것도 이 제품의 독특한 판매 포인트입니다. 이 성분은 다른 무알코올 와인에는 일반적으로 사용되지 않으며 더 건강한 옵션을 찾는 소비자에게 어필할 수 있습니다. 그러나 제품의 소매 가격이 높은 수준이기에 적절한 고객층을 선정해야 합니다. 이 제품은 일부 경쟁사만큼 잘 알려지지 않았기에 높은 가격이 일부 베트남 소비자들에게는 진입장벽이 될 수 있습니다.

Q. 고객사 제품의 경쟁사들은 베트남 시장 진출 시 어떤 마케팅 전략을 사용하고, 어떤 유통채널을 통해 제품을 판매하고 있나요?

음주를 좋아하지만, 알코올을 피하고 건강을 유지하려는 소비자들을 위해 건강에 좋은 음식을 파는 레스토랑과의 제휴를 진행하고 있습니다. 추가로 온라인 마케팅 및 판매 촉진을 위한 캠페인을 진행합니다. 유통채널로는 술집, 슈퍼마켓, 온라인 및 SNS 플랫폼 등 다양한 방법을 통해 판매하고 있습니다.

Ⅶ
시사점

Export Insights

시장수요

베트남 내 무알코올 주류 시장,
아직 작은 편이나 높은 성장세

베트남 무탄산 청량음료 시장은 2022년 기준 약 3.5조 원이며, 가정 내 소비가 약 82%, 가정 외 소비가 약 18%를 차지하는 양상을 보임. '알코올을 함유하지 않은 음료'를 뜻하는 HS CODE 2202.99의 베트남 수입규모를 살펴본 결과 1위가 한국으로 41%의 가장 높은 점유율을 보임. 다음으로 태국과 일본, 말레이시아 순으로 확인되었으며 특히 일본으로부터의 수입액 연평균 성장률이 46.6%로 높은 수입 증가세를 보이고 있음

베트남 내 코로나19 이후 '예방적 건강'에 대한 인식이 확대됨에 따라 저당 및 무설탕 음료에 대한 수요가 증가함. 더불어 무알코올 맥주 시장 또한 2022년 전년 대비 약 52% 성장한 것으로 확인됨. 수입유통업체 인터뷰에 따르면 아직 베트남 내 무알코올 주류 시장은 작은 편이지만, 급속한 경제 성장, 중산층 증가, 음주 관련 법률 강화 등의 요인으로 높은 성장세를 보이고 있음. 특히 '목테일(Mocktail)'이라고 불리우는 무알코올 칵테일과 무알코올 맥주 및 와인 등이 인기인 것으로 확인됨

소비 특징

베트남 온라인 쇼핑몰 무알코올 음료 홍보문구

쇼피 베트남에서 판매되고 있는 무알코올 음료들을 살펴본 결과, 주요 브랜드로 무알코올 맥주 대표 브랜드인 '하이네켄'이 빈출하였으나 브랜드 다양성이 비교적 낮은 편임. 맛/성분 관련 키워드를 살펴본 결과 레몬, 사과, 딸기 등의 과일 맛을 내세우는 탄산수 음료나 맥주, 칵테일 음료가 다수 확인되었으나, 고객사 제품과 같이 전통적인 건강 성분을 내세운 제품은 확인되지 않아, 이색적인 셀링 포인트로 작용할 수 있음을 확인함

홍보문구로 '선물'이 빈출하여, 고객사 제품이 타깃하고 있는 모바일 선물하기 시장으로의 유통 가능성을 엿볼 수 있음. 베트남에서는 주로 설, 추석, 여성의 날, 스승의 날 등의 기념일과 최대 명절인 뗏(Tet) 기간에 선물을 주고받음. 선물 패키징에는 좋은 기운, 강인함, 복 등을 상징하는 빨강과 금색을 사용함. 최근 가계소득 증가 등의 이유로 프리미엄 수입 제품에 대한 수요가 증가하고 있으며, 알코올 음료, 최근 들어서는 무알코올 음료도 선물로 주고받는 경우가 많은 것으로 확인됨

유통채널

프리미엄 무알코올 와인의 주요 유통채널로는 백화점, 온라인 쇼핑몰, 호텔 등이 있으며 추가로 베트남 모바일 선물하기 시장을 조사함. 베트남 내 대표적인 모바일 선물하기 서비스로 기프트팝(Giftpop)과 갓잇(Gotit)이 있음. 기프트팝은 모바일 상품권 서비스 플랫폼으로 '선물 전달하기' 카테고리도 확인됨. 또한 '선물 전달하기' 카테고리 내 'K-FOOD' 세부 카테고리가 확인되어, 베트남 소비자들의 한국 식품에 대한 높은 선호도를 확인하였으며 고객사 제품의 진출 가능 채널임

갓잇은 베트남 대표 온라인 메신저인 잘로(Zalo)를 통해 선물하기 기능을 제공하는 서비스로, 6,400만 명 이상의 사용자, 3,000개 이상의 제휴 기업을 보유하고 있음. 다만 해당 서비스는 소비재를 직접 소비자에게 배송하는 것이 아닌 바우처 교환 서비스로, 베트남 내 오프라인이나 온라인 매장을 보유하고 있어야 함. 수입유통업체 인터뷰 결과 베트남 내 모바일 기기를 통한 선물하기 기능은 아직 새로운 기능으로, 도입기에 있는 시장이며 3인의 수입유통업체 중 2인이 모바일 선물하기 기능을 통한 고객사 제품 유통이 적합하다고 답변함. 이 외 고객사 제품의 높은 가격대를 반영해 고급 호텔이나 레스토랑, 바 등으로의 유통을 추천함

진출 전략

베트남 소비자의 취향을 반영한
패키징 현지화,
상대적으로 높은 소매 가격을 반영한
유통 전략 필요

Point 01 베트남 시장 겨냥 제품 현지화 필요 아직 베트남 무알코올 주류 시장은 작은 편이나, 소득 증가 및 음주 관련 법률 강화 등에 힘입어 수요가 증가하고 있음. 온라인 쇼핑몰 확인 결과 아직 다양한 무알코올 주류 제품이 판매되고 있지는 않으며, 특히 고객사 제품과 같이 전통적 건강 재료를 강조한 무알코올 와인 제품은 베트남 시장에 새로울 것으로 예상됨. 수입유통업체 인터뷰 결과 3인의 인터뷰 대상자 모두 고객사 제품의 천연 성분, 인증에 긍정적으로 답변함. 따라서 한국 식품에 대한 베트남 소비자들의 높은 선호도를 반영해 시장을 선점할 수 있음. 다만, 선물용 시장도 타깃한다는 점을 감안할 때 베트남 소비자들이 선호하는 붉은 색, 금색 등을 활용한 패키지로 현지화할 필요가 있음. 또한 베트남 소득 수준 대비 소매가격이 높은 편이라는 피드백이 공통적으로 확인됨

진출 전략

프리미엄 온트레이드 채널이나
온라인 채널로의 유통 추천

Point 02 고급 호텔, 레스토랑, 바나 온라인 채널로의 진입 추천 고객사 제품의 가격대가 다소 높은 만큼, 고급 호텔이나 레스토랑, 바에 웰컴 드링크로 유통하는 것을 추천함. 또한 최근 건강에 대한 인식이 확대됨에 따라 주류 대신 무알코올 음료를 선물하는 문화가 확산되고 있으므로, 모바일 선물하기 시장이나 온라인 플랫폼을 통해 선물 세트로 판매하는 방향도 고려할 수 있음. 하지만 아직 베트남 모바일 선물하기 서비스 시장은 한국 대비 작은 편이며 도입기에 해당하므로 다양한 유통처를 확보하는 것이 중요할 것임

[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 스태티스타(Statista), 「Soft Drinks_Vietnam」, 2023.03
2. 윈알앤디(WIN R&D), 「CÁC XU HƯỚNG ĐỊNH HÌNH NGÁCH THỊ TRƯỜNG ĐỒ UỐNG KHÔNG CỒN & ÍT CỒN」, 2021.10
3. Emerics(신흥지역정보 종합지식포탈), 「건강을 마시는 베트남」, 2023.06
4. 외교부, 「국가개황」, 2023
5. KATI 농식품수출정보, 「베트남 명절 및 기념일 선물 트렌드 변화,, 2023.03
6. 스태티스타(Statista), 「Distribution of grocery retail sales in Vietnam in 2021, by channel」, 2023.01
7. 농림축산식품부, 「2021 농식품 해외인증등록정보 종합가이드」, 2021
8. 베트남 정부(Govenrment of Vietnam), 「Law No.55/2012/QH12」, 2012
9. 베트남 정부(Govenrment of Vietnam), 「Decree 43/2017/ND-CP」, 2017
10. 베트남 국가표준(TIÊU CHUẨN QUỐC GIA), 「TCVN 10743:2015」, 2015
11. 베트남 보건부(Ministry of Health), 「Circular No.24/2019/TT-BYT」, 2019
12. 베트남 보건부(Ministry of Health), 「Circular 50/2016/TT-BYT」, 2016
13. 베트남 농업농촌개발부(MARD), 「26/2016/TT-BNNPTNT」, 2016
14. 베트남 보건부, Maximum Permitted Level of Biological and Chemical Residue Allowed in Food 「Decision No. 46/2007/QD-BYT」, 2007
15. 베트남 보건부, On food safety 「Law No. 55/2012/QH12」, 2012
16. 베트남 보건부, Decree on Goods Labels 「Decree No. 43/2017/ND-CP」, 2017
17. 베트남 보건부, Guiding the regulation conformity announcement and announcement of conformity with regulation on food safety 「Circular No. 19/2012/TT-BYT」, 2012

■ 참고 사이트

1. 스태티스타(Statista) (www.statista.com)
2. ITC(International Trade Centre) (www.intracen.org)
3. 쇼피(Shopee) (shopee.vn)
4. 타카시마야백화점(Takashimaya) (online.takashimaya-vn.com)
5. 다이아몬드플라자(Diamond Plaza) (shopping.diamondplaza.com.vn)
6. 쇼피 베트남(Shopee Vietnam) (www.shopee.vn)
7. 티키(Tiki) (www.tiki.vn)
8. 기프트팝(Giftpop) (www.giftpop.vn)
9. 시밀러웹(Similarweb) (www.similarweb.com)
10. 갓잇(Gotit) (www.gotit.vn/gifting)
11. DLG호텔다낭(DLG Hotel Danang) (www.dlghoteldanang.com)
12. 아코르(Accor) (all.accor.com/hotel/1555/index.ko.shtml)
13. 관세청 홈페이지 (www.customs.go.kr)
14. 농림축산식품부 (www.mafra.go.kr)
15. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
16. 베트남 관세청 (www.customs.gov.vn)
17. 대한무역 투자진흥공사(KOTRA) (www.kotra.or.kr)
18. 베트남 보건부 (www.moh.gov.vn)
19. 국가관세종합정보망 서비스 (unipass.customs.go.kr)
20. 농림축산검역본부 (www.qia.go.kr)
21. 베트남 농업농촌개발부 (www.mard.gov.vn)
22. 와인킹(Wine King) (www.winekings.vn)
23. 르어우플라자(RƯỢU PLAZA) (www.ruouplaza.vn)
24. 치(CHI) (www.chi.com.vn)

한국농수산식품유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

· 발행 겸 편집 | aT 한국농수산식품유통공사
· 발 행 일 자 | 2023.08.18

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

Copyright 2023 aT 한국농수산식품유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea

농식품수출정보