

베트남 신 라벨링 규정 유의사항

2017-12-26 이주현 베트남 호치민무역관

- 베트남 정부, 모조품 방지 위해 라벨링 규정 강화 -
- 우리 기업들, 신 라벨링 규정 숙지해 제품 유통에 불이익 당하지 않도록 유의해야 -

□ 베트남 정부, 신 라벨링 규정 공포

- 베트남 정부의 수입·유통 제품에 대한 라벨링(Labeling) 규정 강화
 - 올해 4 월 베트남 정부는 베트남 내 수입·유통되는 제품들에 대한 신 라벨링 규정(Decree 43/2017/ND-CP, 이하 Decree 43)을 공포한 바 있음.
 - 라벨은 제품 정보를 인쇄해 용기에 스티커, 사진 등의 형태로 부착돼 있으며 소비자가 제품을 식별하는데 가장 중요한 기능을 지님.
 - 베트남 정부는 제조날짜, 원산지 등 주요 제품정보가 빠진 허술한 라벨지를 모조품 성행의 주요 원인 중 하나로 꼽았음. 이와 관련한 규정을 강화하는 차원에서 이번 신 라벨링 규정(Decree 43)을 발표함.
 - 해당 규정은 6 월 1 일부터 발효됐으며 2 년간(2019 년 6 월 1 일 이전) 유예기간을 적용하기로 함. 또한 이전 라벨링 규정인 Decree 89/2006/ND-CP(이하 Decree 89)를 대체함.

□ 신 라벨링 규정 주요 내용

- 적용 대상
 - 베트남에서 상품을 생산하는 제조·수입·유통업체 등 관련 단체 및 개인과 규제 당국 모두에 적용됨.
- 필수 표시 사항
 - 제품 종류와 상관없이 ① 제품명, ② 상품에 대한 책임을 지는 개인 및 단체의 정보(이름 및 주소), ③ 원산지 정보는 반드시 포함돼야 함.
 - 상기 3 가지 필수 정보 외에 제품 종류 및 특징에 따라 해당 라벨링 규정 부록 1 에 명시된 기타 세부 정보를 반드시 기입해야 함.
- 언어
 - 베트남어 작성이 기본임. 다만 국제 의약품·화학식·약물 성분 등 베트남어로 존재하지 않는 정보들은 외국어(알파벳)로 표시가 가능
 - 외국어로 표시될 경우 베트남어와 동일한 의미를 지녀야 하며, 베트남어 글자 크기보다 작아야 함.
- 글자 크기 및 표시
 - 글자 및 숫자 크기는 치수법(Law on Measurement)에 준해야 함. 만약 상품이 기포장된 식품, 식품 첨가물, 식품 가공보조제에 해당된다면 라벨 글자 높이가 최소 1.2 mm 이상이어야 함.

○ 발효일 및 유통기간

- 해당 규정은 2017년 6월 1일부로 발효되며, 최대 2년간(2019년 6월 1일 이전까지) 유통기간을 가짐.
- 해당 발효일 이전에 생산·수입·유통돼 구 규정(Decree 89)에 따른 라벨이 부착된 제품들은 라벨상의 유통기한까지 유통을 허가함.

○ 규제 제외 대상

- 부동산, 재수출을 위한 임시 수입 물품, 경매 목적 압수 물품, 광물(mineral), 석유·가스, 전자재(벽돌, 타일, 모래 등), 중고품, 안보 및 국방 관련 제품 등은 해당 라벨링 규정을 적용받지 않음.

신 라벨링 규정 주요 내용 요약

신규 법령	Decree 43/2017/ND-CP
대상	베트남 내 생산 및 유통업체, 수입업체, 관련 단체 및 개인
내용	<ul style="list-style-type: none"> - 위치: 쉽게 볼 수 있어야 함 - 표시: 분명한 색상 사용 - 언어: 기본 베트남어(일부 예외 존재) - 보조라벨: 원본 라벨 정보와 일치해야 함 - 필수 표시 사항: ① 제품명, ② 상품 책임자(이름, 주소), ③ 원산지, ④ 그 외 부록 1에 명시된 세부 정보
발효일	2017년 6월 1일(단, 2019년 6월 1일 이전까지 2년간 유통기간 적용)
기타	발효일(2017년 6월 1일) 이전에 생산·수입·유통돼 구 규정(Decree 89)에 따른 라벨이 부착된 제품들은 라벨상의 유통기한까지 유통을 허가함.

자료원: Decree 43/2017/ND-CP

□ 품목별 필수 기재 사항(시행령 내 부록 1)

- 해당 규정(Decree 43)에서는 3가지 필수 기입 정보 외에 제품 특징에 따라 상품별 추가 기입 정보를 명시함. 주요 내용은 아래와 같음.

범주	필수 정보
식품	<ul style="list-style-type: none"> ① 수량 ② 제조일: 날짜-월-연도(dd-mm-yy(yy)) ③ 유효기간 ④ 경고(있을 경우)
건강보호식품	<ul style="list-style-type: none"> ① 수량 ② 제조일 ③ 유효기간

	<ul style="list-style-type: none"> ④ 성분, 성분의 양·영양가치(nutritional value) ⑤ 사용 방법, 보관 방법 ⑥ 위험 경고(있는 경우) ⑦ 라벨링: '건강보호식품(Thực phẩm bảo vệ sức khỏe)' ⑧ 라벨링: '해당 상품은 약품이 아니며, 약품을 대체하지 않습니다(Thực phẩm này không phải là thuốc, không có tác dụng thay thế thuốc chữa bệnh)'
음료수 (주류 제외)	<ul style="list-style-type: none"> ① 수량 ② 제조일 ③ 유효기간 ④ 경고(있을 경우) ⑤ 사용 방법, 보관 방법
식품 첨가물	<ul style="list-style-type: none"> ① 수량 ② 제조일 ③ 유효기간 ④ 성분 함량 ⑤ 사용 방법, 보관 방법 ⑥ 라벨링: '식품첨가물(Phụ gia thực phẩm)' ⑦ 경고(있는 경우)
화장품	<ul style="list-style-type: none"> ① 수량 ② 성분 또는 성분량 ③ 로트 번호(Lot number) ④ 제조일 및 유효기간: 제품 안정성이 30 개월 이내일 경우, 유효기간을 반드시 기입해야 함 ⑤ 사용 방법 ⑥ 경고
의료 기기	<ul style="list-style-type: none"> ① 의료 기기 유통번호 혹은 수입라이선스 번호 ② 로트 번호 혹은 제품일련번호 ③ 제조일 및 유효기간: 멸균용·일회용 의료기기, 시약(reagent), 보정 물질(calibration substances), 관리 물질(control materials), 화학 물질은 반드시 유효기간이 표시되어야 함 ④ 사용 방법, 보관 방법 ⑤ 보증 조건 ⑥ 경고

자료원: Decree 43/2017/ND-CP

□ 시사점

○ 베트남 당국이 수입·유통제품에 대한 라벨 규정을 강화하려는 기본 의도는 모조품 유통을 막고 이를 통해 베트남 소비자들을 보호하기 위함임.

○ 라벨지는 유통업자 및 소비자들에게 제품 정보를 제공하고, 제품 수출입 및 유통과정에서 매우 중요한 역할을 하기 때문에 이와 관련한 규정을 지키지 않을 경우 해당 기업 및 제품이 유통과정에서 불이익을 당할 수 있음.

○ 이번 신 라벨링 규정(Decree 43)은 제품별 라벨링 조건 및 요구사항에 대해 규정하고 관련 설명 및 지침을 제공하고 있으므로 우리 기업들은 이를 충분히 숙지하고 이로 인한 피해를 입지 않도록 사전에 준비해야 함.

- 해당 규정은 2017년 6월 1일부터 시행됐지만 2년(2019년 9월 1일 이전까지)의 유예기간이 적용됨.

[떠오르는 수출시장, 베트남을 가다]

"수시로 바뀌는 베트남 시장 상황, 자주 방문해 파악해야"

2018-01-03, 한국농어민신문, 이현우기자



▲ 나눔 C&C 가 개최한 행사에서 베트남 주부들이 우리분유를 살펴보고 있다.



▲ 이온몰을 찾은 응옥 안씨가 직접 고른 우리 된장제품을 보여주고 있다.

약 1 억명이 살고 있는 베트남 시장은 수출업체들에게 매력적인 시장이다. 지속적인 경제 성장과 정부의 신남방정책 등으로 베트남이 동남아시아의 전략국가로 성장하고 있기 때문이다. 적잖은 수출기업들이 베트남에 현지 법인을 세우는 등 베트남 시장의 문을 두드리려는 것도 같은 이유다. 하지만 다른 해외 시장처럼 베트남 시장도 쉽게 열리지 않는다. 이에 현지 전문가들이 말하는 베트남 시장 공략 방안을 정리했다.

**충분한 시장조사 후 제품 선정
소비자 요구사항 적극 반영을**

**포장 예쁜 한국산 딸기 인기
포도는 개별 포장해야 '선택'**

**꾸준한 품질의 제품 생산으로
바이어와 신뢰 잘 구축해야**

전문가들은 우선적으로 충분한 시장조사를 한 후에 수출 제품을 선정 또는 개발해야 한다고 강조한다. 최정기 aT 하노이 지사장은 “다른 시장에서 성공한 품목이 반드시 이곳에서도 성공한다고 보장할 수 없고 한국에서 통관돼 넘어온 제품이 베트남에서 갑자기 (통관이) 안 될 수도 있다”며 “충분한 시장 조사 후에 수출 제품을 개발해야 한다”고 설명했다. 수입 과일을 유통·판매하는 클레버 프루츠(Klever Fruits)의 웬 슌 하이(Nguyen Xuan Hai) 대표는 “현재 베트남에서 한국산 딸기의 인기가 매우 좋지만 미국 등 다른 국가의 바이어가 관심을 갖고 수출을 추진한다면 상황이 바뀔 수도 있다”며 “베트남 시장 여건이 수시로 바뀌는 만큼 베트남을 자주 방문해 시장을 파악해야 한다”고 주장했다.

현지 소비자의 요구를 반영한 제품은 수출에 긍정적인 영향을 미친다. 실제 베트남에서 남양유업의 분유를 수입·유통하고 있는 나눔(NANUM) C&C(대표 김성곤)는 남양유업에서 생산하는 800g 제품 대신 현지 소비자들이 선호하는 400g 제품을 생산·유통하고 있다. 그 결과, 연간 약 800만~900만 달러 상당의 남양유업 분유를 판매하고 있다. 김성곤 대표는 “베트남 소비자들은 소형 크기의 분유를 선호한다”며 “베트남 시장에 맞춰 400g 크기의 임페리얼맘 XO와 아이엠마더맘 등 수출전용제품을 생산하고 있다”고 말했다. 그는 또 “의식주에는 그 나라의 문화가 배어 있다”며 “충분한 시장조사를 바탕으로 현지 식문화에 융화될 수 있는 제품부터 선정해야 한다”고 덧붙였다.

팜 티타인 응아(Phan Thi Thanh Nga) 롯데마트 하노이지점장은 “한국산 딸기와 포도 모두 맛도 좋고 신선하지만 포도 보다 딸기의 인기가 더 좋은 것은 포장에 예쁘기 때문”이라며 “베트남에서는 포도마다 개별 포장해야 선택을 받을 수 있다”고 밝혔다. 베트남 시장에 대한 충분한 조사가 진행되지 않으면 알 수 없는 내용이다.

바이어와의 신뢰도 중요하다. 국내 가격이 낮으면 수출시장으로 보내고 국내 가격이 높으면 내수로 돌리는 소위 밀어내기식 수출, 일정하지 않는 품질

등의 계약 위반은 수출 확대에 전혀 도움이 되지 않는다. 한국산 농식품을 수입·유통하는 케이마켓(K-market)의 고상구 회장은 “aT 와 지자체 등에서 판촉비를 지원받은 업체들 중 일부가 나쁜 상품을 보낸 적이 있다”며 “고품질의 농식품을 보내 안정적인 미래시장으로 만들어야 하지만 한번에치고 빠지는 식의 수출을 하는 경향이 있다”고 지적했다. 그는 또 “예를 들어 한국 사과농장은 농장마다 맛이 다르다. 품질이 균일하지 않다는 것”이라며 “뉴질랜드 제스프리 등이 세계적 기업으로 성장한 것은 꾸준한 품질의 제품 생산이 가능했기 때문”이라고 덧붙였다.

일부 수출업체들이 이 같은 행태는 국내 수출업계에 부정적인 영향을 줄 수밖에 없다. 이 같은 사례는 사과의 주요 수출시장인 대만에서 나타났다. 사과의 주요 수출시장인 대만에서 농약 검출 파동, 샘플과 다른 제품 선적 등 수출 계약을 어기는 경우가 종종 발생했다. 결국, 신선사과 수출액이 995만 달러(2009년)로 1000만 달러 돌파를 목전에 뒀던 대만시장은 지난해 236만 6258달러(2017년 11월 30일 기준)까지 추락했다. 2016년 같은 기간 수출액(395만 8508달러)보다 40.2% 감소했다.

한국산 인삼과 홍삼 관련 제품을 베트남으로 수출하는 업체들에게도 조언이 이어졌다. 고상구 회장은 “겉보기에는 같은 제품이지만 함량 차이로 인해 하나는 1만원, 또 다른 하나는 10만원이라면 소비자들은 싼 제품을 선택할 수밖에 없다”며 “저가로 공급하기 위해 인삼·홍삼의 함량을 줄이면 결국 우리 제품에 대한 인식이 나빠지고 저가제품·고가제품 모두 죽을 수밖에 없다”고 강조했다.

웬스하이대표도 “농가 개별적으로 시장에 접촉해 경쟁한다면 가격 경쟁에 밀려 다른 국가의 제품과 경쟁하기 힘들다”며 “조직화를 통한 공동체로 수출시장에 접촉하는 것은 물론 고품질을 유지하는 것이 시장에서 경쟁력이 있다”고 설명했다.

베트남 VN 지수 연일상승...11년만에 1,000 재돌파

2018-01-07, 서울경제, 박성규 기자

베트남 호찌민 VN 지수가 11년 만에 1,000을 다시 넘어섰다. 글로벌 증시가 연초부터 황소 랠리를 이어가는 가운데 신흥시장에서는 베트남 시장이 가파른 상승세를 타고 있다. 베트남 증시는 정부의 증시 활황 정책과 외국인 자금까지 몰리며 가파른 상승세를 이어가고 있다.

7일 금융투자업계에 따르면 지난 3일 베트남 VN 지수는 1,005.67을 기록하며 1,000을 넘어섰다. 지난해 9월까지만 해도 780~800선의 박스권을 형성하던 베트남 증시는 11월 이후 급격한 상승세를 타기 시작하며 12월 10년 만에 970선을 돌파했다. 연간상승률도 불과 두 달 동안 급등하며 42%로 선진시장과 신흥시장의 상승률 20.0%, 31.6%를 훌쩍 뛰어넘었다.

베트남 증시의 상승은 우선 정부의 증시 활성화 대책의 효과가 크다. 국영기업에 대해서도 외국인들의 투자가 가능하도록 제도를 정비하며 투자 여건이 대폭 개선됐다. 섹터별로는 소비시장 확대, 정부 인프라 등 투자 증가로 인한 펀더멘털 개선과 내수 부양이라는 정책 모멘텀이 가세하며 부동산·소비재·산업재 등 관련 섹터의 성과가 높았다.

이승준 신한금융투자 연구원은 “2016년 초부터 전개된 베트남 증시의 랠리는 올해 큰 변동성 없이 연장되고 있다”며 “경기·이익 등 안정적인 성장성, 경기 및 증시와 관련된 정책적 뒷받침, 상대적인 환율의 안정성 등 신흥시장에 으레 기대하는 부분을 충족시켜줬다”고 말했다. 물론 급등에 대한 우려도 분명 존재한다. 그러나 호재가 계속되는 만큼 올해도 기존의 성장동력이 유지되며 견조한 성장세가 지속될 것이라는 전망이 나온다. 김두연 하나금융투자 연구원은 “많이 올랐기 때문에 밸류에이션에 대한 부담은 분명히 있다”면서도 “베트남의 경기, 주식시장의 수급 등을 고려하면 긍정적인 부분이 더 많다”고 강조했다.
