2023 농식품 수출국가 정보조사「브라질」

2023.12.

한국농수산식품유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation
수 출 정 보 분 석 부

1 국가 및 시장정보

1 국가 개황
1-1 국가 개관
1-2 경제지표
1-3 농업현황
1-4 FTA 체결현황

2 식품 시장규모

3 식품 소비규모
3-1 1인당 식품 소비액
3-2 1인당 식품 소비량

4 식품 시장전망

5 식품 수출현황
5-1 수출국
5-2 수출품목

6 식품 수입현황
6-1 수입국
6-2 수입품목

7 對브라질 한국산 수출현황
7-1 부문별 수출현황
7-2 수출품목

2 식품 유통현황

1 오프라인 유통현황
1-1 오프라인 유통채널 규모
1-2 오프라인 유통채널 매장 수
1-3 오프라인 유통채널 브랜드 점유율
1-4 주요 오프라인 유통채널

2 온라인 유통현황
2-1 온라인 유통채널 규모
2-2 온라인 유통채널 점유율 규모
2-3 주요 온라인 유통채널

3 유통채널 전망
3-1 오프라인 유통채널 전망
3-2 온라인 유통채널 전망

4 유통채널 연계정보
4-1 국가보고서
4-2 품목보고서
4-3 해외지사 발간 보고서

3 수출품목 및 소비 트렌드

1 수출품목
1-1 수출품목 선정기준
1-2 한국산 수출품목

2 소비 트렌드

4 수출절차

1 수출입절차

2 통관 및 검역제도

3 수출가능·불가능품목
3-1 수출가능품목
3-2 수출불가능품목

5 비관세장벽

1 라벨링제도
1-1 주요 라벨링 표기사항
1-2 라벨링 예시

2 인증제도

3 통관거부사례

4 비관세장벽 이슈

6 요약

1 보고서 소개

1 국가 및 시장정보

1.1 | 국가 개황

1.1.1 국가 개관

인구 (2023년 추정치)	218,689,757명, 전 세계 7위
민족구성 (2010년 추정치)	백인 47.7%, 혼혈 43.1%, 흑인 7.6%, 아시아인 1.1%, 원주민 0.4%
언어	포르투갈어, 스페인어, 독일어, 이탈리아어, 일본어, 영어 및 다수의 미국 소수 언어
종교 (2020년 추정치)	로마 가톨릭 50%, 복음주의 31%, 영성가 3%, 움반다, 캔돔블 또는 기타 아프로브라질 종교 2%, 유대인 0.3%, 무신론자 1%, 기타 2%, 무교 10%
연령구조 (2023년 추정치)	0~14세: 19.77% (남성 22,084,172/여성 21,148,290) 15~64세: 69.72% (남성 75,612,047/여성 76,853,504) 65세 이상: 10.51% (남성 9,848,975/여성 13,142,769)
중위연령 (2020년 추정치)	전체: 33.2세, 전 세계 101위 남성: 32.3세 여성: 34.1세

*주: 2023.11. 조회 기준
*출처: CIA Factbook

1.1.2 경제지표

실질GDP	$3.128조 (2021년 추정치), 년 달러 기준, 전 세계 9위 $2.989조 (2020년 추정치), 년 달러 기준 $3.11조 (2019년 추정치)
실질GDP 성장률	4.62% (2021년 추정치), 전 세계 99위 -3.88% (2020년 추정치) 1.22% (2019년 추정치)
1인당 실질GDP	$14,600 (2021년 추정치), 2017년 달러 기준, 전 세계 111위 $14,000 (2020년 추정치), 2017년 달러 기준 $14,700 (2019년 추정치)

*주: 2023.11. 조회 기준
*출처: CIA Factbook

1.1.3 농업현황

농업 GDP 비중	6.6% (2017년 추정치)	농업 인구 비중	9.4% (2017년 추정치)
주요 생산품	사탕수수, 콩, 옥수수, 우유, 카사바, 오렌지, 가금류, 쌀, 쇠고기, 목화 등		

*주: 2023.11. 조회 기준
*출처: CIA Factbook

1.1.4 FTA 체결현황

<브라질의 FTA 체결현황>

기체결	협상중	검토중
해당사항 없음	해당사항 없음	해당사항 없음

*주: 2023.10. 조회 기준
*출처: 산업통상자원부 FTA 강국, KOREA(www.fta.go.kr)

<우리나라와의 FTA 체결현황>

발효	서명/타결	협상중	재개개시 여건조성
해당사항 없음	해당사항 없음	한-Mercosur TA	해당사항 없음

*주: 2023.11. 조회 기준
*출처: 산업통상자원부 FTA 강국, KOREA(www.fta.go.kr)

1.2 | 식품 시장규모

1.2.1 식품 시장규모

개요

브라질 식품 시장은 2018년 1,750억 달러에서 연평균 3.1% 감소하여 2022년 1,541억 달러로 집계되었다.

육류

육류 시장규모는 2018년 368억 달러에서 연평균 3.2% 감소하여 2022년 323억 달러로 집계되었으며, 전체 식품 시장의 21.0% 비중을 차지하고 있다.

베이커리 및 곡물류

베이커리 및 곡물류 시장규모는 2018년 265억 달러에서 연평균 4.5% 감소하여, 2022년 220억 달러로 집계되었으며, 전체 식품 시장의 14.3% 비중을 차지하고 있다.

낙농품

낙농품 시장규모는 2018년 245억 달러에서 연평균 3.1% 감소하여, 2022년 216억 달러로 집계되었으며, 전체 식품 시장의 14.0% 비중을 차지하고 있다.

<브라질 품목별 식품 시장규모(2018~2022)>

(단위: 십억 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	175.0	170.6	138.5	142.0	154.1	100.0	8.5	-3.1
육류	36.8	35.7	28.7	29.3	32.3	21.0	10.3	-3.2
베이커리 및 곡물류	26.5	25.8	20.8	21.2	22.0	14.3	3.7	-4.5
낙농품	24.5	23.8	19.3	19.7	21.6	14.0	9.8	-3.1
채소류	19.2	18.7	15.1	15.5	16.9	11.0	9.5	-3.1
스낵류	16.3	15.8	12.6	12.8	14.0	9.1	9.5	-3.8
과일 및 견과류	12.2	11.9	9.6	9.8	10.7	6.9	9.6	-3.3
수산물	12.4	12.1	9.7	10.0	10.4	6.7	4.2	-4.3
유지류	8.7	8.5	6.8	6.9	7.5	4.9	8.1	-3.7
편의식품	7.7	7.6	6.2	6.4	6.9	4.5	9.1	-2.7
펫푸드	3.6	4.0	4.2	4.8	5.5	3.6	13.7	11.5
스프레드 및 당류	3.4	3.0	2.3	2.2	2.4	1.6	10.0	-8.3
소스 및 향신료	2.3	2.3	1.9	1.9	2.1	1.4	10.3	-1.5
영유아식품	1.4	1.5	1.5	1.6	1.7	1.1	6.8	4.9

*출처: STATISTA

1.3 | 식품 소비규모

1.3.1 1인당 식품 소비액

개요

브라질의 1인당 식품 소비액은 2018년 약 835달러에서 연평균 3.8% 감소하여 2022년 약 715달러로 집계되었다.

육류

육류 소비액은 2018년 약 175달러에서 연평균 3.8% 감소하여 2022년 약 150달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 21.0% 비중을 차지하고 있다.

베이커리 및 곡물류

베이커리 및 곡물류 소비액은 2018년 약 126달러에서 연평균 5.2% 감소하여 2022년 약 102달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 14.3% 비중을 차지하고 있다.

낙농품

낙농품 소비액은 2018년 117달러에서 연평균 3.8% 감소하여 2022년 약 100달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 14.0% 비중을 차지하고 있다.

<브라질 품목별 1인당 식품 소비액(2018~2022)>

(단위: 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	835.3	808.5	651.5	663.6	715.6	100.0	7.8	-3.8
육류	175.5	169.1	135.1	136.9	150.1	21.0	9.6	-3.8
베이커리 및 곡물류	126.6	122.2	97.7	99.3	102.3	14.3	3.1	-5.2
낙농품	117.0	112.9	90.6	92.0	100.3	14.0	9.1	-3.8
채소류	91.7	88.7	71.0	72.2	78.6	11.0	8.9	-3.8
스낵류	78.0	75.0	59.3	59.6	64.8	9.1	8.8	-4.5
과일 및 견과류	58.3	56.3	45.0	45.6	49.7	6.9	8.9	-3.9
수산물	59.0	57.1	45.7	46.5	48.2	6.7	3.6	-4.9
유지류	41.5	40.0	32.0	32.4	34.8	4.9	7.3	-4.3
편의식품	36.9	35.9	29.0	29.7	32.2	4.5	8.4	-3.4
펫푸드	16.9	19.0	19.6	22.5	25.4	3.6	13.0	10.7
스프레드 및 당류	16.3	14.4	10.8	10.3	11.2	1.6	8.9	-8.9
소스 및 향신료	10.8	10.7	8.7	9.1	9.9	1.4	9.4	-2.2
영유아식품	6.8	7.1	7.0	7.6	8.0	1.1	5.9	4.2

*출처: STATISTA

1.3.2 1인당 식품 소비량

개요

브라질의 1인당 식품 소비량은 2018년 약 306kg에서 연평균 0.9% 감소하여 2022년 약 295kg으로 집계되었다.

채소류

채소류 소비량은 2018년 약 71kg에서 연평균 0.2% 감소하여 2022년 약 71kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 24.1% 비중을 차지하고 있다.

낙농품

낙농품 소비량은 2018년 약 53kg에서 연평균 1.1% 감소하여 2022년 약 51kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 17.4% 비중을 차지하고 있다.

베이커리 및 곡물류

베이커리 및 곡물류 소비량은 2018년 52kg에서 연평균 3.0% 감소하여 2022년 46kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 15.6% 비중을 차지하고 있다.

<브라질 품목별 1인당 식품 소비량(2018~2022)>

(단위: kg, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	306.1	297.5	297.5	295.2	295.2	100.0	0.0	-0.9
채소류	71.8	70.6	70.7	70.7	71.3	24.1	0.8	-0.2
낙농품	53.7	51.8	51.6	50.9	51.3	17.4	0.8	-1.1
베이커리 및 곡물류	52.0	49.7	49.2	48.2	46.0	15.6	-4.5	-3.0
육류	35.2	35.3	36.0	36.3	36.9	12.5	1.7	1.2
과일 및 견과류	36.5	34.8	34.1	33.5	33.7	11.4	0.4	-2.0
스낵류	16.2	15.4	15.2	14.8	14.9	5.0	0.6	-2.1
펫푸드	7.7	8.7	9.8	10.5	11.0	3.7	4.4	9.3
유지류	9.6	9.4	9.4	9.4	9.3	3.1	-0.7	-0.7
편의식품	9.1	8.8	8.8	8.7	8.7	3.0	0.1	-1.1
스프레드 및 당류	6.2	5.2	4.8	4.4	4.4	1.5	0.5	-7.9
수산물	4.2	4.1	4.1	4.0	3.8	1.3	-5.0	-2.6
소스 및 향신료	3.3	3.3	3.3	3.3	3.3	1.1	0.9	0.0
영유아식품	0.5	0.5	0.5	0.6	0.6	0.2	3.6	2.8

*출처: STATISTA

1.4 | 식품 시장전망

1.4.1 식품 시장전망

개요

브라질 식품 시장은 2022년 이후 연평균 8.1% 성장하여 2026년 2,101억 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

육류

육류 시장규모는 2022년 이후 연평균 6.5% 성장하여 2026년 416억 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

베이커리 및 곡물류

베이커리 및 곡물류 시장규모는 2022년 이후 연평균 9.0% 성장하여 2026년 311억 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

낙농품

낙농품 시장규모는 2022년 이후 연평균 9.5% 성장하여 2026년 311억 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

<브라질 품목별 식품 시장규모 전망(2022~2026)>

(단위: 십억 달러, %)

구분	2022	2023	2024	2025	2026	비중 (26)	YoY (25/26)	CAGR (22/26)
전체	154.1	166.2	181.6	196.4	210.1	100.0	7.0	8.1
육류	32.3	35.1	37.1	39.2	41.6	19.8	6.0	6.5
베이커리 및 곡물류	22.0	23.4	26.4	29.0	31.1	14.8	7.3	9.0
낙농품	21.6	23.2	26.0	28.6	31.1	14.8	8.9	9.5
채소류	16.9	18.2	20.5	22.5	24.3	11.6	7.9	9.4
스낵류	14.0	15.0	15.8	16.9	17.9	8.5	5.7	6.4
수산물	10.4	11.2	12.6	13.8	14.7	7.0	6.5	9.0
과일 및 견과류	10.7	11.6	12.4	13.4	14.4	6.8	7.1	7.6
유지류	7.5	8.1	9.2	10.1	10.9	5.2	8.4	9.8
편의식품	6.9	7.4	7.7	8.1	8.4	4.0	4.2	5.1
펫푸드	5.5	6.3	6.9	7.5	8.1	3.8	7.9	10.1
스프레드 및 당류	2.4	2.6	2.7	2.8	3.0	1.4	5.7	5.4
소스 및 향신료	2.1	2.3	2.4	2.6	2.7	1.3	4.7	5.8
영유아식품	1.7	1.9	2.0	2.1	2.2	1.0	3.4	5.6

*출처: STATISTA

▌1.5 | 식품 수출현황

1.5.1 수출국

개요

2022년 브라질의 식품 수출액은 약 1,397억 380만 달러로 2021년 대비 34.7% 증가하였다. 또한, 2018년 약 847억 5,386만 달러에서 연평균 13.3% 증가하였다.

對대한민국 수출

대한민국으로의 식품 수출액은 2.1% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 29억 5,538만 달러로 2021년 대비 41.3% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 13.4% 증가하는 추세를 보인다.

주요 수출국

중국으로의 식품 수출액은 33.5%로 가장 큰 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 468억 3,335만 달러로 2021년 대비 25.4% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 10.5% 증가하는 추세를 보인다.

미국으로의 식품 수출액은 4.1% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 57억 6,833만 달러로 2021년 대비 21.8% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 12.2% 증가하는 추세를 보인다.

이 밖에도, **네덜란드(3.7%), 스페인(3.2%), 이란(3.1%)** 등으로 식품을 수출하고 있다.

<브라질 식품 수출국 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분		2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체		84,753,867	81,363,822	87,260,210	103,687,426	139,703,801	100.0	34.7	13.3
1	중국	31,399,094	27,098,356	30,456,831	37,341,377	46,833,355	33.5	25.4	10.5
2	미국	3,639,833	3,875,313	3,778,482	4,737,331	5,768,331	4.1	21.8	12.2
3	네덜란드	3,626,986	3,172,767	3,608,075	3,993,296	5,191,927	3.7	30.0	9.4
4	스페인	1,714,006	1,944,037	2,010,674	2,867,758	4,513,953	3.2	57.4	27.4
5	이란	2,192,070	2,208,680	1,155,773	1,937,988	4,296,061	3.1	121.7	18.3
6	일본	1,832,567	3,026,488	2,267,555	2,272,510	3,810,278	2.7	67.7	20.1
7	독일	1,852,727	1,787,760	1,857,067	1,995,028	3,150,811	2.3	57.9	14.2
8	태국	1,468,347	1,301,016	1,762,835	2,436,027	3,143,415	2.3	29.0	21.0
9	베트남	1,500,428	1,662,178	2,021,203	2,258,772	2,999,809	2.1	32.8	18.9
10	대한민국	1,789,146	1,835,471	2,020,810	2,092,042	2,955,386	2.1	41.3	13.4

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)

1.5.2 수출품목

개요

2022년 수출액 기준으로 대두 기타, 옥수수 기타, 신선 냉장 쇠고기, 대두유 추출 유박, 사탕수수당 등 순으로 큰 수출 비중을 차지하고 있다.

주요 수출품목

대두 기타 수출액은 33.4% 비중을 차지하며, 2022년 약 466억 5,905만 달러로 2021년 대비 20.8% 증가하였다. 또한 2018년 이후 연평균 8.9% 증가하는 추세를 보인다.

옥수수 기타 수출액은 8.7% 비중을 차지하며, 2022년 약 121억 5,454만 달러로 2021년 대비 196.6% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 31.7% 증가하는 추세를 보인다.

신선 냉장 쇠고기 수출액은 7.8% 비중을 차지하며, 2022년 약 109억 1,785만 달러로 2021년 대비 57.0% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 24.6% 증가하는 추세를 보인다.

대두유 추출 유박 수출액은 7.4% 비중을 차지하며, 2022년 약 103억 3,953만 달러로 2021년 대비 40.8% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 11.5% 증가하는 추세를 보인다.

사탕수수당 수출액은 6.8% 비중을 차지하며, 2022년 약 95억 2,726만 달러로 2021년 대비 19.8% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 15.3% 증가하는 추세를 보인다.

이 밖에도, **볶지 않은 커피(6.1%), 절단한 닭고기(4.8%), 대두유(조유)(2.6%)** 등을 수출하였다.

<브라질 식품 수출품목 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분		2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체		84,753,867	81,363,822	87,260,210	103,687,426	139,703,801	100.0	34.7	13.3
1	대두 기타	33,182,501	26,112,403	28,560,588	38,628,923	46,659,054	33.4	20.8	8.9
2	옥수수 기타	4,034,500	7,344,021	5,786,083	4,097,657	12,154,545	8.7	196.6	31.7
3	신선 냉장 쇠고기	4,523,509	5,592,619	6,662,761	6,956,072	10,917,859	7.8	57.0	24.6
4	대두유 추출 유박	6,697,347	5,825,935	5,909,220	7,342,745	10,339,530	7.4	40.8	11.5
5	사탕수수당	5,388,918	4,518,670	7,378,800	7,955,408	9,527,260	6.8	19.8	15.3
6	볶지 않은 커피	4,359,508	4,543,771	4,973,689	5,804,673	8,514,137	6.1	46.7	18.2
7	절단한 닭고기	4,362,492	4,794,250	4,127,173	5,238,954	6,744,061	4.8	28.7	11.5
8	대두유(조유)	956,529	610,923	589,972	1,732,924	3,579,235	2.6	106.5	39.1
9	냉동 돼지고기 기타	1,032,403	1,429,854	2,072,932	2,417,412	2,355,668	1.7	-2.6	22.9
10	미절단 냉동 닭고기	1,522,261	1,536,287	1,353,985	1,609,179	1,948,780	1.4	21.1	6.4

*주: HS CODE(1201.90, 1005.90, 0202.30, 2304.00, 1701.14, 0901.11, 0207.14, 1507.10, 0203.29, 0207.12)
*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)

▌1.6 | 식품 수입현황

1.6.1 수입국

개요

2022년 브라질의 식품 수입액은 약 129억 9,906만 달러로, 2021년 대비 10.7% 증가하였다. 또한 2018년 약 100억 5,498만 달러에서 연평균 6.6% 증가하였다.

對대한민국 수입

대한민국에서의 식품 수입액은 0.1% 비중을 차지하며, 2022년 수입액은 약 700만 달러로 2021년 대비 13.1% 감소하였다. 그러나 2018년 약 593만 달러에서 연평균 4.2% 증가하는 추세를 보인다.

주요 수입국

아르헨티나에서의 식품 수입액은 31.1%로 가장 큰 비중을 차지하며, 2022년 수입액은 약 40억 4,383만 달러로 2021년 대비 9.3% 증가하였다. 또한, 2018년 약 31억 6,727만 달러에서 연평균 6.3% 증가하는 추세를 보인다.

파라과이에서의 식품 수입액은 11.5% 비중을 차지하며, 2022년 수입액은 약 14억 9,878만 달러로 2021년 대비 4.4% 증가하였다. 또한, 2018년 약 5억 3,683만 달러에서 연평균 29.3% 증가하는 추세를 보인다.

이 밖에도, **우루과이(7.7%), 미국(5.9%), 인도네시아(5.0%)** 등에서 식품을 수입하고 있다.

<브라질 식품 수입국 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분		2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체		10,054,983	9,967,566	10,162,649	11,747,035	12,999,061	100.0	10.7	6.6
1	아르헨티나	3,167,273	3,217,342	3,010,820	3,700,533	4,043,830	31.1	9.3	6.3
2	파라과이	536,837	665,222	933,467	1,436,083	1,498,784	11.5	4.4	29.3
3	우루과이	563,785	656,268	743,569	834,739	1,000,530	7.7	19.9	15.4
4	미국	1,332,747	1,104,162	1,008,159	643,440	773,384	5.9	20.2	-12.7
5	인도네시아	288,189	218,791	275,088	572,045	650,684	5.0	13.7	22.6
6	칠레	467,231	429,009	459,745	437,100	538,653	4.1	23.2	3.6
7	중국	374,980	397,719	435,879	394,065	444,275	3.4	12.7	4.3
8	포르투갈	396,779	416,268	413,909	393,757	440,760	3.4	11.9	2.7
9	이탈리아	265,744	254,093	257,971	272,587	308,205	2.4	13.1	3.8
10	스페인	271,373	306,840	240,383	275,040	303,680	2.3	10.4	2.9
				:					
48	대한민국	5,937	6,822	4,640	8,062	7,007	0.1	-13.1	4.2

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)

1.6.2 수입품목

개요

2022년 수입액 기준 밀 기타, 볶지 않은 맥아, 옥수수 기타, 포도주(2ℓ 이하), 팜핵유 기타 등 순으로 큰 수입 비중을 차지하고 있다.

주요 수입품목

밀 기타 수입액은 15.6% 비중을 차지하며, 2022년 약 20억 2,632만 달러로 2021년 대비 21.6% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 7.8% 증가하는 추세를 보인다.

볶지 않은 맥아 수입액은 5.6% 비중을 차지하며, 2022년 약 7억 3,001만 달러로 2021년 대비 6.4% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 16.0% 증가하는 추세를 보인다.

옥수수 기타 수입액은 4.6% 비중을 차지하며, 2022년 약 6억 321만 달러로 2021년 대비 16.5% 감소하였다. 그러나 2018년 이후 연평균 43.0% 증가하는 추세를 보인다.

포도주(2ℓ 이하) 수입액은 3.3% 비중을 차지하며, 2022년 약 4억 2,957만 달러로 2021년 대비 4.4% 감소하였다. 그러나 2018년 이후 연평균 5.7% 증가하는 추세를 보인다.

팜핵유 기타 수입액은 3.1% 비중을 차지하며, 2022년 약 4억 826만 달러로 2021년 대비 32.4% 증가하였다. 또한 2018년 이후 연평균 19.5% 증가하는 추세를 보인다.

이 밖에도 **엑스트라버진 올리브유(2.8%), 감자(2.7%), 무첨가 우유·크림(2.7%)** 등을 수입하였다.

<브라질 식품 수입품목 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분		2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체		10,054,983	9,967,566	10,162,649	11,747,035	12,999,061	100.0	10.7	6.6
1	밀 기타	1,501,255	1,473,716	1,317,302	1,666,196	2,026,328	15.6	21.6	7.8
2	볶지 않은 맥아	402,933	539,248	531,954	686,037	730,011	5.6	6.4	16.0
3	옥수수 기타	144,338	188,740	194,428	722,684	603,212	4.6	-16.5	43.0
4	포도주(2ℓ 이하)	344,386	342,184	400,773	449,211	429,573	3.3	-4.4	5.7
5	팜핵유 기타	200,319	139,981	162,609	308,253	408,265	3.1	32.4	19.5
6	엑스트라버진 올리브유	0	0	0	0	362,995	2.8	N/A	N/A
7	감자	308,151	321,120	281,861	292,567	351,943	2.7	20.3	3.4
8	무첨가 우유·크림	203,813	184,712	270,990	174,724	345,889	2.7	98.0	14.1
9	조제식료품	240,708	272,517	249,987	277,242	285,775	2.2	3.1	4.4
10	팜유 기타	69,760	49,918	96,532	249,662	260,823	2.0	4.5	39.1

*주: HS CODE(1001.99, 1107.10, 1005.90, 2204.21, 1513.29, 1509.20, 2004.10, 0402.21, 2106.90, 1511.90)
*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)

1.7 | 對브라질 한국산 수출현황

1.7.1 부문별 수출현황

개요

2022년 한국산 식품 수출액은 약 2,123만 달러로 2018년 약 1,291만 달러에서 연평균 13.2% 증가하였다.

농산물

농산물 수출액은 75.9% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 1,612만 달러로 2021년 대비 22.0% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 11.0%의 증가세를 보이고 있다.

수산물

수산물 수출액은 17.1% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 362만 달러로 2021년 대비 6.2% 감소하였다. 그러나, 2018년 이후 연평균 33.4%의 증가세를 보이고 있다.

임산물

임산물 수출액은 5.1% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 107만 달러로 2021년 대비 10.6% 감소하였다. 그리고, 2018년 이후 연평균 1.0%의 감소세를 보이고 있다.

축산물

축산물 수출액은 1.9% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 40만 달러로 2021년 대비 127.1% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 129.7%의 증가세를 보이고 있다.

<한국산 對브라질 부문별 수출현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	12,912	15,720	14,106	18,462	21,232	100	15.0	13.2
농산물	10,636	11,445	11,604	13,215	16,121	75.9	22.0	11.0
수산물	1,145	2,997	1,452	3,865	3,627	17.1	-6.2	33.4
임산물	1,117	918	714	1,201	1,074	5.1	-10.6	-1.0
축산물	15	360	337	180	409	1.9	127.1	129.7

*출처: KATI 농식품 수출정보(www.kati.net)

1.7.2 수출품목

개요

2022년 수출액 기준 **조미 김, 라면, 건조 김, 스위트 비스킷, 쌀가루 조제식료품** 등 순으로 큰 수출 비중을 차지하고 있다.

수출 성장률이 높은 품목에는 '영유아 맥아 조제품 기타'와 '소주' 등이 있으며, 2022년 '영유아 맥아 조제품 기타'는 최근 5년간 연평균 성장률 222.0%를 기록했다. '소주' 역시 같은 기간 동안 연평균 24.3%의 성장률을 보였다.

주요 수출품목

조미 김 수출액은 14.4%의 비중을 차지하며, 2022년 약 306만 달러로 2021년 대비 9.5% 증가하였다.

라면 수출액은 4.6%의 비중을 차지하며, 2022년 약 98만 달러로 2021년 대비 18.0% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 12.7% 증가하는 추세를 보인다.

건조 김 수출액은 2.3%의 비중을 차지하며, 2022년 약 49만 달러로 2021년 대비 49.6% 감소하였다. 그러나, 2018년 이후 연평균 12.2% 증가하는 추세를 보인다.

스위트 비스킷 수출액은 2.1%의 비중을 차지하며, 2022년 약 45만 달러로 2021년 대비 11.9% 감소하였다. 그러나, 2018년 이후 연평균 24.0% 증가하는 추세를 보인다.

쌀가루 조제식료품 수출액은 1.3%의 비중을 차지하며, 2022년 약 26만 달러로 2021년 대비 33.8% 감소하였다. 그리고, 2018년 이후 연평균 16.1% 감소하는 추세를 보인다.

<한국산 對브라질 수출품목 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분		2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체		12,912	15,720	14,106	18,462	21,232	100.0	15.0	13.2
1	조미 김	N/A	881	839	2,794	3,061	14.4	9.5	N/A
2	라면	612	569	732	835	985	4.6	18.0	12.7
3	건조 김	314	651	551	988	499	2.3	-49.6	12.2
4	스위트 비스킷	191	108	536	512	452	2.1	-11.9	24.0
5	쌀가루 조제식료품	536	559	561	434	266	1.3	-38.8	-16.1
6	소주	103	122	104	132	247	1.2	87.2	24.3
7	베이커리 제품	396	269	251	284	243	1.1	-14.2	-11.5
8	아이스크림	222	152	162	189	208	1.0	10.5	-1.5
9	영유아 맥아 조제품 기타	2	4	11	13	204	1.0	1,495.3	222.0
10	비스킷류	398	884	174	227	184	0.9	-19.0	-17.6

*주: HS CODE(2008.99-5010, 1902.30-1010, 1212.21-1010, 1905.31-0000, 1901.90-9091, 2208.90-4000, 1905.90-1090, 2105.00-1090, 1901.90-9099, 1905.90-1040)

*출처: KATI 농식품 수출정보(www.kati.net)

2 식품 유통현황

▌2.1 | 오프라인 유통현황

2.1.1 브라질 오프라인 유통채널 규모

개요

브라질의 오프라인 식품 유통채널 규모는 2018년 3,133억 6,700만 헤알에서 연평균 6.3% 성장하여 2022년 4,004억 4,000만 헤알로 집계되었다.

창고형 매장

창고형 매장의 규모는 2018년 634억 100만 헤알에서 연평균 20.7% 성장하여 2022년 1,346억 4,900만 헤알로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널에서 33.6% 비중을 차지하고 있다.

슈퍼마켓

슈퍼마켓의 규모는 2018년 739억 9,400만 헤알에서 연평균 4.7% 성장하여 2022년 889억 5,500만 헤알로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널에서 22.2% 비중을 차지하고 있다.

소규모 식료품점

소규모 식료품점의 규모는 2018년 715억 7,800만 헤알에서 연평균 1.9% 성장하여 2022년 771억 9,800만 헤알로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널에서 19.3% 비중을 차지하고 있다.

<브라질 오프라인 유통채널 규모(2018~2022)>

(단위: 백만 헤알, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	313,367	330,088	344,134	353,131	400,440	100.0	13.4	6.3
창고형 매장	63,401	74,174	87,869	103,461	134,649	33.6	30.1	20.7
슈퍼마켓	73,994	80,807	80,428	82,524	88,955	22.2	7.8	4.7
소규모 식료품점	71,578	71,925	69,530	68,399	77,198	19.3	12.9	1.9
하이퍼마켓	60,820	61,037	65,822	58,724	54,538	13.6	-7.1	-2.7
전문 판매점	28,402	28,540	27,590	27,141	30,633	7.6	12.9	1.9
포코트리테일러	6,339	6,289	5,330	5,526	5,944	1.5	7.6	-1.6
편의점	2,341	2,493	2,895	3,568	4,637	1.2	30.0	18.6
할인점	6,493	4,823	4,670	3,789	3,885	1.0	2.5	-12.0

*주: 전문 판매점-식품·주류·담배만을 전문적으로 판매하는 매장, 포코트리테일러-주유소 내 위치한 소규모 매점
*출처: 「Retail in Brazil」(유로모니터)

2.1.2 오프라인 유통채널 매장수

개요

브라질의 오프라인 유통채널의 매장 수는 2018년 46만 1,877개에서 연평균 0.4% 증가하여 2022년 46만 9,323개로 집계되었다.

소규모 식료품점

소규모 식료품 매장 수는 2018년 28만 6,731개에서 연평균 0.4% 증가하여 2022년 29만 1,173개로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널 매장의 62.0%를 차지하고 있다.

전문 판매점

전문 판매점 매장 수는 2018년 16만 382개에서 연평균 0.4% 증가하여 2023년 16만 2,867개로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널 매장의 34.7%를 차지하고 있다.

포코트리테일러

포코트리테일러 매장 수는 2018년 8,116개에서 연평균 0.3% 증가하여 2023년 8,210개로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널 매장의 1.7%를 차지하고 있다.

<브라질 오프라인 유통채널 매장수(2018~2022)>

(단위: 개, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	461,877	464,720	464,201	464,426	469,323	100.0	1.1	0.4
소규모 식료품점	286,731	288,487	288,205	288,319	291,173	62.0	1.0	0.4
전문 판매점	160,382	161,364	161,207	161,270	162,867	34.7	1.0	0.4
포코트리테일러	8,116	8,199	8,068	8,115	8,210	1.7	1.2	0.3
슈퍼마켓	2,885	2,951	2,965	2,890	2,997	0.6	3.7	1.0
하이퍼마켓	1,322	1,388	1,399	1,375	1,263	0.3	-8.1	-1.1
창고형 매장	752	847	948	1,044	1,220	0.3	16.9	12.9
편의점	514	524	543	683	854	0.2	25.0	13.5
할인점	1,175	960	866	730	739	0.2	1.2	-10.9

*주: 전문 판매점-식품·주류·담배만을 전문적으로 판매하는 매장, 포코트리테일러-주유소 내 위치한 소규모 매점
*출처: 「Retail in Brazil」(유로모니터)

2.1.3 오프라인 유통채널 브랜드 점유율

①Atacadão

Carrefour SA 소속으로, 2022년 13.6%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 29.5% 증가하였고, 2019년 대비 연평균 21.9% 증가하였다.

②Assaí

Casino Guichard-Perrachon SA 소속으로, 2022년 7.8%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 8.3% 증가하였고, 2019년 대비 연평균 16.8% 증가하였다.

③Carrefour

Carrefour SA 소속으로, 2022년 7.4%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 34.5% 증가하였고, 2019년 대비 연평균 11.8% 증가하였다.

④Supermercados BH

Supermercados BH Comércio de Alimentos Ltda 소속이고, 2022년 2.3%의 점유율을 차지하였다. 2019년 대비 연평균 8.5% 증가하였다.

⑤Pão de Açúcar

Casino Guichard-Perrachon SA 소속이고, 2022년 1.9%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 9.5% 감소하였으며, 2019년 대비 연평균 3.3% 감소하였다.

<브라질 오프라인 유통채널 브랜드 점유율 순위(2019~2022)>

(단위: %)

구분		2019	2020	2021	2022	YoY (21/22)	CAGR (19/22)
1	Atacadão	7.5	8.9	10.5	13.6	29.5	21.9
2	Assaí	4.9	6.1	7.2	7.8	8.3	16.8
3	Carrefour	5.3	5.7	5.5	7.4	34.5	11.8
4	Supermercados BH	1.8	2.2	2.3	2.3	0.0	8.5
5	Pão de Açúcar	2.1	2.1	2.1	1.9	-9.5	-3.3
6	Americanas	-	-	2.0	1.8	-10.0	N/A
7	Maxxi Atacado	-	-	-	1.8	N/A	N/A
8	EPA	1.0	1.4	1.4	1.3	-7.1	9.1
9	Sam's Club	-	-	-	1.3	N/A	N/A
10	G Barbosa	1.2	1.3	1.2	1.2	0.0	0.0

*출처:「Retail in Brazil」(유로모니터)

2.1.4 주요 오프라인 유통채널

ATACADÃO	브랜드명	Atacadao	창립연도	1962년
	점유율	13.6%	브랜드 국적	브라질
	웹사이트	www.atacadao.com.br	매장 수	252개
	- 창고형 매장(warehouse club) 브랜드로, Carrefour SA 산하 브랜드 - 온라인 구매 사이트 또한 함께 운영 중인 옴니채널형 유통채널 - 식료품, 청소용품, 개인위생용품, 사무용품, 포장용품 등의 제품을 판매함 - 여러 식재료가 포함된 '식품 바구니(Cestas Alimentícias)'를 판매함			
매장 사진				
	외부 전경	내부 매대 전경		

*출처 : 브라질 Atacadao 홈페이지(www.atacadao.com.br), Retail in Brazil(유로모니터), Atacadao 소셜미디어 계정

ASSAÍ ATACADISTA DESDE 1974	브랜드명	Assai	창립연도	1974년
	점유율	7.8%	브랜드 국적	브라질
	웹사이트	www.assai.com.br	매장 수	233개
	- Casino Guichard-Perrachon SA 산하 브랜드 - 사이트 및 모바일 어플을 통한 구매가 가능한 옴니채널형 유통채널 - 위생 및 청소용품 자체브랜드(PB) 'Econobom'을 출시함 - 식료품, 각종 생활용품, 가전제품 등 9,000개 이상의 품목이 판매되며 고객은 구매량에 따라 소매 혹은 도매 가격으로 선택하여 구매할 수 있음			
매장 사진				
	외부 전경	내부 매대 전경		

*출처 : 브라질 Assai 홈페이지(www.assai.com.br), Retail in Brazil(유로모니터), Assai 소셜미디어 계정

<table>
<tr><td rowspan="4"> </td><td>브랜드명</td><td>Carrefour</td><td>창립연도</td><td>1959년</td></tr>
<tr><td>점유율</td><td>7.4%</td><td>브랜드 국적</td><td>프랑스</td></tr>
<tr><td>웹사이트</td><td>www.carrefour.com.br</td><td>매장 수</td><td>185개</td></tr>
<tr><td colspan="4">- 하이퍼 및 슈퍼마켓 브랜드로, Carrefour SA 산하 브랜드
- 신선 및 가공, 스낵, 음료 등의 다양한 식료품과 각종 생활용품 및 잡화를 판매하며 온라인 구매 사이트 또한 운영하는 옴니채널형 유통채널임
- 기존의 기업 간 거래를 통한 온오프라인 매장 입점이 가능하며 마켓플레이스 형식으로도 온라인몰을 통한 판매가 가능함
- 식료품 프리미엄, 유아위생용품 등의 다양한 카테고리에서 자체브랜드(PB) 출시
- 글루텐 프리, 락토오스 프리, 무항생제 등의 특수식품을 판매함</td></tr>
<tr><td>매장 사진</td><td colspan="4">
외부 전경 | 내부 매대 전경</td></tr>
</table>

*출처 : 브라질 Carrefour 홈페이지(www.carrefour.com.br), Retail in Brazil(유로모니터), Carrefour 소셜미디어 계정

<table>
<tr><td rowspan="4"> </td><td>브랜드명</td><td>Supermercados BH</td><td>창립연도</td><td>1996년</td></tr>
<tr><td>점유율</td><td>2.3%</td><td>브랜드 국적</td><td>브라질</td></tr>
<tr><td>웹사이트</td><td>www.supermercadosbh.com.br</td><td>매장 수</td><td>250개</td></tr>
<tr><td colspan="4">- 슈퍼마켓 브랜드로, Supermercados BH Comércio de Alimentos Ltda 산하 브랜드
- 신선 및 냉동식품, 가공식품 등 다양한 식료품과 생활용품, 청소용품 등의 잡화를 판매함
- 전단을 통해 할인 정보를 제공하는 등 홍보 프로모션을 진행함</td></tr>
<tr><td>매장 사진</td><td colspan="4">
외부 전경 | 내부 매대 전경</td></tr>
</table>

*출처 : 브라질 Supermercados BH 홈페이지(www.supermercadosbh.com.br), Retail in Brazil(유로모니터), Supermercados BH 소셜미디어 계정

Pão de Açúcar	브랜드명	Pao de Acucar	창립연도	1959년
	점유율	1.9%	브랜드 국적	브라질
	웹사이트	www.paodeacucar.com	매장 수	179개
	- 프리미엄 슈퍼마켓 브랜드로, Casino Guichard-Perrachon SA 산하 브랜드 - 매장 내 유기농 전용 코너를 운영하고 있으며 '셰프타임(Chef Time)' 브랜드를 통해 밀키트 제품 및 즉석식품류를 판매함 - 브라질 최초의 식품 전자상거래 시스템을 시작하였으며 사이트 또는 어플을 통해 구매가 가능한 옴니채널 방식의 유통채널임 - 와인 및 치즈 전문 직원 등의 혁신적인 서비스를 제공함			
매장 사진				
	외부 전경	내부 매대 전경		

*출처 : 브라질 Pao de Acucar 홈페이지(www.paodeacucar.com), Retail in Brazil(유로모니터), Pao de Acucar 소셜미디어 계정

▌2.2 | 온라인 유통현황

2.2.1 온라인 유통채널 규모

개요

2022년 브라질의 식품 온라인 시장 규모는 93억 6,500만 헤알 규모로 전년 대비 24.7% 성장했으며 최근 5년간 연평균(CAGR) 53.6% 성장했다.

<브라질 온라인 유통채널 규모(2018~2022)>

(단위: 백만 헤알, %)

2018	2019	2020	2021	2022	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
1,682	2,014	5,802	7,512	9,365	24.7	53.6

*출처: 「Retail in Brazil」(유로모니터)

2.2.2 온라인 유통채널 점유율 규모

① Mercadolibre Marketplace

Mercadolibre SRL에서 운영하는 사이트로, 2022년 29.8%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 24.7% 증가하였고, 2019년 대비 연평균 12.0% 증가하였다.

② Americanas Marketplace

Americanas SA에서 운영하는 사이트로, 2022년 6.3%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 11.3% 감소하였다.

③ Amazon Marketplace

Amazon.com Inc에서 운영하는 사이트로, 2022년 5.3%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 11.7% 감소하였고, 2019년 대비 연평균 10.9% 감소하였다.

④ Shopee

Sea Ltd에서 운영하는 사이트로, 2022년 5.2%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 2.0% 증가하였고, 2019년 대비 연평균 196.2% 증가하였다.

⑤ Americanas

Americanas SA에서 운영하는 사이트로, 2022년 5.1%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 12.1% 감소하였다.

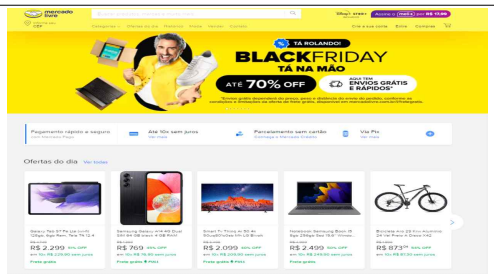
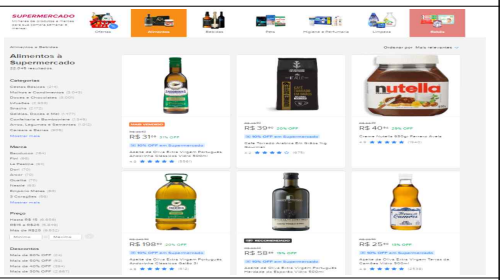
<브라질 온라인 유통채널 브랜드 점유율 순위(2019~2022)>

(단위: %)

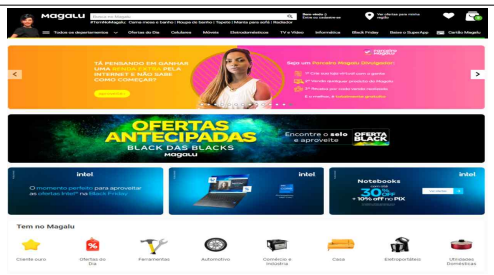
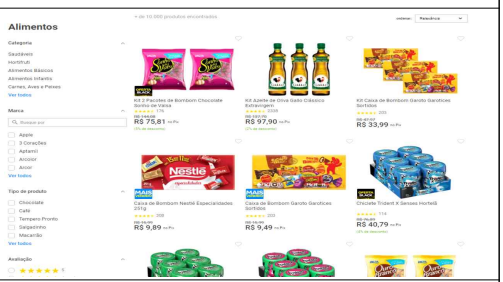
구분		2019	2020	2021	2022	YoY (21/22)	CAGR (19/22)
1	MercadoLibre Marketplace	21.2	20.3	23.9	29.8	24.7	12.0
2	Americanas Marketplace	-	-	7.1	6.3	-11.3	N/A
3	Amazon Marketplace	7.5	7.2	6.0	5.3	-11.7	-10.9
4	Shopee	0.2	2.7	5.1	5.2	2.0	196.2
5	Americanas	-	-	5.8	5.1	-12.1	N/A
6	AliExpress Marketplace	2.8	3.7	3.8	3.3	-13.2	5.6
7	MercadoLibre	0.5	1.2	1.7	2.5	47.1	71.0
8	Casas Bahia	2.2	3.6	3.3	2.5	-24.2	4.4
9	Extra.com	1.6	2.6	2.2	1.6	-27.3	0.0
10	Casas Bahia Marketplace	1.3	1.4	1.8	1.4	-22.2	2.5

*출처:「Retail in Brazil」(유로모니터)

2.2.3 주요 온라인 유통채널

mercado libre	사이트명	MercadoLibre Marketplace	운영업체	MercadoLibre SRL
	점유율	29.8%	웹사이트	www.mercadolivre.com.br
	- MercadoLibre SRL가 운영하는 B2C·B2B·C2C 전자상거래 플랫폼 - 식료품, 자동차, 전자제품, 각종 생활용품, 부동산 매매 등 다양한 카테고리를 보유함 - 멤버십 'Meli+' 구독 시 OTT 서비스 제공, 각종 할인 등의 혜택을 제공함 - 자체 결제수단 'Mercadp Pago'를 통해 카드, 현금 등 다양한 방식의 결제 수단을 제안하고 자체 물류시스템 'Mercado Envios'을 통해 프로세스를 간소화함			
사진				
	사이트 화면		사이트 내 식품 카테고리	

*출처: 브라질 MercadoLibre Marketplace 홈페이지(www.mercadolivre.com.br), Retail in Brazil(유로모니터)

magalu	사이트명	Magazine Luiza	운영업체	Magazine Luiza SA
	점유율	7.2%	웹사이트	www.magazineluiza.com.br
	- Magazine Luiza SA가 운영하는 B2C 전자상거래 플랫폼 - 식료품, 자동차, 전자제품, 스포츠 및 유아용품, 생활용품, 인터넷 강좌, 악기 등 다양한 품목의 제품군을 판매함 - 모바일 어플을 통해 제품 구매, 인터넷 강좌 수강 등의 기능을 활용할 수 있음 - 매일 할인 프로모션, 캐시백, 무료배송 등 다양한 혜택을 제공함			
사진				
	사이트 화면		사이트 내 식품 카테고리	

*주: 「보고서명」(한국농수산식품유통공사), 페이지p
*출처: 브라질 Magazine Luiza 홈페이지(www.magazineluiza.com.br), Retail in Brazil(유로모니터)

2.3 | 유통채널 전망

2.3.1 오프라인 유통채널 전망

개요

브라질의 오프라인 식품 유통채널 규모는 2022년 4,004억 4,000만 헤알에서 연평균 5.7% 성장하여 2026년 4,989억 8,200만 헤알 규모에 이를 것으로 전망된다.

창고형 매장

창고형 매장의 규모는 2022년 1,346억 4,900만 헤알에서 연평균 10.0% 성장하여 2026년 1,974억 6,000만 헤알 규모에 이를 것으로 전망된다.

슈퍼마켓

슈퍼마켓의 규모는 2022년 889억 5,500만 헤알에서 연평균 3.4% 성장하여 2026년 1,015억 1,400만 헤알 규모에 이를 것으로 전망된다.

소규모 식료품점

소규모 식료품점의 규모는 2022년 771억 9,800만 헤알에서 연평균 3.0% 성장하여 2026년 867억 8,800만 헤알 규모에 이를 것으로 전망된다.

<브라질 오프라인 식품 유통채널 전망(2022~2026)>

(단위: 백만 헤알, %)

구분	2022	2023	2024	2025	2026	비중 (26)	YoY (25/26)	CAGR (22/26)
전체	400,440	428,729	453,470	476,464	498,982	100.0	4.7	5.7
창고형 매장	134,649	153,299	169,303	184,353	197,460	39.6	7.1	10.0
슈퍼마켓	88,955	91,534	94,418	97,760	101,514	20.3	3.8	3.4
소규모 식료품점	77,198	80,672	82,689	84,260	86,788	17.4	3.0	3.0
하이퍼마켓	54,538	55,796	57,922	59,327	60,589	12.1	2.1	2.7
전문 판매점	30,633	32,011	32,811	33,435	34,438	6.9	3.0	3.0
편의점	4,637	5,389	6,010	6,716	7,323	1.5	9.0	12.1
포코트리테일러	5,944	6,170	6,430	6,695	6,911	1.4	3.2	3.8
할인점	3,885	3,858	3,887	3,919	3,959	0.8	1.0	0.5

*주: 전문 판매점-식품·주류·담배만을 전문적으로 판매하는 매장, 포코트리테일러-주유소 내 위치한 소규모 매점
*출처: 「Retail in Brazil」(유로모니터)

2.3.2 온라인 유통채널 전망

개요

브라질의 온라인 식품 유통채널 시장규모는 2022년 이후 5년간 7.8%로 성장하여, 2026년 126억 6,100만 헤알에 이를 것으로 전망된다.

<브라질 온라인 식품 유통채널 전망(2022~2026)>

(단위: 백만 헤알, %)

2022	2023	2024	2025	2026	YoY (25/26)	CAGR (22/26)
9,365	10,131	10,957	11,797	12,661	7.3	7.8

*출처: 「Retail in Brazil」(유로모니터)

▌2.4 | 유통채널 연계정보

2.4.1 국가보고서

브라질 식품 유통구조 (2021.09)	- 주요 유통채널 현황 - 주요 유통채널 구조
브라질 온·오프라인 식품 유통채널 (2021.09)	- 오프라인 유통채널 유형 · 전통식: ①후아 25 데 마르수 ②브라스 ③리우데자네이루 지역의 사라 · 현대식: ①슈퍼마켓과 하이퍼마켓 ②편의점 ③할인점 - 온라인 유통채널 유형 · 주요 유통채널: ①메르카도리브레 ②아메리카나스 ③팡데아수카르

2.4.2 품목보고서

브라질 가공식품 유통정보	
브라질 건강기능식품 유통정보	
브라질 신선식품 유통정보 (2023.03)	[배] - 브라질 유통채널, 시장 현황 - 브라질 신선식품의 주요 유통채널 · 하이퍼/슈퍼마켓: ①Companhia Brasileira de Distribu ②까르푸 ③비알마니아 · 한인마트: ①히로타푸드

2.4.3 해외지사 발간 보고서

브라질	

3 수출품목 및 소비 트렌드

3.1 | 수출품목

3.1.1 수출품목 선정기준

<수출품목 선정 지표 기준>

1. 직전년도 한국산 식품 수출규모
2. 직전년도 한국산 식품 수출성장률
3. 현지 소비 이슈에 부합하는 품목
4. 현지 시장에서 수요 증가 등 성장 가능성을 보유한 품목

3.1.2 한국산 수출품목

① 식물성 식품(현지시장 이슈품목)

시장현황

GFI의 2022년 시장 조사에 따르면, 브라질 소비자의 대다수는 식물성 식품에 관심이 있으며, 그 중 67%가 육류 소비를 줄이고 있고 34%가 식물성 대체제로 육류를 대체하고 있다고 답했다. 그러나 식물성 대체 단백질을 구매하는 데 있어 가장 큰 어려움은 높은 가격(39%), 제품을 찾는 어려움(30%), 그리고 맛(21%)이라 응답했다.

브라질의 식물성 우유는 현재 9.25%의 연방세를 부과받고 있지만, 동물성 UHT 우유는 면세로 식물성 우유의 세금 부담이 더 높다. Good Food Institute (GFI) Brazil에 따르면, 브라질의 식물성 시장은 2019년 첫 식물성 고기 제품이 출시된 이후 상당한 성장을 보였다. 이 부문은 현재 약 100개의 회사를 포함하고 있으며, 2022년에는 식물성 고기 및 해산물 시장이 1억 6,400만 달러의 매출을 기록했다. 브라질 시장은 지난해 식물성 고기 및 해산물 판매가 42% 증가하고 식물성 우유 판매가 15% 증가하는 등 성장을 지속하고 있다.

시사점

브라질의 비건 식품 시장 진출을 고려하는 한국 기업은 차별화된 제품 개발과 경쟁력 있는 가격 설정에 집중해야 한다. 또한, 팬데믹 동안 증가한 온라인 플랫폼 활용과 건강 중심의 마케팅 전략을 통해 시장 점유율을 확대하고, 소비자들의 관심을 끌 수 있어야 한다. 이러한 전략은 브라질 시장에서의 성공적인 진출과 지속 가능한 성장을 위한 기반이 될 것이다.

Fazenda Futuro Frozen Smoked Vegetable Burger	LINEA Vegan Milk Chocolate with Cocoa Nibs

*출처: 해당 제품 브랜드 홈페이지

▶출처
Brazil-plant-based-trade-group, VEG News
Food Processing and Processed Food / Vegan Food Market, Fortune Business Insights

② 건강간식(현지시장 이슈품목)

시장현황

현지매체에 의하면, 브라질의 건강간식 시장은 성장잠재력 높은 것으로 평가된다. 건강간식의 단백질 바 시장은 최근 17.8%의 높은 연평균 성장률(CAGR)을 기록한 것으로 발표했다. 건강간식의 성장은 바쁜 생활 방식으로 인한 간식 섭취 추세의 증가, 건강 및 웰니스 제품에 대한 수요, 편리한 포장, 시리얼 기반 스낵에 대한 선호도 증가에 기인한 것으로 분석된다. 또한, 소득 가구가 증가하면서 소비자들은 편의성과 건강에 좋은 식품에 지출을 늘리는 성향에 영향을 받은 것으로 보여진다. 특히. 브라질은 운동선수들과 국제적인 스포츠 스타가 많이 배출되는 국가이면서, 이들을 통한 건강한 이미지 등 홍보는 소비자들이 건강한 식품을 찾는 것에도 영향을 미치는 것으로 보여진다.

브라질에서 건강간식으로는 단백질 에너지 바와 과일 및 견과류 바 등의 판매가 확대되고, 저당 함량과 명확한 건강 혜택을 제공하는 간식(스낵 등)등이 인기를 얻고 있다. 브라질의 Nutry와 같은 회사들은 운동 후 섭취할 수 있는 바닐라 맛 단백질 바를 출시하면, BCAA, 유청 단백질, 미네랄 및 비타민과 같은 성분에 대한 홍보는 직접적 소비자들로 하여금 긍정적 영향을 끼쳤다.

시사점

브라질 단백질 바 시장 진출을 위해 한국 식품 수출 기업은 건강 및 웰니스 추세에 맞춘 제품 개발, 경쟁력 있는 가격 및 편리한 포장 디자인, 그리고 슈퍼마켓 및 온라인 유통망 활용에 중점을 둬야 한다. 건강한 성분을 강조한 마케팅과 함께 대량 구매를 유도할 수 있는 전략이 필요하다.

Mãe Terra Fit Vegan Protein Bar Cocoa & Nuts Zero Lactose	Protobar Peanut Protein Bar

*출처: 해당 제품 브랜드 홈페이지

▶출처

Brazil Snack Bar Market Size & Share Analysis - Growth Trends & Forecasts (2024 – 2029), Mordor Intelligence

③ 기능성 음료(수출상위품목)

시장현황

글로벌 기능성 음료 시장은 2023년부터 2030년까지 연평균 7.1% 성장할 것으로 전망된다. 이러한 성장은 기능성 음료의 건강상 이점에 대한 인식 증가와 COVID-19 팬데믹의 영향으로 건강에 대한 소비자의 관심이 증가한 것이 주요 원인이다. 브라질의 기능성 음료 시장은 식음료 산업에서 중요한 위치를 차지하고 있으며, 농업 산출물의 58%를 차지하고 180만 개의 일자리를 창출하고 있다. 브라질 소비자들은 건강 중심의 제품에 대한 관심이 증가하고 있으며, 설탕, 지방, 소금, 칼로리가 적은 제품을 선호한다. 약 52%의 소비자가 설탕 섭취를 줄이려 하고, 58%가 소금 섭취를 줄이려 한다. 지속 가능성과 윤리적인 실천도 중요시되며, 친환경 포장재와 재활용에 대한 관심이 높다. 식물성 및 면역력 강화 제품으로의 전환도 두드러지며, 정신 건강과 향수를 자극하는 제품에 대한 관심도 증가하고 있다.

시사점

기능성 음료 수출을 위해서는 건강 중심의 트렌드에 맞춘 제품 개발이 필요하다. 저당, 저염, 건강 이점을 강조한 제품이 선호되며, 지속 가능성과 윤리적 실천을 강조하는 포장 및 마케팅 전략이 중요하다. 현지 맛과 혁신적인 재료를 결합하여 정신 건강 및 면역력 강화 트렌드와 연계된 제품 개발도 고려할 수 있다. 또한, 강력한 온라인 존재감을 구축하여 브라질의 성장하는 전자상거래 시장에 진입하는 것이 유리하다. 브라질 소비자의 행동 및 선호도, 특히 정신 건강과 관련된 제품에 대한 이해를 바탕으로 마케팅 전략을 맞춤화하는 것이 중요하다.

+MU Isolated and Hydrolyzed Whey Vanilla Flavor Bottle	Natrurana Functional Drink Acai

*출처: 해당 제품 브랜드 홈페이지

▶출처

10 years of Brazil food and drink trends, MINTEL

Functional Drinks Market Size, Share & Trends Analysis Report, Grand View Research

④ 발효식품(현지시장 이슈품목)

시장현황

브라질의 발효식품 시장, 특히 김치 시장은 건강 및 웰빙에 대한 소비자의 증가하는 관심에 힘입어 성장하고 있다. 발효식품과 음료는 프로바이오틱스의 풍부한 원천으로, 소화 과정을 돕고 면역력을 증진시키는 등 다양한 건강 혜택을 제공한다.

특히, 발효 음료의 인기가 높아지고 있으며, 이는 케피어, 야쿠르트와 같은 비알코올 발효 음료의 수요 증가로 이어지고 있다. 또한, 채식주의와 식물 기반 식단에 대한 소비자의 관심 증가는 김치, 템페, 사우어크라우트 등 발효 식품에 대한 수요를 더욱 부추기고 있다.

시사점

한국 식품 수출기업은 브라질 시장에서 발효식품, 특히 김치 제품에 대한 수요 증가에 주목해야 한다. 특히, 식물 기반 식단에 대한 성장하는 수요와 건강에 대한 소비자의 관심을 충족시키기 위해 다양한 맛과 건강 혜택을 제공하는 신제품 개발에 집중할 필요가 있다. 브라질 시장의 특성을 고려한 마케팅 전략과 현지화된 제품 개발은 성공적인 시장 진출을 위해 필수적입니다.

CIA DOS FERMENTADOS Kombucha mate tea with lemon	Fermentado Fermented milk

*출처: 해당 제품 브랜드 홈페이지

▶출처

Food and Beverage / Fermented Food and Drinks Market, Fortune Business Insights
The Kimchi Market to grow at a CAGR of 5.49% from 2022 to 2027 | The growing demand for plant-based diets is a major trend – Technavio, Yahoo Finance

⑤ 콜라겐(현지시장 이슈품목)

시장현황

남미 콜라겐 시장은 2020년부터 2025년까지 연평균성장률 4.06%로 지속적인 성장할 것으로 예상된다. 이 시장은 젤라틴, 가수분해 콜라겐, 원시 콜라겐과 같은 다양한 제품 유형을 포함하며, 출처는 소, 돼지, 가금류, 해양, 식물 등으로 다양하다. 주요 응용 분야로는 영양 제품, 식음료, 제약, 화장품 및 개인 관리 제품, 의료 기기 및 연구 등이 있으며, 이 시장의 성장은 건강과 웰빙에 대한 증가하는 소비자 관심에 기인한다.

남미 콜라겐 시장의 제일 큰 시장은 브라질 콜라겐 시장으로 특히 건강 및 미용에 대한 소비자의 인식 증가와 직결되어 있다. 브라질 인구의 노화와 함께 피부 건강 및 관절 건강에 관한 관심이 높아지고 있으며, 이는 콜라겐 제품에 대한 수요 증가로 이어지고 있다. 또한, 건강한 생활 방식을 추구하는 소비자들 사이에서 천연 및 유기농 제품에 대한 선호도가 높아지고 있어, 식물 기반 및 해양 출처의 콜라겐 제품이 특히 주목받고 있다.

시사점

한국 식품 수출기업은 브라질 콜라겐 시장의 성장 동력과 소비자 트렌드를 분석하여 효과적인 시장 진출 전략을 수립해야 한다. 특히, 천연 및 유기농 콜라겐 제품 수요가 높아지고 있는 점을 고려하여, 이 분야에서의 혁신과 제품 개발에 집중할 필요가 있다. 또한, 현지 소비자의 건강 및 미용에 관심을 충족시키는 마케팅 전략을 개발하고, 지속가능한 공급망을 구축하는 것이 중요하다.

Ypenza Collagen with seed	Flora Nativa do Brasil Hydrolyzed Collagen

*출처: 해당 제품 브랜드 홈페이지

▶출처

Brazil-collagen-market, 6W Research
South America Collagen Market Size&Share Analysis-Growth Trends & Forecasts (2024-2029), Mordor Intelligence

▌3.2 | 소비 트렌드

① 제로슈가 식품 인기

이슈배경

브라질은 1인당 설탕 소비량이 세계에서 가장 높은 국가 중의 하나였으나 지난 10년동안 설탕소비를 꾸준히 감소하였고 코로나19로 인해 설탕 소비는 더욱 감소하였고 이는 젊은 세대의 건강에 관한 관심이 높아지면서 제로 슈가 제품의 성장을 주도하고 있다.

이슈내용

브라질의 젊은세대는 건강에 관한 관심이 높아지면서 설탕 대체 식품을 찾게 되고 수요가 증가함에 따라 관련 기업들은 다양한 제로슈가 신제품을 출시하였다. 신제품들은 이전과 다르게 맛의 이질감을 줄였고 설탕과 유사한 단맛을 내면서도 칼로리가 낮거나 제로인 제품을 출시하면서 판매가 증가하고 있다.

Bonafide Research "Brazil Non-Sugar Sweetener Market Overview, 2028" 보고서에 따르면 향후 5년간(2023년~2028년) 연평균 성장률(CAGR) 5.02%로 성장할 것으로 전망하였다.

이처럼 브라질 설탕 대체식품 시장의 성장은 크게 세 가지 요인으로 분석된다. 첫째는 건강에 관한 관심 증가다. 설탕은 비만, 당뇨병, 심장병 등 다양한 질병의 원인으로 지목되고 있다. 이에 소비자들은 설탕 섭취를 줄이고 건강을 관리하기 위해 설탕 대체 식품을 찾고 있다.

둘째, 맛과 영양을 모두 갖춘 설탕 대체 식품의 등장이다. 과거 설탕 대체 식품은 설탕과 같은 단맛을 내지 못하거나 인공적인 맛이 나는 경우가 많았다. 그러나 최근에는 천연 원료를 사용하거나 새로운 기술을 적용해 설탕과 유사한 맛과 영양을 갖춘 설탕 대체 식품이 등장하면서 소비자들의 수요를 충족시키고 있다.

셋째, 브라질의 젊은 세대가 주요 소비층으로 급부상하면서 건강과 지속 가능한 소비 인식 전환에 따라 관련 제품의 소비를 촉진하며 시장을 주도하고 있기 때문이다.

▶출처

Zero açúcar: adoçantes saudáveis que mantêm sabor e nutrição, Food Connection
Cresce a procura por opções mais saudáveis na alimentação, Glabo.com
Glúten: entenda o componente polêmico da alimentação saudável, Food Connection

② 고단백 식품에 대한 출시 증가

이슈배경

브라질 소비자들은 건강한 식단을 통해 체중 감량, 근육 증량, 건강 유지 등을 추구하고 하며 고단백 식품과 단백질 음료에 대한 소비자들의 요구가 증대 되면서 관련 제품들에 대한 소비가 증가하고 있다.

이슈내용

브라질 단백질 음료 시장이 급성장세를 보이고 있다. 2022년에는 전체 유제품 시장의 약 4%를 차지했으며, 2023년에는 5%까지 성장할 것으로 예상된다.

브라질 단백질 음료 시장은 크게 두 가지 유형으로 구분된다. 하나는 운동선수를 위한 고단백 음료이고, 다른 하나는 일반 소비자를 위한 저단백 음료다. 고단백 음료는 한 팩에 20g 이상의 단백질을 함유하고 있으며, 주로 운동 후 근육 회복을 돕기 위해 사용된다. 저단백 음료는 한 팩에 15g 미만의 단백질을 함유하고 있으며, 건강한 간식을 대체하거나 식사 대용으로 사용할 수 있다.

브라질 단백질 음료 시장은 전통적인 유제품 회사와 신생 스타트업 모두에서 경쟁이 치열하다. Danone의 YoPro와 Piracanjuba의 Whey는 브라질에서 가장 인기 있는 단백질 음료 브랜드 중 하나이다. 신생 스타트업으로는 Caffeine Army가 있으며, 커피와 단백질을 함유한 에너지 음료를 출시했다.

향후 브라질 단백질 음료 시장은 더욱 성장할 것으로 전망된다. 건강에 대한 관심이 증가하고, 다양한 종류의 단백질 음료가 출시됨에 따라 소비자 선택의 폭이 넓어지고 있기 때문이다. 현지 매체에 의하면, 브라질 단백질 음료 시장을 주목할 만한 시장으로 평가하며, 건강에 관한 관심 증가, 신규 브랜드 및 신제품 출시 등 시장 성장을 견인할 요인이 많은 것에 기인한다.

▶출처

Bebidas proteicas ganharam o Brasil, Food Connection
Como a indústria de alimentos democratiza os suplementos proteicosm, Food Connection
O mercado de snacks cresce, apresentando novas oportunidades para a indústria, Food Connection

③ 건강과 미용에 관심은 젤라틴, 콜라겐 수요 증가

이슈배경

최근 몇 년간 브라질에서는 천연 및 건강 제품에 대한 수요 증가로 인해 젤라틴과 콜라겐 시장이 크게 성장했다. 균형 잡힌 식단의 중요성과 인구 고령화에 대한 인식이 높아짐에 따라, 젤라틴과 콜라겐은 관절 건강 개선, 피부 건강 증진, 그리고 손톱과 머리카락 강화와 같은 건강을 위한 주요 성분으로 부상했다.

이슈내용

브라질 특수식품 산업 협회(Abiad)의 조사에 따르면, 2015년부터 2020년까지 브라질에서 콜라겐 소비가 무려 167% 증가했다. 인체에서 가장 많이 발견되는 물질 중 하나인 콜라겐은 신체 단백질 구성의 약 25%에서 30%를 차지하는 중요한 단백질이다. 식품 보충제로서 정기적인 섭취는 피부 건강에 이로운 효과를 가져와 피부를 강화하고 수분을 유지하며 탄력을 증가시키는 데 도움을 줄 뿐만 아니라 관절 건강에도 긍정적인 영향을 미친다.

2023년에도 브라질 내에서 콜라겐과 젤라틴 시장의 열기는 계속되어 최근 이집트가 젤라틴과 콜라겐의 수입을 승인함에 따라, 브라질은 국내 시장의 높은 수요뿐만 아니라 수출 시장을 확장할 수 있는 기회를 얻었다. 이집트는 지난 두 해 동안 약 1,300만 달러를 수입하며 잠재적인 시장으로 부상했다.

브라질 시장에서 콜라겐의 소비가 증가하는 추세는, 건강을 위해 예방적 차원의 건강관리를 위한 보충제 역할에 관한 인식 전환과 관련 있다. 콜라겐은 식품 형태나 분말 형태로 섭취하는 제품과 화장품 같은 붙이거나 바르는 흡수 형태 두 가지로 나누어진다. 건강하고 장수하는 삶을 추구하는 사람들의 의식변화와 함께 비화학적이고 비동물 추출물 제품에 대한 수요가 증가하고 있는 것은 천연, 지속 가능하며 의식 있는 제품에 대한 소비자들의 요구에 충족하기 때문인 것으로 분석된다.

▶출처

Do mocotó ao colágeno hidrolisado, indústria do antienvelhecimento movimenta R$ 50 bi, Folha De S.Paulo

Aumento de 167% no consumo de colágeno no Brasil, Food Connection

④ 프리미엄 디저트 소비 확대

이슈배경

브라질 디저트 시장은 지속적인 성장세를 보일 것으로 전망된다. 건강에 관한 관심 증가와 소비자 요구에 부합한 다양한 시제품 출시가 예상되고, 브라질 중산층 증가와 소득 수준이 향상될 것으로 예상되므로 특히, 프리미엄 디저트 소비 증가세는 지속될 것으로 보인다.

이슈내용

브라질 디저트 시장은 2022년 기준 130억 리얼의 매출을 기록하며 연평균 4.5%의 성장률을 보이고 있다. 이는 소비자 요구에 맞는 건강을 중심으로 한 신상품 출시에 따른 것으로 분석된다.

브라질 디저트 시장은 전반적으로 성장세를 보이고 있다. 이는 브라질 소비자들의 건강에 관한 관심이 높아지면서 저칼로리, 무설탕, 유제품 무첨가 등 건강한 디저트에 대한 수요가 증가한 데 따른 것으로 분석된다. 또한, 프리미엄 스낵, 젤라토 아이스크림 등 새로운 제품의 출시가 시장 성장을 견인하고 있다.

실제로, 브라질아이스크림협회(ABIS)의 조사에 따르면, 브라질 소비자의 40%가 건강한 디저트를 선호한다고 답했다. 또한, 건강한 디저트를 구매하는 소비자의 비율은 2020년 대비 10% 증가한 것으로 나타났다.

프리미엄 디저트는 고급 재료를 사용하고 세련된 디자인을 적용하여, 고소득층을 중심으로 인기를 얻고 있고 젤라토는 이탈리아식 아이스크림으로, 고품질의 원료를 사용하고 부드러운 식감이 특징이다. 아이스크림은 여름철에 주로 소비되는 디저트였으나, 최근에는 사계절 내내 소비되는 트렌드로 자리 잡고 있다.

▶출처

Indústria de sorvete: guia completo sobre o mercado da sobremesa gelada, Food Connection
Como valorizar a produção de sorvetes com novos sabores e coberturas, Food Connection
Ideias para sorveteria no inverno: como atrair e encantar os consumidores na estação mais fria do ano, Food Connection

⑤ 육류소비 감소와 채식소비 증가

이슈배경

브라질의 채식 시장은 최근 몇 년 동안 눈에 띄는 성장을 이루었다. 유로모니터의 데이터에 따르면, 2020년 기준 브라질 채식 시장의 매출은 8,280만 달러에 달했으며, 2025년까지 1억 3,180만 달러에 이를 것으로 예상된다

이슈내용

이러한 성장의 배경에는 육류 소비 감소가 큰 영향을 미쳤다. The Good Food Institute Brasil의 조사 결과, 2022년 브라질인들의 육류 소비가 전년 대비 감소했으며, 육류 가격 상승과 건강한 생활 습관에 관한 관심 증가가 주요 원인으로 지목되었다.

블룸버그 인텔리전스 보고서에 따르면, 라틴 아메리카에서 브라질은 채식 시장이 가장 두드러진 국가이다. 이는 건강과 환경에 관한 관심 증가와 직결되며, 브라질 내 주요 식품업체와 외식업체들이 관련 제품에 관심을 보이고 있는 이유이다.

비건의 수는 채식주의자보다 적지만, 그 증가율은 눈에 띄게 높아지고 있다. 브라질 채식협회(SVB)가 발표한 조사에 따르면, 브라질 내 비건의 수는 약 700만 명으로, 이는 라틴 아메리카에서 가장 많은 수치이며, 브라질 재무부 데이터에 따르면, '비건'이라는 용어를 상호에 사용하는 기업의 수가 지난 10년 동안 500% 이상 증가할 정도로 기업은 채식 및 비건을 적극적으로 사용하고 있다. 또한 브라질 내 식당 중 약 2,900개 이상의 비건 레스토랑과 판매점이 있을 정도로 상파울루와 리우데자네이루는 가장 비건 친화적인 도시로 인식되고 있다.

브라질의 비건인구는 지속적으로 증가할 전망이며, 육류소비 감소와 채식소비 증가 추세는 지속될 전망이다.

▶출처

Veganismo no Brasil: vegetarianos e veganos se multiplicaram nos últimos 10 anos, ESTADAO 2023. 4. 18 해외시장동향 브라질 육류 소비 감소와 채식 시장 확대,

4 수출절차

4.1 | 수출입절차

프로세스	상세내용	주체
품목별 수입요건 파악	· 수출 품목에 대한 브라질의 위생기준, 검역 요건, 포장 및 라벨링 요건 등 **관련 요건을 사전에 파악**	국내 수출업체
▼		
수출신고 및 운송수단 선적	· 관세청 UNI-PASS 시스템을 통해 **전자적으로 세관에 제반서류 제출** · 제출서류: ①수출신고서 ②상업송장 ③포장명세서 등 · 수출신고 완료 후 '수출신고필증'이 교부되며, **수출신고가 수리된 날로부터 30일 내에 운송수단에 선적** 완료	국내 수출업체
▼		
사전등록 및 수입허가	· 브라질 수입업체는 **식품 수입 전 SISCOMEX를** 통해 수입업자 등록 필요 · **일부 품목**은 브라질 위생감시국에 **사전등록** 진행 필수 - 대상품목: ①건강기능식품 ②유아용 식품 ③신소재 포장 식품류 ④신개발·신재료 식품류 ⑤프로바이오틱스 식품류 · **동물성 식품**의 경우 제반서류를 제출해 수입허가 취득 필요 - 제출서류: ①브라질 수입법인 공인인증서(e-CNPJ) ②수출입허가서 ③인증된 라벨 사본 ④수출국 위생검사 확인서류	브라질 수입업체
▼		
수입신고 및 관세 납부	· SISCOMEX를 통해 **수입신고서 및 제반서류** 제출 필요 · 제출서류: ①수입허가서 ②선하증권(또는 항공화물운송장) ③포장명세서 ④원산지증명서 ⑤수입신고서 ⑥기타 세관의 요구 서류 · 수입신고와 **함께 관세 납부** 필요	브라질 수입업체
▼		
수입검사	· 수입신고 후 **수입화물은 무작위로 통관채널**에 배치 · 통관채널별로 수입검사 내용이 상이 - ①녹색채널: 검사 생략. 자동으로 통관 - ②황색채널: 서류 검사 - ③적색채널: 서류 및 화물검사 - ④회색채널: 서류 및 화물 정밀검사 · 필요에 따라 물리적 검사, 샘플 수집 등 현장검사가 진행될 수 있음	브라질 수입업체
▼		
물품 반출	· 물품 반출 가능	브라질 수입업체

4.2 | 통관 및 검역제도

①국내 수출 통관 절차

▶수출 전 준비사항

품목별 수입요건 파악	● **수출 품목에 대한 브라질 위생기준·검역 요건·포장 및 라벨링 등 관련 요건을 사전에 파악 필요** · 일반 사전포장식품, 신선 농산물, 축산물 제품 등에 요구되는 위생기준·라벨링·식품첨가물 규정 등 수입요건이 상이하므로, 국내 수출업체는 원활한 수출을 위해 품목별 수입요건을 사전에 파악해야 함

▶국내 수출통관 절차

수출신고

● **수출업체는 상업송장, 포장명세서 등을 기반으로 수출신고서 작성 후 관세청 UNI-PASS를 통해 수출신고 필수**

· 수출신고는 수출업체(화주)와 수출업체를 대신하는 관세사·관세법인·통관취급법인·완제품제공자 명의로 신고할 수 있음

· 접수 결과에 따라 ①서류 심사 후 수리 ②현품 검사 후 수리 ③자동수리로 구분해 수출통관 진행

<수출신고 수리 유형>

· 서류 심사 후 수리	실제 신고내용과 수출신고 근거 서류상의 일치 여부 확인
· 현품 검사 후 수리	우범성이 높은 물품을 대상으로, 수출신고 물품 외 은닉 물품 여부, 신고사항과의 일치 여부를 확인
· 자동 수리	세관의 심사 없이 자동 수리 후 수출신고필증 발급

· 수출신고 수리 후 수출업체는 '수출신고필증'을 수령함

· 수출업체(화주)는 관세법에 따라 ①수출신고필증 ②수출품 가격결정에 관한 자료 ③수출거래관련 계약서 및 이에 갈음하는 서류 ④반송신고필증 등을 수리일로부터 3년간 보관해야 함

수출검역

● **브라질과의 합의된 요건이 있거나 수입업체가 요구하는 경우 수출검역 신청 필요**

· 브라질로 △채소종자(8종) 등 수출 시 농림축산검역본부에 수출검역을 신청해야 함

· 수출검역 신청 시 수출검사신청서 및 제반 서류를 제출해야 함

<수출검역 신청 시 제출 서류>

식물검역	①수출식물검사신청서 ②검사대상식물명세서(수출검사 대상품목이 2개 이상인 경우) ③수입허가증명서(상대국의 사전허가가 필요한 경우) ④수출검역요령에 명시된 수입국 요구사항을 준수했음을 증명하는 서류(수입국이 검사증명서에 부기를 요구할 경우)
축산물검역	①수출 검사신청서 ②선적관련 서류 ③수출상대국 요구사항(상대국의 요구사항이 있는 경우)

· 수출검역은 일반적으로 신청인이 희망하는 장소·시간에 실시하며, 수출 상대국의 검역요건에 적합하는지 여부를 검사함

	· 수출검역 결과 합격 시 검역증명서가 교부되며, 불합격 시 신청자가 소독하거나 선별한 후 재검역을 신청할 수 있음
운송수단 선적	**● 수출업체는 수출신고 수리일로부터 30일 내에 선박 등 운송수단에 적재 필요** · 단, 최대 1년 이내 범위에서 적재 기간 연장이 가능함

②브라질 수입제도 및 통관·검역 절차

▶브라질 수입통관·검역 절차

사전등록 및 수입허가	**● 브라질 수입업체는 SISCOMEX를 통해 수입업자 등록 필요** **● 일부 품목은 브라질 위생감시국에 사전등록 필수** · ①건강기능식품 ②유아용 식품 ③신소재 포장 식품류 ④신개발·신재료 식품류 ⑤프로바이오틱스 식품류의 경우 사전등록을 진행해야 함 **● 동물성 식품의 경우 수입허가 취득 필요** · 수입허가 취득 시 ①브라질 수입법인 공인인증서(e-CNPJ) ②수출입허가서 ③인증된 라벨 사본 ④수출국 위생검사 확인서류를 제출해야 함
수입신고	**● 화물이 보세창고에 이동한 후, 수입신고 절차 시작** · 무역자동화시스템(SISCOMEX)을 통해 진행되며 관세를 납부해야 함 **● 수입신고 제출 서류는 다음과 같음** <수입신고 시 제출 서류> ①수입허가서 ②선하증권(또는 항공화물운송장) ③포장명세서 ④원산지 증명서 ⑤수입신고서 ⑥기타 세관의 요구 서류
관세 납부	**● 브라질 수입업체는 수입신고와 함께, 관세 납부 필요** · 통관 시 수입세, 공업 제품세, 유통세 등이 부과됨 - 수입세(Imposto de Importacao): 수입품에 부과하는 세율로 제품에 따라 평균 0%~35%까지 분포됨 - 주 유통세(Imposto sobre Circulacao de Mercadorias e Servicos): 수입품과 국내 제품에 모두 적용, 주마다 7%, 12%, 18% 등 세율을 다르게 책정함 - 3가지 기본 세금 외에도 창고세, 터미널 사용세, 상해운세, 세관사용인조합 기여금, 무역자동화시스템(SISCOMEX) 사용료, 화물운송비, 통관 수수료, 은행 수수료 등을 추가로 지불해야 함
수입검역	**● 브라질은 병해충의 유입 방지 및 확산을 예방할 목적으로 수입되는 식물과 식물성 부산물, 살아있는 동물과 동물성 제품의 검역을 수입신고 전 실시** · 항구에 도착한 화물은 보세창고로 이동 후 검역이 시작됨 · 수입업체는 검역관에게 수입허가서를 제출해야 하며, 검역관은 화물의 승인 여부, 제출된 서류와 물품 대조(팔레트 개수, 유통기한, 제조일 등)를 실시함

<table>
<tr><td></td><td>· 제품의 물리적 검사, 샘플 수집 등은 현장에서 진행될 수 있음. 채취된 샘플은 세관이 지정한 실험실에서 성분 분석을 실시함

● 검역관의 대조 검사 이후, 필요 시 추가적인 검사 절차 진행
· 서류와 화물 간의 대조 검사 이후, 필요에 따라 물리적 검사, 샘플 수집 등의 현장 조사가 진행됨

● 수입신고 후 무작위로 녹색, 황색, 적색, 회색 4개의 채널로 배정되는 화물 검사 시행
· 녹색채널을 제외하고 나머지 채널은 검사 여부와 세관 인력 상황, 통관 대기 건수 등에 따라 통관 소요 시간이 결정됨

<채널별 화물 검사 유형 구분>
<table><tr><td>녹색채널</td><td>검사 생략. 자동으로 통관</td></tr><tr><td>황색채널</td><td>서류 검사</td></tr><tr><td>적색채널</td><td>서류 및 화물검사</td></tr><tr><td>회색채널</td><td>서류 및 화물 정밀검사</td></tr></table></td></tr>
<tr><td>물품반출</td><td>●모든 세금과 비용 납부 및 화물검사 완료 후, 물품 반출 가능
· 세무국은 무역자동화시스템(SISCOMEX)을 통해 수입증명서를 발급함</td></tr>
</table>

4.3 | 수출가능·불가능 품목

4.3.1 수출가능품목

농산물	- 식용버섯류 및 배 *상기 품목 이외의 수출가능 여부는 품목별로 확인이 필요함 - 채소 종자 : 한국에서 재배된 브로콜리(Brassica oleracea var. italica), 케일(Brassica oleracea var. acephala), 배추(Brassica campestris var. pekinensis), 방울양배추(Brassica oleracea var. gemmifera), 콜리플라워(Brassica oleracea var. botrytis), 콜라비(Brassica oleracea var. gongylodes), 양배추(Brassica oleracea var. capitata), 무(Raphanus sativus) 종자

*출처: 2022 수출검역 요건, 농림축산검역본부

4.3.2 수출불가능품목

농산물	- 현재 딸기 생과실과 채소종자 9품목{상추, 토마토, 오이, 호박, 당근, 파, 양파, 수박, 메론}은 수출허용을 요청하여 상대국이 PRA 절차를 진행 중임

*출처: 2022 수출검역 요건, 농림축산검역본부

5 비관세장벽

5.1 | 라벨링제도

5.1.1 주요 라벨링 표기사항

라벨 표기사항 (항목)	· 제품명 · 원산지 · 성분 목록 · 순중량	· 수입·제조사 정보 · 배치 번호 · 보관방법 · 유통기한	· 식품 조리 및 사용 방법 · 영양 정보

라벨 표기사항 (가이드)	표기 언어	• 포르투갈어 사용이 원칙 • 외국어로 표기된 제품은 반드시 포르투갈어 기재 스티커를 부착해야 함
	제품명	• 식품의 실체와 특성을 나타내는 구체적인 명칭을 작성해야 함
	원산지	• 최종 가공 단계가 이루어진 국가를 기준으로 표기
	성분 목록	• 식품 첨가물의 역할, 필수 기능 • 식품 첨가물의 명칭 전체 또는 INS 번호 • 식품 첨가물은 원재료명 목록 끝에서부터 표시함 • 식품첨가물은 함량 비율의 하향순서로 기재
	순중량	• 내용물의 순중량 또는 순부피 표시
	수입·제조사 정보	• 수입업체 혹은 제조업체의 명칭 및 주소
	배치 번호	• 동일한 조건 하에 일정 시간 내, 동일한 제조사 또는 배분업체가 가공한 유형의 집합물별로 부여한 번호
	보관방법	• 제품의 보관방법 안내
	유통기한	• 3개월 미만의 유통기한은 최소한 일·월을 표시해야 함 • 3개월 이상의 유통기한은 최소한 월·년을 표시해야 함
	식품 조리 및 사용 방법(필요 시)	• 제품을 소비하는 데에 있어 특정 지침이 필요할 경우 조리법 및 사용방법을 기재할 수 있음
	영양성분	• 열량, 탄수화물, 단백질, 총 지방, 포화지방, 트랜스지방, 식이섬유, 나트륨을 필수 기재

*출처: KATI농식품수출정보

5.1.2 라벨링 예시

과자류

<table>
<tr><th colspan="3">라벨링 사진</th></tr>
<tr><td colspan="3">

</td></tr>
<tr><th>표기항목</th><th colspan="2">표기내용</th></tr>
<tr><td>제품명</td><td>FRONTERA TEXMEX</td><td>프론테라 텍스멕스</td></tr>
<tr><td>순중량</td><td>PESO LIQ : 125g</td><td>순중량 : 125g</td></tr>
<tr><td>영양성분</td><td>INFORMAÇÃO NUTRICIONAL
- Porção 25g (1/2 xícara)
<table><tr><td>Quantidade por porção</td><td></td><td>%VD(*)</td></tr><tr><td>Valor Energético</td><td>118kcal =469kJ</td><td>6%</td></tr><tr><td>Carboidratos</td><td>16g, dos quais:</td><td>5%</td></tr><tr><td>açúcares</td><td>0.2g</td><td>**</td></tr><tr><td>Proteínas</td><td>1.7g</td><td>2%</td></tr><tr><td>Gorduras totais</td><td>5.0g</td><td>9%</td></tr><tr><td>Gorduras saturadas</td><td>2.3g</td><td>10%</td></tr><tr><td>Gorduras trans</td><td>0.0g</td><td>**</td></tr><tr><td>Fibra alimentar</td><td>1.0g</td><td>4%</td></tr><tr><td>Sódio</td><td>90mg</td><td>4%</td></tr></table>- % Valores diários com base em uma dieta de 2000kcal ou 8400kJ.
- Seus valores diários podem ser maiores ou menores dependendo de suas necessidades energéticas.
- ** VD não estabelecido</td><td>영양정보
- 제공량 25g (1/2)컵
<table><tr><td>1회 제공량</td><td></td><td>%VD(*)</td></tr><tr><td>열량</td><td>118kcal =469kJ</td><td>6%</td></tr><tr><td>탄수화물</td><td>16g, dos quais:</td><td>5%</td></tr><tr><td>당</td><td>0.2g</td><td>**</td></tr><tr><td>단백질</td><td>1.7g</td><td>2%</td></tr><tr><td>총 지방</td><td>5.0g</td><td>9%</td></tr><tr><td>포화지방</td><td>2.3g</td><td>10%</td></tr><tr><td>트랜스지방</td><td>0.0g</td><td>**</td></tr><tr><td>식이섬유</td><td>1.0g</td><td>4%</td></tr><tr><td>나트륨</td><td>90mg</td><td>4%</td></tr></table>- %일일 기준치는 2000kcal 또는 8400kJ을 기반으로 합니다.
- 귀하의 일일 기준치는 에너지 요구사항에 따라 더 높거나 낮을 수도 있습니다.
- **VD(일일 기준치)가 설정되지 않음</td></tr>
<tr><td>원재료</td><td>milho moido, oleo de palma e sal. NAO CONTEM GLUTEN.</td><td>옥수수 가루, 야자유, 소금, 글루텐 프리</td></tr>
<tr><td>보관 방법</td><td>Conservar em local seco, fresco e livre da ação de agentes externos.</td><td>건조하고 서늘한 곳, 외부 요인으로부터 자유로운 곳에 보관하십시오.</td></tr>
<tr><td>제조사 정보</td><td>Produzido por
NV Snack Food Poco Loco
Rumbeeksegravier 157 B 8800
Roeselare-Belgium.
PRODUTO DA BELGICA</td><td>생산자
NV 스낵푸드 포코로꼬
Rumbeeksegravier 157 B 8800
Roeselare-Belgium.
벨기에 제품</td></tr>
</table>

수입·유통업체 정보	Importado e distribuido por Latinex Imp. Exp. de Alimentos Ltda - CNPJ : 05.540.409/0001-14 - Av. JK, 4661, CIC, Curitiba / PR, Brasil. - SAC: 0800-3022727 *sac@fronterabrasil.com.br - www.fronterabrasil.com.br - /FronteraBrasil/ @FRONTERA.BRASIL	수입 및 유통업체 - 라티넥스 Imp. 식품 Exp. 주식회사 - 사업자등록번호 : 05.540.409/0001-14 - Av. JK, 4661, CIC, Curitiba / PR, Brasil. - 고객서비스 : 0800-3022727 *sac@fronterabrasil.com.br - www.fronterabrasil.com.br - /FronteraBrasil/ @FRONTERA.BRASIL

5.2 | 인증제도

5.3 | 통관거부사례

▌5.4 | 비관세장벽 이슈

[라벨링]

새로운 라벨링 기준에 부합하는 영양 라벨 부착 필요

브라질은 2022년 10월 9일부터 포장 식품에 새로운 영양 라벨 규칙을 시행하였으며, 일반 식품은 2023년 10월 9일까지 새로운 규칙에 맞는 신규 라벨을 부착해야 한다. 영양성분 및 정보 표시 방법, 제품 앞면의 영양표시 방법이 변경되었다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:
http://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=97822

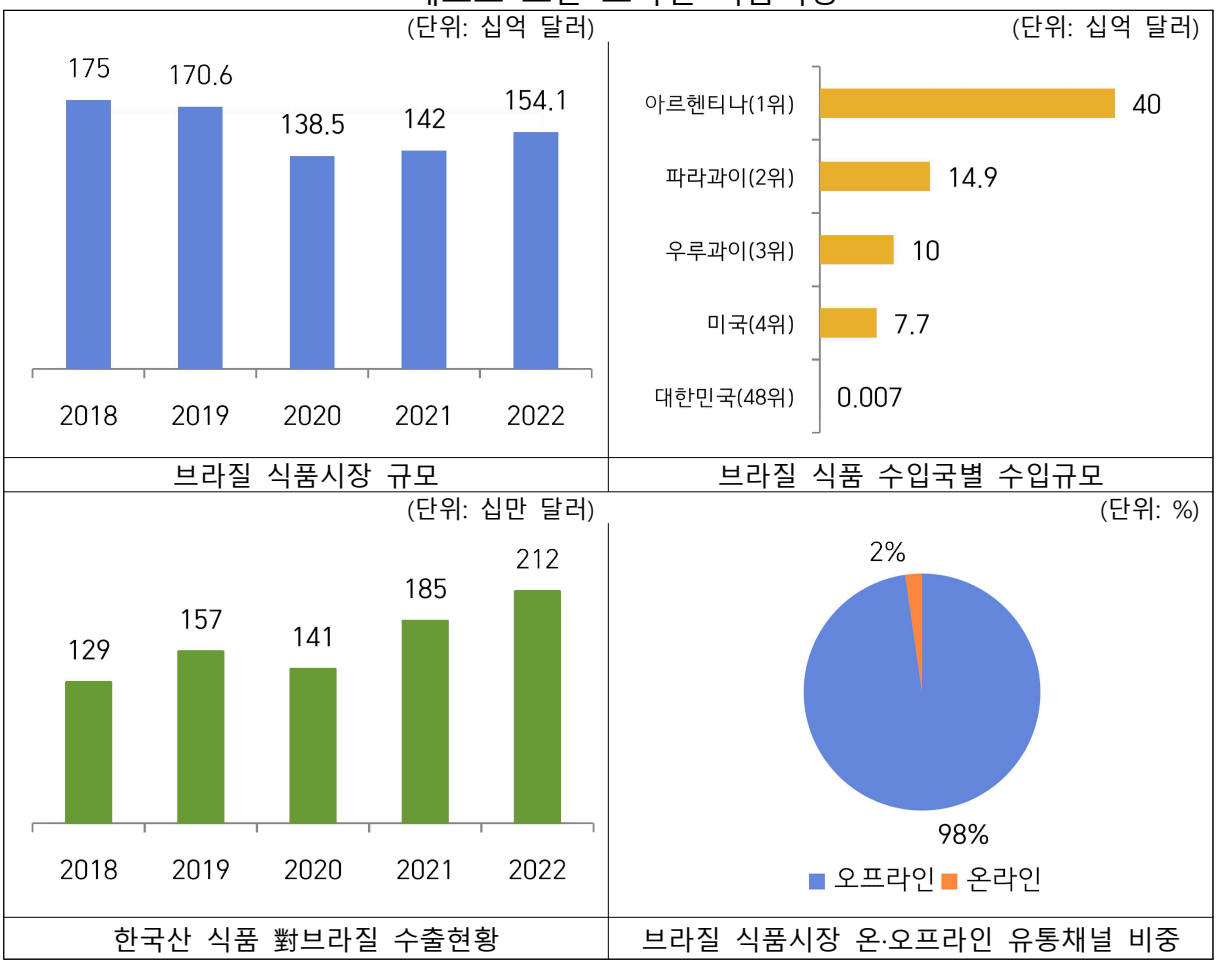
6 요약

6.1 보고서 소개

브라질 식품시장은 2022년 약 1,541억 달러로 집계되었으며, 전년 대비 8.5% 증가했다.

브라질의 식품 수입액은 약 130억 달러로, 아르헨티나·파라과이·우루과이 순으로 수입 비중이 높으며 한국은 48위를 차지했다. 주요 수입품은 ①밀 기타 ②볶지 않은 맥아 ③옥수수 기타로 나타났다.

한국산 수출액은 2022년 약 2,123만 달러로 전년 대비 15.0% 증가했으며, 주요 수출품목은 ①조미김 ②라면 ③건조 김이다.

전체 식품시장에서 오프라인 유통채널은 98%, 온라인 유통채널은 2%를 차지했다. 매출액 기준 상위 3개 오프라인 유통채널 브랜드는 ①Atacadão ②Assaí ③Carrefour, 온라인 유통채널의 경우 ①Mercadolibre Marketplace ②Americanas Marketplace ③Amazon Marketplace으로 나타났다.

그래프로 보는 브라질 식품시장