

2023 수출기업 맞춤형 조사

No.		202300-06
품목		과즙음료(Fruit Drink)
HS CODE		2022.99-2000
국가		대만(Taiwan)



CONTENTS

2023 수출기업 맞춤형 시장조사

시장 분석형

I. 시장규모(Market Size)

1. 대만 과일 주스 시장규모	05
2. 대만 기타 과일 주스 시장규모	06
3. 대만 과즙음료 수입규모	07

II. 시장트렌드(Market Trend)

1. 대만 소비자에게 친숙한 '과립 주스와 씹어먹는 음료'	13
2. 대만음료산업협회 '2019년 대만 음료 트렌드는 저당, 무설탕, 과일'	14
3. 대만 과립(입자) 음료 인기 맛은 '복숭아, 코코넛, 딸기, 오렌지'	15
4. 대만 음료 시장 특징 '가소제 기피와 투명 음료 수요 성장'	16
5. 대만 음료 시장, 기능성 및 투명 생산 이력 음료 인기	17
6. '지역 특산품' 한국 주스 제품, 대만 수출에 성공	18

III. 유통채널(Distribution Channel)

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

CONTENTS

2023 수출기업 맞춤형 시장조사

시장 분석형

IV. 통관·검역(Customs·Quarantine)

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

V. 전문가인터뷰(Expert Interview)

1. 쿤타이마오이(埜泰貿易)	46
2. 한고우왕(韩购网)	48
3. 천위귀찌뒤귀스핀(千御國際多國食品)	50
4. 이제트모어(Ezmore)	51
5. 떠우싸오더링스짜휘띠앤(豆嫂的零食雜貨店)	52

※ 참고문헌	53
--------	----

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

I 시장규모



1. 대만 과일 주스 시장규모
2. 대만 기타 과일 주스 시장규모
3. 대만 과즙음료 수입규모

[2023년 업데이트]

1. 대만 과일 주스 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

▶ 대만 과일 주스 시장규모 1조 9,163억 원, 연평균 2.7% 성장

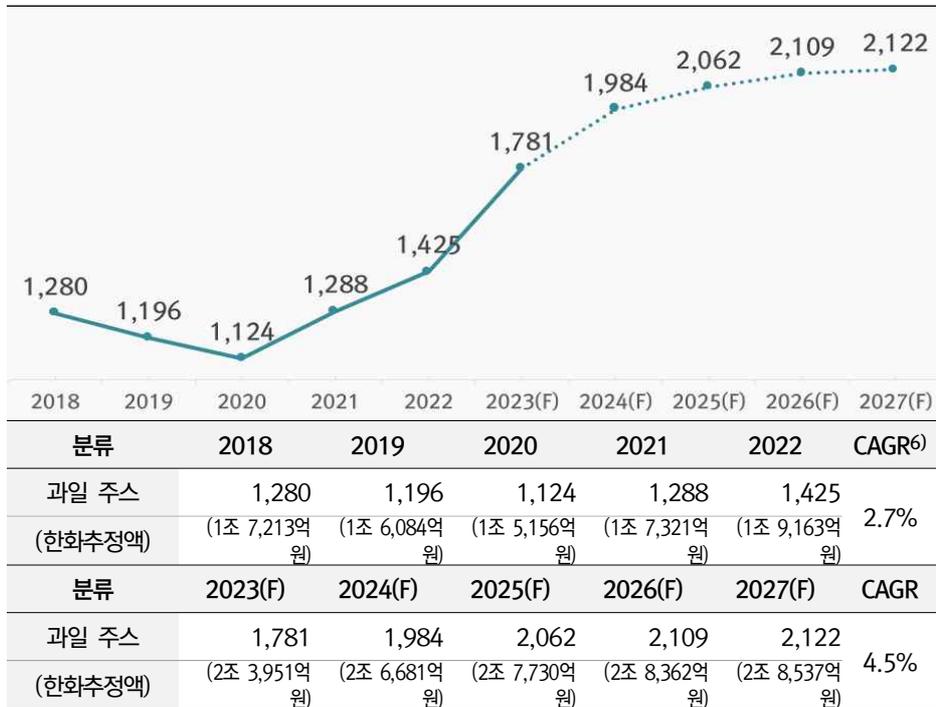
2022년 기준 대만의 과즙음료 시장규모는 1조 9,163억 원이며 최근 5년 (2018-22년)간 평균 1조 6,879억 원을 기록함. 5년간 연평균성장률은 2.7%이며, 2022년에는 전년 대비 11%로 높은 성장률을 보임

▶ 대만 과일 주스 시장규모, 향후 5년간 4.5% 성장 예상

대만 과일 주스 시장은 향후 5년(2023-27년)간 연평균 4.5%씩 성장하며 2027년에는 2조 8,537억 원 규모에 이를 것으로 예상됨. 특히 2023년에는 전년 대비 25%의 가파른 성장이 집계됨. 이는 건강에 대한 관심이 증가한 대만의 젊은 소비자들이 신선 과일주스, 무설탕, 저칼로리 등과 같은 천연재료를 추가한 음료나 기능성 음료를 찾는 경향의 반영으로 보임¹⁾²⁾

[표 1.1] 대만 과일 주스 시장규모³⁾⁴⁾⁵⁾

단위 : 백만 달러



자료: 스태티스타(Statista)

1) 헤럴드경제, 「대만 음료 시장 성공 공식은 ‘빠기와 더하기’», 2021.08
 2) 조사제품 ‘과즙음료’는 설탕이나 그 밖의 감미료, 맛, 그리고 향을 첨가한 물과 그 밖의 알코올을 함유하지 않은 음료임. 이에 제품의 원재료와 기능을 기준으로 ‘과일 주스’ 제품과 하위품목인 ‘기타 과일 주스’ 시장규모를 조사함
 3) 자료: 스태티스타(Statista), 「Juices_Taiwan」, 2023.08
 4) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨
 5) 1달러=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 기타 과일 주스 시장규모

▶ 대만 기타 과일 주스 시장규모 9,309억 원, 연평균 3.2%씩 증가

2022년 기준 대만의 기타 과일 주스 시장규모는 9,309억 원으로 집계됨. 지난 5년(2018-22년) 동안 대만의 기타 과일 주스 평균 시장규모는 8,216억 원이었으며 2021년 이후부터 전년 대비 10% 이상의 꾸준한 성장률을 유지함

▶ 대만 기타 과일 주스 시장규모, 향후 5년간 4.1% 성장 예상

대만 기타 과일 주스 시장은 향후 5년(2023-27년) 동안 연평균성장률 4.1%를 보이며 2027년에는 1조 3,502억 원 규모에 이를 것으로 예상됨. 전체 과일 주스 시장의 과반의 비중을 차지하는 기타 과일 주스 시장 역시 2023년 전년 대비 24%의 높은 성장세를 보일 것으로 조사됨. 다만, 기타 과일 주스 시장에는 대만에서 인기가 많은 망고 주스와 수박 주스를 포함하고 있어 해당 제품들의 성장세가 반영되었을 가능성이 높음. 이를 차치하더라도 기타 과일 주스 시장 규모의 증가 추세는 긍정적임⁸⁾

[표 1.2] 대만 기타 과일 주스 시장규모⁸⁾



자료: 스태티스타(Statista)

8) 스태티스타(Statista), 「Other Juice, Juice Mixtures & Smoothies_Taiwan」, 2023.08

[2023년 업데이트]

3. 대만 과즙음료 수입규모

과즙음료 HS CODE

해당 장에서 과즙음료는 HS CODE 2202.99로 분류. HS CODE 제2202호의 품명은 설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물, HS CODE 2022.99-2000의 품명은 과실음료로 확인

▶ 대만 HS CODE 2202.99 對글로벌 수입규모 연평균 10.3%씩 증가

조사 기간(2018-22년) 동안 대만의 과즙음료 수입규모는 연속적으로 증가하는 경향을 보임. 특히 2021년에는 대만의 과즙음료 수입규모는 전년 대비 22% 증가했으나, 2022년에는 성장 증가세가 3% 수준에 그치며 연평균 10.3%의 성장세를 보임

▶ 대만 HS CODE 2202.99 품목 수입, 한국산 상위 4위

2022년 기준 대만 對한국 HS CODE 2202.99 품목의 수입규모는 31억 원으로 글로벌 기준 상위 4위를 차지함. 해당 품목의 대만 對한국 수입규모는 조사 기간(2018-22년) 동안 연평균 26%씩 상승한 것으로 확인됨. 2022년 기준 해당 품목의 대만 對글로벌 수입규모 순위는 1위 일본(225억 원), 2위 말레이시아(101억 원), 3위 싱가포르(81억 원) 순으로 확인됨

[표 1.3] 대만 HS CODE 2202.09 수입규모⁹⁾

단위 : 천 달러



자료: ITC(International Trade Centre)

9) 자료: ITC(International Trade Centre)

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

II 시장트렌드



1. 대만 소비자에게 친숙한 '과립 주스와 씹어먹는 음료'
2. 대만음료산업협회 '2019년 대만 음료 트렌드는 저당, 무설탕, 과일'
3. 대만 과립(입자) 음료 인기 맛은 '복숭아, 코코넛, 딸기, 오렌지'
4. 대만 음료 시장 특징 '가소제 기피와 투명 음료 수요 성장'
5. 대만 음료 시장, 기능성 및 투명 생산 이력 음료 인기
6. '지역 특산품' 한국 주스 제품, 대만 수출에 성공

데이터 분석 프로세스

○ 데이터 분석 요약

●
데이터 수집
소스원

(대만 온라인 쇼핑몰 4개,
대만 뉴스매체 1개)

●
데이터 분류
키워드집
(과일음료)

●
데이터 분석
- 연관어 분석



1) 데이터 수집

● 데이터 수집 기준

데이터 수집

수집 기간	18.01 - 20.02
수집 데이터	1,131건

데이터 정제

정제 유형	과즙음료
정제 데이터	1,061건

○ 빅데이터 수집

- 대만 과즙음료 관련 데이터 소스원 리스트

[표 2.1] 대만 과즙음료 소스원 리스트

번호	매체명	홈페이지	비고
01	Shopee	shopee.tw	온라인쇼핑몰
02	Rakuten	www.rakuten.com.tw	온라인쇼핑몰
03	Yahoo	tw.buy.yahoo.com	온라인쇼핑몰
04	Momoshop	www.momoshop.com.tw	온라인쇼핑몰
05	Tvbs news	news.tvbs.com.tw	뉴스

[표 2.2] 대만 과즙음료 데이터 수집 온라인 쇼핑몰

			
슈피	라쿠텐	야후	모모샵

2) 데이터 분류

○ 데이터 분석 키워드집

- 대만 과즙음료 관련 데이터 분석 키워드집

[표 2.3] 대만 과즙음료 관련 분석 키워드

키워드 수립 근거		분류	키워드			수립 근거(*)	
			의미	번체	영어	참여기업	상위 도출
참여기업	한국 개발사	제품 (과일음료)	과즙	果汁	Fruit Juice		○
	사용 키워드		과립	果粒	Fruit granule	○	○
상위도출	상위 빈도		식초	醋	Vinegar		○
	도출 키워드		사과	蘋果	Apple		○
			포도	葡萄	Grape		○
			복숭아(수밀도)	水蜜桃	Peach	○	○
			레몬	檸檬	Lemon		○
			석류	石榴	Pomegranate		○
			복숭아(송도)	蜜桃	Peach		○
			딸기	草莓	Strawberry		○
			오렌지	柳橙	Orange		○
			배	梨汁	Pear juice		○
			망고	芒果	Mango	○	○
			코코넛	椰子汁	Coconut juice	○	○
			멜론(하미과)	哈密瓜	Cantaloupe	○	○
			바나나	香蕉	Banana	○	○
			순수	純	Pure		○
			내추럴	天然	Natural		○
			유기농	有機	Organic		○
			분말	粉	Powder		○
		신선즙(압착)	鮮榨	Freshly squeezed		○	
		무설탕	無糖	Sugar free	○	○	
		냉동	冷凍	freezing		○	
		영유아	幼兒	Toddler		○	
		건강	健康	health		○	
		아기	寶寶	baby		○	
		밀크티	奶茶	Milk tea		○	
		요거트	酸奶	Yogurt		○	
		복숭아(수밀도)	水蜜桃	Peach		○	
		코코넛	椰果	Coconut		○	
		딸기	草莓	Strawberry		○	
		차	茶	Tea		○	
		오렌지	橘子	Orange		○	
		망고	芒果	Mango		○	
		알로에	蘆薈果	Aloe fruit		○	
		블루베리	藍莓	Blueberry		○	
		포장	包裝	Package		○	
		건강	健康	Health		○	
		싼	便宜	Cheap		○	
		성분	成分	Ingredient		○	
		생주스	原汁	Fresh juice		○	
		가소제	塑化	Plasticize		○	
		레몬	檸檬	Lemon		○	
		압착	榨	Squeeze		○	
		버블	泡	Bubble		○	
		투명	透明	Transparent		○	
		과립	顆粒	Granules	○	○	
		트렌드					

빅데이터 분석 프로세스

3) 데이터 분석

○ 데이터 분석 과정

1. 대만 온라인 쇼핑몰 내 과일음료(Fruit Drink, Juice) 관련 상품 인기순 나열
2. 인기순으로 나열된 상품 한 개를 하나의 문서로 간주해 총 10페이지까지의 인기 상품 정보를 크롤링 함
(쇼핑몰마다 다르나 평균적으로 한 페이지당 약 20건의 상품 게시)
3. 상품명 내 키워드 출현 빈도(TF) 산출
(상품명의 경우 문장이 짧고 중복 키워드가 적어 DF 값과 유사함)

※ 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 방지 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)

[대만 과즙음료 관련 데이터 분석 결과]

구분	키워드	도출	구분	키워드	도출
제품 (과즙 음료)	식초 (醋)	169	제품 (과립 음료)	밀크티 (奶茶)	38
	사과 (蘋果)	110		요거트 (酸奶)	32
	포도 (葡萄)	88		복숭아 (水蜜桃)	31
	복숭아 (水蜜桃)	59		코코넛 (椰果)	30
	레몬 (檸檬)	41		딸기 (草莓)	23
특징 (과즙 음료)	순수 (純)	38	트렌드	포장 (包裝)	10
	내추럴 (天然)	34		건강 (健康)	10
	유기농 (有機)	22		싼 (便宜)	9
	분말 (粉)	17		가소제 (塑化)	7
	압착 (鮮榨)	14		투명 (透明)	4

1. 대만 소비자에게 친숙한 '과립 주스와 씹어먹는 음료'

▶ 대만 시장에서 대중적인 '씹어먹는 음료'

버블 밀크티로 유명한 대만은 알갱이가 들어있는 '씹어먹는 음료'에 대한 소비 인지도가 높은 시장임. 2019년 이후에는 밀크티와 코코넛 등에만 집중되던 '씹어먹는' 트렌드가 '과일음료, 곡물 음료, 젤리 첨가 음료' 등으로도 점차 확대되고 있는 것으로 나타남¹¹⁾

● 레몬 맛 음료



브랜드	상아리아(Sangaria)
용량	350g
단가	약 1,643원 ¹⁰⁾ (39.0 대만달러)

자료 : 24h(24h.pchome.com.tw)

▶ 대만 대표 과일음료인 매실 식초 음료

▶ 레몬 맛 과일음료의 매출 신장

일반 과일음료 부분에 있어서는 대만에서 높은 인지도를 보유한 '매실식초 음료 추이(秋雅)'와 대만음료산업협회(TBIA)에서 선정한 '2019 대만 소비자에게 가장 사랑받은 음료인 레몬'이 주요 특징으로 파악됨

▶ 대만 과일음료 연관 주요 발생 제품 키워드

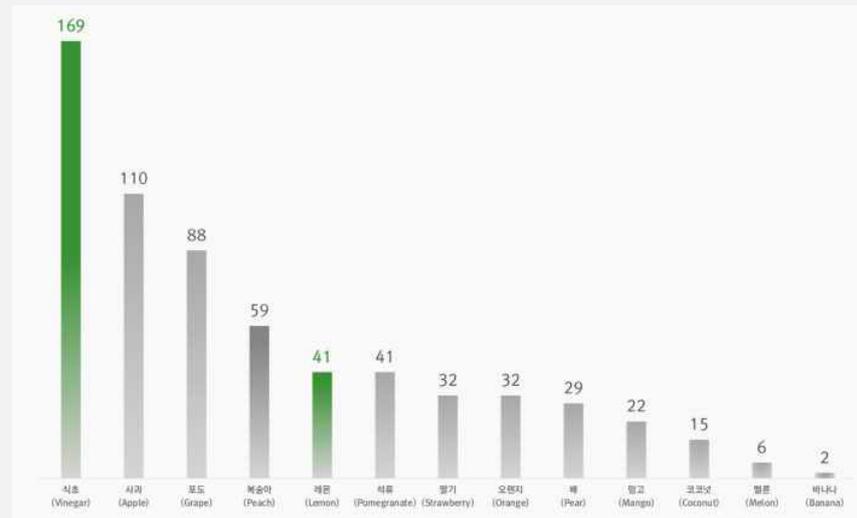
① 식초(Vinegar) ⑤ 레몬(Lemon)

[표 2.4] 대만 온라인 쇼핑몰 '과일음료' 연관 발생 제품 키워드 수

◦ 제품 가공 유형별 빈출 키워드



◦ 제품 원료별 빈출 키워드



자료 : 대만 온라인 쇼핑몰 내 '과일음료' 관련 게시물 819건 분석
값 설명 : 해당 키워드 발생 건 수

10) 1대만달러=42.14원(2020.03.24. KEB 하나은행 매매기준율 적용)

11) 자유시보(Liberty Times Net), 「紅豆粉粿、摩摩喳喳變手搖! 超狂「咀嚼系飲品」竟連整顆巨峰葡萄也喝得到!」, 2019.10.24

2. 대만음료산업협회 '2019년 대만 음료 트렌드는 저당, 무설탕, 과일'

▶ 대만 음료 소비 특징 주요 빈출 키워드 '저당 & 무설탕'

대만음료산업협회에서 발표한 2019년 대만 음료 트렌드 키워드는 ‘저당, 무설탕, 과일’임. 과일과 야채 음료는 전년도 음료 총 판매량 중 2위를 차지한 것으로 나타났으며 과일음료 선도기업인 보미(波蜜企業)와 웨이추안(味全)은 무설탕, 저당, 과일 입자 등이 첨가된 상품 등을 주요 신제품으로 출시하였음¹²⁾

▶ 설탕 함량이 높은 과일 주스에 대한 대만 언론의 경고

대만 대표 일간지 자유시보(LTN)에서는 미국 연구결과를 인용하여 당 함유가 높은 과일음료 섭취가 조기 사망률을 9%에서 42%까지 증가시킬 수 있다고 경고하였으며 설탕 함량이 낮은 ‘생과일, 저당, 무당’ 음료에 대한 섭취를 권고함¹³⁾

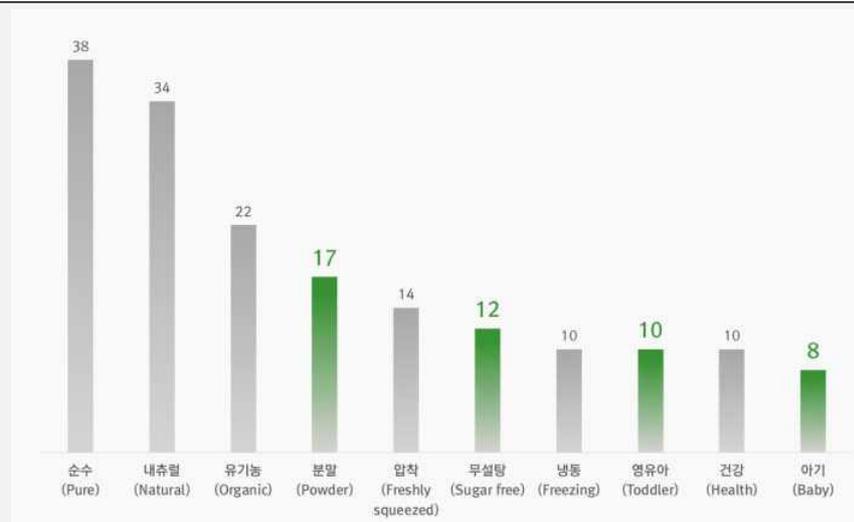
▶ 영유아를 위한 분유용 '음료 파우더' 인기

이외에도 영유아를 타겟으로 한 ‘과일 영양소 기반 분유용 분말(Powder)’이 시장에 출시되기도 함¹⁴⁾

▶ 대만 과일음료 연관 주요 발생 제품 특징 키워드

④ 분말(Powder) ⑥ 무설탕(Sugar Free) ⑧ 영유아(Toddler) ⑩ 아기(Baby)

[표 2.5] 대만 온라인 쇼핑몰 '과일음료' 연관 발생 제품 키워드 수



자료 : 대만 온라인 쇼핑몰 내 '과일음료' 관련 게시물 819건 분석
값 설명 : 해당 키워드 발생 건 수

12) 대만음료산업협회(TBIA), 「2019年臺灣果蔬汁新品動態」, 2019.09.30

13) 자유시보(Liberty Times Net), 「果汁喝太多 早死機率高3成」, 2019.05.20

14) 케이케이뉴스(KKnews), 「果汁奶粉吸眼球 真的适合孩子吗?」, 2018.10.23

3. 대만 과립(입자) 음료 인기 맛은 '복숭아, 코코넛, 딸기, 오렌지'

사키(SAKI)
복숭아 과립 음료



브랜드	사키(SAKI)
용량	180ml * 6캔
단가	약 4,846원 (115.0달러)

자료 : 슈피(Shopee)

- ▶ 과립 음료 맛 관련 빈출 키워드 '복숭아, 코코넛, 딸기, 오렌지'
- ▶ 한국산 복숭아 과립 음료 사키(SAKI), 대만 내 높은 인지도 보유

대만 온라인 식품 쇼핑물에서는 다양한 '과립 형태'의 음료를 판매하고 있으며 인기 제품의 주요 맛은 '복숭아·딸기·오렌지' 등으로 나타남. 특히 한국 네이처셀(Nature Cell)에서 생산된 사키(SAKI) 브랜드는 대만 과립형 음료 시장에서 가장 인지도가 높은 제품 중 하나로 파악됨

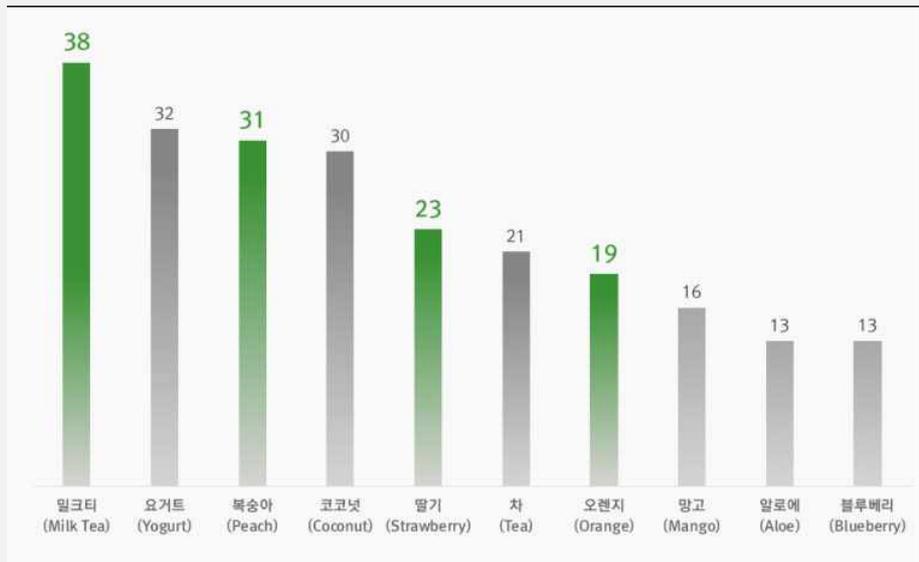
- ▶ 대만을 대표하는 씹어먹는 음료 '펄(Pearl)이 함유된 밀크티'
- ▶ 딸기 및 복숭아 과립이 첨가된 다양한 '요거트' 제품 시장 출시

펄(Pearl)이 함유된 밀크티는 전세계 40개국 300개 이상 도시에 진출한 상태이며 '한국의 김치·일본의 초밥' 등과 비유될 수 있는 대만의 대표적인 음료 제품임¹⁵⁾. 밀크티는 과립음료와 관련된 제품 키워드 분석 결과에 있어서도 가장 높은 키워드 빈출도를 기록함. 이외에도 딸기와 복숭아 등이 첨가된 '요거트(Yogurt)'가 과립음료 키워드 중 두 번째로 높은 빈출도를 나타냄

- ▶ 대만 과립음료 연관 주요 발생 제품 키워드

① 밀크티(Milk Tea) ③ 복숭아(Peach) ⑤ 딸기(Strawberry) ⑦ 오렌지(Orange)

[표 2.6] 대만 온라인 쇼핑물 '과립음료' 연관 발생 제품 키워드 수



자료 : 대만 온라인 쇼핑물 내 '과립음료' 관련 게시물 195건 분석
값 설명 : 해당 키워드 발생 건 수

15) 그레이트비전(Great Vision), 「一杯平凡再不過的珍珠奶茶, 竟能締造台灣新的經濟奇蹟」, 2018.11

4. 대만 음료 시장 특징 '가소제 기피와 투명 음료 수요 성장'

● 가소제 미첨가 홍보 문구, 한국 사키(SAKI)

【독문추진】
無害塑化劑(SAKI)添加品已在台灣市場上市。為利國民生產健康飲品。
●無害塑化劑添加品已在台灣市場上市。為利國民生產健康飲品。
●SAKI添加品(無害塑化劑)係由天然植物萃取而成，不含任何化學物質。
●SAKI添加品(無害塑化劑)係由天然植物萃取而成，不含任何化學物質。
●無害塑化劑(SAKI)係由天然植物萃取而成，不含任何化學物質。
●無害塑化劑(SAKI)係由天然植物萃取而成，不含任何化學物質。

자료 : 슈피(Shopee)

● 투명 음료



자료 : 자유시보(LTN)

▶ 2011년 대만을 강타한 가소제 오염 식품 '음료 소비에 직접적인 영향'

2011년 대만 음료업계에서는 제품 생산 비용 절감을 위해 악의적으로 '산업용 가소제'를 첨가한 사건이 발생하였으며 그 대상은 유명 상품 16종에 달하였음. 해당 사건 이후, 대만 소비자들의 가소제에 대한 '의구심과 불안'은 크게 증가하였으며 일반 식음료용 가소제가 첨가된 상품에 대해서도 구매 기피 현상이 나타나고 있음¹⁶⁾

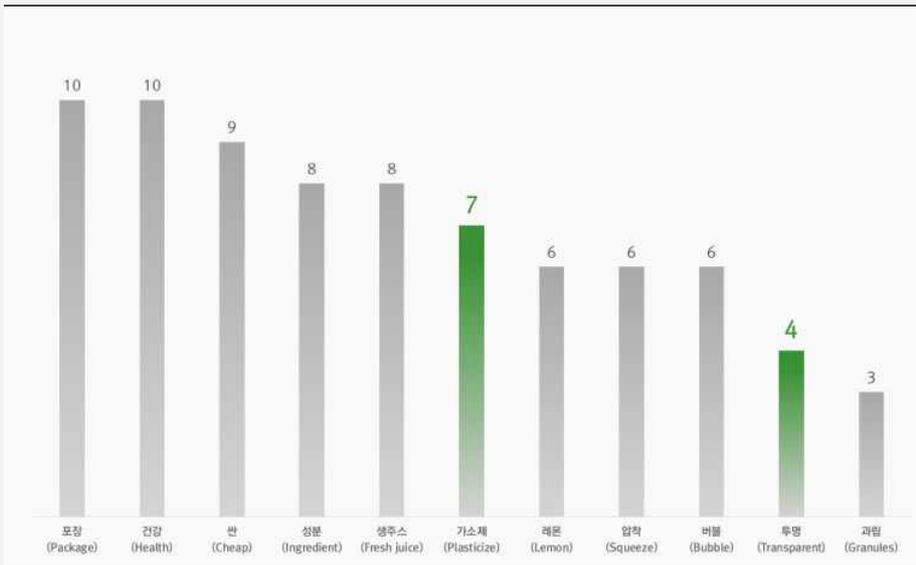
▶ 대만 소비자를 사로잡은 '투명 음료'

2019년 대만 음료업계의 주요 트렌드 중 하나는 일본에서 전파된 '투명 음료' 시장의 발달임. 일본을 통해 처음 소개된 투명 음료는 현재는 '유산균, 콜라, 차 음료, 과일음료' 등 다양한 제품군으로 확대되었으며 대표 제품으로는 '일본 기린(Kirin)의 유산균 음료, 코카콜라, 일본 선토리(Suntory)의 복숭아 차, 대만 비타나(Vitana)의 유아용 음료, 대만 헤이송(Hei Song)의 탄산음료' 등이 있음¹⁷⁾

▶ 대만 과일음료 연관 주요 트렌드 키워드

⑥ 가소제(Plasticize) ⑩ 투명(Transparent)

[표 2.7] 대만 농식품 매체 '과일음료' 연관 발생 트렌드 키워드 수



자료 : 대만 온라인 쇼핑몰 내 '과일음료' 관련 게시물 47건 분석
값 설명 : 해당 키워드 발생 건 수

16) 산리뉴스채널(Sanlih E-Television), 「每天都可能喝到 瓶裝飲料有塑化劑?」, 2018.08.13

17) 자유시보(Liberty Times Net), 「優格乳酸飲料也變「透明」啦! 這些新口味在超商就買得到」, 2018.09.11

[2023년 업데이트]

5. 대만 음료 시장, 기능성 및 투명 생산 이력 음료 인기

▶ 무첨가 및 건강한 과일주스 인기

최근 대만에서는 차 본연의 맛을 강조한 콜드브루 방식의 무설탕 차 제품이 빠른 성장세를 이어가는 한편, 무첨가 신선 과일주스의 인기도 높음. 칸타월드패널 통계에 따르면, 100% 생과일주스 시장 규모는 2년 전인 2018년과 비교해 6% 성장했으며 과일주스 시장 매출의 50% 이상을 차지함. 웨이추엔(味全)사의 100% 과일 주스 브랜드 ‘메이르C(每日C)’는 다양한 과일을 활용한 100% 과일 주스 제품을 출시하며 시장 성장을 주도하고 있으며, 최근에는 코코넛 워터 성분을 스포츠 음료와 흡사한 천연 원료로 강조하는 마케팅을 진행함¹⁸⁾¹⁹⁾

▶ 생산 및 판매 이력을 홍보문구로 광고한 음료수 출시

대만 과일 음료 시장의 50% 이상을 점유한 식품기업 ‘보미(波蜜)’는 14년 전 대만의 농산물 생산 및 판매 이력제가 시행된 이후 과일 주스 최초로 원료 생산에서 포장까지 전 생산 과정을 공개한 구아바 주스를 출시함. 제품 포장 용기에 표시된 QR코드를 통해 대만 농식품 추적 시스템에 접속하면 원재료 생산자 정보에서부터 검증 기관 이력까지 한눈에 확인할 수 있음. 해당 제품은 출시 3개월 만에 일반 주스 제품과 유사한 판매량을 달성하는 등 시장 반응은 긍정적임²⁰⁾

[표 2.8] 대만 100% 과일주스 및 생산 과정을 공개한 구아바 주스



사진 자료: 리얼푸드(위), KATI농식품수출정보(아래)

18) 리얼푸드, ‘대만 음료 시장 성공 공식은 빠기와 더하기’, 2021.08.

19) 식품외식경영, ‘대만 음료 시장 핵심 키워드는 무첨가·건강 기능 강화’, 2021.08.

20) KATI농식품수출정보, ‘대만 과일 음료 매출 해마다 감소, 신규 고객 유치 및 시장 확대를 위한 차별화 전략 필요’, 2021.11.

[2023년 업데이트]

6. ‘지역 특산품’ 한국 주스 제품, 대만 수출에 성공

▶ 함안군 ‘홍시주스’ 및 영주 ‘별사과즙’ 대만 수출

국내 주스 제품이 대만으로 수출된 예로는 경남 함안군의 ‘홍시주스’와 경북 영주시의 ‘별사과즙’이 있음. 2022년 8월 경남 함안군의 아라가야협동조합이 홍시로 만들어진 주스를 대만에 수출하는 업무협약을 체결한 것으로 나타남. 아라가야협동조합에서 생산되는 ‘함미소’라는 브랜드의 홍시주스는 떫은 맛을 내는 탄닌 성분을 제거하기 위해 10일간의 숙성을 거쳐 가공한 제품으로 그 혁신성을 인정받음. 함안 청정지역에서 생산된 감을 원료로 하여 갈변현상과 침전현상을 없애고 실온 보관 시 유통기간이 2년까지 가능한 친환경 제조공법을 적용함. 홍시의 칼륨, 칼슘, 마그네슘 등 미량원소는 항산화 작용을 돕고 인지 능력 향상에 기여하는 것으로 알려짐²¹⁾

아울러, 경북 영주시에서만 생산되는 별모양 사과(가을스타)도 대만 수출길에 오름. 영주시 소백산하늘 허브 앤 프рут 사과즙 제조업체는 2022년 10월 사과즙 2,700kg을 대만 대형마트와 온라인몰 등으로 수출함. 별사과는 한 사과 농부가 발견하여 영주시와 함께 국립종자원에 품종 보호를 등록한 별모양의 미니 사과로, 당도가 높은 것이 특징임. 또한 평균 당도가 17~18브릭스로 높고 병해충 피해가 덜하며 과육이 단단해 유통과정에서 변질 가능성이 낮은 등 상품 가치가 높음. 특히 사과즙은 특유의 향과 당도, 산도가 적절한 비율로 혼합돼 과일 주스 애호가들한테 사랑받고 있음. 이러한 국내 주스 제품들의 대만 수출 사례의 공통점으로는 ‘지역 특산품’이 있음. 이는 대만 주스 시장의 고품질에 대한 수요는 반영한 것으로 예상되어 수출을 희망하는 국내 업체들은 이를 참고할 필요가 있음²²⁾

[표 2.9] 대만 수출길 개척한 ‘영주 별사과’



사진 자료: 매일신문

21) 경남일보, ‘국내 최초 개발 “홍시주스” 대만 수출’, 2022.08.

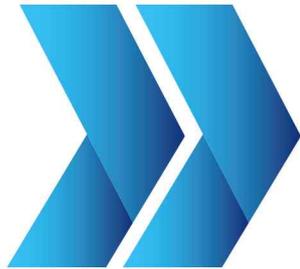
22) 매일신문, ‘영주 별사과즙 대만 수출길 개척…25일 2,700kg 수출 선적’, 2022.10.

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

III 유통채널



1. 대만 과즙음료 유통채널 점유율
2. 대만 과즙음료 주요 유통채널

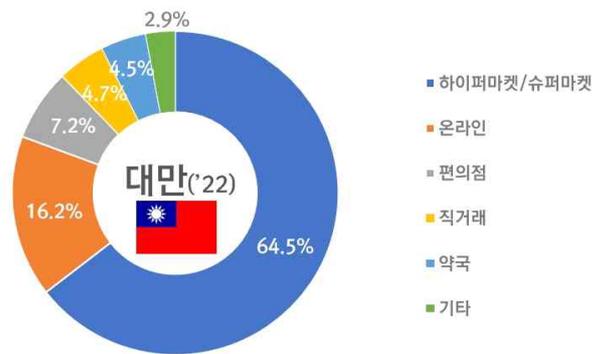
[2023년 업데이트]

2. 대만 과즙음료 유통채널 점유율

▶ 대만 내 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’ 점유율 1위

2022년 기준 대만 내에서 과즙음료를 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 과즙음료 소매유통채널 점유율



대만 과즙음료 소매유통채널 점유율 ²³⁾²⁴⁾²⁵⁾²⁶⁾	
유형	대만
하이퍼마켓/슈퍼마켓	64.5%
온라인	16.2%
편의점	7.2%
직거래	4.7%
약국	4.5%
기타 ²⁷⁾	2.9%

자료: 스탯티스타(Statista)

23) 2022년 기준, 대만 '식품(Food Product)'의 소매유통채널 점유율임

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

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

26) 각 점유율은 소수점 둘째 자리에서 반올림한 값으로, 총합이 100.0%에서 ±1% 오차가 발생할 수 있음

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

[2023년 업데이트]

2. 대만 과즙음료 주요 유통채널

① 에이마트

기업 기본 정보	기업명	에이마트(A-mart)
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓
	홈페이지	www.fe-amart.com.tw
	위치	타이페이(Taipei) 외
	규모	매출액('22) • 143억 타이완달러(5,972억 원 ²⁸⁾) 기타 규모 • 매장 수('23): 15개
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 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	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 입점 문의 - 홈페이지 상단 메뉴 우측 '聯絡我們' 클릭 (www.fe-amart.com.tw/index.php/contactus) - 입력 정보 <ul style="list-style-type: none"> 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)

28) 1타이완달러=41.76원(2023.10.01., KEB 하나은행 매매기준을 적용)

29) 에이마트 단독 매출액을 파악하기 어려워 모기업 극동백화점의 총매출액을 기입

[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 ³⁰⁾)
		기타 규모	• 매장 수('22): 340개
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 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	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 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 <ol style="list-style-type: none"> 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 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +886-809-001-365 	

자료: 까르푸 타이완(Carrefour Taiwan)
사진 자료: 아클라스(Aclas), 포커스타이완(Focus Taiwan)

30) 1유로=1,421.72원(2023.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

[2023년 업데이트]

③ 패밀리마트

기업 기본 정보	기업명	패밀리마트(FamilyMart)		
	기업구분	편의점		
	홈페이지	www.family.com.tw		
	위치	타이페이(Taipei)		
	규모	매출액('22)	<ul style="list-style-type: none"> 907억 4,289만 타이완달러(3조 7,894억 원) 	
		기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> 매장 수('23): 4,189개 직원 수('23): 6,862명 	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 가공식품, 즉석식품, 식사대용식품, 도시락, 라면, 스낵류, 소스 등 		
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> 대만 소비자들에게 신뢰도가 높은 브랜드 상품 		
	매장 전경			
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 유선전화 및 이메일을 통한 입점 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> 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 <ul style="list-style-type: none"> - 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]

④ 세븐일레븐

기업 기본 정보	기업명	세븐일레븐(7-Eleven) 타이완	
	기업구분	편의점	
	홈페이지	www.7-11.com.tw	
	위치	타이페이(Taipei)	
	규모	매출액('22) • 2,900억 타이완달러(12조 1,104억 원) 기타 규모 • 매장 수('23): 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 소매가격, 원가, 제품 크기, 용량, 상세정보 등) ② 세븐일레븐과의 협력 기획안(광고 기획, 출시 프로모션 기획 등) ③ 제품 사진 및 견본 • 문의사항 연락처 - 팩스: +882-2-2747-8017 - 전화번호: +882-2-2747-8711 - 주소: 2F,65 Tung Hsing Rd.,105 Taipei,Taiwan,R.O.C.	

자료: 세븐일레븐(7-Eleven) 타이완

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

[2023년 업데이트]

⑤ 백상상회

기업 기본 정보	기업명	백상상회(百昌韓貨商行)
	기업구분	아시아마트/한인마트
	홈페이지	www.facebook.com/bckoreastore
	위치	타이페이(Taipei)
	규모	기타 규모 • 매장 수(*23): 1개
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 대만 타이페이 완화구에 위치한 한인 식료품 마트 • 페이스북을 통해 제품 문의를 받고 있음 • 다양한 한국산 주류 및 라면을 구비하고 있음 • 유통되는 식품들은 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	<ul style="list-style-type: none"> • 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> 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 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: yifang1126@gmail.com - 전화번호: +886-2-2382-1833

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

[2023년 업데이트]

⑥ 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	<ul style="list-style-type: none"> • 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	<ul style="list-style-type: none"> • 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> 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 <ul style="list-style-type: none"> - 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]

⑦ 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	<ul style="list-style-type: none"> • 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 • 참고형 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	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 내 '聯絡我們' 클릭 후 문의 내용 기입하여 제출 • 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> 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 <ul style="list-style-type: none"> - 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]

⑧ 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 ³¹⁾ 기타 규모 • 방문횟수(최근 1개월): 3,270만 회	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 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	트리탑(Tree Top), 아오모리(青森農協) 등
		해외 판매	일부 국가 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색



연휴 및 시즌별 할인, 00데이 할인, 1+1 프로모션, 무료배송 등 다양한 프로모션 상시 진행

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 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 <ol style="list-style-type: none"> 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 <ul style="list-style-type: none"> - 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)

31) 1달러=1,344.80원(2023.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

[2023년 업데이트]

⑨ 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) ³²⁾ 기타 규모 • 방문횟수(최근 1개월): 7,190만회	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 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	후오리하오(活力豪), 알라스(Walas) 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	<ul style="list-style-type: none"> • 쇼피 코리아 셀러 센터를 통한 입점 등록 (shopee.kr) <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 가입 정보 <ul style="list-style-type: none"> 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) <ul style="list-style-type: none"> - 로그인 후 신청서 작성하여 제출 • 문의사항 연락처 및 기타 유의사항 <ul style="list-style-type: none"> - 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(Shopee) 타이완, 한국농수산물유통공사(AT), 시밀러웹(Similarweb), 센서타워(Sensortower)
사진 자료: 쇼피(Shopee) 타이완

32) 전세계 쇼피 통합 매출액임

[2023년 업데이트]

⑩ 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	<ul style="list-style-type: none"> • 피씨홈라인(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	기도우시(奇豆喜), 넥타(NECTAR) 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	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 상단 '賣家中心' 클릭 - 회원가입 필수 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> 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 <ul style="list-style-type: none"> - 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 과즙음료 통관 및 검역 절차
2. 대만 과즙음료 품질 인증
3. 대만 과즙음료 라벨링
4. 대만 과즙음료 성분 및 유해물질

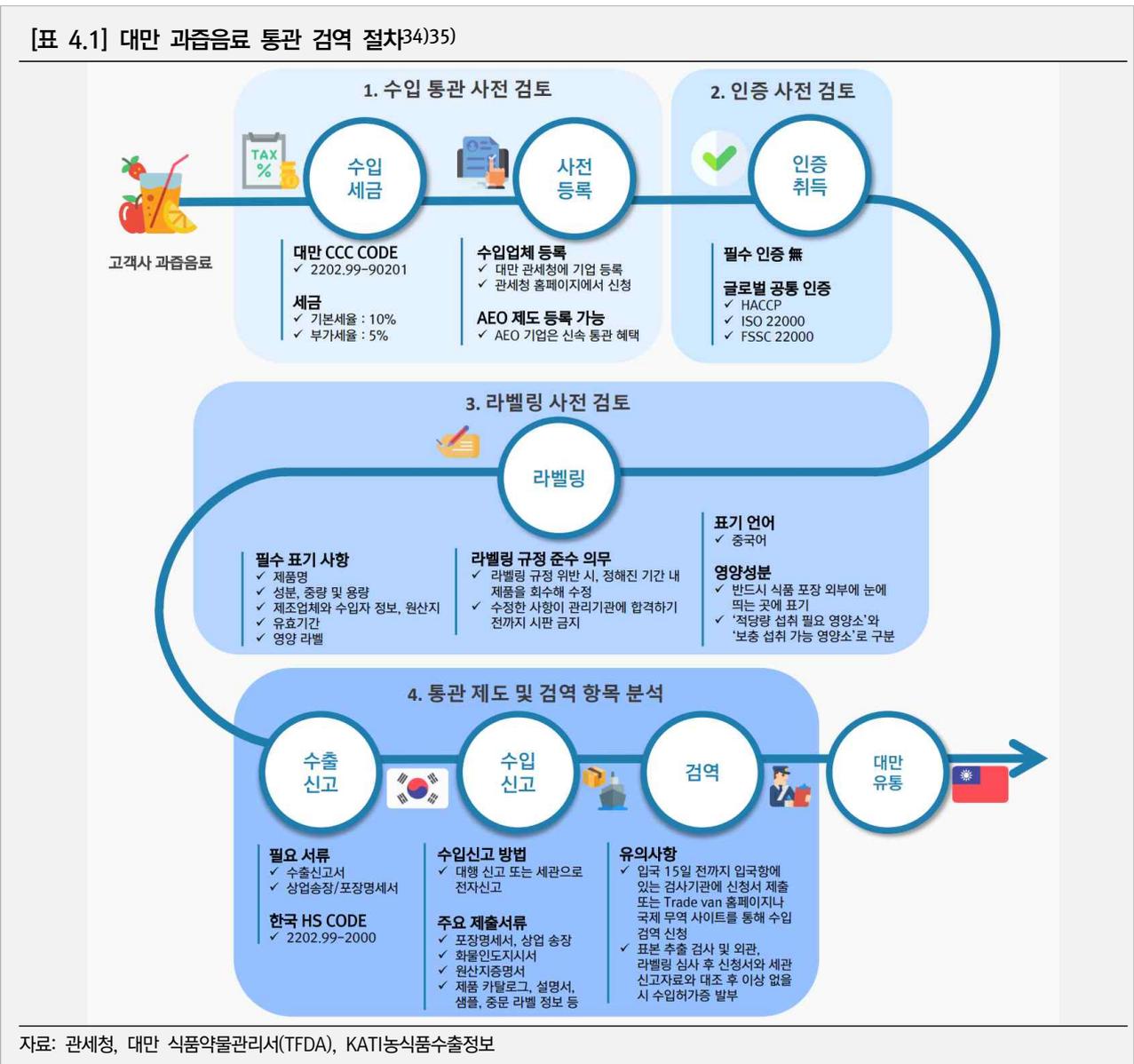
[2023년 업데이트]

1. 대만 과즙음료 통관 및 검역 절차³³⁾

▶ 대만 과즙음료, 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 운용하고 있고 이에 따른 수입 코드를 바탕으로 수입요건이 결정되기 때문에 사전에 품목분류와 수입규정에 대한 철저한 파악이 필요함

[표 4.1] 대만 과즙음료 통관 검역 절차³⁴⁾³⁵⁾



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

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

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

[2023년 업데이트]

▶ 대만 과점음료, 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	<ul style="list-style-type: none"> 수입검사를 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	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 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 과즙음료 수출업체, 식품이력추적제도 적용

대만은 「식품안전위생관리법」 등의 식품 안전과 관련된 법률·규정 제·개정을 통해 생산자부터 수입자까지의 포괄적인 식품이력추적제도를 시행 중임. 육류제품, 식용유지, 유제품, 식품첨가물 등 식품에 대해 단계별 이력추적 체제를 구축하고 있으며, 공공기관, 식품업자, 소비자 모두가 접근 가능한 일체화된 클라우드형 이력추적제를 도입함으로써 식품 이력추적 정보의 접근성을 향상함. 대만의 식품이력추적제도는 식품이력추적 관리시스템³⁶⁾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 정보³⁷⁾

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 ³⁸⁾ - 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

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

37) 식품이력관리시스템, 「GTP3_0_식품이력추적정보표준_V1.1.11」, 2022.03

38) 2023년 7월 13일 「식품 내 동물용의약품 잔류 기준(動物用藥殘留標準)」가 발효됨에 따라, 소, 닭, 돼지 등 육류부산물에 적용되는 부세렐린 등 동물용의약품 잔류 관련 증명서 제출이 요구될 수 있음

[2023년 업데이트]

2. 대만 과즙음료 품질 인증

▶ 대만 과즙음료, 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 과즙음료 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 과즙음료 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 과즙음료 라벨링

[표 4.5] 대만 과즙음료 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	1. 표기 언어	<ul style="list-style-type: none"> • 중국어 및 공통 기호로 명확하게 표시해야 함
	2. 제품명	<ul style="list-style-type: none"> • 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	<ul style="list-style-type: none"> • 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	<ul style="list-style-type: none"> • 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	<ul style="list-style-type: none"> • 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 과즙음료 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	6. 원산지	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 용기나 포장 상단에 인쇄해야 함 작성 방법은 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	<ul style="list-style-type: none"> 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/100ml 당으로 표시하거나, 매 분량 및 일일 섭취량 비율(%)로 표시해야 함 한 개의 영양표시에 ‘1회분’ 및 ‘100g/100ml 당’의 표시를 사용하는 제품의 경우, ‘1회분’의 단위는 ‘100g/100ml 당’의 단위로 구성함

자료: 대만 식품약품관리서(TFDA)

[2023년 업데이트]

[표 4.5] 대만 과즙음료 라벨링

<p>라벨 필수 표시 사항 및 기준</p>	<p>9. 표시 기준</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 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 <ul style="list-style-type: none"> - 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 취득 제품 외 일반 식품 '건강' 단어 표기 제한³⁹⁾
	<p>10. 라벨 부착 의무 면제</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 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 제외됨

자료: 대만 식품약품관리서(TFDA)

39) 2022년 7월 1일부터 시행, 위반 시 최대 1억 6천만 원 상당 벌금 부과

[2023년 업데이트]

▶ 대만 과즙음료 라벨 샘플



[스티커 라벨링]

스티커 라벨링(중문)

- ① 法國有機花園 有機驗證機構：
Jardin BIO
ECOCFRT FRANCE SAS
同意文件字號
有機農糧入字第AGGR-108-1129-0
04號

- ② 品名：有機花園 有機石榴果汁 100%

- ③ 容量：500ml

- ④ 營養標識：

每一份量 100 毫升 本包裝含5份		
	每份	每100公克
能量	58.8大卡	58.8大卡
蛋白質	0公克	0公克
脂肪	0公克	0公克
飽和脂肪	0公克	0公克
反式脂肪	0公克	0公克
碳水化合物	14.7公克	14.7公克
糖	12.3公克	12.3公克
鈉	0毫克	0毫克

스티커 라벨링(국문)

- ① 유기농 인증 정보:
Jardin BIO
ECOCFRT FRANCE SAS
동의문서번호
유기농식량제AGGR-108-1129-00
4번

- ② 제품명: 유기농화원 유기농석류과즙
100%

- ③ 용량: 500ml

- ④ 영양성분표:

1회 제공량 100ml 5개입		
	1병당	100g당
에너지	58.8 kcal	58.8 kcal
단백질	0 g	0 g
지방	0 g	0 g
포화지방	0 g	0 g
트랜스지방	0 g	0 g
탄수화물	14.7 g	14.7 g
설탕	12.3 g	12.3 g
나트륨	0 mg	0 mg

[2023년 업데이트]

⑤ 有効日期: 如標示(日/月/西元年)
保存期限 - 547天

⑥ 原產地: 法國

⑦ 進口商總代理: 駿伸企業有限公司
地址: 台北市成功路四段68號7F
電話: (02) 2795-5303

⑤ 유통기한: 표시와 같이(일/월/년)
유통기한 - 547일

⑥ 원산지: 프랑스

⑦ 수입업체: 쥘선치에유한회사
주소: 타이베이시청공로쓰뽀뽀68호7F
전화: (02) 2795-5303

[2023년 업데이트]

4. 대만 과즙음료 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] 과즙음료에 적용되는 대만 식품첨가물 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	사용기준	식품 유형
1	알파-글리코실-이소퀘르시트린	α -Glycosyl-isoquercitrin	150mg/kg	과일·채소류 음료
2	벤조산	Benzoic acid	1.0g/kg	과일주스
3	소르빈산칼슘	Calcium sorbate		
4	L-시스테인염산염	L-cysteine monohydrochloride	필요에 따라 적당량(식품 제조 또는 가공의 목적으로만 사용한다.)	
5	벤조산칼륨	Potassium benzoate	1.0g/kg	
6	소르빈산칼륨	Potassium sorbate		
7	벤조산나트륨	Sodium benzoate		
8	소르빈산	Sorbic acid		
9	소르빈산나트륨	Sodium sorbate		
10	규산알루미늄	Aluminum silicate	5g/kg(식품 제조 또는 가공의 목적으로만 사용한다.)	
11	유동파라핀	Liquid paraffin	0.10%(식품 제조 또는 가공의 목적으로만 사용한다.)	

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 KATI 농식품수출정보 홈페이지에서 확인 가능함

[표 4.7] 과즙음료에 적용되는 대만 유해물질 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	잔류허용기준	식품 유형
1	부분경화유	PHOs (Partially hydrogenated oils)	사용금지	모든 식품
2	납	Lead(Pb)	0.03ppm	과채류 음료
3	대장균군	Coliforms	10° MPN/g	희석하지 않고 멸균처리 하지 않은, 과일과 채소로 짠 신선한 주스
4	대장균	Escherichia coli	10MPN/g	
5	살모넬라균	Salmonella spp	음성	
6	총 호기성 세균	Total aerobic microorganisms	검출 기준 없음	
7	비소	Arsenic(As)	0.2ppm	음료
8	안티몬	Antimon(y)	0.15ppm	
9	구리	Copper(Cu)	5.0ppm	
10	131 아이오딘	131 Iodine(131 I)	100Bq/kg	

자료: KATI농식품수출정보

[2023년 업데이트]

▶ **농약 최대 잔류허용기준(MRL)**

대만 식품안전위생관리법 제15조 「농약 잔류물 허용 표준」에 따라, 대만에서 식품을 유통하기 위해서는 식품 내 잔류 농약 성분이 해당 규정을 반드시 준수해야 함. 하기 표는 고객사 제품에 적용될 수 있는 대만의 농약 최대 잔류허용기준(MRL: Maximum Reside Limit)임. 더욱 자세한 규정 및 기준은 대만 식품약품관리서 홈페이지에서 확인 가능함

[표 4.8] 과즙음료에 적용되는 대만 농약 최대 잔류허용기준(MRL)

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	잔류허용기준(ppm)	식품 유형
1	클로티아니딘	Clothianidin	0.2	포도 주스
2	펜피라자민	Fenpyrazamine	4.0	
3	다이페닐아민	Diphenylamine	0.5	사과 주스
4	프로파자이트	Propargite	0.2	
5	말라티온	Malathion	0.01	토마토 주스
6	피페로닐부톡사이드	Piperonyl butoxide	0.3	
7			0.05	오렌지 주스
8	프로파자이트	Propargite	0.3	

자료: 대만 식품약품관리서(TFDA)

▶ 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 4.9] 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 식품약물관리서(TFDA)

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

V 전문가 인터뷰



1. 쿤타이마오이(堃泰貿易)
2. 한꼬우왕(韩购网)
3. 첸위귀찌뒤귀스핀
(千御國際多國食品)
4. 이제트모어(Ezmore)
5. 떠우싸오더링스짜휘띠앤
(豆嫂的零食雜貨店)

Interview ① 쿤타이마오이(堃泰貿易)

40)



●
쿤타이마오이
(堃泰貿易)

전문가 소속

쿤타이마오이
(堃泰貿易)
수입유통업체

전문가 정보

Ms. Sandy
(Chairman Assistant)

쿤타이마오이(堃泰貿易)

Chairman Assistant, Ms. Sandy

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 1980년에 설립된 수입식품 전문 유통업체로, 한국과 일본에서 수입한 음료와 주류를 취급하고 있습니다. 프랜차이즈 마트, 편의점, 식당과 쇼피(蝦皮購物), 라쿠텐(樂天), 모모(Momo) 등 온라인 쇼핑몰에 납품하고 있습니다.

Q. 대만에서의 과일음료 수요는 어떠한가요?

대만에서의 과일음료 수요는 많은 편으로, 향후에도 증가할 것으로 생각합니다. 대만 사람들은 한국산 과일음료의 품질이 우수하다고 생각하므로, 한국산 과일음료의 수요가 가장 많습니다. 한국산 외에는 일본과 대만에서 생산한 과일음료의 인기가 많습니다.

Q. 대만 사람들이 선호하는 과일음료는 무엇인가요?

대만 사람들은 당사 자페브랜드(PB) 상품이지만 한국에서 생산한 사키(SAKI)의 과일 음료를 선호합니다. 사키 제품에는 젤리가 들어가 있어, 대만 소비자들 사이에서 반응이 매우 좋습니다. 그중, 대만 사람들은 토마토 주스를 가장 선호합니다. 사키의 토마토 주스는 라이코펜 함량이 5.4mg이 들어있어, 항산화와 노화 방지의 효능이 있는 것으로 유명합니다. 이 밖에 달콤하면서도 상큼한 맛의 멜론알로에와 복숭아 맛 주스의 수요가 많습니다.

Q. 대만에서의 과일음료 판매처는 어디인가요?

편의점, 마트, 드럭스토어, 식당, 온라인 쇼핑몰 등 다양한 온·오프라인 매장에서 과일음료를 취급하고 있습니다. 대만 사람들은 날개로 과일음료를 구매할 때 편의점을 이용하고, 대량으로 구매할 때 온라인 쇼핑몰을 이용합니다. 따라서 과일음료의 고객 수는 편의점에서 많으나, 판매량은 온라인 쇼핑몰에서 많습니다.

Q. 대만에서 한국산 과일음료 판매 시, 수요가 있을까요?

대만에서 한국산 과일음료를 판매한다면, 수요가 매우 많을 것으로 생각합니다. 대만 소비자들은 새로운 브랜드 제품을 선호하기 때문입니다. B, C 브랜드 과일음료가 평균 25-30대만달러(약 1,054-1,264원)⁴¹⁾임을 고려했을 때, A사의 제품은 포장이 고급스럽고 가격이 적당하다고 생각합니다.

41) 1대만달러=42.14원(2020.03.24., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Interview ② 한꼬우왕(韩购网)

42)

韓國專賣店

한꼬우왕
(韩购网)

전문가 소속

한꼬우왕
(韩购网)
수입유통업체

전문가 정보

Ms. Wei
(CEO)

한꼬우왕(韩购网)

CEO, Ms. Wei

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 2008년에 설립된 한국 식품 전문 수입유통업체로, 한국산 음료, 조미료, 반찬, 생활용품, 스낵류 등을 취급하고 있습니다. 대만에 오프라인 매장 2곳을 운영하고 있으며, 쇼피(蝦皮購物), 라쿠텐(樂天), 피씨홈(Pchome) 등 온라인 쇼핑몰에 납품하고 있습니다.

Q. 대만에서의 과일음료 수요는 어떻게 되나요?

대만에서의 과일음료 수요는 많습니다. 당사는 월 평균 약 278개의 과일음료를 판매하고 있고, 겨울보다 여름이나 가을에 제품의 수요가 많습니다. 대만 소비자들은 일본, 대만에서 생산한 과일음료보다 한국산 과일음료를 선호합니다. 한국산 과일음료는 대만에 진출한 지 오래돼, 대만 사람들 사이에서 인지도가 매우 높습니다.

Q. 대만에서 인기가 좋은 과일음료는 무엇인가요?

대만에서는 C사 과일음료 수요가 가장 많습니다. 현지인들은 복숭아 맛의 주스를 가장 선호하고, 이 밖에 알로에, 망고, 포도 맛 주스의 인기가 좋습니다. 해당 제품에는 젤리가 들어가 있어, 대만 소비자들 사이에서 반응이 매우 좋습니다.

Q. 제품의 홍보 방안에는 무엇이 있나요?

당사는 라인, 페이스북 등 소셜미디어 활동을 통해, 과일음료를 홍보하고 있습니다. 또한 과일음료 제품 대부분이 선물용 패키지가 있어, 명절이나 연말 등의 백화점 행사 때 시음행사를 진행합니다.

42) 사진자료: 한꼬우왕(韩购网) 라쿠텐 홈페이지 (www.rakuten.com.tw/shop/koreashop)

Q. 취급 제품의 가격은 어느 정도가 적당한가요?

과일음료는 240mL에 25대만달러(약 1,054원)가 적당하다고 생각합니다. 대만의 수입 음료류 관세율이 6-8%로 다소 높기 때문에, 제품을 25대만달러(약 1,054원)로 판매하려면, 수출 가격을 약 12대만달러(약 506원)로 낮출 필요가 있습니다.

Interview ③ 첸위귀찌뉘귀스핀(千御國際多國食品)

43)



첸위귀찌뉘귀스핀
(千御國際多國食品)

전문가 소속

첸위귀찌뉘귀스핀
(千御國際多國食品)
수입유통업체

전문가 정보

Mr. Li
(Manager)

첸위귀찌뉘귀스핀(千御國際多國食品)

Manager, Mr. Li

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 수입유통업체로 한국, 일본, 동남아, 유럽에서 생산한 음료류, 스낵류, 견과류, 조미료 등을 취급합니다. 라쿠텐 온라인 쇼핑몰과 도소매업체에 납품하고 있습니다.

Q. 대만에서의 과일음료는 수요는 어떠한가요?

몇 년 전까지만 해도, 대만에서의 과일음료의 수요는 매우 많았습니다. 하지만 최근 대만에 밀크티 가게와 과일음료 전문점이 생겨남에 따라, 과일음료의 수요가 감소하고 있습니다. 제품의 원산지에 따라 수요를 구분하자면, 한국산 B, C브랜드는 봄과 여름에 수요가 많습니다. 비교적 저렴한 대만 브랜드의 과일음료는 1년 내내 인기가 좋습니다.

Q. 당사 취급 제품 중, 수요가 많은 제품은 무엇인가요?

당사에서 취급 중인 제품 중, C와 사키 브랜드의 과일음료 수요가 매우 많습니다. 대만 사람들은 C의 포도 맛 음료와 사키의 복숭아 맛 음료를 선호합니다. 대만 소비자들 사이에서 한국산 과일음료는 인지도가 높고, 대만 브랜드인 사키는 180mL에 20대만달러(약 843원)로 가격 경쟁력이 있습니다.

Q. 제품의 유통은 어떻게 이루어지고 있나요?

수요가 많은 과일음료 제품은 해당 국가로부터 직접 수입합니다. 작년까지만 해도 당사는 한국산 음료를 직수입했었으나, 최근 수요가 감소함에 따라 대만 유통업체를 통해 납품받고 있습니다. 수출 주의사항을 잘 알지 못하지만, 수입 음료에는 과즙 함유량을 표기해야 한다고 알고 있습니다. 또한 과즙 함량이 10% 이하면, 제품명에 '주스'를 넣을 수 없다고 들은 바 있습니다.

43) 사진자료: 첸위귀찌뉘귀스핀(千御國際多國食品) 라쿠텐 홈페이지 (www.rakuten.com.tw/shop/cian-yu)

Interview ④ 이제트모어(Ezmore)

44)



이제트모어
(Ezmore)

전문가 소속

이제트모어
(Ezmore)
유통업체

전문가 정보

Ms. Lu
(Manager)

이제트모어(Ezmore) Manager, Ms. Lu

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 한국 제품 전문 유통업체로, 한국산 음료류, 스낵류, 즉석식품 등의 식료품과 화장품, 생활용품 등을 취급하고 있습니다. 야후와 라쿠텐 등 온라인 쇼핑몰에 납품하고 있습니다.

Q. 대만에서의 한국산 과일음료 수요는 어떠한가요?

3년 전까지만 해도 대만에서 한국산 과일음료의 수요는 매우 많았습니다. 하지만 최근 대만에서 생산한 저렴한 가격대의 과일음료가 출시함에 따라, 한국산 제품의 수요는 감소하는 추세입니다. 실제 3년 전과 비교했을 때 C의 배 음료 판매량은 약 10% 줄었습니다.

Q. 대만 소비자들이 선호하는 과일음료는 무엇인가요?

대만 소비자들은 대만에서 생산한 홍파이(紅牌)와 한국 C사 제품을 선호합니다. 특히, C사의 과육, 젤리가 들어간 포도 맛과 배 맛 음료의 인기가 가장 좋습니다. 대만에서 취급 중인 과일음료 제품은 평균 20-35대만달러(약 843-1,475원)입니다.

Q. 대만에서의 과일음료 판매처는 어디인가요?

대만의 다양한 온·오프라인 매장에서 과일음료를 판매하고 있습니다. 그중, 음료 홍보문구에 '바베큐에 꼭 필요한 음료'라고 기재할 정도로, 식당에서의 과일음료 수요가 매우 많습니다. 한국산 과일음료는 한식당에서 반응이 매우 좋습니다. 또한 브랜드 인지도가 낮은 수입 과일음료는 주로 온라인 쇼핑몰에서 판매되고 있습니다.

Interview ⑤ **떠우싸오더링스짜훤띠앤(豆嫂的零食雜貨店)**

45)



떠우싸오더링스짜훤띠앤
(豆嫂的零食雜貨店)

전문가 소속

떠우싸오더링스짜훤띠앤
(豆嫂的零食雜貨店)
유통업체

전문가 정보

Mr. Li
(Manager)

떠우싸오더링스짜훤띠앤(豆嫂的零食雜貨店) Manager, Mr. Li

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 유통업체로, 한국, 일본, 대만에서 생산한 음료류, 스낵류, 조미료 등을 취급하고 있습니다. 자체 온라인 쇼핑몰과 라쿠텐, 페이스북 등을 통해 제품을 판매하고 있습니다.

Q. 대만에서의 한국산 과일음료의 수요는 어떻게 되나요?

대만에서의 한국산 과일음료 수요는 매우 많은 편으로, 한국산 과일음료는 대만 음료 시장의 약 70%를 차지하고 있습니다. 하지만 최근에는 밀크티 전문점과 과일음료 전문점이 생겨남에 따라, 한국산 과일음료의 수요는 감소하고 있습니다.

Q. 대만 소비자들이 선호하는 과일음료는 무엇인가요?

대만 소비자들은 C사 포도, 배 맛 과일음료를 가장 선호합니다. 현지에서 한국산 배와 C사 브랜드의 인지도는 높기 때문입니다. 이 밖에도 최근 한국 D사에서 출시한 복숭아 맛 음료의 인기가 좋습니다.

Q. 대만에서의 과일음료를 효과적으로 판매하기 위해서는 어떻게 해야 할까요?

대만에서 과일음료를 효과적으로 판매하기 위해서는, 온라인 쇼핑몰과 식당에 납품할 것을 추천합니다. 최근 온라인 쇼핑몰에서의 과일음료 판매가 증가하고 있고, 식당에서 한국산 과일음료를 맛본 소비자 중, 과일음료를 구매하는 사람이 늘고 있기 때문입니다. 이 밖에도 시음회 등의 오프라인 활동보다 온라인 쇼핑몰에서의 배너광고를 통해, 제품의 인지도를 높이는 것이 필요합니다.

45) 사진자료: 떠우싸오더링스짜훤띠앤(豆嫂的零食雜貨店) 홈페이지 (www.dousao.com.tw)

[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 헤럴드경제, '대만 음료 시장 성공 공식은 '빼기와 더하기''
2. 스태티스타(Statista), 「Other Juice, Juice Mixtures & Smoothies_Taiwan」, 2023.08
3. 리얼푸드, '대만 음료 시장 성공 공식은 빼기와 더하기', 2021.08.
4. 식품외식경영, '대만 음료 시장 핵심 키워드는 무첨가·건강 기능 강화', 2021.08.
5. Kati 농식품수출정보, '대만 과일 음료 매출 해마다 감소, 신규 고객 유치 및 시장 확대를 위한 차별화 전략 필요', 2021.11.
6. 경남일보, '국내 최초 개발 "홍시주스" 대만 수출', 2022.08.
7. 매일신문, '영주 별사과즙 대만 수출길 개척...25일 2,700kg 수출 선적', 2022.10.
8. 스태티스타(Statista), 「Distribution of food product retail sales value in Taiwan in 3rd quarter 2022, by sales channel」, 2022.11
9. 농림축산식품부, 「2021 농식품 해외인증등록정보 종합가이드」, 2021.12
10. KATI농식품수출정보, 「2020 농식품 수출국가정보 아시아오세아니아」, 2020.12
11. 한국농수산물유통공사, 「대만 농식품 통관 가이드북」, 2018
12. 세계법제정보센터, 「중화인민공화국 식품안전법 번역본」, 2015
13. KATI농식품수출정보, 「2022년 한눈에 보이는 국가별 농식품 수출 교역조건현황(대만편)」, 2023.07
14. KATI농식품수출정보, 「비관세장벽이슈_대만, 식품 내 동물용의약품 잔류허용기준(MRL) 개정」, 2023.07
15. 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. 스태티스타(Statista) (www.statista.com)
4. KEB하나은행(www.kebhana.com)
5. 에이마트(A-mart) (www.fe-amart.com.tw)
6. 하우스펀뉴스(HouseFunNews) (news.housefun.com.tw)
7. 진조우칸(今周刊) (www.businesstoday.com.tw)
8. 까르푸 타이완(Carrefour Taiwan) (www.carrefour.com.tw)
9. 아클라스(Aclas) (www.aclas.tw/carrefour/)
10. 포커스타이완(Focus Taiwan) (focustaiwan.tw)
11. 구글맵(Google Maps) (google.com/maps)
12. 패밀리마트(FamilyMart) 타이완 (www.family.com.tw)
13. 테크인아시아(Tech in Asia) (www.techinasia.com)
14. 타이완뉴스(Taiwan News) (www.taiwannews.com.tw)
15. 세븐일레븐(7-Eleven) 타이완 (www.7-11.com.tw)

[참고문헌]

■ 참고 사이트

16. 씨케이트래블(CK Travels) (www.cktravels.com)
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. 한국농수산식품유통공사(aT) (www.at.or.kr)
22. 센서타워(Sensor Tower) (www.sensortower.com)
23. 시밀리 웹(similarweb) (www.similarweb.com)
24. 쇼피(Shopee) 타이완 (www.shopee.tw)
25. 루텐(露天市集) (www.ruten.com.tw)
26. 관세청 (www.customs.go.kr)
27. 농림축산식품부 (www.mafra.go.kr)
28. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
29. 대만 식품약품관리서(TFDA) (www.fda.gov.tw)
30. 대만 관세청(Taipei Customs) (etaipei.customs.gov.tw)
31. 대만 대외무역국(MOEA, Bureau of Foreign Trade) (www.trade.gov.tw)
32. 대만 경제부 표준검험국(標準檢驗局) (www.bsmi.gov.tw)
33. 플래티콘(Flaticon) (www.flaticon.com)
34. 쿤타이마오이(堃泰貿易) 홈페이지 (www.saki.com.tw)
35. 한꼬우왕(韓購網) 라쿠텐 홈페이지 (www.rakuten.com.tw/shop/koreashop)
36. 첸위귀찌뒤귀스핀(千御國際多國食品) 라쿠텐 홈페이지 (www.rakuten.com.tw/shop/cian-yu)
37. 이제트모어(Ezmore) 라쿠텐 홈페이지 (www.rakuten.com.tw/shop/ezmore99)
38. 떠우싸오더링스짜휘미엔(豆嫂的零食雜貨店) 홈페이지 (www.dousao.com.tw)

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

본 보고서는 2019년 발행된 대만 과일음료 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