「K-FOORAND 2017 in Vietnam」
사업 결과보고서

2017. 12.

한국식품산업협회
KOREA FOOD INDUSTRY ASSOCIATION

목 차

Ⅰ. 사업 개요 ····· 1

Ⅱ. 주요성과 ····· 2

Ⅲ. 주요행사 ····· 5

Ⅰ SNS 스타챌린지 ····· 5

Ⅱ 나도 SNS 스타 ····· 17

Ⅲ K-FOORAND ZONE 개장식 ····· 20

Ⅳ K-FOORAND DAY ····· 25

Ⅴ K-FOORAND ZONE 제작·운영 ····· 30

Ⅵ 한·베 식품산업 발전방안 포럼 ····· 38

Ⅶ K-FOORAND 품평회 ····· 53

Ⅷ K-FOORAND AWARD ····· 63

Ⅸ 다큐멘터리 제작 및 방영 ····· 72

Ⅹ 참가기업 출장 ····· 81

Ⅺ 설문조사 ····· 106

목 차

Ⅳ. 홍보 및 보도자료 ····· 110

Ⅰ CF 홍보 및 상영 ····· 110

Ⅱ 페이스북 및 포털 베너광고 ····· 117

Ⅲ 모바일 페이지 제작 · 운영 ····· 119

Ⅳ 뉴스 방영(TV) ····· 123

Ⅴ 현지 언론보도 ····· 130

Ⅵ 국내 언론보도 ····· 136

Ⅶ 오프라인 홍보 ····· 151

Ⅴ. 성과분석 ····· 156

Ⅰ 수출실적 ····· 156

Ⅱ 경제효과 ····· 157

Ⅲ 비계량 성과 ····· 158

[참고 1] 식품산업 수출증대를 위한 상생협력 협약서 … 160

[참고 2] 베트남 롯데마트 현황 ····· 162

[참고 3] 베트남 현지 대형유통체인 현황 ····· 163

Ⅰ 사업 개요

❑ **행 사 명** : K-FOORAND 2017 in Vietnam

❑ **행사목표** : 한국식품산업의 시장 확대 및 글로벌 인프라 개척

❑ **개최기간** : 2017년 9월 1일 ~ 12월 7일

* 개장식 : 4월 26일(수)<동남아 수출기업사절단과 병행, 결과보고 완료>

* 행사 및 시상식 : 12월 5일(화) ~ 12월 7일(목)

❑ **주요행사** : 한·베 식품산업 발전방안 포럼, 참가기업간담회, K-FOORAND ZONE, K-FOORAND DAY, K-FOORAND 품평회, K-FOORAND AWARDS, 현지 시장조사 등

❑ **추진배경**

○ 올해 들어 중국 내 사드 영향으로 대중국 식품수출여건이 악화됨에 따라 식품수출시장 다변화를 위한 공격적 해외시장개척 요구 증대

* 대중국 농림축산식품 수출실적

: ('16. 10월까지) 891백만$ ⇨ ('17. 10월까지) 790백만$(△11.4%)

❑ **추진전략**

○ 한국식품산업협회에서는 최근 경제성장으로 식품시장규모가 크게 증가하고 있는 베트남 시장을 수출유망 타켓시장으로 선정하고 베트남 진출확대 희망기업(8개사)와 함께 차별화된 공동 마케팅 사업을 기획·시행

○ 베트남 롯데마트 지점(13개점)에 특별존을 설치하여 참여기업제품을 실제 판매('17. 9 ~ 12)하면서, 최근 베트남에서 각광받고 있는 SNS 스타를 활용하여 참가기업 제품의 다양한 홍보를 실시

○ '17. 9. 1 시작된 동 사업은 12. 5 ~ 7 기간 동안에 판촉행사와 함께 우수 홍보자 시상식을 개최하고, 양국의 정부·학계·기업이 참가한 한·베 식품산업 발전방안 포럼을 개최하여 식품분야 상호 협력방안 논의

Ⅱ 주요성과

❑ 농식품 수출시장 다변화를 위한 시장개척 활동 진행(4월 ~ 12월)

○ 민·관이 협력하여 수출 다변화 전략 마련하여 해외시장 확대 및 글로벌 인프라 확대를 위한 시장개척 사업진행

❑ K-FOORAND 행사 참가기업의 베트남 현지 수출 실적(8월 ~ 11월)

○ '17년 참가기업 베트남 수출 실적(8 ~ 11월)

⇒ 약 105억원 수출(직·간접 수출 포함, 롯데리아 제외)

* 참가기업의 '16년 8 ~ 11월의 수출 실적 약 60억원

○ 전년대비 참가기업 전체 수출은 74.3% 증가

❑ SNS 스타 챌린지를 통한 온라인 홍보(9월 ~ 11월)

○ 베트남 현지 온라인 활동 SNS 스타(현지 SNS스타로 최소 3만 팔로우 ~ 100만 이상 팔로우를 보유한 샐럽) 섭외

- 8개 기업, 각 80개 포스팅 총 640개 포스팅

○ SNS 홍보를 통한 경제효과(클릭 및 좋아요를 통한 광고 효과)

⇒ 약 18억원의 경제효과(클릭수 : 1억4천만, 좋아요 : 1백23만)

❑ 롯데마트 K-FOORAND ZONE 개장(4. 26) 및 13개점 판매(9월 ~ 12월)

○ 농림축산식품부의 新남방정책의 일환인 「2017년 동남아 수출 기업 사절단」과 협회에서 추진 준비 중인 「2017 K-Foorand in Vietnam」과 연계하여 동남아 시장진출의 교두보로 베트남 현지 롯데마트 중 남사이공점에서 K-Foorand Zone 개장

○ 농심, 대두식품, 대상, 롯데리아, 빙그레, 삼육식품, 정식품, 팔도 등 8개 기업과 신선제품(딸기, 사과, 배 등)의 전용 판매 공간에서 판촉 및 시식활동

○ 베트남 롯데마트 전지점(13개점)에 K-FOORAND ZONE 설치 및 판매(9월 ~ 12월)

❑ 식품산업 수출증대를 위한 상생협력 협약(MOU) 체결(4. 26)

○ 농식품부, 롯데마트, 한국식품산업협회의 상호 유기적인 업무 협조 체계를 구축하여 우리 농식품의 해외시장 진출확대를 통한 다양한 협력사업 발굴

○ 해외시장에서의 경쟁력을 갖춘 수출 유망상품 발굴 지원

○ 신규 시장 진출에 필요한 시장 정보 조사 제공

⇨ 롯데마트와의 MOU를 통해 베트남 호치민 4개점에 대한 K-FOORAND 특별존을 지원 받아 참가기업들의 각 10개 브랜드를 전시 및 판매

* 베트남 전역 롯데마트 13개점에 판매 실시(9월 ~ 12월)

❑ 현지 대형 유통업체 간담회(12. 6)

○ 베트남 현지 로컬마트(빈마트, k-market)에 K-FOORAND ZONE 입점 협의

○ K-food road map 제안

- 정부의 신남방정책에 발맞추어 차년도는 아시아 전체를 아우르는 K-FOOD ROAD 개척 프로젝트를 실시하여 K-FOOD 세계화 및 베트남을 중심으로 수출유망 동남아지역 대상으로 시장개척 활동 확산

○ 운영 및 유통 주최의 일원화를 위한 센터 설립 및 위탁운영

- 수입통관 및 유통과정의 최소화로 인한 수출지연 애로사항 해결
- 상품수출 관련 인증업무(라이센스 취득 등) 및 자체 판매 운영

❑ 한·베 식품산업 발전방안 포럼(12. 7)

○ 한·베 양국의 식품수출입에 있어서 가장 핵심적인 부서인 한국의 농림축산식품부 수출진흥과장과 식품의약품안전처 식품안전정책과장이 발표 및 토론에 참여하였으며, 베트남은 산업통상부 아시아-아프리카시장 부국장, 농업농촌개발부 SPS청 부국장, 보건부 식품안전관리국 부국장이 참여하여 양국의 식품산업 발전방안에 대한 발표와 토론이 있었으며, 차년도에는 정치의 중심인 하노이에서 K-FOORAND 행사와 더불어 양국 유력인사들의 교류협력 제안

○ 베트남과의 식품수출입이 지속적으로 증가하고 있어 양국간 식품분야 교류협력의 필요성이 증대되고 있어, 이번「한·베 식품산업 발전방안 포럼」을 통해 양국의 정부정책을 공유하고 한국과 베트남의 식품산업발전을 모색하는 계기가 됨

Ⅲ 주요 행사

Ⅰ SNS스타챌린지

1. 행사개요

❑ 목적 및 추진방향

- ○ 베트남 내에서 다수의 팔로워를 보유하고 있는 SNS 스타들을 활용하여 K-FOORAND 제품을 홍보
- ○ 베트남 현지의 SNS 스타들이 직접 제품을 체험하고 이를 공유함으로써 베트남 현지인들에게 친근감과 함께 신뢰성을 제고할 수 있도록 마케팅 활동
- ○ 더불어 제품에 대한 현지 소비자들의 생생한 반응을 조사하여 이를 향후 제품 개발 및 판로 개척에 활용
- ○ TV, 라디오 등의 매체 보다 상대적으로 적은 비용으로 다수에게 노출시킬 수 있는 효과적 홍보

❑ 개요

- ○ 명칭 : K-FOORAND SNS 스타 챌린지
- ○ 일정 : 2017년 9월 10일~11월 24일 / 2.5개월간
- ○ 참가 기업별 홍보 제품

기업명	주요 제품	비고
농심	신라면 / 신라면 컵 / 얼큰한 너구리 / 짜파게티 / 안성탕면 / 육개장 사발면 / 미스터 비빔 양념치킨 맛 / 미스터 비빔 볶음김치 맛 / 새우깡 / 양파링	10개 제품
대두식품	자연이빚은 쌀전병(김) / 맛있는양갱(꿀통팥) / 카스텔라 바나나 / 소문난 전설의 떡붕어 통팥 / 소프트붓세 오렌지 /	5개 제품
대상	현미찰고추장 / 떡볶이 양념 / 맛있는쌈장 / 순쌀 떡볶이떡 / 청정미역 / 올리브유재래김 / 홍초(석류, 복분자) / 맛김치 / 후레쉬 마요네즈 / 소불고기양념	10개 제품

롯데리아	후라이드 치킨 / 치즈 치킨 / 양념감자 / 치즈스틱 / 아이스크림 /소이빈 치킨 라이스 / 치킨볼 라이스 / 불고기버거 /와우버거	9개 제품
빙그레	참붕어 싸만코 / 참붕어 초코 / 참붕어 딸기 / 참붕어 녹차 / 메로나 / 뽕따 소다 / 엔초 / 바나나맛우유 / 메론맛우유 /딸기맛우유	10개 제품
삼육식품	검은콩 호두와 아몬드(파우치, 팩)	2개 제품
정식품	베지말 건강맘 두유 / 베지밀 검은콩 아몬드와 호두 두유(파우치, 팩) / 베지밀 토들러 3단계 / 베지밀 입안가득 바나나두유	5개 제품
팔도	뽀로로(4종) / 일품짜장면 / 팔도비빔면 / 불낙볶음면/ 해물라면 / 남자라면	6개 제품

- 참가 식품 : 8개사에서 최대 10개 제품 선정, 총 57개 제품 홍보 (제품 및 홍보 브랜드 수는 참가업체의 요청에 따라 결정, 최대 10개 브랜드를 넘지 않는 범위에서 선정)

2. 세부 운영내용

○ 베트남 현지 온라인 활동 SNS 스타 섭외

- 베트남 현지 SNS스타 마케팅, 최소 3만 팔로우 ~ 100만 이상 팔로우를 보유한 샐럽을 섭외– 각 기업당 포스팅 수 8개 기업, 각 80개 포스팅 총 640개 포스팅

구분		샐럽 수	샐럽별 포스팅 횟수	합계
SA 급	Woosi 또는 Channy	1	4	4
	100만 근접 샐럽	1	1	1
A 급		3	8	24
B 급		4	8	32
C 급		2	9.5	19
총계		11명	80개	

- 기업별 샐럽 섭외 리스트

기업명	SA급	100만 이상 팔로우 샐럽(1명)	A급(3명)	B급(4명)	C급(3명)
농심	WOOSSI	Thanh Trần	Nguyễn Thoại Cẩm Tú(126,000)	Nguyễn Thuỵ Phương Thuỳ(71,494)	Đỗ cao trí(41,900)
			Hoàng Minh Phong(327000)	Võ Duy Chiêu Anh(77,600)	Huỳnh Thị Diễm Trinh(50,443)
			phạm thị bích thảo(209,000)	Nguyễn thị hiền(70,000)	Nguyễn Lê Thảo Vy(52,600)
				Hoàng Hải Đăng(81,977)	
대두 식품	Channy	oops Banana	Trần thị thảo hiền(262,700)	Thái Thị Mai Phương(61,000)	Trần Ngọc Bảo Uyên(44,365)
			Dương Thị Nhật Lệ(161,000)	Nguyễn Thị Thanh Hải(52,000)	Phan Yến Nhi(47,300)
			Phạm Châu Hồng Vân(154,000)	Lê Ngọc Phương Quỳnh(89,000)	Trần Triệu Huyền Trân(30,400)
				Lê Thùy Diễm Linh(49,800)	
대상	WOOSSI	Lê Ngọc Minh Trang	Đinh Nữ Huyền Trang(165,100)	Trần Thị Mỹ Hương(71,000)	Lương Nguyệt Mai(26,600)
			Nguyễn Thị Chi(154,000)	Phan Thảo Hiền(57,000)	Mạc Thị Hải Yến(53,000)
			Đoàn Thu Nga(90,300)	võ thị phương anh(56,700)	Nguyễn Thị Bích Nga(28000)
				Nguyễn Thị Hiếu Hoà(59,000)	
롯데리아	WOOSSI	Lê Ngọc Minh Trang	Nguyễn Phương Thảo(109,000)	Hà bảo ngọc(52,600)	Nguyễn Lê Hà Uyên(31,000)
			Nguyễn Thanh Tú(138,000)	nguyễn thị như thơ(65,100)	Nguyễn Thuỳ Thuỷ Tiên(36,800)
			Nguyễn Ngọc Trâm(206,000)	Nguyễn Thuỵ Trường Cơ(59,000)	lê phạm yến ngân(41,000)
				Trương Thanh Phương(59000)	
빙그레	Channy	MisThy	Trương thị ngọc mai(102,000) //60	:Nguyễn Mai Phương(44,523)	Nguyễn Thị Diễm Huyền(50,500)
			Tăng Thi Kim Ngân(416,000)	Trần Ngọc Ánh(88,700)	Phan Thị Lưu Ly(51,000)
			Trịnh Thị Thảo(139,600)	Nguyễn Thị Mỹ Tiên(85,000)	Lê Thị Kim Huệ(36,000)
				Nguyễn Thị Minh Tuyền(69,000)	
삼육 식품	Channy	oops Banana	Đoàn ngọc mỹ hằng(108,000)	Võ Ngọc Thuyên(62,000)	Lê Nguyễn Vân Anh(33,000)
			Chu Thi Khanh Van(175,000)	Nguyễn Kim Tú(53,000)	Nguyễn Thị Mỹ Nhân(31,400)
			Phạm Huỳnh Hữu Tài(166,950)	Lê Thị Liễu(81,000)	Ôn thạch oanh(41,000)
				Nguyễn Thị Hải Yến(62,900)	
정식품	Channy	Thanh Trần	Tô Tường Vy(105,200)	Bùi Hồng Thắm(72,000)	Trần Mỹ Ngọc(67,000)
			Vương Ngọc Ánh(103,000)	Nguyễn thị yến ngọc(51,800)	Trần Thị Mỹ Nghiêm(36,000)
			Trương Thị Tuyết Trinh(123,000)	Võ Ý Nguyện(56,100)	Nguyễn Thị Thuỳ Linh(34,500)
				Phạm Thị Ngọc Linh(54,000)	
팔도	WOOSSI	MisThy	Nguyễn thị ngọc quý(226,000)	Lê Thị Thu Thuỷ(60,102)	Phạm Thị Thuỳ Trang(40,000)
			Nguyễn Thị Huyền Trân(279,000)	Vũ Huỳnh Thanh Tâm(54,600)	Huỳnh Phan Trọng Quỳnh(30,000
			phạm thu hằng(105,000)	Nguyễn thị trang(97,000)	Trần Hà Mỹ Uyên(25,000)
				Nguyễn Thị Sê(62,000)	

○ 운영 프로세스

SNS스타 배정	제품 전달	제품 체험	제품후기 SNS 게재
각 기업별 11명 (등급별 배포 수량 차등) - 팔로워 수, 분류별 배정			

○ 체험후기 작성 가이드 라인

- 제품당 사진 3장 내외
- 시식 후기에 대한 제품설명 및 평가 100자 이상
- 기업별 주력 제품 및 키워드(기업별 요청사항 반영)

참가 기업	주력상품		
	1 순위	2 순위	3 순위
농심	신라면(봉지)	너구리(봉지)	짜파게티(봉지)
	한국 풍미/매운맛/ 넘버원 라면	통통한면/해물수프/ 우동과 비슷한	한국식 중국자장면/검은소스/ 국수요리
대두식품	양갱(꿀통팥)	떡붕어	김전병
	간편 간식/벌꿀/통팥	앙금 가득/직화/떡붕어	한국쌀/한국산 김/쌀과자
대상	청정미역	올리브 김	홍초
	한국 남해안산/깨끗함 / 청정미역	올리브유 사용/향긋함/ 바삭함	마시는 식초/비타민B/ 몸과 맘이 반짝!
롯데리아	후라이드치킨	치즈치킨	양념감자
	바삭바삭한 식감/ 부드러운 고기 식감/ 다양한 치킨의 맛	체다 치즈 소스가 함께하는/ 치킨의 바삭한 맛/ 고소함&향긋함	롯데리아 only one 제품/ 취향대로 고르는 소스/ 흔들어 먹는 재미
빙그레	참붕어(오리지날)	바나나맛 우유	참붕어(녹차)
	깸깜(베트남어로 붕어아이스크림)/바닐라아이스크림/단팥	바나나맛/신선함/ 한국 국민우유	깸깜(베트남어로 붕어아이스크림)/ 녹차아이스크림/단팥
삼육식품	검은콩호두아몬드(파우치, 팩)		
	건강 두유/삼육 두유/임산부&어린이에게 좋음		
정식품	건강맘	입안가득 바나나	검은콩, 아몬드와 호두 두유
	산전,산후에 좋음/2팩으로 산모권장량 100%충족/ 기형아 예방에 탁월한 엽산 함유	리얼바나나주스 함유/ 달콤함	고소함/식사대용/ 4가지 견과류 포함
팔도식품	뽀로로	일품자장면	불낙볶음면
	어린이 대표 음료 / 4가지 맛 / 어린이 인기 제품	검은 춘장 이용 / 특제 레트로트 소스 활용 / 맵지 않음	낙지맛 첨가 / 강한 매운맛 /쫄깃쫄깃한 면발

3. 주요 성과 및 누적 포스팅

<별첨 1. SNS스타챌린지 포스팅 누적자료(조회수 포함), 별첨 2. 포스팅 사진자료>

○ 농심

- 농심은 80개의 포스팅을 통해 10개 제품을 홍보하여 누적 좋아요 수 총 191,564표를 기록하여 8개사 중 가장 높은 수를 기록
- 제품 중‘신라면(봉지)’을 주력 상품으로 홍보하여 가장 높은 좋아요 수 38,464표를 기록하였으며 2, 3, 4위로‘너구리’24,283표, ‘신라면 컵’21,934표,‘안성탕면’18,294표로 뒤를 이음
- 농심 브랜드별 포스팅 현황

브랜드 명	포스팅 수량
신라면	12
신라면 컵	11
너구리	9
짜파게티	9
안성탕면	9
육개장	7
새우깡	5
양파링	5
mr비빔-양념치킨	6
mr비빔-볶음김치	6
전제품 노출	1
합계	**80**

○ 대두식품

- 대두식품은 80개의 포스팅을 통해 5개 제품을 홍보하여 누적 좋아요 수 총 156,116표를 기록
- 제품 중‘양갱(꿀통팥)’을 주력 상품으로 홍보하여 가장 높은 좋아요 수 37,880표를 기록하였으며 2,3위로는‘소문난전설의 떡붕어’31,186표,‘붓세 오렌지’30,231표로 뒤를 이음
- 대두식품 브랜드별 포스팅 현황

브랜드 명	포스팅 수량
김전병	15
양갱	18
떡붕어	16
붓세 오렌지	16
카스텔라	14
전제품 노출	1
합계	**80**

❍ 대상

- 대상은 80개의 포스팅을 통해 10개 제품을 홍보하여 누적 좋아요 수 총 134,158표를 기록
- 제품 중‘청정미역’과‘올리브 김’을 주력 상품으로 홍보 하였으나‘떡볶이 떡과 양념’이 가장 높은 좋아요 수를 기록. 그 뒤로‘홍초’와‘청정미역’이 뒤를 이음
- 대상 브랜드별 포스팅 현황

브랜드 명	포스팅 수량
고추장	7
떡볶이떡/양념	12
쌈장	7
청정미역	9
김	8
홍초	10
마요네즈	10
불고기 양념	7
김치	9
전제품 노출	1
합계	**80**

❍ 롯데리아

- 롯데리아는 80개의 포스팅을 통해 9개 제품을 홍보하여 누적 좋아요 수 총 164,187표를 기록, 8개 기업 중 두 번째로 높은 호응도
- 제품 중‘후라이드 치킨’을 주력 상품으로 홍보하여 가장 높은 25,832의 좋아요 수를 기록하였으며 그 뒤로‘아이스크림’과 ‘치킨볼 라이스’가 뒤를 이음
- 롯데리아 브랜드별 포스팅 현황

브랜드 명	포스팅 수량
후라이드 치킨	12
치즈치킨	7
양념감자	8
치즈스틱	6
아이스크림	9
소이빈 치킨 라이스	5
치킨볼 라이스	11
와우버거	9
불고기 버거	10
전제품	1
소이빈치킨	1
레드치킨	1
합계	**80**

❍ 빙그레

- 빙그레는 80개의 포스팅을 통해 5개 제품을 홍보하여 누적 좋아요 수 총 140,620표를 기록
- 제품 중‘참붕어’제품을 주력 상품으로 홍보하여 가장 높은 좋아요 수 71,360표(참붕어 오리지널, 녹차, 딸기, 초코 합계)를 기록하였으며 그 뒤로 2, 3위는‘메로나’12,043표,‘바나나 우유’가 12,016표로 뒤를 이음
- 빙그레 브랜드별 포스팅 현황

브랜드 명	포스팅 수량
참붕어	10
참붕어 초코	9
참붕어 딸기	6
참붕어 녹차	10
엔초	6
메로나	7
뽕따	7
바나나우유	9
딸기우유	7
메론맛우유	7
전제품 노출	1
딸기/메론우유	1
합계	**80**

○ 삼육식품

- 삼육식품은 검은콩호두아몬드(파우치, 팩) 1개 품목을 80개의 포스팅을 통해 홍보하여 누적 좋아요 수 총 145,794표를 기록
- 다른 기업들에 비해 홍보 제품 수가 적어 홍보 샐럽 수를 11명으로 한정하지 않고 다른 기업 홍보샐럽들을 활용하여 다양한 포스팅 진행
- 삼육식품 브랜드별 포스팅 현황

브랜드 명	포스팅 수량
검은콩호두아몬드파우치	42
검은콩호두아몬드팩	36
전 제품 노출	2
합계	**80**

❍ 정식품

- 정식품은 80개의 포스팅을 통해 5개 제품을 홍보하여 누적 좋아요 수 총 154,849표를 기록
- 제품 중‘건강맘 두유’제품을 주력 상품으로 홍보하여 가장 높은 좋아요 수 41,344표를 기록하였으며 그 뒤로 2, 3위는‘입안 가득 바나나 두유’36,262표,‘검은콩 아몬드 호두 두유 파우치’가 30,499표를 기록
- 정식품 브랜드별 포스팅 현황

브랜드 명	포스팅 수량
건강맘	17
토들러	9
검은콩 아몬드 호두 두유 파우치	16
검은콩 아몬드 호두 두유 팩	15
건강맘 + 토들러	4
입안 가득 바나나 두유	17
검은콩 아몬드 호두 두유 팩+파우치	1
전제품 노출	1
합계	80

❍ 팔도

- 팔도는 80개의 포스팅을 통해 6개 제품을 홍보하여 누적 좋아요 수 총 142,472표를 기록
- 제품 중‘뽀로로’와‘일품자장면’제품을 주력 상품으로 홍보하여‘일품자장면’제품이 가장 높은 좋아요 수 32,903표를 기록하였으며 그 뒤로 2, 3위는‘뽀로로’31,774표,‘불낙볶음면’이 26,486표로 뒤를 이었음
- 팔도 브랜드별 포스팅 현황

브랜드 명	포스팅 수량
뽀로로 음료	17
일품자장면	15
비빔면	16
불낙볶음면	15
해물라면	8
남자라면	8
전제품	1
합계	**80**

Ⅱ 나도 SNS 스타

1. 이벤트 개요

❑ 목적 및 추진방향

○ 많은 팔로워를 보유하고 있는 SNS 스타의 홍보활동과 더불어 일반인들이 참여할 수 있는 SNS 이벤트를 통해 확산효과 기대

○ 모바일 사이트에 이벤트 카테고리를 구성하여 일반인 홍보 참여자를 모집하는 형태

❑ 개요

○ 일정 : 2017년 9월24일~11월24일 / 2개월

○ 대상 : 베트남 현지 일반 소비자

○ 방법 : K-FOORAND 전용 모바일 페이지 내 이벤트 카테고리 활용

직접 경험한 K-FOORAND 참가 제품에 대한 후기를 올리거나 SNS스타챌린지에 참여한 샐럽의 포스팅을 공유한 후, 공유한 자신의 SNS포스팅 URL을 입력하여 이벤트 참여

2. 세부 운영내용

❑ 참여독려를 위한 홍보진행

○ SNS스타 챌린지 과업에서 샐럽들의 포스팅에 해당 내용 고지 및 모바일 페이지 URL주소 노출

○ 현지 포털사이트 광고에 모바일 페이지 링크 및 나도SNS스타 이벤트 홍보

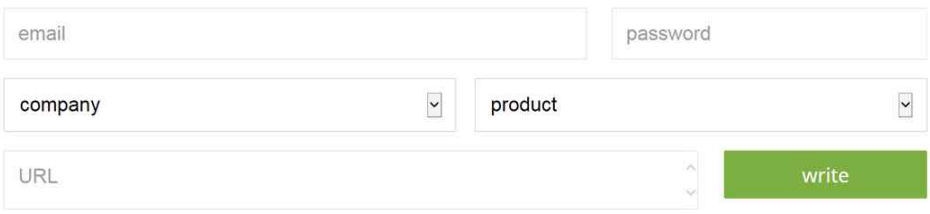
○ 오프라인 홍보 (포스터 제작.배포)에 모바일페이지 및 나도SNS스타 이벤트 홍보

❑ 운영 프로세스

○ 메인 페이지에 이벤트 카테고리 노출

○ 메인 페이지 이벤트 카테고리 터치(클릭) 후 페이지 이동

○ 세부 페이지



> 참여하기

대분류 : 참가기업 / 소분류 : 제품선택 → 두 분류 선택 후 포스팅한 URL 입력하여 참여

3. 운영결과

❑ 롯데리아 후라이드치킨을 홍보한 Đoàn Nguyễn Kim Huỳnh의 포스팅이 좋아요 1.1만건, 공유145회, 댓글 115개등을 기록하며 우수상으로 선정 됨

Kim Huynh
thơm ngon tuyệt hảo
Ngoài những món ăn Hàn quen thuộc như thịt nướng, mì đen, mì cay..., món gà rán đặc biệt của xứ kim chi mình cũng rất yêu thích. Còn gì tuyệt vời hơn là được thưởng thức những miếng gà thơm ngon nức mũi, bên ngoài thì giòn rụm, bên trong thì lại rất mềm của Lotteria. Cái cảm giác vừa ăn vừa nhâm nhi thưởng thức thật là tuyệt. Á... thêm điểm cộng cho Lotteria nữa là không gian quán cực kỳ sang trọng, nhân viên vui vẻ nhiệt tình, đón khách và tiễn khách bằng nụ cười cực kỳ thân thiện luôn đó.
Điểm 10 cho Lotteria nèeee
"Tôi cũng là ngôi sao SNS" đấy... cả nhà thấy em tự tin không nè? Ai tham gia cùng em không nè??... hihih
#k_foodand
#lotteria
#khoaitaylac
번역 보기

포스팅 내용

Ⅲ K-FOORAND ZONE 개장식

1. 행사개요 및 프로그램

❑ 행사 목적

○ 우리나라 우수식품기업들의 통합브랜드인 K-FOORAND 및 K-FOORAND 식품의 우수성과 브랜드 정통성을 알리기 위한 베트남 현지 소비자 대상 오프라인 개장/홍보이벤트

❑ 행사 개요

○ 행사명 : K-FOORAND ZONE 개장식

○ 일 시 : 2017년 4월 26일(수)

* 시식 : 15:00~18:00 / 공식행사 : 16:30~17:30 / 공연행사 : 15:00~18:00

○ 장 소 : 호치민시 롯데마트 남사이공점 정문 행사장

○ 대 상 : VIP, 참가기업, 기자단, 롯데마트 방문 고객 등

○ 행사내용 : K-FOORAND 참여사 상품 홍보, 시식, 공연행사 등

❑ 주요내용

○ 농림축산식품부의 新남방정책의 일환인 「2017년 동남아 수출기업사절단」과 협회에서 추진 준비 중인 「K-Foorand 2017 in Vietnam」과 연계하여 동남아 시장진출의 교두보로 베트남 현지 롯데마트 중 남사이공점에서 K-Foorand Zone 개장식

* 협회장 : 개회사, 농식품부장관 : 축사

○ 농심, 대두식품, 대상, 롯데리아, 빙그레, 삼육식품, 정식품, 팔도 등 8개 기업과 신선제품(딸기, 사과, 배 등)의 전용 판매 공간에서 판촉 및 시식활동

- 한국 농식품의 우수성 홍보 등을 통한 판매촉진활동 전개
- K-POP 커버댄스팀 공연 등과 함께 한국의 문화와 식품 소개

○ 식품산업 수출증대를 위한 상생협력 협약체결(MOU)

* 참고 1 참조

- 농식품부, 롯데마트, 한국식품산업협회의 상호 유기적인 업무 협조 체계를 구축하여 우리 농식품의 해외시장 진출확대를 통한 다양한 협력사업 발굴
- 해외시장에서의 경쟁력을 갖춘 수출 유망상품 발굴 지원
- 신규 시장 진출에 필요한 시장 정보 조사 제공

⇨ 롯데마트와의 MOU를 통해 베트남 호치민 4개점에 대한 K-FOORAND 특별존을 지원 받아 참가기업들의 각 10개 브랜드를 전시 및 판매

* 베트남 전역 롯데마트 13개점에 판매 실시(9월 ~ 12월)

❑ 행사 프로그램

시 간		주요 행사		비고
15:00~16:30	90′	식전행사	• 크로스오버 B-Boy 댄스	외부 무대
~16:30		VIP도착	• 장관님 도착 및 VIP실 이동	롯데마트법인장 한국식품산업협회장
16:30~16:32	2′	오픈식	• 개최선언	사회자
16:32~16:35	3′	오픈식	• 참석 주요 VIP 소개	-
16:35~16:38	3′	오픈식	• 한국식품산업협회 이창환 회장	환영사
16:38~16:41	3′	오픈식	• 농림축산식품부 김재수 장관	축사
16:41~16:45	4′	오픈식	**• VIP 테이프 컷팅**	-
16:45~16:50	10′	**시식행사**	**• 야외 행사장 관람** **- 참가기업 제품 시식**	
16:50~16:55	5′	**퍼포먼스**	**• 딸기 시식 등**	
16:55~16:58	3′	이동	• 외부 행사장 → K-Foorand존 이동	롯데마트 법인장
16:58~17:03	5′	**현장시찰**	**• K-FOORAND관 관람**	
17:03~17:15	12′	**인터뷰**	**• 현지 언론 초청 기자 인터뷰** - Tham Nien Printed 등 3개사	장관님, 회장님
17:15~17:30	15′	**MOU체결**	**• MOU 체결 및 간담**	롯데마트 회의실

❑ 현지 반응(시식행사 및 야외공연)

- '한국식품은 현지에서도 인기가 많다. 그래서 더욱 반갑다'
- 'K-FOORAND는 기존 한국제품과 무엇이 다른가?'
- 롯데리아 치킨볼, 농심 신라면, 빙그레 바나나 우유, 대두식품 팥빙수, 정식품 베지밀, 삼육식품 두유, 팔도 뽀로로, 대상 김치 등 다양한 한국 식품을 시식
- '롯데마트 남사이공점 개장식과 함께 다양한 행사와 이벤트가 진행되어 즐거웠다.'
- 'K-POP커버댄스팀의 공연은 춤과 노래를 따라할 수 있어 좋았다'
- 모객인원 평균(2017년 4월 26일 15:00~18:00)

구분	인원	비고
야외행사장 인원	1,200여명	롯데마트 남사이공점 자체 사전고지 및 안내
롯데마트 매장방문	3,500여명	해당시간 평일 평균 방문객수 약 2,800명
간접노출 인원	12,300여명	롯데마트 앞 차량 및 오토바이 이동인원
합계	17,000명	

❑ 주요행사 사진

K-FOORAND ZONE 개장식(4. 26)

K-FOORAND ZONE 개장식(4. 26)

<환영사> 식품산업협회 이창환 협회장

<축사> 농림축산식품부 김재수 장관

테이프 커팅(4. 26)

시식 행사(4. 26)

K-FOORAND ZONE 신선식품존(4. 26)

K-FOORAND ZONE 냉동식품존(4. 26)

K-FOORAND ZONE 가공식품존(4. 26)

현지언론 인터뷰(4. 26)

MOU(농림축산식품부-한국식품산업협회-롯데마트)(4. 26)

Ⅳ K-FOORAND DAY

1. 행사개요 및 프로그램

❑ 행사 목적

○ K-FOORAND 특별존이 설치된 남사이공점 특설무대에서 참가기업 제품에 대한 시식과 고객사은 행사를 통해 우리제품의 우수성을 알리는 홍보행사 전개

❑ 행사 개요

○ 행사명 : K-FOORAND DAY

○ 일 시 : 2017년 12월 6일(수)

* 시식 : 16:30~20:30 / 공식행사 : 18:00~18:30 / 공연행사 : 18:30~20:30

○ 장 소 : 호치민시 롯데마트 남사이공점 정문 행사장

○ 대 상 : 일반시민, 참가기업, 기자단 등

○ 행사내용 : K-FOORAND 참여사 상품 홍보, 시식, 공연행사 등

❑ 행사 프로그램

구분	항목	시간	내용	비고
사전 준비	준비 및 점검	~16:00	• 시식 및 공연행사 준비	
시식 행사	K-FOORAND 제품 시식	16:00~20:30	• K-FOORAND 참가기업 8개사 제품 시식진행 : 시식 물량 외 사은품 제공용 물량 별도 • 원활한 시식 진행을 위해 각사별시식요원 16명 이상 배치, 운영 • 시식행사 진행 중 무대위LED 모니터에서는 K-FOORAND CF지속 상영	
O P E NING	K-POP 커버댄스	18:30~18:35	• K-POP 커버댄스팀의 오프닝 공연	
	사회자 등장	18:35~18:40	• 베트남 전문MC등장 후 행사개요 및 행사 내용 설명	

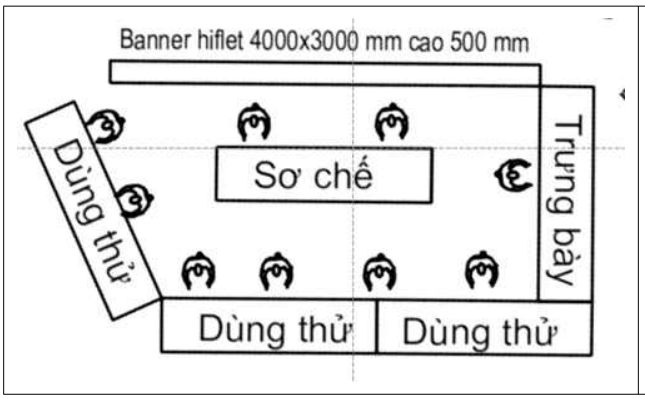
공식 행사	환영사	18:40~18:44	• 한국식품산업협회 회장님의 환영사	
	축사 1	18:44~18:47	• 농림축산식품산업부 김민욱 과장님의 축사	
	축사 2	18:47~18:50	• 롯데마트 베트남 현지 강민호 법인장님의 축사	
K-FOORAND DAY 축 하 공연	K-pop댄스	18:50~19:00	• Kpop대표곡 댄스	1곡
	고객참여게임	19:00~19:20	• 게임 진행 및 상품증정	
	고객참여게임	19:20~19:40	• 단체 게임 진행 및 상품 증정	선물준비
	가수공연	19:40~19:55	• 베트남 가수 니나짬 - 행사축하 공연	2곡
	상품소개	19:55~20:00	• 상품소개 및 브랜드 소개	
	고객참여게임	20:00~20:15	• 게임 진행 및 상품증정	
	K-pop댄스	20:15~20:20	• Kpop대표곡 댄스	1곡
	상품소개	20:20~20:25	• SNS 대회, 상품소개 및 브랜드 반복	
	가수공연	20:25~20:28	• 베트남 가수 니나짬-베트남 행사축하 공연	1곡
	행사종료	20:28~20:30	• 행사종료 및 대단원	행사종료

2. 제작물 및 장치 · 장식

❑ 무대 및 SYSTEM

- ○ 공연무대설치 (W*D*H) : 6m * 4m * 0.5m
- ○ 무대상단 대형텐트설치 (W*D*H) : 8m * 6m * 5m
- ○ 대형LED 스크린 설치 (W*D) : 6m * 4m –K.Foorand 브랜드 홍보 등
- ○ K-POP 댄스공연 / 가수 공연
- ○ 50석 좌석배치 및 스탠딩 관람

❑ 시식장소 및 운영계획



- 정문 좌측 시식행사장 설치
- 기업별 시식공간 1m할당
- 각사별 시식품목 확정 후 베트남 수행사 배송
- 행사진행인력 10명 운영
- 내부 K-Foorad 이미지 백월 설치

구 분	품 목	관 련 상 품	수량
주요집기	냉동냉장고	아이스크림/얼음보관	1
	시식부스, 테이블	시식상품 진열 및 시식진행	필요수량
	내장 시식부스	시식상품 진열 및 시식진행	필요수량
소모품	쟁반		1,000
	가스레인지/냄비	라면시식용	2
	종이컵/포크	전품목	1,000
	얼음빙수기	팥빙수	1
	위생장갑/생수/얼음	작업	필요수량
안전관리	안전봉	시식상품운영 질서유지, 안전사고 방지	8

❑ 시식장소 참가기업 및 제품

구분	제품	시식	사은품
대두식품	김전병(2BOX)/양갱(4BOX)	4	2
빙그레	싸만코 오리지날(10BOX)	8	2
팔도	뽀로로(8BOX)	7	1
대상	올리브유 재래김(2BOX)	2	-
정식품	검은콩 두유(5BOX) / 바나나우유(3BOX)	6	2
롯데리아	햄버거(20EA), 치킨볼(30EA)	50EA	-

* 농심, 삼육식품 현지상황에 따라 시식 미참여 결정

3. 행사 사진

❑ 시식행사

현장사진

❑ 공식행사

현장사진

❑ 공연행사

현장사진	

4. 행사장 반응

시식행사	공연 및 사은행사
– 시식제품에 대한 호의적 반응 – 평소 즐겨먹는가고 함 – 김전병과 양갱의 경우 색다른 맛이라고 함 – 뽀로로는 특히 어린이들에게 인기가 많았음 – 빙그레와 팔도 등은 현지인들도 많이 알고 있는 브랜드	– 다양한 행사와 사은품 행사로 유동인구가 유입 – 시식제품 중 일부를 증정하는 고객참여 행사에 적극적으로 참여하며 현장분위기 고조
롯데마트 유입고객 **1,400여명** + 시식 및 공영행사 참가인원 **1,800여명** + 유동인구 노출인원 **8,500여명** = **약 11,700여명**의 직·간접 노출효과 발생	

Ⅴ K-FOORAND ZONE 제작 · 운영

1. 개요

❑ 목적 및 추진방향

- ○ SNS 홍보를 통한 K-FOORAND의 확산과 더불어 SNS를 통해 접한 제품과 현지 소비자들이 직접 만날 수 있는 접점 마련
- ○ 현지에서 판매하고 있는 제품들을 한데 모아 K-FOORAND라는 브랜드 아래 통일성 있는 판촉 및 홍보활동 전개로 전체적인 브랜드 인지도 상승 효과 기대
- ○ 행사 기간 동안 현지 소비자들을 대상으로 하는 다양한 오프라인 홍보활동 전개
- ○ 향후 일반 소비자들을 대상으로 하는 SNS 이벤트의 오프라인 거점으로 활용

2. 설치 및 운영

❑ 남사이공점/고밥점/푸토점/떤빈점 - K-FOORAND 특별존 설치

- ○ 일정 : 2017년 9월 1일 ~ 12월 31일
- ○ 장소 : 호치민 시내 롯데마트(4개 지점) 내의 일정공간에 K-FOORAND 특별코너 신설, 13개지점 동시 판촉

  * 롯데리아는 특별존 전시·홍보 및 베트남 매장에서 판매 진행

- ○ 참가 기업 : SNS 스타 챌린지 참여 기업 및 제품

❑ 운영 내용

- ○ K-FOORAND로 선정된 제품들만을 전시 및 판매
- ○ 9월 1일부터 12월 31일까지 운영(현지 롯데마트와 재협의 완료)

  * 12월 말까지 운영 및 반응이 좋으면 '18년도 계속 운영여부 재협의 가능

❑ 남사이공점

현장사진

❑ 푸토점

현장사진

❑ 고밥점

현장사진

❑ 떤빈점

현장사진

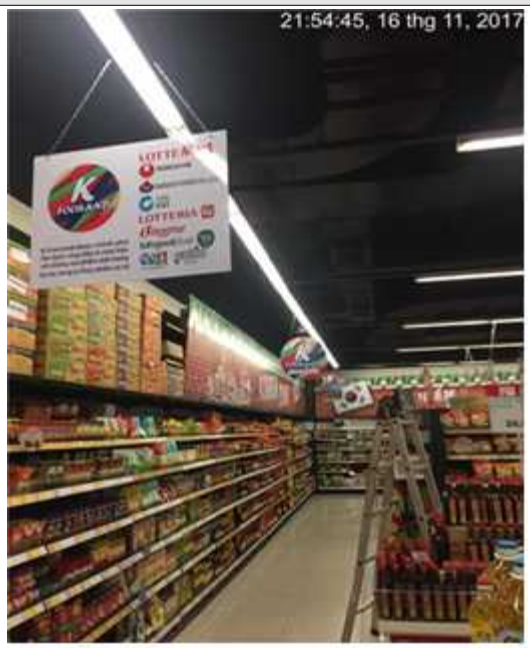
❑ Dong Nai Lottemart

현장사진

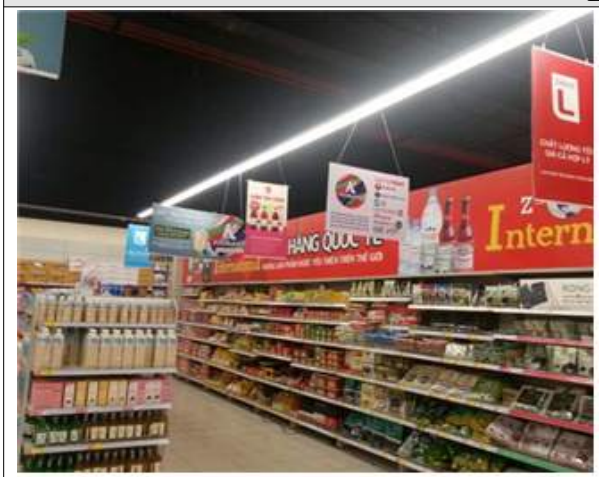
❑ Da Nang Lottemart

현장사진

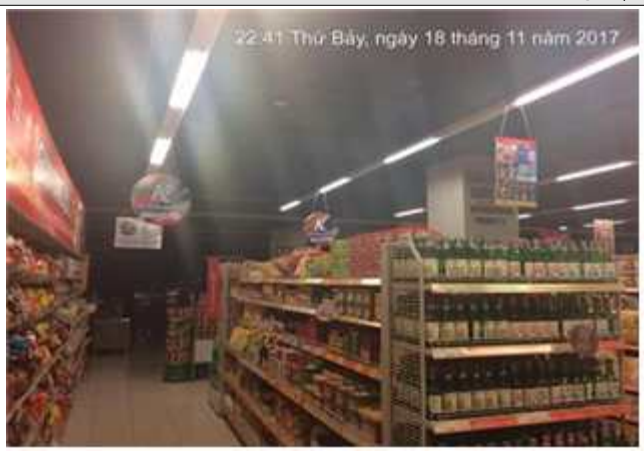
❑ Phan Thiet Lottemart

현장사진


❑ Can Tho Lottemart

현장사진


❑ Vung Tau Lottemart

현장사진


❑ Binh Duong Lottemart

현장사진

❑ Hanoi Center Lottemart

현장사진

❑ Trang Lottemart

현장사진

❑ Dong Da Lottemart

현장사진

3. 인력운영 및 시식진행

❑ 인력운영 현황

구분	판촉인원	근무시간/시간	비고
남사이공점	2명	주6일 근무 / 14:00~20:00(12월 30일 종료)	9월2일부터~현재까지
푸토점	2명	주6일 근무 / 14:00~20:00(12월 30일 종료)	9월2일부터~현재까지
고밥점	2명	주6일 근무 / 14:00~20:00(12월 30일 종료)	9월2일부터~현재까지
떤빈점	2명	주6일 근무 / 14:00~20:00(12월 30일 종료)	9월2일부터~현재까지

❑ 시식행사 진행현황

현장사진	
-정식품(11.10~12) :남사이공/포토점 진행. 아몬드호두두유,입안가득 바나나시음(48 BOX)	-빙그레(11.16~19) : 남시아공/고밥 진행. 빙그레싸만코 오리지날맛,녹차맛

Ⅵ 한 · 베 식품산업 발전방안 포럼

1. 행사개요

❑ 개최 목적

○ 한국-베트남 간의 식품교역과 관련하여 애로사항 해소 및 향후 발전을 위한 협력체계 구축을 목적

○ 한국과 베트남의 식품산업 관계자들이 한데 모여 세미나 및 공청회를 통해 식품 관련 수출입 애로사항을 해결할 수 있는 여건 마련 및 협력관계를 조성

○ 특히 양국간의 비관세장벽 해소를 위한 방안 모색의 기초 마련

○ 그 외 다양한 애로사항 발굴과 한국-베트남의 민관 관계자 네트워크 구축으로 향후 다양한 협력사업 발전 도모

❑ 개요

○ 주최 : 한국식품산업협회

○ 후원 : 농림축산식품부, 식품의약품안전처, 농수산식품유통공사

○ 일정 : 2017년 12월 7일(목) 09:30~16:30

○ 장소 : 베트남 호치민시 젬센터 5층

○ 내용 : 한·베 식품시장 발전을 위한 양국정부, 학계의 주제발표

○ 참여 대상

<한 국>

(협 회) 협회 이창환 회장, 이광호 부회장, 고학수 전무이사 등

(참가기업) 농심, 대두식품, 대상, 롯데리아, 빙그레, 삼육식품, 정식품, 팔도, 롯데마트 담당자 각 2명

(주한베트남대사관) 오광휘 무역담당관

(농식품부) 수출진흥과 김민욱 과장, 정수연 사무관, 오신영 차장(aT파견)

(식 약 처) 식품안전정책과 한상배 과장, 정인권 주무관

(aT) 미래전략본부 기획조정실 김형목 실장, 윤진형 대리
하노이 지사 최정기 지사장, 김혁 차장

(발표연사) 한국농촌경제연구원 최지현 선임연구위원
서울대학교 농경제학부 임정빈 교수

<베트남>

(관련 기관) 산업통상부, 아시아-아프리카 시장국 레 안 하이 부국장
농업농촌개발부, SPS청(위생 및 식물위생통보 기관) 르 탄 호아 부국장
보건부, 식품안전관리국 레 반 지앙 부국장

(발표연사) 호치민 국립대학교 식품공학 팜 밴 학과장
사이공 과학대학교 식품산업학과 류 주언 학과장

❑ 행사장 구성

○ 행사장 : 베트남 호치민 소재의 젬센터(GEM CENTER)

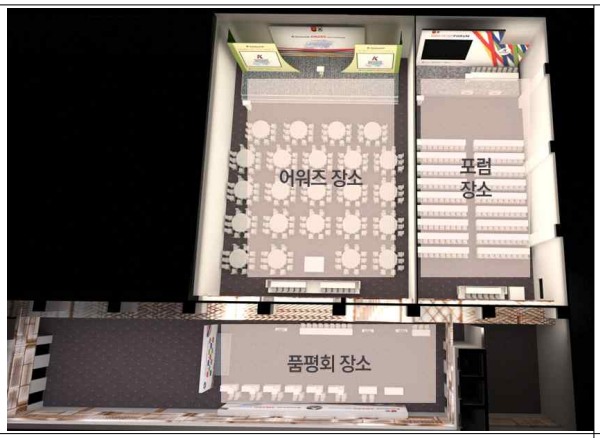
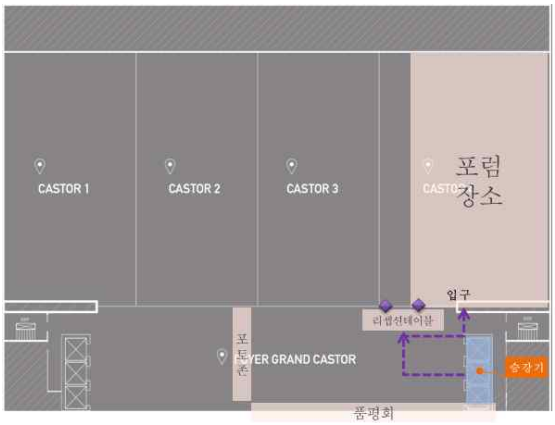
* 주소 : 8 Nguyễn Bỉnh Khiêm, Đa Kao, Hồ Chí Minh

- 전문 연회장으로 행사관련 부대시설이 최적화 되어 있으며, 오바마 대통령 임기 중 행사 진행되어 호치민 내 인지도/호감도 높음

외부 전경	참가기업 출장 숙박시설인 롯데레전드 호텔과의 거리

○ 카스토르(CASTOR)룸

– 젬센터 5층

	
공간 활용	참가자 동선

❑ 행사 초정장 메일 발송

○ 관련 협회 및 기관

한국어	베트남어
식품공업원	Viện Công nghiệp thực phẩm
수산물 총국	Tổng cục Thủy sản Việt Nam
농업 및 농촌 개발부	Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Việt Nam
베트남 기능식품 협회	Hiệp hội Thực phẩm chức năng Việt Nam
베트남 차 협회	Hiệp hội chè Việt Nam
베트남 커피 카카오 협회	Hiệp hội Cà phê – Cacao Việt Nam
베트남 우유 협회	Hiệp hội sữa Việt Nam

○ 정부 기관 담당자

정부	직책	이름
MOH 보건복지부 (Lãnh đạo Bộ Y tế)	장관	응웬 티 김 티엔 (Nguyễn Thị Kim Tiến)
	차관	응웬 베트남 티엔 (Nguyễn Viết Tiến)
	차관	응우 엔 탄 롱 (Nguyễn Thanh Long)
	차관	르 꽝 쿠옹 (Lê Quang Cường)
	차관	팜 르 투안 (Phạm Lê Tuấn)
MARD 농업 및 농산어촌 개발부 (Bộ Nông Nghiệp)	장관	응우 엔 법사 쿠옹 (Nguyễn Xuân Cường)
	차관	부으 반 담 (Vũ Văn Tám)
	차관	호앙 반 탕 (Hoàng Văn Thắng)
	차관	하 뭉친 투안 (Hà Công Tuấn)
	차관	르 쿠크 도안 (Lê Quốc Doanh)
	차관	전 탄 남 (Trần Thanh Nam)
MOIT 산업통산부 (Bộ Công Thương)	장관	전 뚠 아인 (Tran Tuan Anh)
	차관	호 티 킴 투아 (Ho Thi Kim Thoa)
	차관	전 꾸억 아인 (Tran Quoc Khanh)
	차관	루어 탕 하이 (Đo Thang Hai)
	차관	카오 쿠크 웅 (Cao Quoc Hung)
	차관	호앙 쿠크 부옹 (Hoang Quoc Vuong)

○ 식품관련 바이어

기업명	담당자	직함
Vinmart	Ms. Cao Kim Chi	In-Ex Business Development Director
Hong Linh Import Export Co., Ltd	Mr. Nguyen Hong Minh	Director
KA International Co., Ltd	Ms. Kim Anh	Managing Director
Van Thinh Phu Trading - Services - Producing Co., Ltd	Mr. Dao Truc Nam	Business Development Director
An Phu Trading Co., Ltd	Mr. Ho Dac Chu	Director
Elite Co.,Ltd	Mr. Nguyen Van Hai	Director
H.K.L Pacific Co., Ltd	Ms. Tran Thi Thanh Huong	Deputy Director
Lebom Co., Ltd	Ms. Nguyen Kim Thanh Truc	Director
Solomon International Co., Ltd	Ms. Ha Thuc Nhon Trang	Director
Nhat Nhi Tran Co., Ltd	Ms. Hoang Minh Chau	Export-Import Manager

○ 베트남 현지 식품 기업

업종	회사명
과자	하이주 과자 주식회사 (CÔNG TY CỔ PHẦN BÁNH KẸO HẢI CHÂU)
	응옥안 케이크 회사 (Cơ Sở Bánh Ngọc Ánh)
	하노이 과자 주식회사 (CÔNG TY CỔ PHẦN BÁNH MỨT KẸO HÀ NỘI)
인스턴트식품	IKA 할아버지 주식회사 (CÔNG TY CỔ PHẦN ÔNG GIÀ IKA)
	빈떠 주식회사 (CÔNG TY CỔ PHẦN THỰC PHẨM BÌNH TÂY)

	냐배 수출입 주식회사 (CÔNG TY CỔ PHẦN XUẤT NHẬP KHẨU NHÀ BÈ)
냉동신석식품	팜똔유한책임회사 (CÔNG TY TNHH PHẠM TÔN)
	빈환 주식회사 (CÔNG TY CỔ PHẦN VĨNH HOÀN)
음료수	빈민 물 주식 회사 (Công Ty CổPhầnNướcBình Minh)
	베트남 Pepsico International 회사 (Công Ty Pepsico International-Việt Nam)
	국제 식품 가공 기술 회사 (Công Ty CôngNghệChếBiếnThựcPhẩmQuốcTế)
커피	G8 커피 회사 (Công Ty CàPhê G8)
	CS Coffee 유한 책임 회사 (Công Ty TNHH CS Coffee)
차	김안 차 주식 회사 (Công Ty CổPhầnChè Kim Anh)
	다이치아 무역 및 서비스 유한 책임 회사 (Công Ty TNHH ThươngMạiVàDịchVụĐạiGia)
	베트남 차 총회사 (TổngCông Ty ChèViệt Nam)
통조림식품	하롱 통조림 주식회사 (CÔNG TY CỔ PHẦN ĐỒ HỘP HẠ LONG)
	민쭝유한책임회사 (CÔNG TY TNHH MINH TRUNG)
과일	ORFARM
	HAFOODS 식품 (ThựcPhẩm HAFOODS)
	비엣안 과일 (HOA QUẢ VIỆT ANH)
	베트남 흥틴 회사 (CÔNG TY HƯNG THỊNH VIỆT NAM)

2. 세부 운영내용

❑ 세부일정

시 간	내 용	
09:30~10:00 (30)	참가자 등록	
10:00~10:20 (20)	1부 개회고지 / (개회사 및 인사말) 한국식품산업협회 이창환 회장 (축사) 농식품부 수출진흥과 김민욱 과장 식약처 식품안전정책과 한상배 과장 산업통상부 레안하이 부국장	
10:20~10:50 (30)	Session 1	**김민욱 과장** (농림축산식품부 수출진흥과)
10:50~11:10 (20)	Session 2	**레 안 하이 부국장** (아시아-아프리카 시장국 산업통상부)
11:10~11:20 (10)	참가자 휴식	
11:20~11:50 (30)	Session 3	**최지현 선임연구위원** (한국농촌경제연구원)
11:50~12:10 (20)	Session 4	**팜 밴 훙 학과장** (호치민국립대학교, 식품공학과)
12:10~13:30 (80)	점심식사	
13:30~13:35 (05)	2부 개회고지	
13:35~14:05 (30)	Session 5	**한상배 과장** (식품의약품안전처 식품안전정책과)
14:05~14:25 (20)	Session 6	**르 탄 호아 부국장** (동물식물 위생검역국 농업농촌개발부)
14:25~14:35 (10)	참가자 휴식	
14:35~15:05 (30)	Session 7	**임정빈 교수** (서울대학교 농경제학부)
15:05~15:25 (20)	Session 8	**류 주언 학과장** (사이공 과학대학교 식품산업학과, 베트남 식품과학기술 학회 부회장)
15:25~15:35 (10)	참가자 휴식	
15:35~16:00 (25)	Discussion	좌장 : 임정빈 교수 자유토론 패널 (9명) : 한국·베트남 연사 및 공무원
16:00~16:30 (30)	Networking	발표연사 및 기업담당자 간 네트워킹

❑ 세션별 주제 발표(*주제발표자료 별첨)

구 분		주 제
Session 1	**김민욱 과장** (농림축산식품부 수출진흥과)	한국 농식품 수출 정책 현황
Session 2	**레 안 하이 부국장** (아시아-아프리카 시장국 산업통상부)	한국 - 베트남 교역 동향 및 베트남 정부의 지원 정책
Session 3	**최지현 선임연구위원** (한국농촌경제연구원)	글로벌 식품시장 트렌드 분석과 시사점
Session 4	**팜 밴 훙 학과장** (호치민국립대학교, 식품공학과)	베트남의 식품 가공 및 식품 소비현황
Session 5	**한상배 과장** (식품의약품안전처 식품안전정책과)	대한민국 식품안전 정책방향
Session 6	**르 탄 호아 부국장** (동물식물 위생검역국 농업농촌개발부)	식품안전관리와 식물 수출식품 무역
Session 7	**임정빈 교수** (서울대학교 농경제학부)	한-베 양국간 농식품 교역동향과 상호 협력 유망분야
Session 8	**류 주언 학과장** (사이공 과학대학교 식품산업학과, 베트남 식품과학기술 학회 부회장)	식품과 문화

❑ 토론 내용

○ 한국과 베트남은 쌀이 주식이라는 점에서 공통점이 있음. 식품에 기본과 본질이 크게 다르지 않다는 뜻임. 이것은 양국의 식품 산업의 발전과 공동연구 필요성에 큰 의의

○ 베트남과 한국의 교역 관계는 점점 그 관계가 단단해 지고 있음 미국과 중국에 이어 세 번째 규모로 양국 서로가 큰 수출시장

현재까지 식품이 차지하는 비율은 크지 않으나 양국의 식생활에 가장 큰 쌀이라는 공통점을 고려했을 때 발전 가능성은 무한함

○ 베트남과 한국 양국을 비롯해 세계가 고령화에 접어들었음. 이는 식생활 연구와 개발에도 큰 영향을 끼침. 식품의 안전과 건강 기능성은 이미 세계적인 트랜드 임. 각 국의 전통을 살린 상품을 고부가가치로 발전시킬 필요 있음

○ 베트남은 기후 등 식품산업 발전에 한계가 있고 한국의 기술력으로 상호협력 가능. 이에 따른 협동연구가 기대

○ 식품산업의 발전은 외식산업을 비롯해 식생활의 많은 변화를 가지고 이미 하나의 문화를 형성하고 있음. 다양한 교육적 접근이 필요. 공동연구와 합동 교육이 발전적으로 나아가기 위해서는 이러한 포럼이나 행사들이 단발적이어서는 안되며, 지속적으로 입지를 다져 나갈 수 있기를 기원

❑ 참관객 의견

○ 한-베간 지속적인 관계유지 필요. 양국의 식품산업에 대한 협동연구에 관심이 많음. 현실적이고 직접적인 협동연구과제 선정이 필요. 한국식품산업협회가 계획한 구체적인 방향성을 공유하고 적극적으로 역할을 무엇보다 지속적으로 수행 해 주었으면 함

❑ 행사장 구성

○ 내부 공간 구성

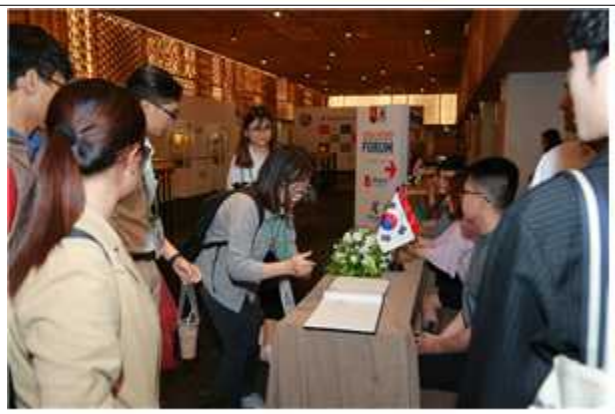
– 좌석 배치도

○ 통역시설 및 인력 운영

– 통역부스 2개, 동시통역사 2명 교차 진행

– 리시버(동시통역 수신기) 120개 준비, 시스템 담당 1명 상시 대기운영

3. 행사 현장사진



Session 1
Kim Min Wook
FORUM

KOREA-VIETNAM FORUM
FORUM

Korea Agro-Fisheries & Food

FORUM

KOREA-VIETNAM
FORUM

Korea Agro-Fisheries & Food

Still talking...

FORUM

FORUM
Discussion

K-FOORAND 2017 in Viet

AWARDS

Ⅶ K-FOORAND 품평회

1. 행사개요

❑ 개최 내용 및 목적

- ○ 베트남 현지 소비자에게 친근한 K-FOORAND 이미지 생성과 시식 기회를 마련하여 보다 직접적인 경험 제공
- ○ 호치민 현지인을 대상으로 초대장을 배포(롯데리아 남사이공점 프로모션 행사에 활용) 하여 관람객 모집, K-FOORAND어워즈 식전 행사로 진행

❑ 개요

- ○ 주최 : 한국식품산업협회
- ○ 후원 : 농림축산식품부, 농수산식품유통공사, 롯데마트
- ○ 일정 : 2017년 12월 7일(목) 16:30~16:30
- ○ 장소 : 베트남 호치민시 젬센터 5층
- ○ 내용 : 한·베 식품시장 발전을 위한 양국정부, 학계의 주제발표
- ○ 참여 대상 : 어워즈 수상자 및 참석자, 베트남 호치민시민

2. 세부 운영내용

❑ 기업별 브랜드 전시 및 시식 제품

(시식 제품은 참가기업과 협의하여 기업별 각 한 개의 브랜드 택1)

참가기업	시식제품	시식 방법
농심	신라면(봉지)	냄비에 끓여서
대두식품	통팥도리야끼	제품만 시식
대상	올리브 김	제품만 시식
빙그레	참붕어	제품만 시식
삼육식품	검은콩호두아몬드 두유	제품만 시식
정식품	입안가득 바나나	제품만 시식
팔도식품	일품자장면	냄비에 끓여서

○ 시식이 불가한 롯데리아의 경우, 제품 소개 배너로 대체

(롯데리아 매장이 아닌 곳에서 시식 행사 원하지 않아 팜파티 및 프로모션 쿠폰 등으로 대체)

○ 농심, 팔도/삼육식품, 정식품 경쟁 상품군을 고려하여 배치

○ 3단 쇼케이스와 시식대로 구성

(냉동 제품인 빙그레의 경우 냉동 평대에서 진행)

<table>
<tr>
<td>
</td>
<td> </td>
<td> </td>
</tr>
<tr>
<td>
</td>
<td> </td>
<td>
</td>
</tr>
<tr>
<td>
</td>
<td> </td>
<td> </td>
</tr>
</table>

<table>
<tr>
<td> </td>
<td>
 </td>
<td> </td>
</tr>
<tr>
<td> </td>
<td>
 </td>
<td> </td>
</tr>
</table>

❑ 시식 도우미 교육 및 시식진행

○ 참가기업의 브랜드별 소개와 시식제품에 대한 설명을 교육하여 품평회 참가자 응대

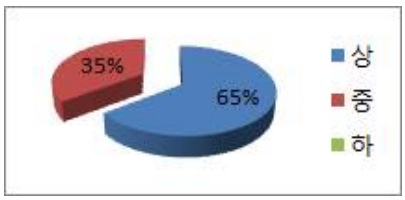
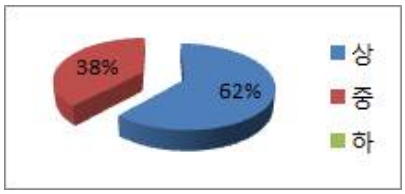
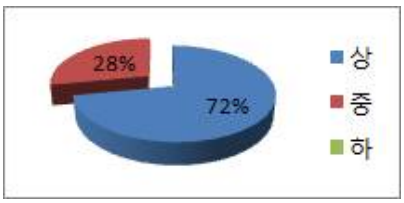
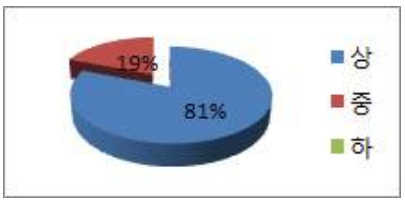
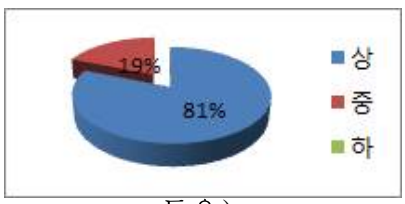
○ 시식 제품별 시식 방법(냄비에 끓여 먹는 라면) 등을 소개

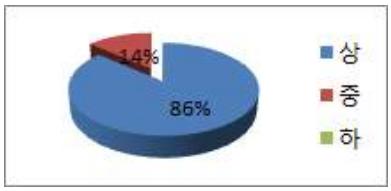
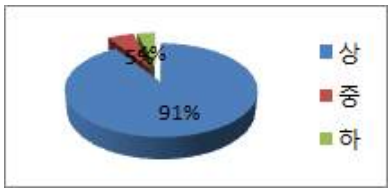
<table>
<tr><td> </td><td> </td></tr>
<tr><td>– 각 브랜드별 시식 및 설명 도우미 배치</td><td>– 기업담당자와 참가자 간 통역인력 배치</td></tr>
<tr><td> </td><td> </td></tr>
<tr><td>– 위생 장갑, 미니 포크, 접시 등 활용</td><td>– 냄비(라면포트)에 끓여서 시식</td></tr>
<tr><td> </td><td> </td></tr>
<tr><td>– 종이컵에 나눠서 시음</td><td>– 칼로 잘라서 시식</td></tr>
</table>

❑ 판넬 배너를 이용한 제품 만족도 조사 진행

○ 시식 후 판넬에 스티커를 붙여 만족도 조사를 할 수 있도록 조성

○ 품평회 만족도 조사 결과

	대두 식품(통팥도리야끼) 	– 총 51명이 설문에 참가 – 그 중 65%가 상, 35%가 중이라고 응답
	삼육 식품 (검은콩 호두 아몬드 두유) 	– 총 47명이 설문에 참가 – 그 중 62%가 상, 38%가 중이라고 응답
	농심(신라면) 	– 총 32명이 설문에 참가 – 그 중 72%가 상, 28%가 중이라고 응답
	대상(올리브 김) 	– 총 42명이 설문에 참가 – 그 중 81%가 상, 19%가 중이라고 응답
	정식품(입안가득 바나나  두유)	– 총 53명이 설문에 참가 – 그 중 81%가 상, 19%가 중이라고 응답

	팔도(일품자장면) 	- 총 44명이 설문에 참가 - 그 중86%가 상, 14%가 중이라고 응답
	빙그레(참붕어 싸만코) 	- 총 55명이 설문에 참가 - 그 중 91%가 상, 5%가 중, 4%가 하라고 응답

❍ 품평회 총평

- 긍정적평가 : 베트남 현지인들에게 각 기업별 브랜드 제품을 선보일 수 있는 계기를 마련. 포럼, 어워즈 행사장인 젬센터 5층 로비에서 품평회를 진행하여 접근성과 효율성을 높임
  각 기업별 도우미를 배치하여 제품설명, 시식 진행과 함께 설문조사를 통해 쌍방 커뮤니케이션 창구로 활용
  또한, 현장에서 참가기업 담당자가 베트남 현지인들에게 자사 제품을 설명해주기도 하는 등의 활발한 커뮤니케이션이 이루어짐

- 개선 및 보완사항 : 기업별 전담 도우미(베트남 현지인)를 교육 후 제품 설명과 시식을 병행하여 진행. 간단한 제품소개 등은 교육 받은 도우미가 설명 가능 하였으나 유통업체 관계자의 질문이나 제품 성분 등에 대한 질문에는 응대하기 어려웠다는 후기가 있었음. 추후 품평회 진행 시 각 참가기업의 적극적인 참여가 필요한 것으로 평가
  또한, 각 기업 마다 제품 특성(냉동제품) 및 조리시간(라면류) 차이 등을 고려하여 시식물량이나 운영 시간 계획 등의 개선 필요

❑ 포토존 운영

3. 행사 현장사진

paldo

20

AND
ietnam

Ⅷ K-FOORAND AWARDS

1. 행사개요

❑ 개최 목적

- ○ K-FOORAND의 활동 성과를 평가하는 행사로 3개월간의 활동내용을 공유하고 향후 사업방향을 제시할 수 있도록 성과 평가
- ○ SNS 스타들의 활동을 통해 평가된 참가기업과 브랜드에 대한 시상을 통해 해외시장 개척에 대한 노고를 치하하고 독려
- ○ 그동안의 활동이 우수한 SNS 스타들과 이벤트를 통해 홍보활동에 참여한 일반 소비자들에게도 시상을 통해 K-FOORAND 활동에 대한 동기부여 및 우호적인 이미지 조성

❑ 개요

- ○ 주최 : 한국식품산업협회
- ○ 후원 : 농림축산식품부, 농수산식품유통공사, 롯데마트
- ○ 일정 : 2017년 12월 7일(목) 16:30~19:00
- ○ 장소 : 베트남 호치민시 젬센터 5층
- ○ 내용 : 포토존, 시상식 및 만찬, 공연
- ○ 참여 대상

<한 국>

(협 회) 협회 이창환 회장, 이광호 부회장, 고학수 전무이사 등

(참가기업) 대두식품, 대상, 롯데리아, 빙그레, 삼육식품, 정식품, 팔도, 롯데마트 담당자 등

(주한베트남대사관) 오광휘 무역담당관

(농식품부) 수출진흥과 김민욱 과장, 정수연 사무관, 오신영 차장(aT파견)

(식 약 처) 식품안전정책과 한상배 과장, 정인권 주무관

(aT) 미래전략본부 기획조정실 김형목 실장, 윤진형 대리
하노이 지사 최정기 지사장, 김혁 차장

(발표연사) 한국농촌경제연구원 최지현 선임연구위원
서울대학교 농경제학부 임정빈 교수

<베트남>

(관련 기관) 산업통상부, 아시아-아프리카 시장국 레 안 하이 부국장
농업농촌개발부, SPS청(위생 및 식물위생통보 기관) 르 탄 호아 부국장
보건부, 식품안전관리국 레 반 지앙 부국장

(발표연사) 호치민 국립대학교 식품공학 팜 밴 학과장
사이공 과학대학교 식품산업학과 류 주언 학과장

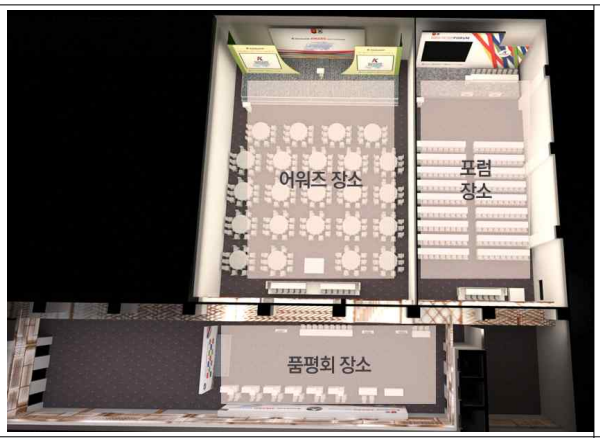
(참가신청자) SNS 스타 및 참가신청자 170여명

❑ 행사장 구성

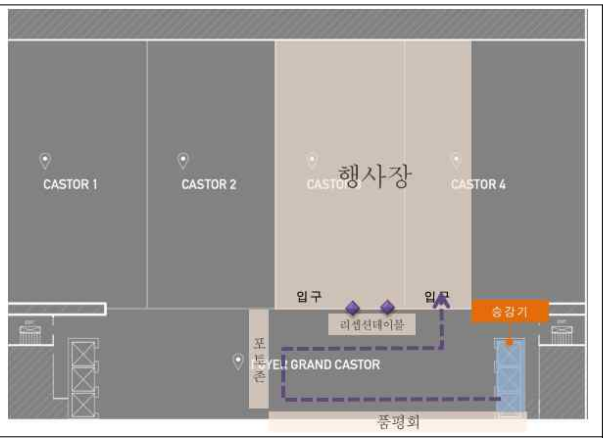
○ 행사장 : 베트남 호치민 소재의 젬센터(GEM CENTER) 5층

○ 카스토르(CASTOR)룸

- 젬센터 5층



공간 활용



참가자 동선

2. 세부 운영내용

❑ 세부일정

구분	시간	내용	비고
	16:30~16:35 (05)	개식고지 및 내빈소개	
환영사	16:35~16:50 (05)	환영사 한국식품산업협회 이창환 회장	
축사	16:40~16:50 (10)	축사 농업농촌개발부 르 탄 호아 부국장	
행사	16:50~17:55 (65)	시상식	
	17:55~18:00 (5)	건배사 한국식품산업협회 이광호 부회장	
	18:00~19:00 (60)	만찬 및 축하공연	

❑ 시상식

○ 상명 및 심사기준

구분	부문	수량	수상내용	심사기준/방법	부상내역
1.SNS 스타 챌린지	대상	1	베트남 SNS셀럽들이 K-FOORAND 참가기업의 제품들을 직접 맛보고 자신의 SNS에 후기를 남긴 내용을 평가	SNS Star의 최종 조회수, 좋아요 수, 댓글 수를 고려하여 선정	서울관광 3박4일(1인) 트로피, 수상보드
	금상	1			아이패드, 트로피, 수상보드
	은상	2			디지털카메라, 트로피, 수상보드
합계		4			
2.참가기업 특별상	농심	1		SNS Star 중 해당기업의 내부평가·심사 기준에 따른 자체 선정	해당기업에서 제공하는 부상과 트로피, 수상보드
	대두식품	1			
	대상	1			
	롯데리아	1			
	빙그레	1			
	삼육식품	1			
	정식품	1			
	팔도	1			
합계		8			

3. 나도 SNS스타	우수상	1	베트남 현지 일반인들이 K-FOORAND 제품을 직접 맛보고 자신의 SNS에 후기를 남긴 내용을 평가	일반참가자 중 좋아요 수, 댓글 수, 공유 수를 고려하여 선정	아이패드/트로피/수상보드
합계		1			
4. 기업상	종합대상	1	참가기업의 K-FOORAND 제품 중 우수 브랜드 선정	올해의 대상(전체 기업 중)	트로피/수상보드
	브랜드대상	8		각 참가기업별 참여제품 우수 브랜드	
합계		9			
부문별 총합계		총 22건의 시상을 진행			

○ 시상자료(순서 및 수상자)

순서	상 명	수상자		시상자
1	SNS 스타 챌린지 참가기업 특별상	빙그레	Nguyen Huyen	이면우 차장
2		대두식품	Thái Thị Mai Phương	김삼기 본부장
3		대상	Trần Thị Mỹ Hương	정동협 팀장
4		정식품	Phạm Thị Ngọc Linh	임차열 부장
5		롯데리아	Nguyễn Lê Hà Uyê	김혁용 과장
6		농심	Nguyễn Thoại Cẩm Tú	신영화 베트남 지사장
7		팔도	Phạm Thu Hằng	조홍철 팀장
8		삼육식품	Lê Nguyễn Vân Anh	심길섭 이사
9	나도 SNS 스타 우수상		Đoàn Nguyễn Kim Huỳnh	협회 이광호 부회장
10	SNS 스타 챌린지 은상	*선정이유 : 제품에 대한 긍정적 이미지 형성	Phan Thị Lưu Ly (빙그레 참가자)	협회 이광호 부회장
11	SNS 스타 챌린지 은상		Đinh Huyền Trang (대상 참가자)	협회 이광호 부회장
12	SNS 스타 챌린지 금상	*선정이유 : 26만여 건의 좋아요 수를 기록	Trần thị thảo hiền (대두 참가자)	협회 이광호 부회장
13	K-FOORAND 브랜드(품목)	빙그레 (참붕어 싸만코)	이면우 차장	협회 고학수 전무이사

14	대상	대두 (소문난 전설의 떡붕어)	김삼기 본부장	협회 고학수 전무이사
15		대상 (현미 찰고추장)	정동협 팀장	협회 고학수 전무이사
16		정식품 (베지밀 입안가득 바나나두유)	임차열 부장	협회 고학수 전무이사
17		롯데리아 (후라이드 치킨)	허재필 상무	농식품부 김민욱 과장
18		농심 (신라면)	신영화 베트남 지사장	농식품부 김민욱 과장
19		팔도 (뽀로로)	조홍철 팀장	농식품부 김민욱 과장
20		삼육식품 (검은콩호두 아몬드 두유)	심길섭 이사	농식품부 김민욱 과장
21	**SNS 스타 챌린지 대상**	*선정이유 : 제품에 맞는 다양한 연출을 통해 제품들을 맛있고 재미있게 전달, 총 500만 이상의 조회수를 기록	Woo-si	한국식품산업협회 이창환 회장
22	**K-FOORAND 대상**	농심	신영화 베트남 지사장	한국식품산업협회 이창환 회장

❍ 시상 사진

SNS 스타 챌린지 참가기업 특별상 - 빙그레	SNS 스타 챌린지 참가기업 특별상 - 대두식품

SNS 스타 챌린지 참가기업 특별상 – 대상	SNS 스타 챌린지 참가기업 특별상 – 정식품
SNS 스타 챌린지 참가기업 특별상 – 롯데리아	SNS 스타 챌린지 참가기업 특별상 – 농심
SNS 스타 챌린지 참가기업 특별상 – 팔도	SNS 스타 챌린지 참가기업 특별상 – 삼육식품

나도 SNS 스타 우수상	SNS 스타 챌린지 은상(2명)
SNS 스타 챌린지 금상	K-FOORAND 브랜드(품목) 대상 - 빙그레 '참붕어 싸만코'
K-FOORAND 브랜드(품목) 대상 - 대두식품 '소문난 전설의 떡붕어'	K-FOORAND 브랜드(품목) 대상 - 대상 '현미 찰고추장'

K-FOORAND 브랜드(품목) 대상 - 정식품 '입안가득 바나나 두유'	K-FOORAND 브랜드(품목) 대상 - 롯데리아 '후라이드 치킨'
K-FOORAND 브랜드(품목) 대상 - 농심 '신라면'	K-FOORAND 브랜드(품목) 대상 - 팔도 '뽀로로'
K-FOORAND 브랜드(품목) 대상 - 삼육식품 '검은콩호두 아몬드 두유'	SNS 스타 챌린지 대상

<table>
<tr><td>
</td><td>
</td></tr>
<tr><td colspan="2">K-FOORAND 대상</td></tr>
</table>

○ 행사 현장사진

<table>
<tr><td>
</td><td>
</td></tr>
<tr><td> </td><td> </td></tr>
<tr><td> </td><td> </td></tr>
</table>

Ⅸ 다큐멘터리 제작 및 방영

1. 목적 및 추진 방향

❑ K-FOORNAD의 준비과정 및 특히 현지에서의 활동, 베트남 내에서의 반응 등을 종합적으로 담은 다큐멘터리 영상을 제작하여 현지 TV 방송 프로그램과 연계

❑ 한국 식품기업들의 해외진출 노력을 담은 방송 프로그램 제작으로 프로젝트 홍보 및 성과 평가

❑ 향후 K-FOORAND의 사업 확대를 위한 분위기 조성 및 식품기업들의 참여와 관심 독려

2. 제작 개요

❑ 촬영일정 : 11월 10일 ~ 12월 7일까지

(베트남 및 한국 촬영, 베트남 현지 리포터 진행 형식)

❑ 편집일정 : 12월 5일 ~ 12월 10일까지 (본편집 및 최종편집, 최종녹음)

❑ 소재심의 : 12월 11일 ~ 14일 중 VTV2 소재전달 및 최종심의

❑ 방영일정 : 12월 28일 또는 29일 중 VTV2 방영예정 (30분 특집)

* 본방 저녁 9시, 재방 다음날 오전 9시

3. 다큐멘터리 기획의도

❑ 21C 핫 이슈, 핫 코드, '식품'!!

○ 지금 전 세계인의 관심은 식품에 집중! 우리 삶에서 떼려야 뗄 수 없는 식품!!

○ 교통이 발달하고 전 세계가 연결된 지금, 지역에 얽매이지 않고 식품은 세계적으로 교류하며 변화하고 있다.

○ 영원한 베스트셀러, 핫 아이템인 식품에 대한 남다른 고찰과 시선으로, 베트남에서 유행하는 한국식품의 현재를 조명하고 나아가 베트남 식품의 미래를 함께 고민해 본다.

❑ 한국에서 인기가 높은 베트남 식품의 열풍, 그 원인은?

- ○ 외국에서 선정한 베트남 문화아이콘 1위는?? 바로 식품!!
- ○ 베트남 식품은 간편하고 뛰어난 맛으로 세계인의 입맛을 사로잡고 있다
- ○ 특히 한국에서 베트남식품이 크게 유행하고 있는데 그 원인은 무엇일까?
- ○ 수많은 쌀국수 집과 베트남 식품 전문점, 프랜차이즈들이 늘고 있고 베트남 식품 매니아들도 해마다 증가하고 있다. 한국사람들이 베트남 식품에 열광하는 이유는 무엇일까?

❑ 베트남 식품시장을 향한 한국식품회사들의 도전

- ○ 베트남에는 수많은 한국 식품점들이 있고, 수많은 식품회사들의 제품이 이미 들어와 사랑받고 있다.
- ○ 유명 페이스북커인 ***씨는 주기적으로 한국식품 요리법과 한국식품에 대한 소감을 페이스북에 올리고 있다.
- ○ 젊은 사람들 중에 한국식품에 관심을 가지고 요리법과 맛에 대한 평가를 하는 사람들이 늘고 있다.
- ○ 이런 베트남 식품 시장에 빠르게 발맞추어 한국회사들도 많은 노력을 기울이며 현지의 입맛을 사로잡기 위해
- ○ 최선을 다하고 있다. 특히 **한국식품산업협회와 매일경제신문, 한국 메이저 식품회사 8곳이 하나로 뭉쳐 K-FOORAND라는 브랜드를 만들고 롯데마트에 한국식품 지정존을 설립하여 공격적으로 한국식품을 소개**하고 있다.
- ○ 특히 페이스북에서 한국식품을 포스팅하면 우수자를 선정하여 각종 상품을 주는 행사를 기획했으며, TVC, 및 각종 뉴스, 신문매체를 통해 공격적인 마케팅을 펼치고 있다.

○ 베트남 식품이 소비자를 중심으로 한국에서 사랑받고 있다면, 한국 식품은 메이커가 주도하여

○ 베트남 시장을 공략하고 있다. 베트남 사람들에게 사랑받을 수 있는 한국식품에는 어떤 조건이 필요할까?

❑ 식품의 다양화는 곧 문화의 다양성을 의미한다

○ 베트남 사회의 특징은 젊고 역동적이라는데 있다. 노령화가 진행되어 사회가 침체되고 있는 일본 및 한국 등의

○ 선진 중도국에서는 새로운 시도보다는 보수적이고 안정을 택하기 마련이다.

○ 베트남 식품문화도 마찬가지이다. 새로운 것을 두려워하지 않고 우리 것으로 받아들이고, 또 그것을 바탕으로 새로운 식품문화를 만들어 내는 일에 베트남 사회는 거부감이 없다.

○ 식품의 다양화는 곧 문화의 다양화로 이어지고 결국 우리 사회를 더욱 풍요롭게 만들 것이다.

○ 새로운 것을 빠르게 받아들이는 젊은 사람들의 노력과 전통의 조화, 외국과 베트남 식품의 교류는 앞으로 우리에게 더욱 맛있고 건강한 식탁으로 돌아올 것이다.

4. 다큐멘터리 제작콘티(시나리오)

❑ 구성 계획

process	아이템 영역	내용	시간
INTRO	한국의 베트남 음식	한국의 베트남 음식 열풍	3'
CHAPTER 1	베트남의 한국음식	베트남의 한국음식 열풍	5'
CHAPTER 2	한국식품회사의 노력	K-FOORAND를 통해 본 한국식품 회사의 노력	10'
CHAPTER 3	베트남 음식의 미래	베트남 음식문화의 다양성과 미래	5'
OUTRO	행복한 저녁식사	풍요롭고 행복한 식탁을 위해	7'

❑ 다큐멘터리 제작콘티

구성	video	audio	time
프롤로그	#1 한국의 베트남 프랜차이즈 식당(에머이) - 베트남 쌀국수 등의 음식을 즐기는 한국사람들 스케치 (자막 : 2017년 12월 **일 한국 서울 서초동) #2 베트남 음식을 요리하는 요리사 & 음식 CU #3 한국거리의 베트남 음식점 간판 몽타쥬 #4 베트남 음식점에서 리포트 멘트 * 11월 26일 촬영-서울	(리포트 질문) 베트남 음식을 자주 드시나요 베트남 음식을 좋아하는 이유가 뭐죠 베트남 식품 중에서 어떤 식품을 가장 좋아하세요 베트남 식품을 구매를 하신다면 어디서 구매를 하시나요 "한국에서 베트남음식의 열풍이 거세게 불고 있습니다. 한국거리에서 베트남 음식점이 점점 늘어나고 어디서나 베트남 음식을 즐기는 모습을 볼 수 있었습니다" "특히 올해는 한 베수교 25주년이 되는 해입니다. 1992년 수교한 이후 양 국은 경제, 사회, 문화적으로 많은 교류가 있었고 이로 인해 지금은 한국에서도 많은 사람들이 베트남 음식이 즐기고 있습니다" 그렇다면 베트남에서 한국 음식과 식품의 위상은 어느 정도일까요?	
타이틀	# 한국음식과 베트남음식의 요리 장면과 디스플레이 장면 C.U # 타이틀 슈퍼	음식의 국경은 사라졌다 –베트남의 한국음식 보고서 " 2017년 Kfoorand in Vietnam " (가제)	
챕터1	#1 리포터의 주방. 한국음식을 만들고 있는 리포터. #2 떡볶이 OR 미역국 레시피 소개 음식 시즐컷 #3 완성된 음식을 즐기는 지인과 가족들의 모습 맛있다고 칭찬하는 아이의 모습 #4 마트의 수많은 김치브랜드 인서트 컷 * 11월 14일 하노이에서 촬영(집 주방 렌트)	"저는 요리블로거인 ***입니다 저는 5년전부터 한국식품에 관심을 가지고 공부하면서 한국음식을 하기 시작했습니다.그리고 요리 후 요리사진을 페이스북에 포스팅하고 있죠 사람들의 반응이 꽤 뜨겁습니다" "제가 한국요리에 관심을 가지게 된 이유는 무엇보다 베트남 사람인 제 입맛에 맞았기 때문입니다 김치라던가 떡볶이라던가 레시피를 약간 조정하면 베트남 사람들에게 맛있고 새로운 요리로 만들 수 있었으니까요. 그러기 위해서는 훌륭한 재료를 구입을 해야 겠죠. "우리 주변에는 한국음식을 즐기는 많은 사람들을 볼 수 있습니다. 김치는 이미 많은 사람들이 즐기고 있고 한국김치들은 베트남 김치와 경쟁해야 하는 지경에 이르렀습니다" "한국음식을 즐기는 사람들을 한번 만나볼까요	
브릿지	#5 엘리베이터에서 K-FOORAND 광고를 보는 사람들 인터넷의 K-FOORAND 배너광고 인서트 TV에서 K-FOORAND 관련 뉴스를 보는 사람들 팔도라면 택시 & 빌보드 광고 인서트		

구성	video	audio	time
	#6 팔도라면 레스토랑. 많은 사람들이 한국 라면을 즐기고 있다 맛있게 라면을 먹는 사람들 인터뷰 (인터뷰 내용은 팔도관계자와 협의 후 수정) * 11월 14일 하노이에서 촬영 #7 레스토랑 세프 인터뷰 #8 팔도라면 마케팅 팀장 인터뷰 (마트에서 KORENO 라면을 사는 장면 인서트) #9 농심신라면의 페이스북커 페이지 신라면을 요리하고 있는 페이스북커의 주방 (요리하고 디스플레이하고 사진찍는 모습) *여기 순서는 뒤 부분에 있는빙그레. 롯데리아 이후에 신 라면을 편집하는 순서로 구성	"많은 사람들이 한국라면을 드시고 있네요 젊은 사람들에게 인기가 많은 한국 라면 레스토랑이라고 합니다" (리포트 질문) 이 음식이 어느 나라 음식인지 아세요 한국 라면을 즐기는 이유는 한국 라면의 맛을 평가하면 - 셰프님, 사람이 많은 이유가 뭔가요 " 한국라면의 면발이 베트남 면발과 다른 점은 쫄깃함이죠, 베트남면발이 부드러워서 먹기 편하다면 한국면발은 좀 더 먹는 재미가 있어서 젊은 사람들이 좋아합니다. 맛도 맵고 짭짤해서 조금 더 자극적입니다...우리 레스토랑은 100% 팔도라면 회사에서 직접 제품을 공급받아서 음식의 질을 항상 똑같이 유지하는 것이 가능합니다..." [팔도라면 마케팅 팀장 인터뷰/베트남시장 공략노력/식성의 차이/전략등] "한국라면을 집에서 즐기는 사람들도 늘어나고 있습니다. 미스터 **씨는 한국라면 매니아로 주기적으로 페이스북에 한국라면을 포스팅하고 있는데요..."	
챕터1	#10 끓고 있는 라면/파 써는 모습/인서트 신라면 매니아 페이스북커 인터뷰 #11 빙그레 사만코를 먹고 있는 10대여성 ***씨와 ***씨두 명이 맛있게 아이스크림을 먹고 있는 모습 마트에서 아이스크림을 사며 즐거워하는 모습 *11월 10일 촬영- 롯데마트 남사이공 점 근처 –오후 2시 -모델 여자 2명 (로터스 협조) -벤치에 앉아 있는 두 여자 (푸미흥 혹은 롯데마트 근처) #12 롯데리아 매장 햄버거와 치킨을 즐기는 사람들 * 롯데마트 남사이공 점 1층 롯데리아 * 13:00-11월 10일 #13 롯데리아 관계자 인터뷰 - 매장 고객 인터뷰 - 매장에 있는 TV 모니터 촬영 편집 시 TVC 합성	"가끔 매운 라면을 후후 불어가면서 이렇게 먹고 나면 활력이 솟습니다, 한국 라면의 매운 맛은 묘한 중독성이 있거든요. 처음에는 와 맵다 했는데 이제는 많이 익숙해졌어요...제 입맛에 맞는 레시피를 개발하고 페이스북에 올렸을 때 많은 분들이 공감해주고 이럴 때가 제일 기분이 좋습니다" "***씨와 ***씨는 요즘 한국 아이스크림에 홀딱 빠졌다는데요 한번 얘기를 들어볼까요 "과자 안에 아이스크림이 들었는데 바삭하고 부드러워서 좋아요 이유요 맛있으니까요! 모양도 예쁘고...근데 가격이 좀 더 쌌으면 좋겠어요 ㅎㅎ" "햄버거와 프라이드치킨은 한국의 음식은 아닙니다. 하지만 한국에서 롯데리아는 이 음식을 한국적으로 해석하여 많은 사랑을 받고 있죠. 서양의 음식을 한국화하여 성공한 롯데리아는 베트남에서도 같은 전략을 쓰며 특히 베트남 특성에 맞는 런치세트를 개발하는 등...베트남 고객 입맛에 맞는 노력을 항상 하고 있습니다" 매장 고객 인터뷰 롯데리아 매장에 일주일에 몇 번 오는지 본인 입맛에 맞는지 - 롯데리아에서 즐겨 찾는 메뉴는?	비고 모델 의상 같은것 인터뷰 현장 조달

구성	video	audio	time
챕터1	#14 한국음식을 배우고 있는 베트남 사람들 탕롱대학 한식 교실 (청정원 제품 디스플레이) * 11월 15일 하노이 탕롱대학에서 촬영	"단순히 한국음식을 즐기는 것에 만족하지 않고 이제 한국음식을 직접 만들고 배우려는 베트남 사람들이 많이 늘고 있습니다. 이 곳은 하노이에 있는 탕롱대학입니다. 최근에 한식요리 학과가 생겼다고 해서 찾아왔습니다. -한식 조리를 실습하는 학생들 스케치 -인터뷰(왜 ! 한국요리를 배우는지 -인터뷰(한국음식과 베트남 음식의 차이점은 리포터 멘트 (강의실에서) "여러분이 보신 것 처럼 베트남에 한국식품 열풍이 곳곳에 대단한 것 같습니다. 하지만 베트남도 오래 전 부터 내려온 음식문화를 지키는 일도 물론 매우 중요합니다. 우리는 이에 대한 해답을 한국의 한 쌀 국수 집에서 확인할 수 있었습니다."	
브릿지	#1. 한국의 베트남 음식점 간판 몽타쥬 #2. 한국의 베트남 음식 요리장면 #3. 한국의 전통 쌀국수집으로 들어가며 멘트 * 11월 27일 점심시간 촬영(섭외 중 왕십리 팜티진 식당)	"사실 한국의 유명 쌀국수집은 거의 프랜차이즈 체인점 형태로 운영되며 맛도 베트남의 전통 쌀국수에 한국식 해석이 섞여 있는 맛입니다. 가격이 꽤 높은 편임에도 많은 사랑을 받고 있죠" "그런데 이 곳에도 베트남 전통을 지키며, 베트남의 맛만으로 한국의 입맛을 사로잡은 가게가 있습니다"	
챕터2	#1. 전통 베트남쌀국수집(베트남인이 직접 운영) EX : 포니허 한국인 고객들 리액션 인터뷰 #2 전통 베트남 쌀국수집 사장 인터뷰 #3 쌀국수 집을 배경으로 리포터 멘트 #4 퍼짜쭈엔, 퍼틴 등 베트남 유명식당 인서트 외국인들이 베트남 음식을 즐기는 장면 오바마 분짜 인서트	- 이 곳은 달라요 육수의 맛이 깊고 훨씬 맛있습니다. 처음에는 고수를 못 먹었는데 먹다 보니 정말 맛있습니다. 여기 쌀국수 먹고 나면 다른 곳의 쌀국수는 못 먹겠어요. "쌀국수를 베트남 전통식으로만 하는 이유가 무엇인가요? [사실 깊이 생각하고 한 건 아니구요, 제가 잘하는 음식을 정직하게 한국사람들에게 소개하고 싶었습니다. 제 입맛에 맛있으면 당연히 세계 어느 나라 사람에게도 맛있을거라는 자부심도 있었구요...좋은 음식은 나라나 인종을 초월한다고 생각했습니다...그래서 육수도 전통방식으로 시간을 들여 정성으로 만들고 있습니다.] "사람들은 맛만 있다면 새로운 맛에도 전통의 맛에도 개의치 않습니다. 중요한 것은 역시 맛이죠. 건강하고 맛있다면 그 어느 나라에서도 충분히 사랑 받을 수 있으니까요. 베트남의 전통식당에 한국인 관광객들이 몰리는 이유, 전 세계인들이 베트남 음식에 찬사를 보내는 이유는 결국은 베트남 음식이 가지고 있는 깊은 맛 매력이 있어서가 아닐까 합니다."	

구성	video	audio	time
챕터2	#14 한국의 마트에서 베트남 음식을 찾아보는 리포터 베트남 음식제품을 들고 리포터 멘트 *11월27일 오전 롯데마트 서울역 점 등에 베트남 식품, 커피나 쌀국수 재료 등을 팔고 있는지 체크하고 촬영 할 것 #15 롯데마트 K-FOORAND ZONE 시식행사 스케치 (정식품) 한베음식문화축제 관련 신문기사 및 자료 인서트 * 11월 10일 오후 4시 롯데마트 남사이공 점 앞(야외) -시식행사 즐기는 베트남사람들 -시식행사에 참여해서 시식을 한 느낌은 (인터뷰) -구매할 의사가 있는지? 등 소비자 인터뷰 #16 식품산업협회 관계자 인터뷰 *11월 27일 오후 3시 경 식품산업협회 사무실에서 관계자 인터뷰... K-FOORAND 홈페이지 페이스북 인서트 TVC 방영장면 인서트 K-FOORAND ZONE 인서트	"아쉬운 점은 한국의 (매장이나) 마트에서 베트남 식품을 찾아보기 힘들다는 점입니다. 전통을 지키는 것도 중요하지만 우리 식품을 알리는 노력에서 보면 사실 부족한 것이 많이 있습니다. 충분한 잠재력을 가지고 있는 베트남 식품을 알리기 위해서 어떤 것이 필요한 걸까요 베트남 음식이 한국에 알려진 것은 많은 한국관광객이 베트남을 여행하면서 음식과 식품을 소개 했고 한국에 베트남 사람들이많이 거주하면서 부터 입니다. 또한 한국음식과 식품은 베트남에 그 동안 많은 한국드라마가 방영되면서 소개 되었고 그 이후에 많은 한국식당이 생기면서 부터 한국식품 회사들이 베트남에 진출하게 되었습니다. 그럼 다음은 베트남 진출한 많은 한국 식품회사들이 베트남 소비자들을 위해 어떠한 노력을 하고 있는지 알아 보겠습니다" "이곳은 롯데마트에서 현재 K-foorand 행사가 열리는K-foorand 존입니다. 한국의 식품회사들과 정부는 한국식품들을 알리기 위해 다양한 노력을 하고 있습니다. 그 동안 한.베 음식문화 축제 및 다양한 시식행사 및 프로모션을 비롯해 2017년 진행된 K-FOORAND 행사 등 여러 가지 시도를 하고 있습니다 관계자의 말을 한번 들어보겠습니다 " [K-FOORAND은 베트남을 포함한 동남아 사람들께 한국식품을 소개하기 위해 만들었습니다. KOREA와 FOOD, FRIEND을 조합하여 만든 단어로 한국음식은 여러분의 친구라는 의미입니다. 한국에서 검증된 8개 식품 회사와 농수산물유통공사, 한국식품산업협회가 함께 컨소시엄을 이루어 베트남 분들이 좀 더 편하고 손쉽게 한국식품을 접할 수 있도록 준비하여 진행되고 있습니다. 특히 오프라인에서는 K-FOORAND 존을 통해 손쉽게 한국식품을 구매할 수 있도록 했으며 페이스 북을 통한 온라인 홍보 및 베트남의 유명 셀럽들의 생생한 경험담 등을 통해 한국식품의 우수성을 알리고 있습니다. 해 연말에는 일반인을 대상으로 우수한 글을 올린 페이스북 이용자들에게 각종 상품을 주는 어워즈 및 세미나도 준비하고 있습니다.]	
	#17 AT 베트남 지사사무실(경남타워 12층) 농수산식품유통공사 최정기 지사장 인터뷰 (지사장과 인터뷰 내용 합의 후 대담 형식으로 진행) * 11월 14일 AT 하노이 지사 사무실에서(14:00) #18 대상 베트남 법인장 인터뷰 (법인장과 인터뷰 내용 합의 후 대담 형식으로 진행) * 11월18일 호치민시 대상 사무실에서	-한국식품을 알리는데 어려운 점은 무엇인가요? -베트남 정부에게 바라는 것은 조심해서 접근 할 것 -한국식품을 알리기 위해 향 후 더 노력해야 할 점은? -한국식품의 장점은 -한국의 메이저 식품회사로서 베트남에 진출한 이유는? -베트남 시장에서의 어려운 점은? -향 후 활동계획과 전망은? -K-FOORAND의 반응은? -베트남 소비자의 특징은?	모델 의상

	#19 K-FOORAND ZONE 윤병수부장 인터뷰 (11월 10일 오후 3시) -롯데마트 Kfoorand 스케치 및 소비자 인터뷰 -평상시 한국식품을 자주 구매하는 가? 와 한국식품을 구매하면서 아쉬운점은? -오늘 어떤 제품을 구입을 했는지? 와 한국 식품을 왜 구매를 하는지? #20 리포터 멘트	[엄선된 품질의 한국식품을 보다 편하게 베트남 소비자들이 즐길 수 있도록 저희는 최선의 노력을 다하고 있습니다. 앞으로도 한국 식품회사와 관련하여 많은 행사를 준비하고 있으며 언제든지 롯데마트에 오시면 최고의 서비스를 소비자에게 제공할 것입니다] "기업과 정부가 하나의 목표로 함께 힘을 합쳐서 끌고 나가는 힘이 정말 대단하게 느껴지네요. 아직은 시작에 불과하지만 이들의 이런 노력이 시사하는 점은 분명히 크다고 생각합니다. 우리 베트남도 다른나라에 우리의 식품과 음식을 알리기 위해 조금 더 노력해야 하지 않을까요?	
챕터2	#21 K-FOORAND 존의 소비자 리액션 자막으로 한국식품을 선택한 이유는 (소비자 대답으로만 몽타쥬 구성) #22 정식품 베지밀 소비자 #23 대두 양갱 #24 삼육식품 아몬드 호두 #25 대상 청정미역 #26 리포트 롯데마트를 배경으로 멘트 * 11월 18일 촬영- 오후	[내 아내가 임신 중인데 이 제품이 모유수유에 아주 좋다고 해서요. 같은 회사 여직원의 추천으로 사려고 왔습니다] [저희 할아버지가 좋아하세요. 한국 분이 선물로 주셨는데 드시고는 계속 찾으셔서요] [아침에 식사대용으로 좋고, 운동할 때 특히 좋은 것 같아요 몸에 좋은 것들만 들어있어서요] [한국 드라마에서 미역국이라는 걸 봤는데 맛있어 보여서요. 한번 요리해서 먹어볼까 고민중이에요] "한국식품의 또 다른 특징은 소비자 타겟이 매우 세분화되어 있다는 점입니다. 임신부라던지 건강을 위한 음료라던지 분명한 목표를 가지고 만들어졌다는 점이죠. 단순히 개인의 기호를 넘어서 식품의 효능을 극대화 하고 있습니다. 그런데 저는 여기서 궁굼증이 더 커졌습니다. 그러면 지금 현재 베트남에서의 한국식품들은 어떤 평가를 받고 있을까요? 그들의 노력만큼 일반적으로 인정받을 만한 성과를 내고 있을까요? 직접 확인해 볼까요?	

구성	video	audio	time
챕터3	#1 거리에 설치된 설문판 (인터뷰 촬영) (사람들이 스티커로 자신의 의견을 표출) * 11월 18일 촬영 (호치민시 중심가에서-오후에) #2 설문결과를 보며 리포터 멘트 #3 베트남의 유명 외국 식당 인서트 다양한 음식을 즐기는 베트남인들의 모습	-설문 1 : 다음 중 가장 좋아하는 나라의 음식은? 1)한국 2)일본 3)이탈리아 4)미국 5)프랑스 6)인도 -설문 2 : 한국음식의 맛을 표현해 주세요 1)맛있다 2)맵다 3)싱겁다 4)맛없다 -설문 3 : 한국식품을 구매할 생각이 있나? 1)있다 2)없다 -설문 4 : 한국식품을 구매하는 이유는? 1)맛있어서 2)건강에 좋을 것 같아서 3) 믿을 수 있어서 4) 기타 "한국식품 회사들의 노력에도 아직 갈 길이 먼 것 같군요. 베트남 사람들의 입맛은 호락호락하지 않으니까요.(웃음)"	
	#4 한국 레스토랑에서 리포터 멘트 * 11월 25일 한식당 중식시간에 #5 베트남 유명대학 식품학과 연구실 식품학과 교수 인터뷰 (협의 후 대담 진행) * 11월 15일 하노이 탕롱대학에서 #6 K-FOORAND 어워즈 장면(호치민) 수상자들의 밝은 모습 & 환호하고 박수치는 모습 세미나 현장 스케치	" 우리는 한국식품회사들과 한국정부가 자신들의 음식을 알리기 위해 어떤 노력을 하는 지 알아봤습니다. 이제부터 베트남도 음식과 식품을 적극적으로 알리는 노력을 좀더 해야 할 것 같습니다. 이런 노력에도 불구하고 여러 나라에, 새로운 시장을 개척하고 사람들의 입맛을 만족시키는 일이 결코 쉬운 일이 아닐 것입니다.. 오늘날 인터넷의 발달로 어느 곳에서 원하는 나라의 식품재료 직접 구매하는 것이 어렵지 않게 되었습니다. 우리는 전에는 쉽게 접 할 수 없었던 수 많은 음식의 재료와 새로운 식품을 쉽게 접할 수 있게 됐습니다. 한국에서의 쌀 국수와 베트남에서의 김치는 이제 일상이 되었습니다. 그렇다면 우리의 음식문화는 앞으로 어떻게 바뀌게 될까요? "이제 우리 베트남도 훌륭한 음식과 식품을 세계적으로 알릴 수 있도록 기업과 정부가 과학적이면서 체계적인 매뉴얼을 만들어 세계인의 입맛에 맞는 식품을 알릴 수 있도록 좀 더 노력을 해야 할 시점이라 생각합니다. 좋은 식품과 음식은 많은 사람들의 건강을 만들 수 있습니다. 인간이 느낄 수 있는 후각, 시각 ,미각이 있지만 그 중에서 미각을 즐기는 것은 인간의 가장 큰 행복이라 생각합니다.	
OUTRO	#1 롯데마트 매장 -다양하게 진열 되어 있는 베트남 식품들 -베트남 식품을 구매하는 소비자들 -롯데마트 음식코너에서 베트남 음식을 먹는 사람들 -롯데마트에서 쇼핑을 하는 많은 사람들 스케치 * 11월 18일 롯데마트 남사이공 점 #4 리포터가 화면 정면을 보면서 멘트 END	" 좋은 음식과 식품은 우리를 웃게 하고 우리의 삶을 행복으로 채워줍니다. 오늘 저녁 여러분의 식탁은 과연 어떤 식 재료로 만든 음식이 식탁에 올려 질까요 ? 그건 여러분의 선택하셔야 합니다" "오늘 저녁은 한국음식 어떠세요 * 이 부분은 좀 더 고민을 해 봐야 할 것임	

X 참가기업 출장

1. 동남아 수출기업사절단 운영

❑ 개요

○ 사절단명 : 2017 동남아 농식품 수출 기업 사절단

○ 일자/국가 : ‘17. 4. 25(화) ~ 29(토)/3박5일, 베트남·태국

○ 주요행사

- K-FOORAND ZONE 개장식(호치민 롯데마트 남사이공점)
- MOU체결 : 농림축산식품부-한국식품산업협회-롯데마트
- 베트남, 태국 현지 대형 유통업체 시장조사
- 수출상담회(2회) : 베트남(바이어 참가 91개사), 태국(바이어 참가 44개사)

○ 농식품 수출기업사절단 파견규모 : 2개 협회, 수출기업 25개사

- 협회(2) : 한국식품산업협회, (사)한국쌀가공식품협회
- 가공(19) : 농심, ㈜대상, 진주햄 등 중견기업(11), 코메가 등 6차·중소기업(8)
- 신선(6) : 리마글로벌(신선종합), 농협무역(종합), 탑푸르트(딸기), 녹차, 신선육

구분	소속	업체명	주요품목	참가자	비고
협회		한국식품산업협회	가공식품 등	이창환 협회장	
				고학수 전무이사	
				김기태 팀장	
협회		(사)쌀가공식품협회	쌀가공식품	이종규 상무	
1	중견	㈜농심	스낵, 라면류 등	이용한 팀장	베트남

2	중견	㈜대두식품	양갱, 빙수젤리 등	조성용 대표	
3	중견	대상주식회사	장류, 김치, 소스류	정동협 팀장	
4	중견	빙그레	아이스크림, 유제품	이면우 차장	
5	중견	삼육식품	두유	김기완 부장	
6	중견	㈜정식품	두유	이재민 대리	
7	중견	㈜팔도	면류, 음료류	황보민 지점장	베트남
8	중견	칠갑농산	떡볶기, 소스류	이영주 대표	
9	중견	롯데리아	햄버거식재료	주경호 대리	
10	중견	롯데마트	롯데 PB상품	김동화 과장	베트남
11	중견	㈜진주햄	어육소시지	최정목 차장	
12	6차	예당식품	사과·배주스	김동복 대표	
13	6차	풀로원(주)	즉석죽, 즉석밥	양승기 대표	
14	6차	금산흑삼주식회사	흑삼	고태훈 대표	
15	6차	㈜코메가	들기름 등	정훈백 대표	
16	가공	태영식품	소스류	전찬식 전무	
17	가공	㈜밀원	본가안흥찐빵	박중신 대표	
18	가공	경기인삼공사	인삼류, 기타가공	허승민 본부장	
19	가공	CNK	음료류	최성항 대표	베트남
20	신선	㈜리마글로벌	신선종합	이나미 상무	
21	신선	㈜농협무역	신선종합	권혁신 소장	
22	신선	동서농산(주)	배, 단감	한정우 차장	
23	신선	탑푸르트주식회사	딸기	전제표 대표	
24	신선	비젼코리아	녹차	김창균 대표	
25	신선	태우그린푸드	신선육	조규용 상무	태국

❍ 주요일정

일자	시 간	주요 내용	비 고
4/25 (화)	18:20~21:35	○ 출국 (인천 → 베트남 호치민) **<5시간15분>**	KE0683
	22:30~	○ 호텔 체크인	Sofitel Saigon Plaza
4/26 (수)	09:00~11:30	○ **호치민식품박람회(Food & Hotel Vietnam 2017)참관** * 한국관 참가규모 : 42개사	쉐라톤호텔 aT담당자에게 B2B 샘플전달
	11:30~13:30	○ **농식품 수출기업사절단 초청 간담회** * 참석 : 농식품부장관, 식품산업협회장, 수출기업 25개사 등	쉐라톤호텔 2층 사이공룸
	14:00~18:00	○ **수출상담회 B2B** * 참가규모 : 71개사(업체 22, 바이어 49)	쉐라톤호텔 3층 볼룸3
	16:00~17:00	○ **베트남 롯데마트 <K-Foorand> 개장식** * 참석 : 농식품부장관, 식품산업협회장 등 관계자 * 개막식, 테이프컷팅, MOU체결(롯데마트-협회-농식품부), 호치민TV인터뷰	롯데마트 (남사이공점)
	18:00~20:00	○ **베트남 우수 바이어 및 참가업체 초청 만찬** * 참석 : 125명(업체 65개사, 바이어 40, 행정 20) * 우수바이어 감사패 수여 및 업체 건의사항 청취	쉐라톤호텔 3층 볼룸2,3
4/27 (목)	09:00~14:30	○ **베트남 지역 시장조사** - GIANT Mart, Co.op Xtra, 롯데마트 남사이공점, Cho Ben Thanh	
	14:30~16:30	○ 이동 및 출국 수속	
	16:55~18:30	○ 이동 (베트남 호치민 → 태국 방콕) **<1시간45분>**	VN603
	20:00~21:30	○ **태국 시장 진출을 위한 수출확대 간담회**	The Conrad Hotel
4/28 (금) ~ 4/29 (토)	09:00~14:00	○ **태국 지역 현지 유통매장 시장조사** - Big C, Central Embassy 등	
	14:00~18:00	○ **수출상담회 B2B** * 참가규모 : 52개사(업체 22, 바이어 30)	The Conrad Hotel 4층 Ballroom 1,2
	18:00~18:30	○ **Central Group Central Food Retail(CFR) 임원진 면담** * MOU체결관련 협의, 수출확대방안 논의 등	The Conrad Hotel 2층 Singapore 룸
	18:30~20:00	○ **태국 우수 바이어 초청 만찬** * 참석 : 72명(업체 22개사, 바이어 30, 행정 20) * MOU체결 : aT ↔ Top's Supermarket * 우수바이어 감사패 수여 및 업체 건의사항 청취	The Conrad Hotel 4층 Ballroom 2&3
	00:10~07:45	○ **귀국 (태국 방콕 → 인천) <5시간35분>**	KE0658

❑ 주요내용

○『新남방정책』수출기업사절단 초청 오찬간담회

◦ 일시/장소 : ‘17. 4. 26(수), 11:30 / 쉐라톤 호텔 Ballroom

◦ 주요 참석자 : 농식품부 장관, 협회 이창환 회장, aT 관계자, 수출기업사절단 45명 등

◦ 주요내용

- 베트남 시장 진출 방안 협의
- 비관세장벽 등 수출애로사항 및 건의 사항 등

○ 베트남 현지 대형유통매장 방문 및 시장조사

◦ 일시/장소 : ‘17. 4. 27(목), 10:00 / 베트남 대형유통매장 및 재래시장 등

◦ 주요 참석자 : 협회 이창환 회장, 수출기업사절단 30여명 등

◦ 주요내용

- 현지 시장 조사 및 유통실태조사

① 자이언트 마트 GIANT Mart

・주소 : TANG B1 Crescent mall 101 ton dat tien Q 7 TPHCM

・특징 : 현지베트남 마트로서, 한국 과일(사과, 곶감, 배 등), 채소, 가공식품, 냉동식품 등 판매

② Co.op Xtra

・주소 : 1058 nguyen van Linh, Tan phong Quan 7 TPHCM

・특징 : 현지베트남에 제일 큰 마트로, 주로 한국 과일 (사과, 배 등), 채소, 가공식품(김, 과자, 미역, 당면, 고추장, 된장, 삼장 등), 냉동제품(만두, 햄, 어목 등) 등 종합 판매

③ 롯데마트 남사이공점

・주소 : lan van Ben, Tân Hưng, District 7, Ho Chi Minh

・특징 : 호치민시 7군에 있는 남사이공점, 2008년 말 롯데마트 베트남 1호점 오픈, 매장 면적 34,000m^2로 현지 업체와 차별화 해 영화관, 문화센터 등 문화・편의 시설 강화

④ Cho Ben Thanh (벤탄 재래 시장)

・주소 : 36-34-32-30 Phan Bội Châu, Bến Thành, Quận 1, Hồ Chí Minh

・특징 : 프랑스 식민 정부시절인 1941년 오픈한 호치민 대표적 재래시장, 2000여개 상점 입점, 볼거리 먹거리 등 관광 상품으로 도시의 명물로 발전

○ 동남아 수출기업사절단 간담회

◦ 일시/장소 : '17. 4. 27(목), 20:00 / 태국 유천

◦ 주요 참석자 : 농식품부 이정삼 과장, aT 관계자, 수출기업사절단 30여명 등

◦ 주요내용

- 동남아시아 수출 확대 방안 공유
- 수출기업사절단의 애로사항 및 건의사항 청취

○ 태국 현지 대형유통매장 방문 및 시장조사

◦ 일시/장소 : '17. 4. 28(금), 10:00 / 태국 대형유통매장 및 재래시장 등

◦ 주요 참석자 : 협회 이창환 회장, 수출기업사절단 30여명 등

◦ 주요내용

- 현지 시장 조사 및 유통실태조사

① 방콕 Big C

・주소 : 97/11 Rajdamri Rd. Lumpini, Pathumwan Bangkok 10330

・특징 : 태국 방콕에 본사를 둔 프랑스의 Casino그룹이 보유한 대형 쇼핑몰로 한국 가공식품이 식품군별로 전시 및 판매 되고 있음

② 방콕 센트럴엠버시 쇼핑몰 (Central Embassy)

・주소 : 8 1031 Ploenchit road Lumpini Khet Pathum Wan, Krung Thep Maha Nakhon 10330

・특징 : 태국 최대의 유통그룹인 센트럴 그룹 소유의 쇼핑몰로 고급스럽게 전시하여 신선 및 가공식품 판매

○ 동남아 수출사절단 성과확산 간담회

◦ 일시/장소 : '17. 5. 8(월), 11:20 / 세종컨벤션센터 4층

◦ 주요 참석자 : 농식품부 차관, 식품산업정책실장, 수출진흥과장, aT관계자, 수출기업사절단 27명 등

◦ 주요내용

- 동남아 수출사절단 출장 성과
- 농식품 수출 다변화를 위한 동남아 진출 추진방향
- 동남아시아 국가별/품목별 세부 수출 확대 방안
- 수출기업사절단 성과공유(USB 전달)

❑ 주요행사 사진

호치민 식품박람회 참관(4. 26)

수출기업사절단 초청 간담회 참석(4. 26)

K-FOORAND ZONE 개장식(4. 26)

시장조사 - 자이언트 마트(4. 27)

시장조사 - Co.op Xtra (4. 27)

시장조사 - 롯데마트 남사이공점(4. 26)

시장조사 - Cho Ben Thanh (벤탄 재래 시장)(4. 26)

시장조사 - 방콕 Bic C(4. 28)

시장조사 - 센트럴엠버시 쇼핑몰(4. 28)

2. K-FOORAND 행사 사전 출장 (1 ~ 2차)

❑ 개요

○ 일자/국가 : (1차) ‘17. 9. 25(월) ~ 29(금)/4박5일, 베트남

(2차) ‘17. 11. 13(월) ~ 17(금)/4박5일, 베트남

○ 출 장 자 : (1차) 민성식 부장, 여민규 대리

(2차) 민성식 부장, 김기태 팀장

○ 주요일정

- 현지 롯데마트 협업 업무회의 및 특별존 점검
- 베트남 현지 대형유통업체 간담회 준비
- 참가기업 현지 애로사항 파악 및 대응
- SNS 스타 챌린지, 나도 SNS스타, CF, 포럼 및 어워드 준비사항 확인
- KOTRA 호치민 무역관 간담회 준비

❑ 주요행사 사진

K-FOORAND CF 촬영(9. 26)	K-FOORAND CF 호치민 TV 방영(9. 27)

<table>
<tr><td>
</td><td> </td></tr>
<tr><td>KOTRA 호치민 무역관 담당자
업무협의(11. 14)</td><td>K-MART 업무협의(11. 14)</td></tr>
<tr><td>
</td><td> </td></tr>
<tr><td>현지 롯데마트 협업 업무회의(11. 15)</td><td>롯데마트 특별존 인테리어업체 미팅(11. 15)</td></tr>
<tr><td>
</td><td>
</td></tr>
<tr><td>
</td><td>
</td></tr>
<tr><td colspan="2">현지 롯데마트 K-FOORAND ZONE 및 시식행사 점검(11. 15)</td></tr>
</table>

VIN MART 업무협의(11. 16)

다큐멘터리 제작업체 업무협의(11. 16)

3. K-FOORAND 본 행사 출장

❑ 개요

○ 명칭 : K-FOORAND 2017 in Vietnam

○ 일정 : 2017년 12월 4일(월) ~ 8일(금), 4박 5일간

○ 국가 : 베트남

○ 주요행사

- KOTRA 호치민 무역관 간담회
- 베트남 현지 대형 유통업체 시장조사
- 베트남 현지 대형 유통업체 간담회
- K-FOORAND DAY
- K-FOORAND ZONE 시찰
- 한·베 식품산업 발전방안 포럼
- K-FOORAND 품평회
- K-FOORAND AWARDS

❑ 참가자 리스트(33명)

No	참가사	직책	참가자명	비 고
1	한국식품산업협회	회장	이창환	
2		부회장	이광호	
3		전무이사	고학수	
4		부서장	민성식	12. 1 ~ 12. 8
5		팀장	김기태	
6		대리	여민규	12. 1 ~ 12. 8
-	농심	팀장	이용한	농심 내부사정으로 불참 (12 1 부서이동으로 담당자 미배정)
-		과장	박성호	
7	대두식품	본부장	김삼기	
8		대리	이종규	
9	대상	팀장	정동협	
10		매니저	채정화	

11	롯데리아	상무	허재필	
12		과장	김혁용	
13	빙그레	차장	이면우	
14		팀장	서재홍	
15	삼육식품	이사	심길섭	
16		부장	최영규	
17	정식품	부장	임차열	
18		담당	정다희	
19	팔도	팀장	조홍철	
20		대리	조용하	
21	롯데마트	대리	나채영	
22	주한 베트남 대사관	무역담당관	오광휘	
23	서울대학교 농경제학부	교수	임정빈	
24	한국농촌경제연구원	박사	최지현	
25	농림축산식품부 수출진흥과	과장	김민욱	12. 5 ~ 8
26		사무관	정수연	
27		차장(aT파견)	오신영	
28	식품의약품안전처	과장	한상배	12. 6 ~ 8
29		주무관	정인권	
30	aT	실장	김형목	하노이 12. 4 ~ 6
31		대리	윤진형	호치민 12. 6 ~ 8
32	(주)동서	부사장	김진수	자비로 참가
33	김·장 법률사무소	변호사	강동근	자비로 참가

❑ 출장관련

○ 일정 : '17 12. 4(월) ~ 8(금), 4박 5일

○ 항공 (출/입국) : 아시아나항공 (OZ) *출국 중심

날짜	항공	출발지	도착지	출발시각	도착시각
12/04(월)	OZ 735	인천	호치민	19:15	22:40
12/08(금)	OZ 732	호치민	인천	12:10	19:20

○ 호 텔 : 롯데 레전드 호텔 사이공 ★★★★★

- 일자 : 12. 4 ~ 8(4박)

* 2A-4A Ton Duc Thang Street District 1, Ho Chi Minh, Vietnam
Lotte Legend Hotel Saigon / TEL. +49 228 72690 * 공항 ↔ 호텔 : 25분(7.6km)

❑ 주요일정

일자	시 간	주요 내용	비 고
12/4 (월)	19:15~22:40	○ 출국 (인천 → 베트남 호치민) <5시간30분>	OZ735
	23:00~	○ 호텔 체크인	롯데 레전드 호텔 사이공
12/5 (화)	10:00~12:00	○ 베트남 현지 시장조사 - Big C Pandora Trường Chinh * 참석 : 한국식품산업협회장, 참가기업 담당자, 한국 연사 등	
	12:30~15:00	○ KOTRA 호치민 무역관 간담회 * 참석 : 한국식품산업협회장, 참가기업 담당자, 한국 연사, 호치민 무역관 부관장 등	KOTRA 7층 수출인큐베이터 회의실
	15:00~18:00	○ 베트남 현지 시장조사 - Emart Go Vap * 참석 : 한국식품산업협회장, 참가기업 담당자, 한국 연사 등	
	18:00~20:00	○ K-FOORAND 참가기업 간담회 * 참석 : 한국식품산업협회장, 참가기업 담당자, 한국 연사 등	관응온 (현지식)
12/6 (수)	11:00~13:00	○ 주 호치민 대한민국 총영사관 방문(11:00~13:00) * 참석 : 한국식품산업협회 전무, 참가기업 담당자, 한국 연사, 농식품부 과장, 주 호치민 총영사관(박노완 총영사) 등	주 호치민 대한민국 총영사관
	11:00~13:00	○ 베트남 현지 시장조사 - Co.opmart Nhiêu Lộc *참석 : 한국식품산업협회장, 참가기업 담당자 등	
	15:00~17:00	○ 현지 대형 유통업체 간담회 * 참석 : 한국식품산업협회장, 참가기업 담당자, 한국 연사, 농식품부 과장, 베트남 현지 대형유통업체 관계자 등	Liberty Hotel Saigon South 회의실
	17:00~18:00	○ 롯데마트 특별존 시찰 * 참석 : 한국식품산업협회장, 참가기업 담당자, 한국 연사, 농식품부 과장 등	롯데마트 남사이공점
	18:00~19:00	○ K-FOORAND DAY 행사 * 참석 : 한국식품산업협회장, 참가기업 담당자, 한국 연사, 농식품부 과장 등	롯데마트 남사이공점 행사장
	19:00~20:30	○ K-FOORAND 참가기업 만찬 * 참석 : 한국식품산업협회장, 참가기업 담당자, 한국 연사, 농식품부 과장, 식약처 과장 등	아리랑
12/7 (목)	10:00~16:00	○ 한·베 식품산업 발전방안 포럼 * 참석 : 한국식품산업협회장, 참가기업 담당자 등 관계자 * 총 100여명 참석	젬센터 5층
	16:00~16:30	○ 참석자 티타임 * 참석 : K-FOORAND 관련 출장자 및 한·베 연사 30여명 등	젬센터 5층
	13:00~13:30 16:00~16:30	○ K-FOORAND 품평회 * 참석 : 포럼 및 시상식 관련 참석자 등 200여명	
	16:30~19:00	○ K-FOORAND AWARDS * 참석 : 시상식 관련 참석자 등 200여명 * 우수샐럽 시상 및 우수업체 감사패 수여	젬센터 5층
12/8 (금)	12:05~19:25	○ 귀국 (베트남 호치민 → 인천) <5시간20분>	OZ732

<주요내용>

❑ 베트남현지 시장조사(현지대형유통업체 방문)

○ 일정/장소 : 2017년 12월 5일(화)

10:00~12:00, 현지대형유통업체(빅씨마트)

15:00~18:00, 현지대형유통업체(이마트)

○ 주요참석자 : 23명

(협　　회) 이창환 회장, 이광호 부회장, 고학수 전무이사 등 6명

(참가기업) 대두식품, 대상, 롯데리아, 빙그레, 삼육식품, 정식품, 팔도, 롯데마트 담당자 15여명

(참 가 자) 임정빈 교수, 최지현 박사

○ 주요내용

- 현지 시장 조사 및 유통실태조사
- 방문점

① Big C Pandora Trường Chinh

- 주소 : 1/1 Trường Chinh, Tây Thạnh, Tân Phú, Hồ Chí Min
- 특징 : 태국 방콕에 본사를 둔 프랑스의 Casino그룹이 보유한 대형 쇼핑몰로 한국 가공식품이 식품군별로 전시 및 판매 되고 일부 상품의 프로모션이 자주 이루어져 베트남 현지인이 자주 이용하는 마트임

② Emart Go Vap

- 주소 : 366 Phan Văn Trị, Phường 5, Gò Vấp, Hồ Chí Minh
- 특징 : 동남아시아 지역에 낸 이마트 첫 번째 점포로 1만578㎡(3200평) 규모에 달함. 현지에서 인기가 좋은 한국 브랜드를 전면에 배치해놓았으며 이마트가 직접 공급하는 해외 우수상품과 함께 데이즈·노브랜드 등 자체 기획상품을 모은 별도 매장이 구성되어 있음. 델리 코너에서는 베트남 전통음식뿐 아니라 김밥과 통닭 등 다양한 K푸드를 선보임

❑『 KOTRA 호치민 무역관 』간담회

○ 일정 : 2017년 12월 5일(화) 12:30~15:00

○ 장소 : KOTRA 7층 수출인큐베이터 회의실

○ 주요참석자 : 26명

(협　　회) 이창환 회장, 이광호 부회장, 고학수 전무이사 등 6명

(참가기업) 대두식품, 대상, 롯데리아, 빙그레, 삼육식품, 정식품, 팔도, 롯데마트 담당자 15여명

(참 가 자) 임정빈 교수, 최지현 박사

(KOTRA 호치민무역관) 홍성우 부관장, 신지훈 과장, 김혜리 과장

* 홍성우 부관장(이화여대, 美 UC 버클리大 MBA, 뉴욕무역관/프로젝트총괄팀)

* 호치민 무역관 윤주영 관장은 행사기간 중 한국 출장으로 부재

○ 주요내용

- KOTRA호치민 무역관 홍성우 부관장의 베트남 현지 경제 현황 및 동향관련 발표 및 참가기업 Q&A
- 한·베 식품산업 동향 파악 및 상호 협력방안 모색
- 현재 베트남 내 산업 및 시장 트렌드에 관한 논의

○ 성과

- 베트남 시장 분석을 통해 참가기업에 베트남 소비시장 진출을 위한 과제, 시장 트렌드 등을 제시해 줌으로써 한국식품의 베트남 진출을 위한 개요를 제시했다고 볼 수 있음. 홍성우 부관장의 발표와 더불어 Q&A를 통해 현지에서의 한국식품에 대한 인식과 현지 식품 트렌드와 걸맞는지 등 한·베 식품산업에 대한 활발한 논의가 이루어졌음

❑ K-FOORAND 참가기업 간담회

○ 일정 : 2017년 12월 5일(화) 18:00~20:00

○ 장소 : 관응온(현지식)

○ 주요 참석자 : 23명

(협　　회) 이창환 회장, 이광호 부회장, 고학수 전무이사 등 6명

(참가기업) 대두식품, 대상, 롯데리아, 빙그레, 삼육식품, 정식품, 팔도, 롯데마트 담당자 15여명

(참 가 자) 임정빈 교수, 최지현 박사

○ 주요내용

- K-FOORAND 행사 참여기업 교류 협력 및 애로 및 건의사항

❑ 주 호치민 대한민국 총영사관 방문

○ 일정 : 2017년 12월 6일(수) 11:00~13:00

○ 장소 : 베트남호치민 총영사관

○ 주요 참석자 : 14명

(협　　회) 고학수 전무이사, 민성식 부장

(참가기업) 동서 김진수 부사장, 롯데리아 허재필 상무, 김혁용 팀장

(참 가 자) 서울대학교 임정빈 교수, 한국농촌경제연구원 최지현 박사

(김·장법률사무소) 강동근 변호사, 안우진 변호사

(농식품부) 수출진흥과 김민욱 과장, 정수연 사무관, 오신영 차장(aT파견)

(총영사관) 박노완 총영사, 윤병원 영사

○ 주요내용

- 한·베 양국의 식품산업 현황 및 발전 방안
- 현지 시장 상황 및 베트남 진출 기업현황 청취

❑ 베트남현지 시장조사(현지대형유통업체 방문)

○ 일정 : 2017년 12월 6일(수) 11:00~13:00

○ 장소 : 현지대형유통업체(꼽마트)

○ 주요참석자 : 19명

(협　　회) 이창환 회장, 이광호 부회장 등 4명

(참가기업) 대두식품, 대상, 빙그레, 삼육식품, 정식품, 팔도, 롯데마트 담당자 13여명

(참 가 자) 임정빈 교수, 최지현 박사

※ 총영사관 방문 인원 제한으로 2개의 파트로 나누어 운영

○ 주요내용

- 현지 시장 조사 및 유통실태조사
- 방문점

① Co.opmart Nhiêu Lộc

- 주소 : Tầng trệt cao ốc SCREC, Số 974A TP, Trường Sa, phường 12, Hồ Chí Minh
- 특징 : 방문한 다른 현지 대형유통업체들에 비해 규모가 작아 많은 한국 제품이 있는 편은 아님. 그러나 규모가 큰 Co.opmart Xtra지점에서는 주로 한국 과일(사과, 배 등), 채소, 가공식품(김, 과자, 미역, 당면, 고추장, 된장, 삼장 등), 냉동제품(만두, 햄, 어목 등) 등 종합 판매하는 점을 보아 추후 한국식품의 진출이 가능할 것으로 보임

❑ 현지대형유통업체 간담회

○ 일정 : 2017년 12월 6일(수) 15:00~17:00

○ 장소 : Liberty Hotel Saigon South 회의실(1층)

○ 주요 참석자 : 29명

(협　　회) 이창환 회장, 이광호 부회장, 고학수 전무이사 등 6명

(참가기업) 대두식품, 대상, 롯데리아, 빙그레, 삼육식품, 정식품, 팔도, 롯데마트 담당자 15여명

(참 가 자) 임정빈 교수, 최지현 박사

(농식품부) 수출진흥과 김민욱 과장, 정수연 사무관, 오신영 차장(aT파견)

(롯데마트) 윤병수 부장

(k-market) 이상윤 대표

(VIDIC) 노기호 대표

(빈 마 트) TRAN PHAM PHUC NGUYEN 이사

○ 주요내용

- 베트남 현지 로컬마트(빈마트, k-market)에 K-FOORAND ZONE 입점 협의 (호치민 우선 ⇨ 타지역 확대 계획)
- 현지 롯데마트 윤병수 부장의 베트남 현지 유통관련 발표 및 참가기업 Q&A
- K-food road map 제안(정부의 신남방정책에 발맞추어 차년도는 아시아 전체를 아우르는 K-FOOD ROAD 개척 프로젝트를 실시하여 K-FOOD 세계화 및 베트남을 중심으로 수출유망 동남아지역 대상으로 시장개척 활동 확산

- 운영 및 유통 주최의 일원화를 위한 센터 설립 및 위탁운영

· 수입통관 및 유통과정의 최소화로 인한 수출지연 애로사항 해결

· 상품수출 관련 인증업무(라이센스 취득 등) 및 자체 판매 운영

○ 성과

- 베트남 현지 롯데마트 내 K-FOORAND ZONE 구성을 위해 함께협력한 윤병수 부장의 실제 경험을 토대로 K-FOORAND의 실질적인 애로사항들과 추후 진행 방향을 들을 수 있어 차년도 사업에 대한 완성도가 더욱더 높아질 것으로 예상
- 한국 참가기업들과 베트남 현지 대형유통업체들에 더욱더 관심을 쏟아주기를 바라는 점들을 통해 간담회에 참여한 베트남 현지 대형 로컬마트 관계자와 한국 참가기업들 간의 좋은 교류가 이루어졌음

❑ 롯데마트 특별존 시찰

○ 일정 : 2017년 12월 6일(수) 17:00~18:00

○ 장소 : 롯데마트 남사이공점

· 469 Nguyen Huu Tho Street, Tan Hung, District 7, Ho Chi Minh City (84-8-3771-8989)

○ 주요 참석자 : 27명

(협　　회) 이창환 회장, 이광호 부회장, 고학수 전무이사 등 6명

(참가기업) 대두식품, 대상, 롯데리아, 빙그레, 삼육식품, 정식품, 팔도, 롯데마트 담당자 15여명

(참 가 자) 임정빈 교수, 최지현 박사

(농식품부) 수출진흥과 김민욱 과장, 정수연 사무관, 오신영 차장(aT파견)

(롯데마트) 윤병수 부장

○ 주요내용

- 롯데마트 남사이공점에 설치되어있는 K-FOORAND ZONE 현장 실사 및 판촉 점검

❑ K-FOORAND DAY 행사

○ 일정 : 2017년 12월 6일(수) 18:00~19:00

○ 장소 : 베트남 롯데마트 남사이공

○ 주요 참석자 : 28명

(협　　회) 이창환 회장, 이광호 부회장, 고학수 전무이사 등 6명

(참가기업) 대두식품, 대상, 롯데리아, 빙그레, 삼육식품, 정식품, 팔도, 롯데마트 담당자 15여명

(참 가 자) 임정빈 교수, 최지현 박사

(농식품부) 수출진흥과 김민욱 과장, 정수연 사무관, 오신영 차장(aT파견)

(롯데마트) 현지 강민호 법인장, 윤병수 부장

○ 주요내용

- K-FOORAND DAY 행사 참여

※ K-FOORAND DAY : K-FOORAND 식품의 우수성과 브랜드 정통성을 알리기 위한 베트남 현지 소비자 대상 오프라인 홍보이벤트(참가기업 8개사 제품 시식 및 K-POP 커버댄스 공연)

❑ K-FOORAND 참가기업 만찬

○ 일정 : 2017년 12월 6일(수) 19:00~20:30

○ 장소 : 아리랑(한식)

○ 주요 참석자 : 30명

(협　　회) 이창환 회장, 이광호 부회장, 고학수 전무이사 등 6명

(참가기업) 대두식품, 대상, 롯데리아, 빙그레, 삼육식품, 정식품, 팔도, 롯데마트 담당자 15여명

(참 가 자) 임정빈 교수, 최지현 박사

(롯데마트) 현지 강민호 법인장, 윤병수 부장

(농식품부) 수출진흥과 김민욱 과장, 정수연 사무관, 오신영 차장(aT파견)

(식 약 처) 식품안전정책과 한상배 과장, 정인권 주무관

○ 주요내용

- K-FOORAND 행사 관련 정부관계자 교류 협력
- 식품수출 애로사항 및 건의

❑ **한·베 식품산업 발전방안 포럼**(56페이지 참고)

○ 일정 : 2017년 12월 7일(목) 10:00~16:00

○ 장소 : 젬센터 5층

❑ K-FOORAND **품평회**(71페이지 참고)

○ 일정 : 2017년 12월 7일(목) 13:00~13:30 / 16:00~16:30

○ 장소 : 젬센터 5층

❑ K-FOORAND AWARDS(81페이지 참고)

○ 일정 : 2017년 12월 7일(목) 16:30~19:00

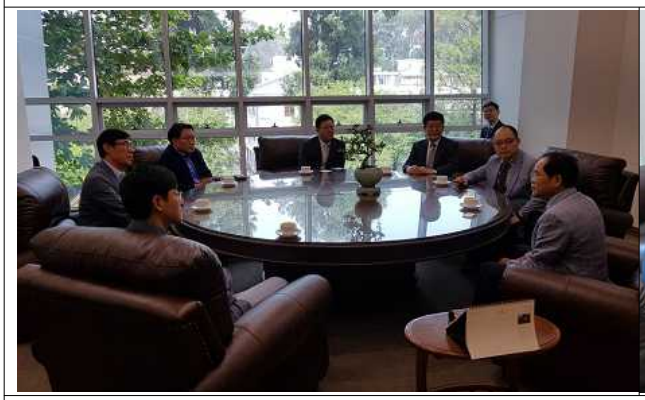
○ 장소 : 젬센터 5층

<주요행사 사진>

베트남 현지 시장조사 – Big C 마트 (12.5)

KOTRA 호치민 무역관 간담회(12.5)

베트남 현지 시장조사 – E 마트 (12.5)



호치민 총영사관 방문(12.6)

베트남 현지 시장조사 – Co.op 마트 (12.6)

현지대형유통업체 간담회(12.6)

롯데마트 특별존 시찰(12.6)

K-FOORAND DAY 참석(12.6)

한·베 식품산업 발전방안 포럼 참석(VIP룸)(12.7)

한·베 식품산업 발전방안 포럼 참석(12.7)

K-FOORAND 품평회 참석(12.7)

K-FOORAND AWARDS 참석(12.7)

X 설문조사

<온라인 설문조사>

❑ 설문 구성

- ❍ K-FOORAND의 행사만족도 및 향후 '18년 K-FOORAND 사업의 보완사항 등 시사점 확보를 위한 「K-FOORAND SNS 스타 챌린지 및 나도 SNS 스타 참여자 및 소비자」의 행사진행 관련 설문조사
- ❍ K-FOORAND가 베트남 소비자에게 한국 식품에 대한 인식과 만족도 등에 대한 설문 조사로 차후년도 사업을 대비한 미비점 및 선호도 등을 중심으로 설문

K-FOORAND 모바일 사이트 설문문항

K-FOORAND는 한국식품산업협회가 인정한
한국의 8개 기업의 제품을 소개합니다.

1. 당신의 성별은?
   ① 남성
   ② 여성

2. 당신의 나이는?
   ① 10대
   ② 20대
   ③ 30대
   ④ 40대
   ⑤ 50대 이상

3. 한국 식품에 대한 당신의 관심도는 어떻습니까?
   ① 매우많다
   ② 많다
   ③ 보통이다
   ④ 없다
   ⑤ 전혀없다

4. 한국 식품을 구입해서 먹어 본 적 있습니까?
   ① 없다
   ② 1~5회
   ③ 6~10회
   ④ 10~ 20회
   ⑤ 매우 자주

5. 한국 식품은 주로 어디에서 구입하십니까?
① 롯데마트
② 이마트
③ 꿉마트
④ 애온몰
⑤ 한국슈퍼
⑥ 각종 편의점

6. 한국 식품은 어떤 종류를 주로 드십니까?
① 음료, 아이스크림 등 디저트류
② 과자나 간식류
③ 라면류
④ 고추장, 된장, 쌈장 등 소스류
⑤ 기타

7. K-FOORAND 홍보를 어떻게 접하게 되었습니까?
① 롯데마트 판촉행사
② 포스터 홍보
③ 포털사이트 배너광고
④ 영상광고
⑤ 기타

8. K-FOORAND 행사를 통해 한국식품에 대한 이미지가 달라졌습니까?
① 구매 의사가 생겼다
② 이미지가 좋아졌다
③ 한국식품에 대한 호기심이 생겼다
④ 변화없다
⑤ 기타

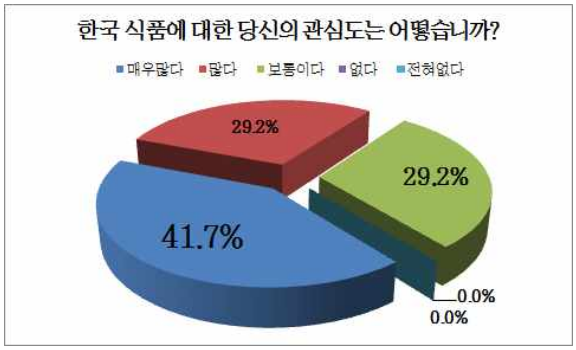
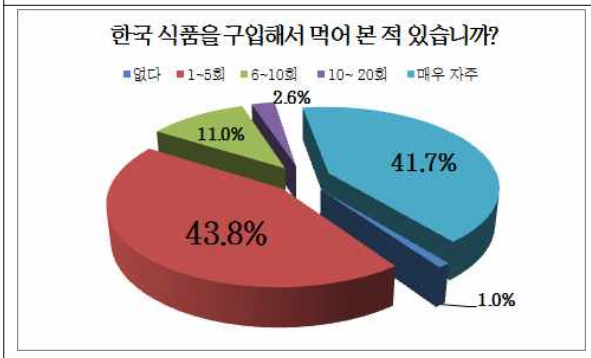
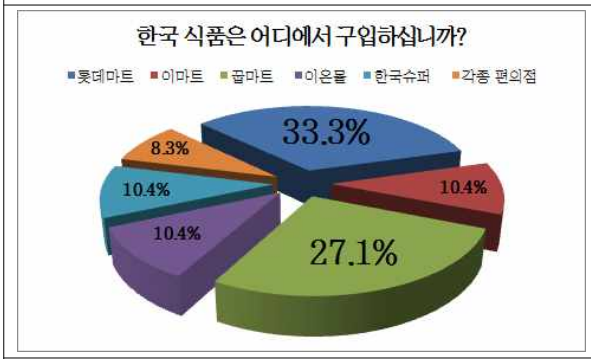
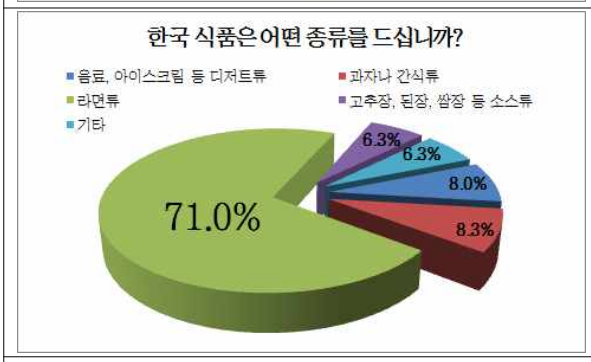
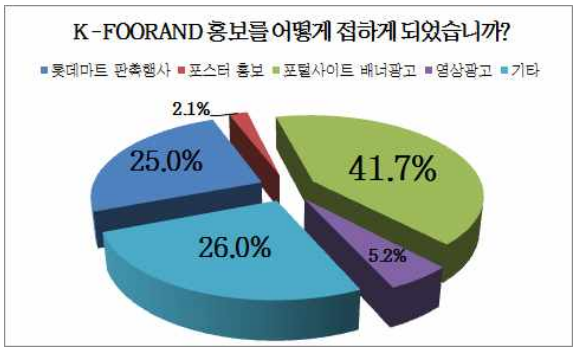
9. 이후, 한국식품을 구입할 계획이 있으십니까?
① 매우 많다
② 많다
③ 보통이다
④ 없다
⑤ 전혀 없다

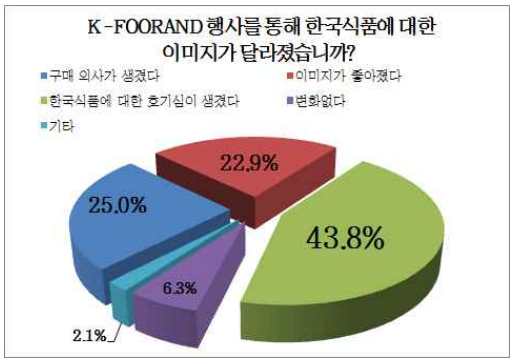
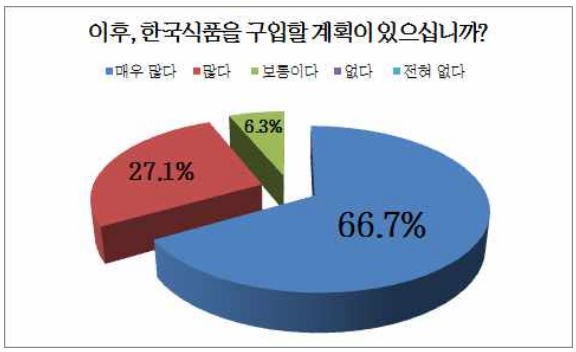
10. 베트남에서 접하는 한국식품에 대해 의견을 남겨주세요.
(예. 베트남에서 판매되기를 원하는 식품 종류 등)

❑ 조사 결과

○ 응답자 정보

- 전체 응답자 528명
- 남성 47명, 여성481명
- 10대 139명, 20대 352명, 30대 37명

<table>
<tr>
<td> 
</td>
<td>○ 한국식품에 대한 관심도
– 전체 응답자의 70% 이상이 한국 식품에 대한 긍정적인 관심을 보이고 있으며 부정적인 이미지는 미비할 것으로 조사</td>
</tr>
<tr>
<td> 
</td>
<td>○ 한국식품 구매도
– 1%를 제외한 응답자가 한국식품을 먹어본 경험을 갖고 있으며 42%가량이 매우 자주 먹고 있다고 응답
– 한국식품에 대한 높은 관심과 선호도 확인</td>
</tr>
<tr>
<td> 
</td>
<td>○ 한국식품 구입장소
– 응답자의 37.5%가 베트남 현지 대형 유통업체에서 한국식품을 구매하고 있었으며 베트남에 진출한 롯데마트가 가장 높은 수치(33.3%)
– 또한 10%이상이 한국슈퍼를 통해 한국 식품 구매</td>
</tr>
<tr>
<td> 
</td>
<td>○ 한국식품 선호도
– 응답자에게 월등히 높은 수치로 선호도가 가장 높은 한국 식품은 라면류
– 과자, 음료, 아이스크림 등 디저트 간식류도 15%가량 기록</td>
</tr>
<tr>
<td> 
</td>
<td>○ K-FOORAND 홍보 접한 곳
– 이번 K-FOORAND 홍보는 응답자에게 포털 사이트 배너 광고를 통한 유입이 42%로 가장 높았고 롯데마트 판촉 행사를 통한 홍보 효과가 그 뒤를 이음
– 그에 비해 영상광고는 미비한 것으로 조사 됨</td>
</tr>
</table>

<table>
<tr>
<td> 
</td>
<td>○ K-FOORAND 행사를 통한 한국식품의 이미지 변화
- K-FOORAND 행사는 응답자 90%이상에게 긍정적인 이미지를 심어주었고 25%의 응답자에게는 이번 행사가 한국식품의 소비촉진으로 이어짐</td>
</tr>
<tr>
<td> 
</td>
<td>○ 한국식품 향후 구매도
- 응답자에게 직접적인 구매의사를 묻는 문항에 94%가 구매의사를 밝혔고 K-FOORAND가 베트남 현지가 구매로 이어질 수 있는 기회가 되었음을 예측 가능</td>
</tr>
<tr>
<td colspan="2"><주관식. 한국식품에 대한 주요 의견>
- 다양한 라면 종류가 판매되면 좋겠다.
- 한국의 음식을 조리하기도 좋아한다. 김치를 만들고 싶다. 그에 따른 식자재도 구입하고 싶다.
- 한국 음식을 좋아한다. 더 다양한 종류를 맛보고 싶다.
- 한국의 해초류나 멸치와 같은 것도 맛있다
- 대부분의 한국음식은 베트남의 시골이나 외곽 지역에서 만나기 어렵다.(특히 남쪽 지방) 더 분발해 주시길 바랍니다.</td>
</tr>
</table>

Ⅳ 홍보 및 보도자료

Ⅰ CF 홍보 및 상영

1. CF 제작개요

❑ 촬영일시

- 2017년 9월27일(수) 23:00~9월28일(목) 07:00

❑ 촬영장소

- 롯데마트 남사이공점 (1F~2F)

❑ 촬영스텝

- 출연 연기자 15명/행사Staff 13명/관계자 10여명

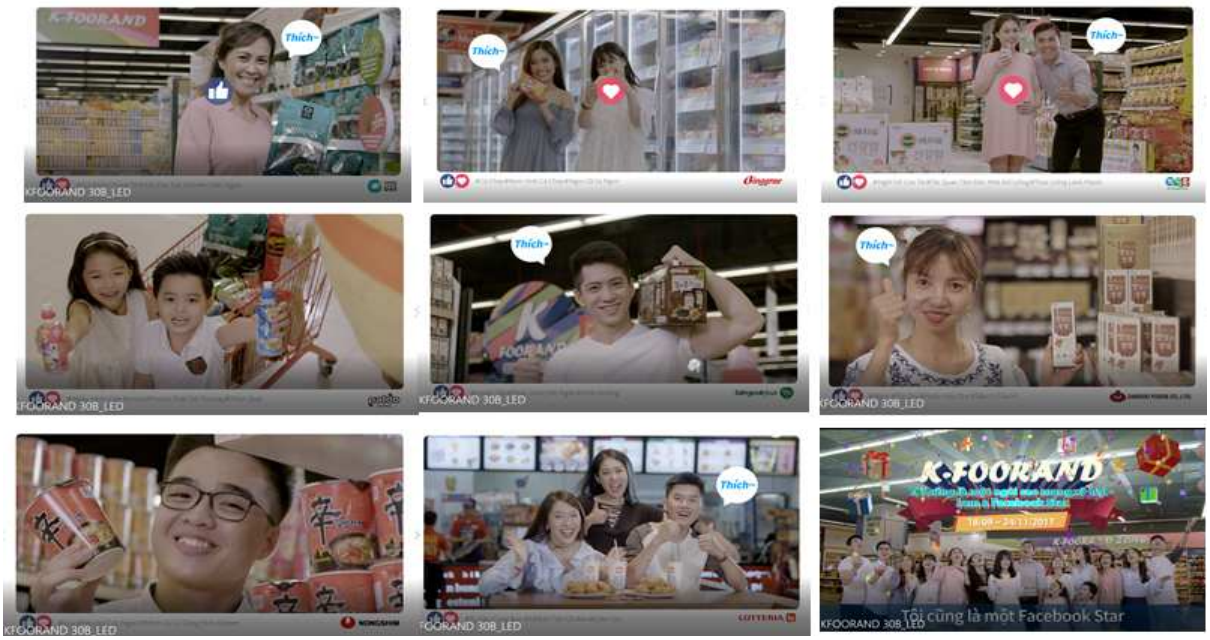
❑ 사전CONTI

❑ CF제작현장

❑ CF제작현장

○ 참가 8개사의 제품 특성과 K-FOORAND 행사내용을 홍보하는 전체 30초 CF제작

○ 띠꽈(“좋아요”)를 외치며 페이스북 등 SNS 참여유도 및 참가자들에게 다양한 상품이 제공된다는 메시지 전달



2. LCD모니터 상영

❑ **상영일시** : 2017년 10월21일(토) ~ 11월11일(토)

3주간 매일 06:00~22:00 /인터벌타임 5~6분/1일 120회

❑ **상영장소** : 호치민 26개 빌딩+하노이 19개 빌딩(총45개 빌딩)/ 주거용, 사무용 대형 오피스텔

❑ **상영매체** : 18인치 LCD모니터 총 86EA 상영/ 직접노출 예상 수(216,720회)

❑ **상영모습** *상영모습 별첨

3. 롯데시네마 상영

❑ **상영일시** : 2017년 11월13일(월) ~1 1월27일(월) 2주간 매일 5~6회 / 인터벌타임 3시간 내외

❑ **상영장소** : 호치민 3개상영관(Saigon south/Cong Hoa/Diamond)

하노이 3개 상영관(Landmark/Ha Dong/Thang Long)

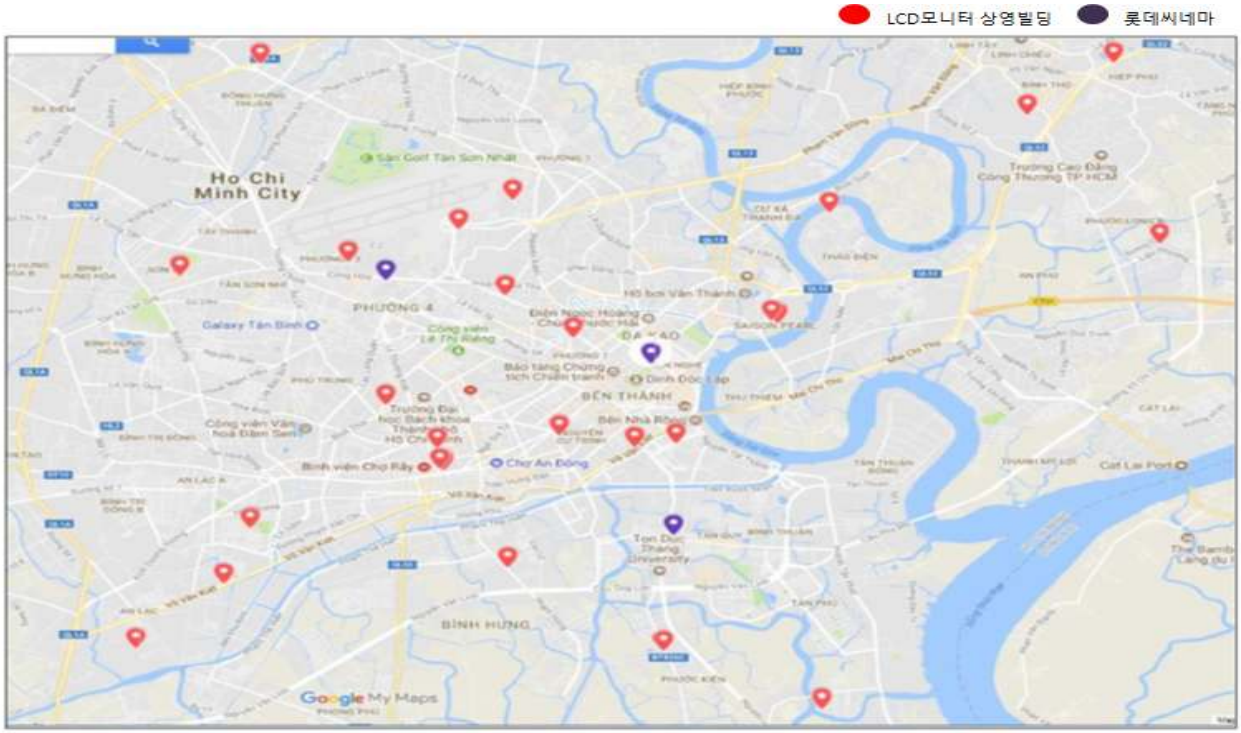
❑ **상영모습** *상영모습 별첨

롯데시네마 고용량

롯데시네마 저용량 (1)

○ LCD모니터 및 롯데씨네마 상영장소

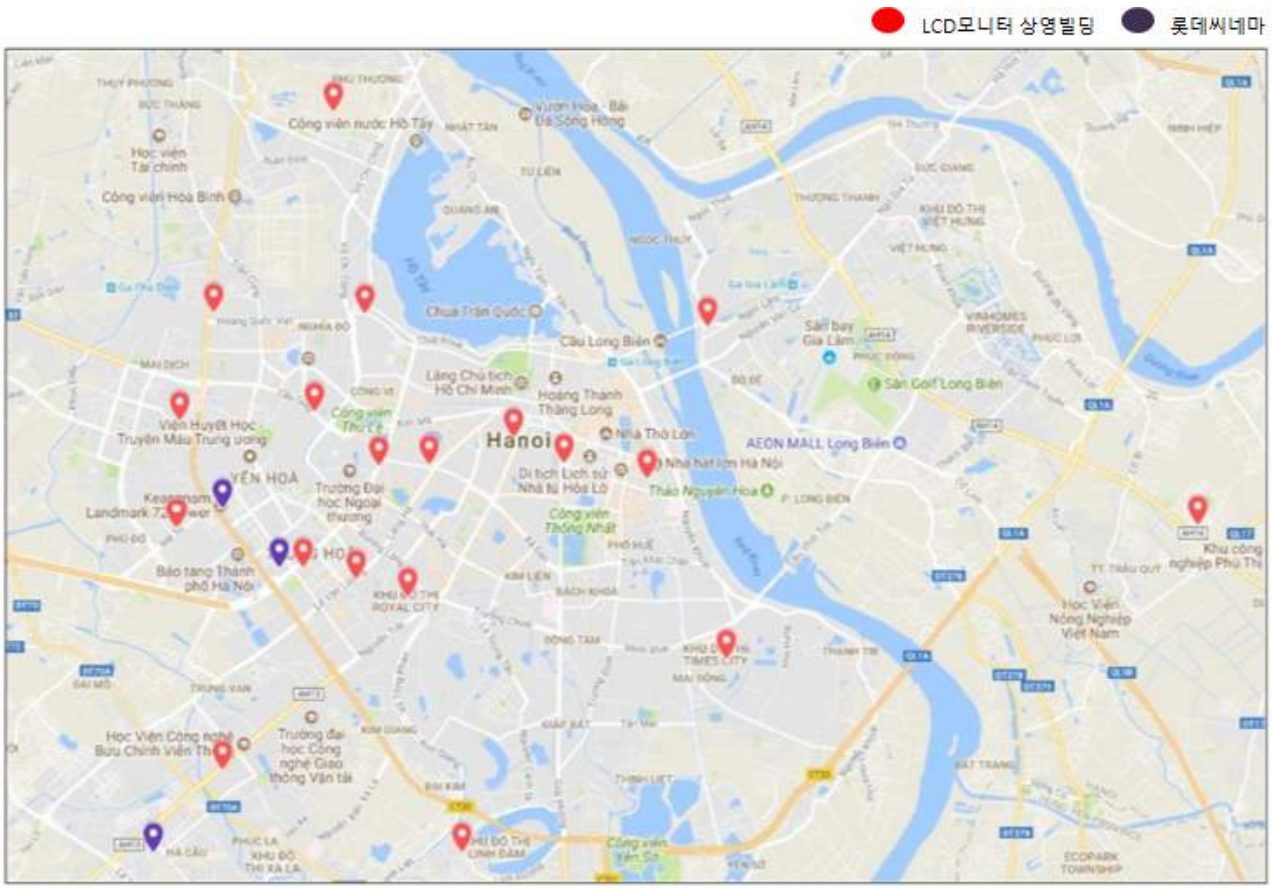
-호치민 : 위치



-호치민 : LCD상영 장소List

No	District	Building	Type of Building	Address	Position of LCD
1	Dist. 01	Nowzone Plaza	Mall	235 Nguyen Van Cu	Lobby
2		Central Garden - Block A	Apartment	328 Vo Van Kiet	Lobby
3	Dist. 02	Catavil Premier Block A	Apartment	Xa Lo Hanoi, An Phu Ward	Inside Elevator
4		Tropic Garden Block A1	Apartment	66 Nguyen Van Huong	Flr 4 - Parking place
5	Dist. 03	An Phu Plaza	Office	117-119 Ly Chinh Thang	Inside Elevator
6	Dist. 04	Green Global	Office	15 Hoang Dieu, Ward 12	Inside Elevator
7	Dist. 05	Tan Da Apartment	Apartment	86 Tan Da	Inside Elevator
8		Parkson Hung Vuong	Mall	126 Hung Vuong, Ward 12	Lobby (First floor)
9	Dist. 06	Blue Saphire Block A	Apartment	29 Binh Phu, Ward 10	Inside Elevator
10	Dist. 07	Era Tower A	Apartment	Phu My Ward	Inside Elevator
11	Dist. 08	Carina Plaza Block A1	Apartment	1648 Vo Van Kiet, Ward 16	Inside Elevator
12	Dist. 09	Pho Dong Apartment - Block A	Apartment	Dien Phuc Thanh Residential Area	Inside Elevator
13	Dist. 10	Nguyen Kim Block A	Apartment	Nguyen Kim, Ward 7	Inside Elevator
14	Dist. 11	Lu Gia Plaza	Apartment	70 Lu Gia	Inside Elevator
15	Dist. 12	Kim Ngoc Building	Office	2025/25A, Highway A, Hung Dong	Lobby G
16	Tan Phu	Aeon Mall	Mall	30 Bo Bao Tan Thang, Son Ky Ward	Inside Elevator
17	Phu Nhuan	Centre Point A	Office	106 Nguyen Van Troi	Lobby B1
18	Tan Binh	CT Plaza - Block A	Office/Mall	60 Truong Son	Inside Elevator
19		Carillon Apartment - Block A	Apartment	171 A Hoang Hoa Tham, Ward 13	Inside Elevator
20	Binh Thanh	Morning Star Apartment	Apartment	224 Xo Viet Nghe Tinh	Inside Elevator
21		Dai Dung Office Building - Saigon Pearl	Office	92 Nguyen Huu Canh	Inside Elevator
22	Binh Chanh	Satra Centre Mall	Mall	C6/27 Pham Hung	Lobby
23	Nha Be	Hung Phat - Block A	Apartment	928 Nguyen Van Luong	Inside Elevator
24	Binh Tan	Ehome 3 Block A7	Apartment	Ho Ngoc Lam - An Lac	Lobby
25	Go Vap	Ha Do CT1	Apartment	Nguyen Van Cong	Inside Elevator
26	Thu Duc	TDH Truong Tho_ Lot A	Apartment	36 A, Road 4, Street 5	Inside Elevator

-하노이 : 위치



-하노이 : LCD상영 장소List

No	District	Building	Type of Building	Address	Position of LCD
1	Hoan Kiem	Administration Department of the State Bank of Vietnam (block A)	Office	25A Ly Thuong Kiet	Inside Elevator
2		VID Tower 1	Office	115 Tran Hung Dao	Inside Elevator
3	Cau Giay	Grand Plaza	Mall	117 Tran Duy Hung	Lobby B1
4		CTM Complex	Apartment	139 Cau Giay	Inside Elevator
5	Dong Da	Hapro Building	Office	11B Cat Linh	Inside Elevator
6		Vincom Nguyen Chi Thanh Block A	Apartment	56 Nguyen Chi Thanh	Inside Elevator
7	Long Bien	Mipec Riverside Block A1	Mall, Apartment	No.2, Long Bien 2, Ngoc Lam	Inside Elevator
8	Thanh Xuan	Star City - Block C	Apartment	2 Le Van Luong	Inside Elevator
9		Royal City Block A	Apartment	75A Nguyen Trai	Inside Elevator
10	Ba Dinh	Artex Building	Office	172 Ngoc Khanh	Inside Elevator
11		Viglacera Complex Building	Office and Apartment	671 Hoang Hoa Tham	Inside Elevator
12	Hai Ba Trung	Time City T1	Apartment	458 Minh Khai	Inside Elevator
13	Tu Liem	My Dinh Plaza Block A	Apartment	138 Tran Binh	Inside Elevator
14	Nam Tu Liem	The Manor	Mall/Apartment	Me Tri	Lobby
15	Bac Tu Liem	Ministry of Industry and Trade	Office	655 Pham Van Dong	Inside Elevator
16	Ha Dong	Ha Dong Complex_Block B	Apartment	7 Tran Phu	Inside Elevator
17	Hoang Mai	Rainbow	Apartment	X2 Bac Linh Dam	Inside Elevator
18	Tay Ho	CT14 A1 Nam Thang Long	Apartment	Phu Thuong	Inside Elevator
19	Gia Lam	D11 Dang Xa	Office and Apartment	Dang Xa Urban Area	Inside Elevator

-하노이/호치민 : 롯데시네마

Div	Địa phương/ Province	Rạp/ Cinema	Tổng phòng chiếu/	Tổng số ghế / Total seat	Tổng khán giả 1 tháng/ Total traffic per month	TVC (giây/second)	Số tuần/ Quantity of weeks
1	HCMC	LC Saigon South	6	1,472	65,000	30	2
2	HCMC	LC Cong Hoa	6	1,229	60,000	30	2
3	HCMC	LC Diamond	3	344	20,000	30	2
4	Ha Noi	LC Landmark	5	848	50,000	30	2
5	Ha Noi	LC Ha Dong	7	859	50,000	30	2
6	Ha Noi	LC Thang Long	4	600	30,000	30	2

- 직접노출인원 : 14일(상영일수) x 9,166명(6개 극장 1일 평균 관람객 수)= 128,324명
※상기 추정인원은 상영작의 흥행과 주말관객 수에 따라 +@ 가능

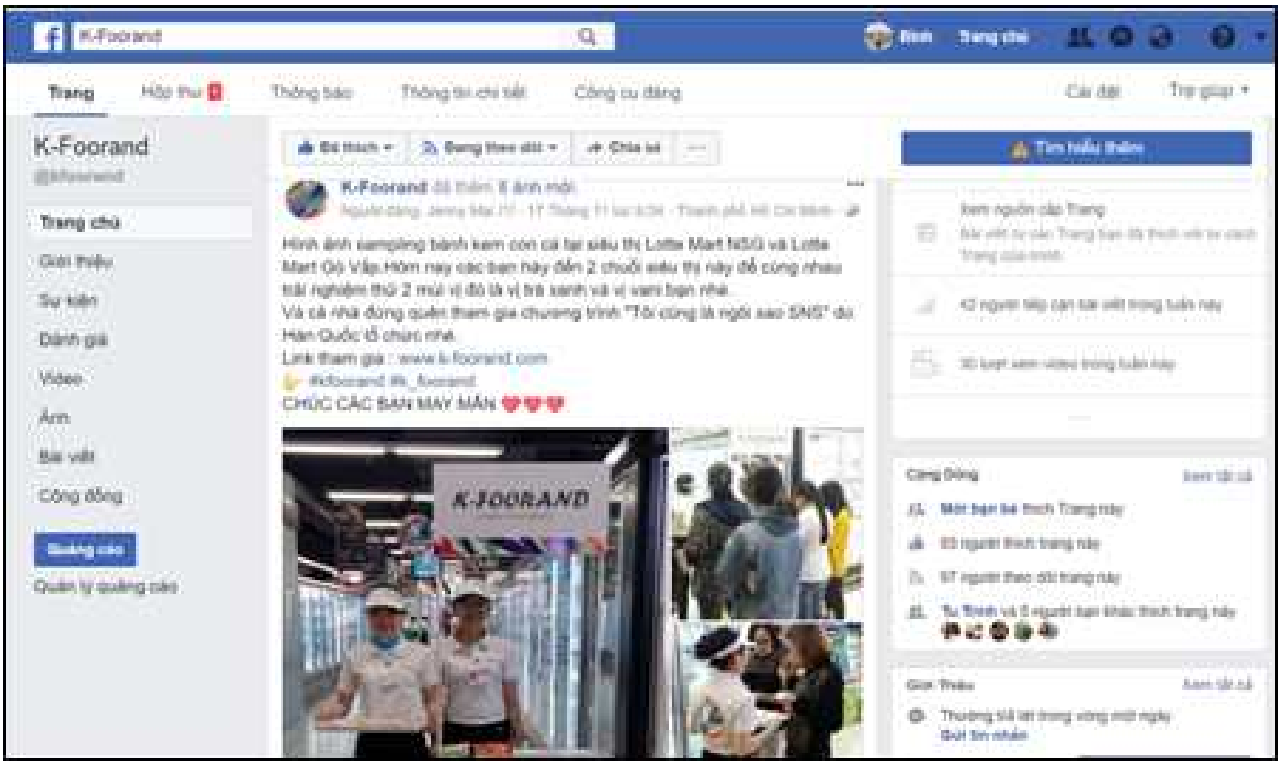
4. CF 상영 결과

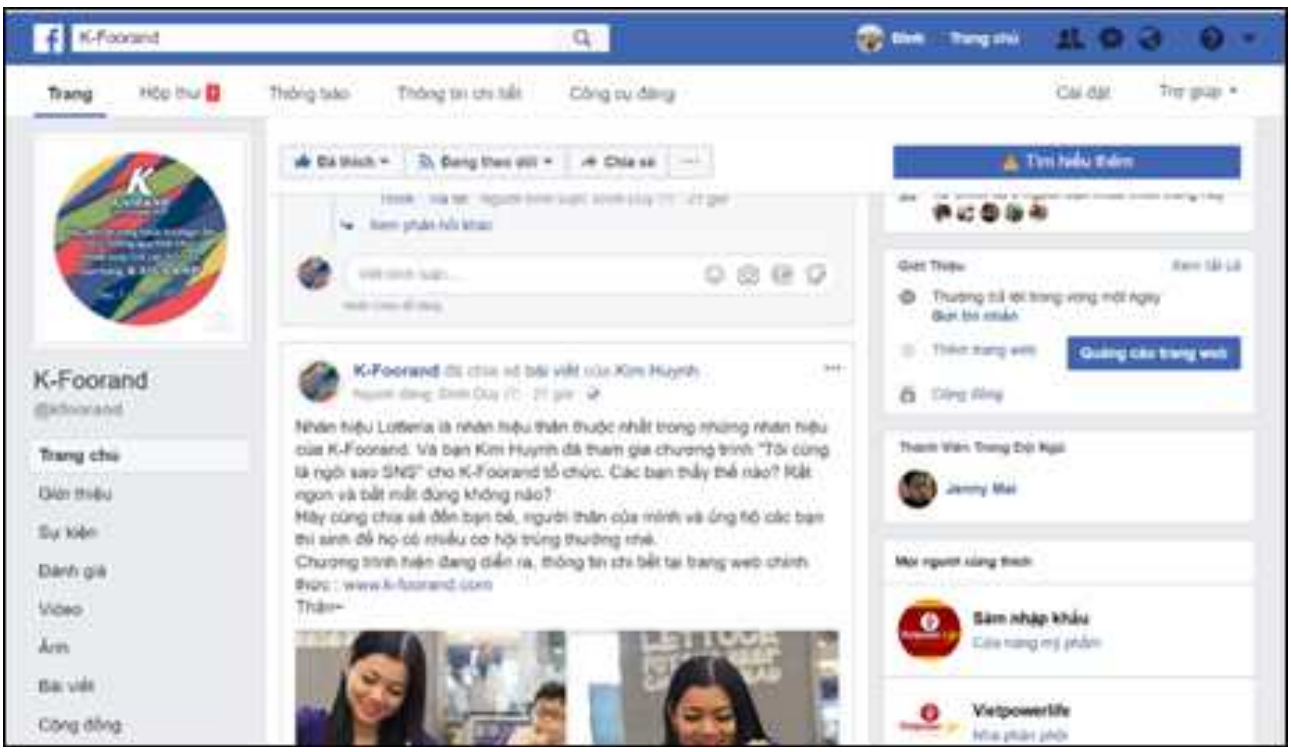
매체 구분	상영 기간	노출 매체	1일 상영 횟수	노출 빈도	예상 시청 수	비고
LCD 모니터 광고	21일	총45개 빌딩 86EA 모니터	120회	216,702	1,083,510	회당 평균 5인기준
롯데 씨네마 광고	14일	6개 상영관	6회	9,166	769,944	6개 극장 1일평균 관람객 수
합					1,853,454	+@예상

Ⅱ 페이스북 및 포털 배너광고

❑ **운영관리** : 9월22일~12월7일

❑ **운영요원** : 베트남 현지 대행사 (VIDC사무실 / 담당인원 2명)





❑ vnexpress.com - 10월24일~10월30일

● vnexpress.com – 10월24일~10월30일(5일간 광고)

● Dantri.com - 10월30일~11월6일(7일간 광고)

배너클릭 후
홈페이지 연동

Ⅲ 모바일 페이지 제작 · 운영

1. 제작 개요

❑ 목적 및 추진방향

- ○ K-FOORAND를 전체적으로 소개하고, 일반인들이 참여할 수 있는 다양한 이벤트를 알릴 수 있는 모바일 페이지의 제작 및 운영
- ○ 베트남 현지 내에서의 K-FOORAND의 SNS 상에서의 확산 효과를 지원하는 종합적인 정보 제공의 도구로 활용
- ○ 인터넷 환경이 좋지 않은 베트남 현지의 상황을 고려하여 홈페이지 보다는 대다수의 젊은층이 주로 사용하는 모바일 페이지를 K-FOORAN의 주요 커뮤니케이션 수단으로 활용
- ○ 향후 현지 소비자들과의 다양한 커뮤니케이션 플랫폼으로 활용

2. 세부 내용

❑ 사이트 호스팅

- ○ URL 두가지 도메인으로 진행
  - k-foorand.com
  - k-foorand.vn

❑ 모바일 페이지의 구성

- ○ K-FOORAND 프로젝트(행사) 소개 : K-FOORAND의 의미
- ○ K-FOORAND에 참여하는 기업 정보 및 선정 제품 홍보 : 제품의 각 사진 이미지와 함께 베트남어로 소개

○ SNS 스타 챌린지 활동 소개 : 샐럽들의 포스팅 누적

○ K-FOORAND 특별존(베트남 소재의 롯데마트 13개 지점) 소개 : 각 지점 지도 사진과 주소 등 소개

○ 일반인이 참여하는 '나도 SNS 스타' 이벤트 고지 및 참여 페이지

○ 기타 관련 정보 공유

○ 한국식품, K-FOORAND와 관련된 설문 문항 카테고리

❑ 관리자 페이지

○ 캠페인 생성/삭제

○ 기업 및 제품 소개 생성/삭제/수정

○ SNS스타챌린지 샐럽 글 누적 및 삭제/수정

○ 설문조사 결과 누적 현황보고

○ 게시판에 글 작성/편집/삭제

메인 페이지 / 하단에 온라인 설문조사 배너 노출 및 이동

목 차

행사소개

기업소개 및 제품소개 목차

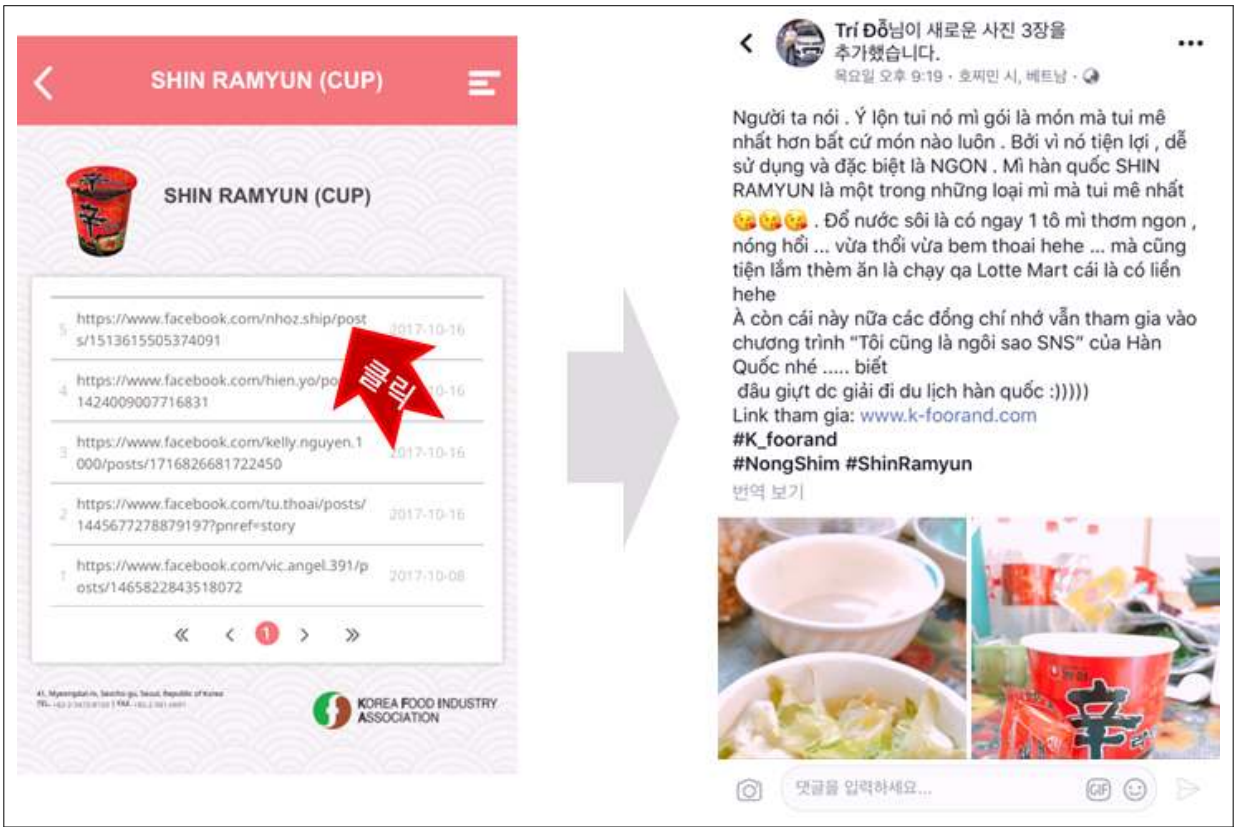
기업별 제품 목차

세부 페이지

SNS스타챌린지
기업 목차

기업별 제품 목차

URL 게시창



포스팅 리스트에서 포스팅URL선택

⇨ 포스팅URL로 링크되어 페이스북 페이지로 이동

Ⅳ 뉴스 방영(TV)

❑ MBN 뉴스 8(TV)

- ❍ On air: 2017. 12. 7(목)
- ❍ Time: 20:00pm
- ❍ Content: "SNS로 통했다"… K-푸드에 빠져든 베트남 젊은이들

세계에서 한국인 다음으로 라면을 많이 먹는 나라가 어디인 줄 아세요. 바로 베트남이라고 합니다.

게다가 한국 음식을 소개하는 1인 방송이 젊은이들 사이에서 큰 인기라고 합니다.

'스프는 다 끓이고 마지막에 넣습니다.'

"기본적으로 베트남 사람들이 한국 음식을 알고 있지만, 어떻게 먹는지 잘 모르는 것 같습니다."

가장 인기 있는 한국음식은 라면으로 한국 다음으로 세계에서 가장 많이 먹습니다.

▶ 인터뷰 : 쩡태 입린 / 베트남 호찌민

- "(한국 라면을) 처음 먹었을 때 '대박'이었어요."

특히 인구 3분의 2가 35살 이하 젊은 층인 만큼, SNS 마케팅이 효과적입니다.

▶ 인터뷰 : 유이 / 유통업체 팀장

- "인스타그램, 페이스북을 통해 전략적인 마케팅을 하고 있습니다."

8개 한국 기업이 참가해 주최한 한국식품 박람회에는 베트남 사람이 대거 몰려 K-푸드 열풍을 실감할 수 있었습니다.

▶ 인터뷰 : 이창환 / 한국식품산업협회장

- "내년부터는 베트남 현지 로컬 마트로 진출할 계획에 있습니다."

▶ 인터뷰 : 김민욱 / 농식품부 과장

- "한류 문화라던지 쌀 문화라든지 공통된 요인이 있기 때문에. "

▶ 스탠딩 : 민지숙 / 기자

- "내년부터 아세안 국가 역내 관세가 사라지는 만큼, 베트남이

동남아 식품 시장 진출의 전략적 요충지가 될 것으로 기대됩니다.
호찌민에서 MBN뉴스 민지숙입니다."

❑ HTV 뉴스(1차)

❍ Channel: HTV9 – Ho Chi Minh City Television

❍ Time: 11:30 am

❍ On air: September 29, 2017

❍ Content: 한국식품산업협회가 주최하는 K-foorand 2017 프로그램의 일환으로, 한국 농림축산식품부의 지원하에 2017년 K-Foorand 프로그램이 베트남에서 개최되었습니다. 이 프로그램은 롯데마트 13개 지점에서 진행되며 지금부터 2017년 12월 말까지 계속됩니다.

"전국적으로 소비자는 다음과 같은 몇 가지 옵션을 제공받습니다. K-Foorand 부스에서 가격이 좋은 고품질 한국식품을 구매할 수 있으며 베트남 소비자는 상품에 대한 정보 및 경험뿐만 아니라 한국식품에 대한 유용한 정보를 얻을 수 있으며, 이것은 동남아시아에서 롯데마트와의 연간 프로그램입니다."

❑ HTV 뉴스(2차)

- ❍ Channel: HTV9 – Ho Chi Minh City Television
- ❍ Time: 11:30 am
- ❍ On air: November 14 , 2017
- ❍ Content: 베트남의 K-foorand 2017에서 소비자는 베트남의 롯데 마트 13개 지점에서 한국 식품을 맛볼 수 있습니다. 이 프로그램은 한국농림축산식품부의 지원으로 한국식품산업협회 진행하고 있습니다. K-Foorand 2017은 베트남 소비자에게 한국 식품을 홍보하는 것을 목표로 합니다. 베트남과 함께 아시아 지역의 다른 나라들도 지방 사람들이 한국의 식품과 농산물에 접근 할 수 있도록 비슷한 프로그램을 만들고 있습니다.

  K-Foorand 2017은 12월 말에 끝날 것입니다.

❑ HTV 뉴스(3차)

- ❍ Channel: HTV9 – Ho Chi Minh City Television
- ❍ Time: 11:30 am
- ❍ On air: December 14 , 2017
- ❍ Content: 한국의 경제신문인 매일경제는 한국식품산업협회와 공동으로 한국 농림축산식품부의 후원하에 K-FOORAND 2017을 개최하기로 했습니다.
  프로그램은 "SNS 스타 – 나는 온라인 스타"라는 콘테스트입니다.
  해당 프로그램과 젊은층의 온라인 사용과 더불어 높은 상호 작용을 창출할 것 같습니다.

제목 : "프로그램 하이라이트 – SNS Star"
이 경연 대회에는 100 명이 넘는 젊은이들이 모였습니다.
베트남의 젊은층 네트워크에서 인기가 있으며 모두 적극적인 참여 중 입니다.
아울러 한국 음식에 대한 정보 공유 및 해당제품을 롯데마트를 통해 베트남 소비자에게 판매합니다.
그 외에도 다양한 체험 활동, 한국 제품에 대한 워크샵
즉 "식품 안전은 소비자에게 최우선 순위입니다"라는 주제로 세미나도 개최됩니다.
이런 다양한 프로그램을 베트남 사람들에게 소개하고 싶습니다.
한국 식품 안전 및 위생 시스템에서부터 시장에서 유통 될 때까지 제품을 안전하게 공급하는 것이 최고의 목표입니다."라고 한국식품산업협회 이창환 회장님이 말씀하셨습니다.
본 행사의 제품은 롯데마트 K-FOORAND 매장에서 판매중입니다.

THỜI SỰ

HTV

K-FOORAND 2017 in Vietnam
[KOREA FOOD BRAND]
Organizer:
KOREA FOOD INDUSTRY ASSOCIATION
Supporter:
TTE Mart
THỜI SỰ
Ông LEE CHANG HWAN
CHỦ TỊCH HIỆP HỘI CÔNG NGHIỆP THỰC PHẨM HÀN QUỐC

❑ HTV 뉴스(4월)

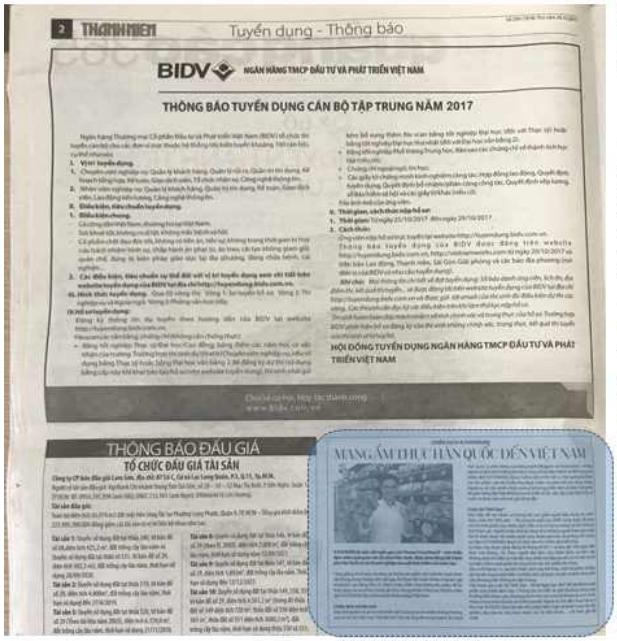
- ❍ Channel: HTV9 – Ho Chi Minh City Television
- ❍ Time: 11:30 am
- ❍ On air: April 28 , 2017
- ❍ Content: 한국은 베트남에 총 $35억 달러 투자하고 있으며 1300개 이상의 프로젝트가 있으며, 호치민시는 5번째로 큰 투자 지역입니다. 현재 한국기업이 2000개 이상 있고 10만명의 한국인이 호치민에 거주하면서 경제 활동을 하고 있습니다.

  K-FOODRAND ZONE는 한국의 대표 식품 기업인 농심, 빙그레, 대상, 롯데리아, 정식품, 팔도, 삼육식품, 대두식품 등의 유명 제품들이 많이 있고 우수한 한국식품을 한자리에서 만나볼 수 있는 'K-FOORAND'(케이프렌드)존이 롯데마트 남사이공 지점에 첫 매장을 열었습니다. 이번 베트남 롯데마트 K-FOORAND 존 개장식에는 한국 농림축산식품부의 김재수 장관, 한국식품산업협회 이창환 회장 등이 직접 참석하였고, 그만큼 국내 식품시장 진출에 거는 한국 정부와 기업의 기대가 크다는 것을 의미합니다.

V 현지 언론보도

❑ Thanh nien (Daily newsnationwide/ 400,000 copies/day)

- 2017년 12월1일


2 THANHNIEN Tuyển dụng - Thông báo

BIDV NGÂN HÀNG TMCP ĐẦU TƯ VÀ PHÁT TRIỂN VIỆT NAM

THÔNG BÁO TUYỂN DỤNG CÁN BỘ TẬP TRUNG NĂM 2017

THÔNG BÁO ĐẤU GIÁ

TỔ CHỨC ĐẤU GIÁ TÀI SẢN

MANG ẨM THỰC HÀN QUỐC ĐẾN VIỆT NAM

(2017년 10월 25일 청년신문) 베트남으로 진출한 한국음식

K-FOORAND은 'Korean Food Brand'의 약자며
한국정부와 한국 식품기업의 한국음식 홍보 프로젝트이다.
K-팝 등 다른 한국문화상품처럼 최근 몇 년간에 한국음식이
동남아지역에서 인기 높다. 그래서 아세안지역 시민들은
'김치나라'의 식품을 더 가까이 접근할 수 있도록
K-FOORAND프로젝트가 베트남에서 탄생하였다.

'국내화' 프로젝트
이 프로젝트는 보통 상품 홍보프로젝트가 아닌
한국 주요 식품기업들의 '국내화' 전략이다.
수많은 블로거 및 페이스북커 등 소셜 네트워크에 인기 높은 분들을
통해 상품을 홍보한 다음에 대중의 의견을 받도록 한다.
그리고 이 프로젝트를 통해 홍보 된 상품들은
롯데마트 등 전국의 마트의 'K-food zone'라는 특별한 공간에서 전시 및
판매할 예정이다.

'SNS Star' 콘테스트
이 프로젝트는 소비자와 더 가까이 상호작용하기 위한
소셜 네트워크를 사용하는 모든 분들의 대상으로
'SNS Star-나도 SNS스타다'콘테스트를 개최하였다.
대상자 및 참가자들은 여러 선물을 받을 수 있고 K-FOORAND
행사 중과 후에 인터뷰 및 교류할 기회를 받을 수 있다.
이 행사는 2017년9월부터 시작해서
12월까지 100일간에 진행할 예정이다.
프로젝트의 담당자가 '이 행사는 딱 한번만 진행할 것 아니라
그 후에 더 확대해진 식품홍보 행사들이 이여질 것이다'라고 밝혔다.
행사를 마칠 12월말에 이 프로젝트를 진행한 과정을 찍은 다큐멘터리가
방송할 예정이다.
'SNS Star-나도 SNS스타다'콘테스트를 신청해서 이 프로젝트의 하나로
되세요.
참가방법 및 상에 대한 자세한 내용은 www.kfoorand.com이나
http://www.facebook.com/kfoorand에 참고하세요.
그리고 롯데마트의 'K-food zone'에서 우유, 아이스크림, 한국라면 등
한국식품을 좋을 가격으로 구입할 수 있다.

❑ Tien phong (Daily news/ nationwide/ 120,000 copies/day)

- 2017년 10월25일

Thứ Tư - Ngày 25/10/2017 Tiềnphong 13

CHIẾN DỊCH K-FOORAND

Mang ẩm thực Hàn Quốc đến Việt Nam

(2017년10월25일, 선봉신문)
K-FOORAND프로젝트, 베트남으로 한국음식을 진출

K-FOORAND은 'Korean Food Brand'의 약자며 한국정부와
한국 식품기업의 한국음식 홍보 프로젝트이다.
이 프로젝트는 보통 상품홍보프로젝트가
아닌 한국 주요 식품기업들의 '국내화' 전략이다.

특히 이 프로젝트는 소비자와 더 가까이 상호작용하기 위한
소셜 네트워크를 사용하는 모든 분들의 대상으로
'SNS Star-나도 SNS스타다'콘테스트를 개최하였다.
대상자 및 참가자들은 여러 선물을 받을 수 있고
K-FOORAND 행사 중과 후에 인터뷰 및 교류할 기회를 받을 수 있다.
'SNS Star-나도 SNS스타다'콘테스트를 신청해서
이 프로젝트의 하나로 되세요.
참가방법 및 상에 대한 자세한 내용은 www.kfoorand.com이나
http://www.facebook.com/kfoorand에 참고하세요.
그리고 롯데마트의 'K-food zone'에서 우유, 아이스크림,
한국라면 등 한국식품을 좋을 가격으로 구입할 수 있다.

❑ Tuoi tre (Daily news/ nationwide/ 450,000 copies/day)
-2017년 10월25일 뚜오이 쩨 신문

Chiến dịch K-FOORAND:

Mang ẩm thực Hàn Quốc đến Việt Nam

Chiến dịch K-Foorand không chỉ đơn thuần là chiến dịch quảng bá sản phẩm mà còn là chiến lược "nội địa hóa" của các ông lớn trong ngành ẩm thực Hàn Quốc tại thị trường Việt Nam. Chiến dịch sẽ diễn ra từ tháng 9 đến tháng 12/2017. Để tạo được sự tương tác cao giữa người tiêu dùng và chiến dịch, cuộc thi "SNS star – Tôi cũng là ngôi sao SNS" được tổ chức nhằm khuyến khích những người sử dụng mạng xã hội tham gia với nhiều phần quà hấp dẫn. Sau khi chiến dịch kết thúc vào tháng 12/2017, một bộ phim tài liệu ghi lại tất cả quá trình diễn ra chiến dịch sẽ được phát sóng trên các phương tiện thông tin đại chúng. Ngoài ra, chiến dịch còn có các gian hàng K-FOOD Zone tại hệ thống siêu thị Lotter Mart bán các loại thực phẩm Hàn Quốc như sữa óc chó, kem bánh cá, mì Hàn Quốc… với mức giá tốt nhất cho người tiêu dùng.

Thông tin chi tiết về chiến dịch xem tại:

www.k-foorand.com *hoặc* ***https://www.facebook.com/kfoorand***

K-FOORAND 캠페인 - 한국 식품을 베트남으로 배달하다

k-foorand 캠페인은 단순한 제품 프로모션 캠페인이
아니라 베트남 시장에서 한국 식품 대기업들의
"현지화"전략이기도 합니다.

소비자와 캠페인간에 수준 높은 상호 작용을
창출하기 위해 SNS 사용자들의 높은 참여를
권장하도록 많은 선물이 준비된
"SNS 스타 - 나도 SNS 스타입니다."콘테스트가
시작됩니다

2017 년 12 월에 캠페인이 끝난 후 모든
캠페인 진행 상황을 기록한 다큐멘터리 영화가
미디어에 방영됩니다.
또한 롯데 마트 슈퍼마켓에는 호두 우유,
생크림 크림, 국수 등 한국 음식을 최고의
가격으로 판매하는 K-FOORAND ZONE 부스가 있습니다.

❑ tiên phong (pioneer 신문) 2017년 12월1일

DOANH NGHIỆP - PHÁT TRIỂN

VINAMILK CHÍNH THỨC BƯỚC CHÂN VÀO NGÀNH MÍA ĐƯỜNG VIỆT NAM

K-FOORAND 캠페인 -
베트남 소비자와 한국식품

베트남에서 진행한 2017 K-FOORAND
(케이푸랜드) 프로젝트의 활동 중에서도,
베트남에서 인기가 높은 블로그와 페이스북커의
소셜 네트워크를 통해 소비자와 의견을
나누며 한국식품을 평가 받는 행사가 있다.
소비자는 전국에 있는 롯데마트 지점에서
한국식품의 맛을 체험할 수 있을 뿐만 아니라
'SNS Star-나도 SNS스타다'콘테스트에 참가해서
한국식품 등 여러 선물을 받을 수 있을 기회를 가진다.

베트남의 2017 K-FOORAND 프로젝트는
한국식품산업협회가 개최하였으며
한국 농림부가 후원하였다.
이 프로젝트를 통해 베트남 소비자에게
한국식품을 적극적으로 홍보하고
베트남을 중심으로 아세안 시장으로 접근하여
확대할 수 있는 기회를 제공한다

12월 7일 호치민시 1구 응웬빙키엠
(Nguyen Binh Khiem)거리 8번지 GEM센터에서
'SNS Star'콘테스트의 시상식을 진행할 예정이다.

❑ tuoi tre (뚜오이 쩨 신문) 2017년 12월1일

K-FOORAND 캠페인 -
베트남 소비자와 한국식품

베트남에서 진행한 2017 K-FOORAND
(케이프랜드) 프로젝트의 활동 중에서도,
베트남에서 인기가 높은 블로그와 페이스북커의
소셜 네트워크를 통해 소비자와 의견을
나누며 한국식품을 평가 받는 행사가 있다.
소비자는 전국에 있는 롯데마트 지점에서
한국식품의 맛을 체험할 수 있을 뿐만 아니라
'SNS Star-나도 SNS스타다'콘테스트에 참가해서
한국식품 등 여러 선물을 받을 수 있을 기회를 가진다.

베트남의 2017 K-FOORAND 프로젝트는
한국식품산업협회가 개최하였으며
한국 농림부가 후원하였다.
이 프로젝트를 통해 베트남 소비자에게
한국식품을 적극적으로 홍보하고
베트남을 중심으로 아세안 시장으로 접근하여
확대할 수 있는 기회를 제공한다

12월 7일 호치민시 1구 응웬빙키엠
(Nguyen Binh Khiem)거리 8번지 GEM센터에서
'SNS Star'콘테스트의 시상식을 진행할 예정이다.

❑ Thanh niên (청년신문)-2017년 12월4일

K-FOORAND 캠페인 -
베트남 소비자와 한국식품

베트남에서 진행한 2017 K-FOORAND
(케이프랜드) 프로젝트의 활동 중에서도,
베트남에서 인기가 높은 블로그와 페이스북커의
소셜 네트워크를 통해 소비자와 의견을
나누며 한국식품을 평가 받는 행사가 있다.
소비자는 전국에 있는 롯데마트 지점에서
한국식품의 맛을 체험할 수 있을 뿐만 아니라
'SNS Star-나도 SNS스타다'콘테스트에 참가해서
한국식품 등 여러 선물을 받을 수 있을 기회를 가진다.

베트남의 2017 K-FOORAND 프로젝트는
한국식품산업협회가 개최하였으며
한국 농림부가 후원하였다.
이 프로젝트를 통해 베트남 소비자에게
한국식품을 적극적으로 홍보하고
베트남을 중심으로 아세안 시장으로 접근하여
확대할 수 있는 기회를 제공한다

12월 7일 호치민시 1구 응웬빙키엠
(Nguyen Binh Khiem)거리 8번지 GEM센터에서
'SNS Star'콘테스트의 시상식을 진행할 예정이다.

❑ Thanh niên (청년신문)-2017년 12월14일

16

Nhịp cầu doanh nghiệp

Tổ hợp khách sạn 700 tỉ đồng tại Cà Mau

Uống nước có đường trong thai kỳ tăng rủi ro ben suyễn ở trẻ

Sống mỗi ngày

Mắc chứng mất ngủ: Chúng ta có đang gây phiền toái cho bạn đời ?

Chiến dịch Kfoorand: Chặng kết của một hành trình

Thanh nien (Daily newsnationwide/ 400,000 copies/day)
(2017년 12월 014일 청년신문)

'Kfoorand' 캠페인 프로젝트의 결과

K-팝을 포함한 한국 문화상품에 대해 이야기하면 최근 몇 년 전부터 한국음식이 동남아 지역에서 유행하고 있다. 김치 나라의 식품은 아세안의 시민들에게 더 쉽게 접근하기 위해서 9월부터 12월까지 3개월 동안 베트남에서 'Kfoorand' 캠페인을 진행하였다.
이 프로젝트는 보통 상품홍보행사 뿐만 아니라 한국식품 주요기업의 '국내화'전략이다.
구체적으로 말하자면, 프로젝트의 대상자에게 블로거, 페이스북커 등 네트워크에 영향이 높은 수많은 분들을 통해 상품을 홍보하고 대중의 의견을 모았다. 그리고 소비자가 상품을 쉽게 접근할 수 있기 위해서 이 프로젝트를 통해 홍보 된 식품은 전국에 있는 롯데마트 지점에서 'Kfoorand'라는 특별한 공간에서 특별한 가격으로 4소비자에게 판매한다.
또한 소비자와 프로젝트의 교류를 확대 시키기 위해서 'Kfoorand-나도 sns 스타다'라는 콘테스트를 진행하였다.
12월 7일에 'Kfoorand'프로젝트의 'SNS Star-나도 네트워크의 스타다' 콘테스트 시상식은 GEM센터(호치민시 1구 응원빙키엠거리 8번지)에서 진행하였는데 한국식품산업협회 이창환 회장과 베트남 사회의 영향력 높은 관계자와,이 프로젝트에 참가한 빙그레, 대두, 대상, 청정원, 롯데리아, 농심, 팔도, 삼육식품, 정식품 등 브랜드의 대표들도 참석하였다. 수상자는 대상 1명, 최우수상 1명, 우수상 2명 그리고 위로상 8명 등이 있는데 대상은 'Woo-si'라는 아이디로 베트남 네크워크에 활동하고 있는 유명 셀럽이 수상하였다

❑ Tien phong (선봉신문)-2017년 12월14일

Tiềnphong 24h TÀI CHÍNH – NGÂN HÀNG Tiềnphong

NGÂN HÀNG CHÍNH SÁCH XÃ HỘI

2017 – NHỮNG DẤU ẤN NỔI BẬT!

Chiến dịch Kfoorand: Chặng kết của một hành trình

Tien phong
(Daily news/ nationwide/ 120,000 copies/day)
(2017년12월14일, 선봉신문)

'Kfoorand' 캠페인 프로젝트의 결과

12월 7일에 'Kfoorand'캠페인 프로젝트의 'SNS Star-나도 네트워크의 스타다' 콘테스트 시상식은 GEM센터(호치민시 1구 응원빙키엠거리 8번지)에서 진행하였는데
]한국식품산업협회 이창환 회장과 베트남 사회의 영향력높은 관계자와 이 프로젝트에 참가한 빙그레, 대두, 대상, 청정원, 롯데리아, 농심, 팔도, 삼육식품, 정식품 등 브랜드의 대표들도 참석하였다. 수상자는 대상 1명, 최우수상 1명, 우수상 2명 그리고 위로상 8명 등이 있는데 대상은 'Woo-si'라는 아이디로 베트남 네크워크에서 활동하고 있는 유명 셀럽이 수상하였다./.

❑ TUOITRE 신문-2017년 4월25일

[내용]
우수한 한국 식품을 한자리에서 만나볼 수 있는 'K-FOORAND'(케이프렌드) 존이 롯데마트 남사이공 지점에 첫 매장을 연다.
이번 베트남 롯데마트 K-FOORAND 존 개장식에는 한국 농림축산식품부의 김재수 장관, 이창환 한국식품산업협회 회장 등이 직접 참석한다. 2016년 베트남은 한국으로 농업 수출에 $1,4억 도달하고 한국에 농업 수출 $5억에 달했다.

❑ THANH NIEN 신문-2017년 4월25일

[내용]
롯데마트 남사이공 지점에 K-FOORAND 존 개장.
'K-FOORAND'(케이프렌드) 존이 롯데마트 남사이공 지점에 첫 매장을 연다.
이번 베트남 롯데마트K-FOORAND 존 개장식에는 한국 농림축산식품부의 김재수 장관, 이창환 한국식품산업협회 회장 등이 직접 참석한다. 그만큼 국내 식품시장 진출에 거는 한국 정부와 기업의 기대가 크다는 의미다.
가까운 장래에 베트남에 많은 한국 물품이 있을 것입니다.
한국 농림축산식품부 김재수 장관은 "한국의 농식품이 베트남 국민들의 식생활에서 가장 좋은 식품이 될 수 있도록 하겠다."고 밝혔다.
그리고 한국은 새우, 오징어, 낙지, 후추, 커피 등 요구하는 수산물을 점점 구매할 것입니다.
2016년 베트남은 한국에서 거의 3배 이상 한국에 농업과 식품을 수출했다. 구체적으로 베트남이 $1,4억 얻고 농산식품을 입수에 $5억 도달했다.

❑ THANH NIEN 온라인-2017년 4월24일

THANH NIEN

HUTECH

THỜI SỰ | TÔI VIẾT | THẾ GIỚI | VĂN HÓA | THỂ THAO | ĐỜI SỐNG | KINH DOANH

TRANG CHỦ › Kinh Doanh

KIM — Ngày Vàng CĂNG DA MẶT — NỘI SOI — 10

Kim ngạch xuất khẩu nông sản Việt sang Hàn đạt 1,4 tỉ USD

11:24 AM - 27/04/2017 | Thanh Niên Online

Bộ trưởng Bộ Lâm nghiệp - Nông nghiệp - Thực phẩm và chăn nuôi Hàn Quốc tham quan quầy trưng bày các sản phẩm gạo Việt, Hàn, Nhật, Thái tại Lotte Mart (Q.7, TP.HCM)
ẢNH: HẰNG NGA

[내용]

26일 오후 롯데마트 남사이공지점에 K-FOORAND 존 개장합니다.

한국 농림축산식품부 김재수 장관은 “1년 동안 비관세장벽 해소한 후에 베-한 농산업 잘 발전했습니다. 2016년 베트남 - 한국 양자 간 무역액은 $40억 이상 도달하며 2020년에는 $70억을 목표로 합니다. 베트남은 한국에서 거의 3배 이상한국에 농업과 식품을 수출했으며 구체적으로 베트남이 $1,4억 수입하고 농산식품을 수출은 $5억에 달합니다” 또한 김재수 장관은 “베트남 소비자들은 한국 제품 좋아하고 특히 건강식품을 좋아합니다“ 라고 하며, 베트남에서 수산물은 한국인에 의해 관심을 받고 있다고 했습니다.

또한 한국 수출 진흥부 정수연 사무관은 (한국 농림축산식품부) 베트남은 새우, 오징어, 문어, 커피 등을 한국에 수출하고 있으며 수출량이 점점 늘어나고 있습니다. 라고 하였다.

❑ THANH NIEN 온라인-2017년 4월29일

tuổi trẻ online

Yorkbank.com — Cập nhật nhanh tuyển dụng

CHÍNH TRỊ - XÃ HỘI | THẾ GIỚI | PHÁP LUẬT | KINH TẾ | SỐNG KHỎE | GIÁO DỤC | ITUYỂN SINH

CẦN BIẾT

Cần biết | Tài chính - Doanh nghiệp | Giáo dục - Hướng nghiệp | Sức khỏe - Đời

Thực phẩm Hàn Quốc K-FOORAND ra mắt tại Việt Nam

29/04/2017 08:00 GMT+7

K-FOORAND ZONE đã mở cửa hàng đầu tiên tại siêu thị Lotte Mart, Quận 7, nơi mọi người có thể tìm thấy những mặt hàng thực phẩm Hàn Quốc chất lượng nhất.

Lễ khai trương K-FOORAND có sự góp mặt của ông Lee Chang Hwan, Chủ tịch Hiệp hội công nghiệp thực phẩm Hàn Quốc và ông Kim Jae Su – Bộ trưởng Bộ Lâm - nông nghiệp thực phẩm và chăn nuôi tại Hàn Quốc. Theo ông Kim Jae Su, trong năm vừa qua, lượng nhập khẩu nông sản thực phẩm Hàn Quốc đạt 500 triệu USD và thực phẩm Việt Nam xuất khẩu vào thị trường Hàn Quốc đạt 1 tỷ 400 triệu USD. Điều đó cho thấy doanh nghiệp và chính phủ Hàn Quốc đang đặt kì vọng rất lớn trong việc phát triển tại thị trường Việt Nam.

[내용]

우수한 한국 식품을 한자리에서 만나볼 수 있는 ‘K-FOORAND’(케이프렌드) 존이 롯데마트 남사이공 지점에 첫 매장을 연다.

이번 베트남 롯데마트 K-FOORAND 존 개장식에는 한국 농림축산식품부의 김재수 장관, 이창환 한국식품산업협회 회장 등이 직접 참석한다. 2016년 베트남은 한국으로 농수산품 수출이 $1,4억 달하고 한국에 농업 수출 $5억 도달했다.

그만큼 국내 식품시장 진출에 거는 한국 정부와 기업의 기대가 크다는 의미다.

Ⅵ 국내 언론보도

NO	매체사	보도일	기사제목
1	MBN뉴스	2017.12.20	삼육식품, 베트남서 'K-FOORAND 브랜드 대상' 수상
2	농수축산신문	2017.12.12	[기획] 식품업계, 베트남 시장 공략 본격화 'K-FOORAND'(下) K-FOORAND 마케팅 현장
3	농수축산신문	2017.12.11	식품업계 베트남 시장공략 본격화 K-FOORAND마케팅현장
4	전농업신문	2017.12.1	식품산업협회 베트남에서 K-FOORAND열풍 일으키다
5	농수축산신문	2017.11.24	식품업계 베트남시장공략 본격화 K-POP에 이어 K-FOOD바람
6	MBN뉴스	2017.11.21	"우리는 친구!" K-FOORAND로 하나 된 한국과 베트남
7	MBN뉴스	2017.11.20	지금 베트남에서는 한국식품 K-FOORAND열풍
8	에어지경제	2017.11.16	CJ제일제당,농심,오뚜기 등 식품업계 CEO한자리에 모인다
9	한국농어민신문	2017.7.3	이정삼 농식품부 과장 "버섯류 수출 창구 단일화로 과당경쟁 개선"
10	전농업신문	2017.5.8	식품산업 수출증대 위한 상생협력 체결
11	내일신문뉴스	2017.5.2	한.일 농수산식품 수출 대결 본격화
12	전자신문	2017.5.1	농식품부 8,400만달러 동남아 수출계약 성과
13	데일리안	2017.5.1	농식품부, 동남아시장 개척…8,400만 달러 성과 거둬
14	이데일리	2017.5.1	K푸드 세일즈 나선 김재수 장관 동남아서 8,421만불 성과
15	연합뉴스	2017.5.1	농식품부 동남아시장 개척 적극나서
16	머니투데이	2017.5.1	김재수 장관 동남아시장서 세일즈맨 변신
17	정책브리핑	2017.5.1	농식품부, 동남아 시장 개척 가시적 성과 거둬
18	아시아투데이	2017.5.1	김재수 농식품부 장관 베트남.태국서 8,400만 달러 농식품 수출 계약
19	전농업신문	2017.4.26	식품산업 수출증대를 위한 상생협력 체결
20	쿠키뉴스	2017.4.26	한국식품산업협회 산업수출증대 위한 상생협력 체결
21	문화일보	2017.4.25	농식품사절단 '동남아로드쇼 ' 베트남.태국서 홍보행사 개최
22	이데일리	2017.4.24	김재수 장관 동남아 3개도시서 우리 농식품 세일즈
23	파이낸셜뉴스	2017.4.24	김재수 농식품부 장관 우리 농식품 세일즈외교 나섰다
24	부산일보	2017.4.24	김재수 농식품부 장관 농식품 25개사와 베트남.태국방문
25	아시아투데이	2017.4.24	김재수 농식품부 장관 동남아 시장 수출세일즈 나섰다
26	NEWIS	2017.4.24	김재수 농식품장관 베트남.태국방문
27	헤럴드경제	2017.4.24	농식품 동남아 수출 늘린다…김재수 장관, 베트남·태국 방문
28	연합뉴스	2017.4.24	농식품 동남아 수출 늘린다…민관합동 사절단 파견

날 짜	2017년 12월 20일자	매체 이름	MBN
매체 종류	온라인		
제 목	삼육식품, 베트남서 'K-FOORAND 브랜드 대상' 수상		
URL	http://news.mk.co.kr/newsRead.php?year=2017&no=841749		

삼육식품, 베트남서 'K-FOORAND 브랜드 대상' 수상

입력 : 2017.12.20 16:01:03

삼육식품이 베트남에서 'K-FOORAND 브랜드 대상'을 수상했다. [사진제공: 삼육식품]

삼육식품(사장 박신국)은 지난 4~8일 농림축산식품부와 한국농수산식품유통공사(aT), 한국식품산업협회가 베트남 호치민 센터에서 진행한 'K-Foorand 2017 in vietnam'(2017 베트남 케이푸랜드)행사에서 'K-Foorand 브랜드 대상'을 수상했다고 20일 밝혔다.

최근 식품소비시장이 지속적으로 증가하고 있는 베트남은 K-POP과 드라마의 영향으로 우리나라에 대한 호감도가 점점 높아지고 있다.

특히 베트남은 SNS를 통해 트랜드를 주도하고 있는 젊은 층의 입맛이 우리나라와 비슷해 다양한 한국 제품들이 선풍적인 인기를 끌고 있다. 이에 한국식품기업들은 포화상태에 이른 국내시장의 한계를 극복하기 위해 베트남시장으로 진출을 꾀하고 있다.

특히 베트남은 SNS를 통해 트랜드를 주도하고 있는 젊은 층의 입맛이 우리나라와 비슷해 다양한 한국 제품들이 선풍적인 인기를 끌고 있다. 이에 한국식품기업들은 포화상태에 이른 국내시장의 한계를 극복하기 위해 베트남시장으로 진출을 꾀하고 있다.

식품산업협회에 따르면 '2017 베트남 케이푸랜드'에서 삼육식
두유 검은콩 호두와 아몬드'는 베트남 두유부문 시장점유율
해 최우수상을 수상한 '농심 신라면'에 이어 '우수상'을 수상

삼육식품 박신국 사장은 지난 5일 문재인 대통령이 시상한 '
날 오백억 수출탑 수상'에 이어 'K-Foorand 브랜드 대상'까지
영예를 안았다.

박신국 사장은 "빠르게 변하고 있는 베트남 시장에서 현지 고
더욱 사랑받는 '한국 대표 두유 브랜드'가 되기 위해 시장에 대한 더욱 철저한 분석과 적극적인
할 계획"이라고 말했다.

삼육식품은 베트남 시장을 중심으로 동남아시아와 중국, 미국 등 적극적인 해외 시장 개척을 추
두유 부문, 수출 1위 기업'으로서의 위상을 확고히 다져나갈 계획이다.

[디지털뉴스국]

[ⓒ 매일경제 & mk.co.kr, 무단전재 및 재배포 금지]

날 짜	2017년 12월 12일자 05면	매체 이름	농수축산신문
매체 종류	지면 + 온라인		
제 목	[기획] 식품업계, 베트남 시장 공략 본격화 'K-FOORAND' (下) K-FOORAND 마케팅 현장		
URL	http://www.aflnews.co.kr/news/articleView.html?idxno=138500		

농수축산신문 2017년 12월 12일 화요일 제 3673호 농정기획

기획 식품업계, 베트남 시장 공략 본격화 'K-FOORAND'

SNS 스타 총출동! "좋아요 K-FOOD"

온·오프라인 통한 소비자 밀착 홍보활동…친밀도 쑥쑥

(上) K-POP에 이어 K-FOOD 바람
(下) K-FOORAND 마케팅 현장

농림축산식품부와 한국농수산식품유통공사(aT), 한국식품산업협회가 함께 베트남에서 진행한 차별화된 다계 'K-FOORAND'가 열렸다.

지난 4일부터 8일까지 베트남 호치민센터에서 열린 'K-Foorand 2017 in vietnam'(케이푸랜드 2017 인 베트남)에는 한국 식품을 홍보한 우수 SNS(사회관계망서비스)스타들에 대한 시상과 양국 간 식품산업 발전을 위한 한·베 식품산업 발전방안 포럼이 진행됐다. 우리나라에서는 김민욱 농식품부 수출진흥과장, 한단계 식약처 식품안전협력과장 및 업계 교수와 회지원 한국농촌경제연구원 선임연구위원이 참석해 양국 간 민간 식품기업이 발전할 수 있는 방안을 모색했다.

식품산업협회는 지난 9월 1일부터 K-Foorand 제품을 베트남 내에 다수 보유하고 있는 SNS 스타들을 홍보할 수 있도록 특별한 인기를 끌었다. 베트남 현지의 SNS 스타들이 직접 K-Foorand 제품을 체험하고 공유함으로써 베트남 현지인들이 친근감과 신뢰를 가질 수 있도록 마케팅을 진행한 것이다.

또한 제품에 대한 현지 소비자들의 실생한 반응을 조사해 향후 제품 개발·판로 개척에 활용할 계획이다. 베인 SNS 스타는 베트남 현지 인기가수와 연기자, 전문 페이스북커(Facebooker) 등 최소 10만에서 최대 100만명의 팔로워를 보유한 스타들이다.

이외에도 베트남 소비자들에게 인기를 끌고 있는 SNS 스타를 집중해 8개 분야의 80개 제품을 직접 체험하고 댓에 대한 평가를 내리도록 했다.

SNS를 통해 집한 제품을 현지 소비자들이 직접 만날 수 있는 점점을 마련코자 K-Foorand 특별존도 지난 9월 1일부터 운영됐다. 특별존에서는 소비자들을 대상으로 한 다양한 오프라인 홍보활동이 전개됐다.

K-Foorand 특별존은 호치민 내 롯데마트 4개점에 우리제품으며 K-Foorand로 선정된 제품들을 판시·판매했다. 또한 행사 이후에도 정기적으로 제품별 판촉행사 및 다양한 이벤트를 진행해 현지 소비자들의 관심을 유도할 계획이다.

뿐만 아니라 이번 행사를 위해 제작된 CF는 베트남의 롯데시네마 전점(10개)과 삼유층이 거주하는 고급 아파트 엘리에이터에서 방영되고 있다. CF에서는 K-Foorand 특별존에서 8개사의 삼품이 판매 중이라는 내용이 담겨 있으며 출연자들이 각 제품에 대해 '좋아요, 사랑해요' 등으로 호감을 표현하고 있다.

또한 K-Foorand의 준비과정과 현지에서의 활동, 베트남 내에서의 반응 등을 종합적으로 담은 다큐멘터리 영상을 제작해 방영할 계획이다. 한국과 베트남의 식품산업 발전방향도 다큐멘터리 내용에 담을 방침이다. 이를 통해 한류뿐만 아니라 수출업체의 단순한 홍보전달을 넘어 국내 식품산업의 생산, 가공, 판매 등 전반과 문화관광이 결합된 융식한류의 미래를 제시한다는 게 식품산업협회 관계자의 분석이다.(끝)

• 박현철
hroo0223@aflnews.co.kr

K-Foorand 2017 in vietnam에서는 한 · 베트남 양국의 식품산업 발전 방향을 모색하기 위한 심포지엄과 대형유통업체 간담회가 진행됐다.

Interview 민 성 식 한국식품산업협회 산업진흥부장

중·장기적 기반 구축…관심·지원 당부

"미국과 중국 등으로 식품수출이 지중에 있는 가운데 수출다변화를 위해 기획한 K-Foorand의 제품들이 베트남에서 전국라는 이미지로 오랫동안 사랑받길 바랍니다. 중국과 사드문제로 우리나라 식품의 수출이 어려운 상황에서 동남아시장은 새로운 블루오션이 될 것입니다."

민성식 한국식품산업협회 산업진흥부장은 국내시장은 포화상태로 매우포논 돌리지 않을 경우 식품기업들의 어려움은 지속될 것이라고 입을 열었다.

민 부장은 4년 전부터 식품기업들과 함께 베트남 시장을 유심히 바라봤는데 K-POP과 드라마의 영향으로 우리나라에 대한 이미지가 좋다며 현지의 주요 식품 소비층인 젊은 층의 입맛이 우리나라와 비슷해 향후 수출 증대가 기대된다고 전했다.

베트남의 식품소비시장이 지속적으로 증가하고 있는 가운데 주요 소비층의 입맛 또한 우리나라와 비슷해 K-Foorand 제품들이 선풍적인 인기를 끌고 있는 것이다.

민 부장은 "앞으로 발전될 다큐멘터리와 담분간 지속적으로 운영되는 롯데마트 K-Foorand 특별존 등으로 현지에서 우리나라 식품들이 더 많은 사랑을 받을 것으로 기대한다"며 "베트남에서 중장기적으로 기반을 다질 수 있도록 정부의 관심과 지원이 요구된다"고 강조했다.

그는 이어 "개년 한국과 베트남의 식품산업 발전방향을 모색할 수 있는 세미나가 계획되고 거품식품 품관 규격 등이 양국 간의 협의를 거쳐 입클된다면 수출은 더욱 증가할 것"이라며 "단기간, 단편적인 관심과 지원보다는 민간차원에서 수출을 장기적으로 할 수 있는 기업을 마련할 수 있도록 유스퓸센터 등이 설립돼야 한다"고 덧붙였다.

도 SNS스타', 다큐멘터리 제작 등 다양한 프로그램으로 진행된다.

우리나라 기업들은 CJ푸드빌이 2007년 뚜레쥬르 1호점을 개점한 데 이어 호치민에 23개, 하노이에 7개 매장을 운영 중이며 오리온은 2006년 호치민, 2009년 하노이에 각각 제과 공장을 준공했다. 또한 롯데리아는 현재 200호점을 돌파

경쟁력 강화를 위해 한국식품산업협회가 인정한 대한민국 대표 식품들의 통합브랜드다. 그간 수많은 기업의 제품들은 개별 브랜드로 인식시키기 어려웠고 기업이나 제품별로 개별 홍보·마케팅 활동에는 한계가 있었으며 과다한 비용 지출이 뒤따랐다. 이에 따라 민관 차원에서 지원하고 인정하는

인다.

또한 대두식품은 자연이넷은 쌀진병 김진병, 자연이넷은 쌀진병 땅콩진병, 맛있는 양갱 골통팥, 맛있는 양갱 꿀밤, 소문난 전설의 떡붕어, 소프트붓세 오렌지, 카스텔라 러브베어, 카스텔라 바나나, 통팥 도라야끼을 내놓을 예정이다.

날 짜	2017년 12월 11일자	매체 이름	농수축산신문
매체 종류	온라인		
제 목	[기획] 식품업계, 베트남 시장 공략 본격화 'K-FOORAND' (下) K-FOORAND 마케팅 현장		
URL	http://www.aflnews.co.kr/news/articleView.html?idxno=138500		

농수축산신문

[기획] 식품업계, 베트남 시장 공략 본격화 'K-FOORAND' (下) K-FOORAND 마케팅 현장

SNS 스타 총출동! "좋아요 K-FOOD"
온·오프라인 통한 소비자 밀착 홍보활동…천밀도 쑥쑥

박현철 기자 | 승인 2017.12.11 10:15

▲ K-Foorand 2017 in vietnam에서는 한 베트남 양국의 식품산업 발전 방향을 모색하기 위한 심포지엄이 열렸다.

농림축산식품부와 한국농수산식품유통공사(aT), 한국식품산업협회가 베트남에서 진행한 차별화된 마케팅 '케이푸랜드(K-FOORAND)'가 열풍을 일으켰다.

지난 4일부터 8일까지 베트남 호치민 소재의 젬센터에서 열린 'K-Foorand 2017 in vietnam'(케

K-Foorand 특별존은 호치민 내 롯데마트 4개점에 꾸려졌으며 K-Foorand로 선정된 제품들을 전시·판매했다. 또한 행사 이후에도 정기적으로 제품별 판촉행사 및 다양한 이벤트를 진행해 현지 소비자들의 관심을 유도할 계획이다.

뿐만 아니라 이번 행사를 위해 제작된 CF는 베트남의 롯데시네마 전점(70개)과 상류층이 거주하는 고급 아파트 엘리베이터에서 방영되고 있다. CF에서는 K-Foorand 특별존에서 8개사의 상품이 판매 중이라는 내용이 담겨 있으며 출연자들이 각 제품에 대해 '좋아요, 사랑해요' 등으로 호감을 표현하고 있다.

또한 K-Foorand의 준비과정과 현지에서의 활동, 베트남 내에서의 반응 등을 종합적으로 담은 다큐멘터리 영상을 제작해 방영할 계획이다. 한국과 베트남의 식품산업 발전방향도 다큐멘터리 내용에 담을 방침이다. 이를 통해 동남아 수출현황의 단순한 정보전달을 넘어 국내 식품산업의 생산, 가공, 마케팅전략과 문화관광이 결합된 융식한류의 미래를 제시한다는 게 식품산업협회 관계자의 전언이다. (끝)

[미니인터뷰] 민성식 한국식품산업협회 산업진흥부장

"미국과 중국 등으로 식품수출이 치중돼 있는 가운데 수출다변화를 위해 기획한 K-Foorand의 제품들이 베트남에서 친구라는 이미지로 오랫동안 사랑받길 바랍니다. 중국과 사드문제로 우리나라 식품의 수출이 어려운 상황에서 동남아시장은 새로운 블루오션이 될 것입니다."

민성식 한국식품산업협회 산업진흥부장은 국내시장은 포화상태로 해외로 눈을 돌리지 않을 경우 식품기업들의 어려움은 지속될 것

날 짜	2017년 12월 1일자	매체 이름	전업농신문
매체 종류	온라인		
제 목	식품산업협회, 베트남에서 K-FOORAND 열풍 일으키다		
URL	http://www.aflnews.co.kr/news/articleView.html?idxno=137971		

날　짜	2017년 11월 24일자 04면	매체 이름	농수축산신문
매체 종류	지면 + 온라인		
제　목	[기획] 식품업계, 베트남 시장 공략 본격화 'K-FOORAND' (上) K-POP에 이어 K-FOOD 바람		
URL	http://www.aflnews.co.kr/news/articleView.html?idxno=137971		

기획 식품업계, 베트남 시장 공략 본격화 'K-FOORAND'

국내 식품업계가 최근 빠르게 성장하고 있는 베트남 시장 공략에 나섰다.
국내 식품기업들은 수출제품에 대한 단일화 홍보를 시작했으며
이 과정에서 K-Food의 경쟁력 강화를 위한 통합브랜드의 중요성이 강화됐다.
K-Foorand(Korea-Food Brand)는 우리나라 식품인 K-Food의
경쟁력 강화를 위한 전략으로, 통합브랜드를 구축함으로써
브랜드 신뢰도 제고에 기여할 것으로 기대되고 있다.

식품산업協, 민간차원 통합 브랜드로 수출증대 효과…국내 기업 8개사 베트남 공략

인구 절반이상 30대 미만…식품시장 성장잠재력

(上) K-POP에 이어 K-FOOD 바람
(下) K-FOORAND 마케팅 현장

K FOORAND 2017 in Vietnam

다음달 4~8일까지 베트남 호치민센터에서 개최되는 'K-Foorand 2017 in vietnam'(로고)은 베트남 식품시장이 9500만명의 풍부한 인구와 인구의 절반 이상이 30대 미만으로 경제성장에 따른 가계소득 상승 등이 식품시장의 성장 잠재력을 뒷받침하고 있어 기획된 행사이다. 이 행사는 K-Food의 프로모션을 위해 추진됐으며 롯데마트 K-Foorand 특별존 개장식과 한·베 식품산업 발전방안 포럼, SNS(사회적관계망서비스) 스타챌린지, K-Foorand 특별 Zone 운영, 모바일 페이지 제작, K-Foorand 어워드 2017, 나도 SNS스타!, 다큐멘터리 제작 등 다양한 프로그램으로 진행된다.

우리나라 기업들은 CJ푸드빌이 2007년 뚜레쥬르 1호점을 개점한데 이어 호치민에 23개, 하노이에 7개 매장을 운영 중이며 오리온은 2006년 호치민, 2009년 하노이에 각각 제과 공장을 준공했다. 또한 롯데리아는 현재 200호점을 돌파했으며 매일유업은 2008년 매일베트남 유한법인을 설립해 분유제품을 출시하고 있다. 오뚜기와 대상(주)도 베트남 식품시장을 진출했을 정도로 베트남 식품시장은 중요한 시장으로 자리 잡고 있다.

베트남에 K-Food 바람 일으킨다

K-Foorand는 우리나라 식품의 경쟁력 강화를 위해 한국식품산업협회가 인정한 대한민국 대표 식품들의 통합브랜드다. 그간 수많은 기업의 제품들은 개별 브랜드로 인식시키기 어려웠고 기업이나 제품별로 개별 홍보·마케팅 활동에는 한계가 있었으며 과다한 비용 지출이 뒤따랐다. 이에 따라 민관 차원에서 지원하고 인정하는 통합브랜드로서 신뢰도를 형성하고 브랜드 확산에 따라 새로운 시장 개척 및 수출증대의 효과가 기대된다.

식품산업협회는 호치민, 다낭, 하노이 3개 지역의 베트남 상권 활성화 지역을 중심으로 K-Foorand 행사 안내와 참여 방법 등이 기입된 포스터를 부착하고 오프라인 매장인 베트남 내 커피숍, 식당 등도 성외에 200부의 행사안내 포스터를 부착했다.

K-Foorand에 참가하는 기업은 농심과 대두식품, 대상(주), 롯데리아, 빙그레, 삼육식품, 정식품, 팔도 등 8개사다.

농심은 신라면, 얼큰너구리와 짜파게티, 신라면 컵, 육개장 사발면, 안성탕면 등 대표적인 라면 제품과 새우깡, 양파링 등을 선보인다.

또한 대두식품은 자연이넣은 쌀진병 김진병, 자연이넣은 쌀진병 땅콩진병, 자연이넣은 쌀진병 아몬드진병, 맛있는 양갱 꿀봉, 맛있는 양갱 꿀밤, 소문난 전설의 떡붕어, 소프트찻세 오렌지, 카스텔라 러브베어, 카스텔라 바나나, 통밤 도라야끼을 내놓을 예정이다.

대상은 장류와 해초류, 음용식품, 소스, 김치 등 다양한 부류의 제품을 소개한다. 현미찹고추장과 떡볶이고추장, 맛있는 쌈장, 청정미역, 올리브유재래김, 홍초(석류, 복분자), 후레쉬 마요네즈, 소불고기양념, 맛김치 등이 주요 상품이다.

유제품으로 유명한 빙그레는 아이스크림인 참붕어와 참붕어 초코밀티, 메론맛바, 딸기맛바, 톨따 소다, 엔초, 바나나맛 우유, 메론맛 우유, 딸기맛 우유 등을 선보인다.

삼육식품에서는 베지밀 검은콩 아몬드 두유를 소개한다. 정식품에서는 베지밀 검은콩 아몬드와 호두 우유, 베지밀 토들러, 베지밀 건강밥 두유를 선보일 계획이다.

라면기업으로 유명한 팔도는 남자라면, 일품짜장면, 팔도비빔면, 코레노 비프, 코레노 치킨과 어린이 음료(뽀로로 음료 시리즈)로 베트남 소비자를 사로잡을 계획이다.

• 박현렬
hroul0223@aflnews.co.kr

Binggrae　DAESANG 대상주식회사　정식품 Dr.Chung's Food
Sahmyook foods　LOTTERIA　NONGSHIM
DAEDOO FOODS CO.,LTD.　paldo Fun&Yum

다음달 4~8일까지 베트남 호치민센터에서 개최되는 'K-Foorand'의 참가 기업은 농심과 대두식품, 대상(주), 롯데리아, 빙그레, 삼육식품, 정식품, 팔도 등 8개사다.

날　짜	2017년 11월 21일자	매체 이름	MBN
매체 종류	온라인		
제　목	"우리는 친구!" K-FOORAND로 하나 된 한국과 베트남		
URL	http://mbn.mk.co.kr/pages/news/newsView.php?category=mbn00013&news_seq_no=3393172		

MBN 뉴스　예능 · 교양 · 드라마

뉴스 | 다시보기 | 이슈 플러스 | 연예 | 포토

I·SEOUL·U 소상공인이 원하는 모든 것이 한 곳에 소상공인

뉴스 > 생활/건강

"우리는 친구!" K-FOORAND로 하나 된 한국과 베트남

기사입력 2017-11-21 16:31

한국 식품 맛보려고 롯데마트 매장마다 인파 북적
식품산업協 이창환 회장 "한류 식품 수출 증대 및 현지 안착 계기될 것"

최근 베트남 호치민시 롯데마트 남사이공 지점에서는 줄을 길게 늘어선 현지 고객들의 이색적인 진풍경이 연출되고 있다. 한류 식품관 'K-FOORAND 존'에서 한국 식품을 구매하려는 고객들이 대거 몰려들고 있기 때문이다.

지난 10월 초 오픈한 롯데마트 남사이공 지점 K-FOORAND 존은 'K-FOORAND 2017 in Vietnam' 행사의 일환으로 마련됐다. 이번 행사는 한국식품산업협회(회장 이창환, 이하 협회)가 ▲농심 ▲빙그레 ▲대상 ▲롯데리아 ▲정식품 ▲팔도 ▲삼육식품 ▲대두식품 등 국내 8개 식품 기업들과 함께 베트남 시장 공략을 목표로 진행하고 있다.

K-FOORAND란 민간 차원의 통합 브랜드로 식품(Food)과 브랜드(Brand)가 서로 합쳐져 탄생한 용어다. 한국의 식품 브랜드가 세계인의 친구(Friend)로 거듭난다는 의미를 담고 있다. 국내 식품 산업의 해외 시장 경쟁력 강화 및 인지도 제고를 통해 수출을 늘리자는 것이 본 행사의 취지다.

이를 위해 실질적인 마케팅 전략 자원에 따라 4개월 동안 베트남 호치민 시내 4개 롯데마트 매장 내에 K-FOORAND 존을 설치하고 다양한 마케팅을 펼치고 있다.

K-FOORAND 존 운영 매장 중 하나인 롯데마트 남사이공 지점은 베트남 현지에서도 한류 식품 인기를 실감할 수 있는 핫 플레이스(Hot Place)로 꼽힌다. 지난 2008년 12월 국내 유통업체로는 최초로 베트남에 문을 열어 주목을 받았기 때문. 특히 지난 4월 27일 롯데마트 남사이공 지점에서 열린 K-FOORAND 존 개장식에는 참관객 1만7천여 명이 몰려 한류 식품의 인기를 실감케 했다.

이번 행사는 뜨거운 현지 반응에 힘입어 베트남 전역을 무대로 활발한 홍보 활동이 전개되고 있다. K-FOORAND 존에서는 참가 기업들의 제품을 직접 시식하고 상세 설명 및 조리법 등을 직접 설명해준다. 이를 통해 제품 구매를 유도함으로써 매출 활성화에 크게 기여하고 있다.

베트남 주요 빌딩에서 K-FOORAND를 알리는 CF 방영 뿐 아니라 현지 롯데시네마를 통한 홍보도 진행 중이다. 또한 베트남 현지 파워 블로거들을 통해 K-FOORAND 존 현장 체험 후기를 널리 알리는 '나도 SNS스타'도 펼쳐지고 있다. 이번 행사의 SNS 마케팅은 한류 식품을 알리는 새로운 홍보 방식으로 자리매김하고 있다.

현지 롯데마트 관계자 말에 따르면 향후 K-FOORAND 활성화를 위해 협회와 공조하여 K-FOORAND 존의 운영 기간을 연장한다는 계획이다. 아울러 제품 수도 늘리기 위한 협의를 진행 중이다. 협회도 현지 진출을 희망하는 국내 기업들을 위한 새로운 창구 마련에 적극 노력하고 있다. 특히 협회는 이번 행사를 통한 결과를 토대로 국내 기업 현지화 전략에 큰 도움을 얻을 수 있을 것으로 내다봤다.

협회 이창환 회장은 "최근 베트남 현지의 한국 식품 선호도가 높아지면서 이에 따른 한국 기업들의 수출 희망 사례도 덩달아 늘고 있다."라며 "이번 K-FOORAND 행사가 베트남에서 큰 인기를 얻고 있는 가운데 향후 한국 식품 기업들의 현지 정착 교두보 역할을 할 것으로 기대를 모으고 있다."고 전했다.

Once a Day! 오늘도 당신의 건강은 맑음!
매경헬스 홈페이지에서 매일건강예보를 신청해보세요!
매일 제공되는 운동 영상, 웰빙 식단, 전문가 칼럼 등을 통해 활기찬 오늘을 준비하세요.

원진재 매경헬스 기자 [wjj12@mkhealth.co.kr]

날 짜	2017년 11월 20일자	매체 이름	MBN 뉴스
매체 종류	온라인		
제 목	"지금 베트남에선 한국식품 "K-FOORAND" 열풍		
URL	http://mbn.mk.co.kr/pages/news/newsView.php?category=mbn00013&news_seq_no=3393172		

지금 베트남에선 한국식품 "K-FOORAND" 열풍

식품산업협, 민간자원 통한 브랜드로 수출경쟁력 강화

† K-FOORAND ZONE에서 진행하는 시식행사

지난 11일 APEC 참석차 베트남을 방문한 문재인 대통령이 베트남 주석과 2020년 까지 양국 교역액을 1000억달러까지 올리기로 합의함에 따라 베트남 시장에 대한 기대감이 커지고 있다. 이미 베트남은 뜨거운 한류 열풍으로 베트남 내수시장을 겨냥한 한국 기업들의 진출이 이어지고 있다. 베트남 SNS스타들 사이에서 한국식품이 최고의 아이템으로 떠오르는 것만 봐도 한국식품 열풍을 실감할 수 있다.

페이스북 팔로워 100만명을 보유하고 있는 베트남 SNS스타 Mis Thy는 직접 맛본 한국식품을 수시로 페이스북에 올리며 뜨거운 관심을 받고 있다. Mis Thy는 "평소 먹고 싶었던 한국식품을 직접 맛보고 사진과 동영상을 페이스북에 올리고 있는데 사람들 반응이 굉장히 좋아서 한국식품의 인기를 실감하고 있다"고 말했다.

◆ "K-FOORAND" 한국식품 세계화 이끌어

한국식품의 세계화와 수출활성화를 위한 노력은 계속되고 있다. 한국식품산업협회(회장 이창환)는 작년부터 우리나라 식품산업의 대외 경쟁력을 강화하고 해외 시장에서의 인지도 제고를 위해 'K-FOORAND'사업을 진행하고 있다.

'K-FOORAND'는 FOOD(식품)와 BRAND(브랜드)를 합친 단어로 국내 식품브랜드가 세계인의 친구(Friend)가 되겠다는 의미를 담고 있다. 식품산업협회는 수많은 국내 기업의 식품 브랜드를 'K-FOORAND'라는 하나의 통합 브랜드로 묶어냄으로써 신뢰도를 높이고 브랜드 확산에 따른 수출증대 효과가 커질 것이라고 밝혔다.

'K-FOORAND'의 첫 대상국은 베트남이다. 베트남은 인구의 절반 이상이 30대 미만으로 경제 성장에 따른 시장 잠재력이 뛰어나고 한국 식품이 고품질 건강식품이라는 인식이 강해 수출 전망이 밝은 곳이다. 지난 4월부터 베트남 시장 개척을 위한 실질적인 SNS 홍보와 마케팅은 물론 시식행사, 문화공연, 포럼 등 다양한 행사를 통해 현지인들에게 한국식품의 우수성을 알리고 있다.

국내 8개사 ▲농심 ▲빙그레 ▲대상 ▲롯데리아 ▲정식품 ▲팔도 ▲삼육식품 ▲대두식품이 참가하고 있는 첫 번째 K-FOORAND 사업의 무대는 베트남이다. 올해 4월부터 K-FOORAND 2017 in Vietnam을 통해 베트남 현지인들에게 한국식품을 접할 수 있는 기회를 제공하며 한국식품 알리기에 하창이다.

일시	행사내용
1일차 12월 5일	- 호치민內 롯데마트 방문 - 베트남 현지 재래시장 조사
2일차 12월 6일	- 베트남 상공회의소 간담회 "K-FOORAND DAY" - 한국식품 시식행사 - K-POP커버댄스 축하공연
3일차 12월 7일	- 8개 참가기업 간담회 - 한-베 식품산업 발전방안 포럼 - SNS스타 어워즈

† K-FOORAND in Vietnam 행사 일정

호치민 롯데마트 남사이공점을 시작으로 호치민 시내 4개 롯데마트 지점에서 각각 K-FOORAND존을 마련하여 공동 마케팅을 진행했다. 이미 100여명에 달하는 베트남 현지 SNS스타들이 페이스북, ZALO(베트남 소셜네트워크) 등 다양한 방식으로 한국식품을 소개하며 한국식품 열풍에 동참하고 있다.

12월 중에는 'K-FOORAND 다큐멘터리'도 방영될 예정이다. 한국에서도 인기가 높은 베트남 음식의 열풍과 베트남 현지인의 입맛을 사로잡은 한국식품회사들의 도전에 대한 이야기로 구성되는 다큐멘터리는 호치민TV를 통해 방송된다. 새로운 문화를 시도하고 다양한 음식문화를 만들어 내는 베트남을 생생하게 엿볼 수 있다.

◆ 한-베 수교 25주년, " K-FOORAND 2017 in Vietnam "으로 유종의 미

다음달 5일부터 7일까지 K-FOORAND 본 행사가 열린다. 베트남 현지 재래시장 조사를 통한 베트남 시장분석과 양국간 농·식품 발전을 위해 '한-베 식품산업 발전방안 포럼'이 진행될 예정이다. 한국식품 시식회와 K-POP커버댄스 등 베트남 현지인에게 흥미요소가 풍부한 "K-FOORAND DAY"도 마련되어 있다.

한국식품산업협회 이창환 회장은 "K-FOORAND는 한국식품의 우수성을 세계적으로 알리고 수출 활성화에 기여할 수 있는 한국식품 통합 브랜드로 자리잡을 것"이라며 "K-FOORAND 행사를 향후 베트남, 인도네시아, 중국, 태국, 미얀마 등으로 확대 개최해 '아시아 푸드 페스티벌'로 발전시키겠다"고 말했다.

[매경헬스서정은 기자] [sjy1318s@mkhealth.co.kr]

[© 매경헬스 & mkhealth.co.kr, 무단전재 및 재배포 금지]

날 짜	2017년 11월 16일자	매체 이름	에너지경제
매체 종류	온라인		
제 목	CJ제일제당, 농심, 오뚜기 등 '식품업계 CEO' 한자리에 모인다		
URL	http://www.ekn.kr/news/article.html?no=324904		

CJ제일제당, 농심, 오뚜기 등 '식품업계 CEO' 한자리에 모인다

-김영록 농식품부 장관, CJ제일제당, 농심, 오뚜기 등 식품기업인 간담회 개최
-지난 2월 간담회 때 강조한 내용, 진행 중

[에너지경제신문 이주희 기자] 김영록 농림축산식품부 장관은 17일 국내 19개 식품기업 CEO들과 만나 식품산업 발전을 위한 간담회를 가진다.

이 간담회는 일자리 창출과 수출확대에 기여하고 있는 식품업계의 노고를 격려하고, 향후 식품산업이 혁신성장을 주도하는 주력산업으로 도약하기 위한 방안을 모색하는 자리로 문재인 정부의 국정철학을 공유하고 식품산업을 통해 일자리 창출과 국산 농산물의 사용 확대 등을 논의한 전망이다.

김 장관은 스식품산업의 육성을 통한 일자리 창출 스농업계와의 상생협력을 통한 국산 농산물 사용 확대 스농식품 수출 활성화 방안 등을 논의하며, 현장 애로사항 등 식품 산업 발전을 위한 업계 의견을 수렴할 예정이다.

또 기능성 식품과 고령자용 식품 분야 등에 대한 연구개발(R&D) 투자 확대, 아세안 등 성장시장 수출확대 등으로 혁신성장을 이뤄 좋은 일자리 창출에 기여해달라고 요청하며, 정부 역시 이에 대한 지원을 아끼지 않는 다는 방침이다.

농식품부는 내년 2월에 열리는 평창동계올림픽 기회를 활용해 국내 식품이 더 도약할 수 있는 계기가 될 수 있도록 함께 노력할 것을 당부할 계획이다.

앞서 김영록 장관 전 10개월간 농식품부 장관을 했던 김재수 전 장관은 지난 2월 이 같은 간담회 자리에서 스청년층 일자리 확대 스적극적인 수출확대 및 글로벌 시장 진출 스청년해외개척단 파견 통해 신시장 개척에 적극적으로 나설 것을 강조한 바 있다.

16일 농식품부에 따르면 올 8월 농축산식품유통공사(aT)에서 개최된 '2017 A Farm Show 농림식품산업 일자리 박람회'를 열어 분산돼 열렸던 귀농·귀촌 박람회, 농식품 일자리 페어 등을 통합해 일자리 장출에 힘썼다.

수출 확대 및 글로벌 시장 진출 등을 위해서는 지난 4월 말 한국식품산업협회와 협업해 베트남과 현지 판매플랫폼 K-foorand(케이프랜드)를 만들었다. K-foorand는 케이푸드(K-Food)와 브랜드(Brand)의 합성어로 한국식품의 우수성과 브랜드 정통성을 알리고 한국식품 브랜드가 세계인의 친구가 되겠다는 의미를 가지고 있다.

한국식품산업협회 관계자는 "올 초 사드문제로 수출시장 다변화를 목표로 신남방정책이 있었는데 그 일환으로 8개 기업(협회 회원사)을 모아 공동으로 K-foorand를 진행했다"고 설명했다.

K-foorand는 크게 홍보와 판매 두 가지로 나뉜다.

이 관계자는 "홍보는 SNS 스타를 동원해 제품 등을 홍보하며, 판매는 베트남 내 13개 지점이 있는 롯데마트를 통해 이루어진다"고 말했다.

지난 4월 개장식을 가졌고 9월부터 본격적으로 시작했다. 다음달 12월 5~7일에는 K-Foorand 어워즈 행사가 열릴 예정이다.

청년해외개척단(AFLO) 파견 통해 신시장을 개척하겠다는 부분은 현재 진행 중에

청년해외개척단은 상·하반기로 나눠 이루어지며, 상반기 31명, 하반기 29명이 5개 14개국에 파견을 나갔다. 하반기 파견은 11월까지로 마무리 단계다.

청년해외개척단은 다변화사업의 장기(3개월) 수출 요원팀으로 활동한다. 청보기업 파견국가 언어 가능자로 수출업체 주재원 역할과 우리나라 농식품 다변화 대상 수출확대를 위한 현지 사무소 역할을 수행한다.

농식품부 수출지원과에 따르면 참가자 중 김 모씨는 인도 첸나이 식품유통회사에 해 한국 식품 유통업무에 종사하고 있으며, 기 모씨는 주 인도 한국관광공사 현지 문화 및 식품 홍보를 위한 인턴으로 취업했다.

농식품부는 청년 해외개척단을 농식품부 대표 청년정책으로 육성할 계획이다.

< 저작권자 © 에너지경제 무단전재 및 재배포 금지 / 대한민국 경제의 힘, 에너지경제 >

날 짜	2017년 7월 3일자	매체 이름	한국농어민신문
매체 종류	온라인		
제 목	이정삼 농식품부 과장 "버섯류 수출 창구 단일화로 과당경쟁 개선"		
URL	http://www.agrinet.co.kr/news/articleView.html?idxno=153794		

한국농어민신문 오피니언 농정 유통 축산 농산 전국 식품 수산 수출 여성

HOME > 수출 > 수출정책

이정삼 농식품부 과장 "버섯류 수출 창구 단일화로 과당경쟁 개선"

승인 2017.07.03 17:29 신문 2926호(2017.07.07) 11면

지난 5년간 국가 전체 수출액은 연평균 2.5% 감소했지만 농식품 수출은 오히려 3.5% 증가하는 등 농식품 수출이 호조세를 이어가고 있다. 특히 올 1분기 농식품 수출은 전년 동기대비 11.3% 증가한 16억 4200만 달러로 농식품 수출 통계작성 이후 1분기 최고치를 달성하고 있다.

이러한 기대이상의 성과 이면에는 차별화된 선도적 수출정책 추진으로 국내 농식품 산업을 수출전략산업으로 견인해온 농림축산식품부 수출진흥과의 역할이 컸다. 농식품 수출정책을 총괄하는 이정삼 농식품부 수출진흥과장을 만나 향후 수출전망과 핵심적인 수출전략을 알아봤다.

국내 첫 품목별 수출통합조직 제스프리 모델로 출범 예정

가격덤핑·출혈경쟁 해소 기대
시장다변화 등 수출정책 추진
농식품 수출 '1분기 최고치'
'청년 해외개척단' 도 힘쏟아

수출 많이 본

조제분유 수출액

인기뉴스

1 "무허가 축사
2 [현장에서 만나
3 [현장에서 만나
4 "농민헌법 제
5 "골프장 건립
6 "우유, 장기능

▲K-Food의 글로벌 경쟁력 강화를 위한 브랜드화 전략을 말해 달라.

-국내 농식품의 경쟁력 강화를 위한 전략으로 브랜드를 구축하는 것이 핵심이다. 민간 차원에서 지원하고 인정하는 브랜드로 K-Food에 대한 신뢰도를 높이는 것이다. 이러한 브랜드 신뢰도 제고를 통해 새로운 식품과 새로운 시장 개척, 수출증대 시너지 효과를 높일 것으로 예상된다. 그 중 하나가 한국식품산업협회 회원사들이 참여해 만든 K-Foorand이다. K-Food와 Brand를 합성한 K-Foorand는 한국식품의 우수성과 브랜드의 정통성을 전 세계에 알려 수출증대와 국가경쟁력을 강화하는 것인데 한국 식품브랜드가 세계인의 친구(Friend)가 되겠다는 의미도 포함하고 있다.

이러한 K-Foorand는 기업별 또는 제품별 개별홍보·마케팅 활동에는 한계와 과다비용 지출의 문제가 있으므로 민간 차원에서 지원하고 인정하는 브랜드로 신뢰도 형성의 필요성이 있다. 또한 브랜드 확산에 따라 새로운 시장 개척과 수출증대 효과까지 기대할 수 있다.

▲앞서 언급한 정책 외에 농식품업체 수출활성화를 위한 지원방안은 무엇이 있나.

-우선 농식품 수출전문조직과 동종 식품업체들이 연합해 공동사업계획을 수립하면 이에 대한 지원도 강화할 계획이다. 또 해외 유통망을 구축하고 있는 국내 기업과 연계를 통해 유통망을 협업, 농식품 수출을 추진하는 경우 심사를 거쳐 농식품 수출을 적극 지원하고 있다. 이외에도 명인 등 국가인증 농식품에 대해서는 프리미엄 수출제품으로 육성하기 위한 지원을 강화하고 있다.

이영주 기자leeyj@agrinet.co.kr

날 짜	2017년 5월 8일자	매체 이름	전업농신문
매체 종류	온라인		
제 목	식품산업 수출증대 위한 상생협약 체결		
URL	http://www.palnews.co.kr/news/articleView.html?idxno=84754		

전업농신문
www.palnews.co.kr

뉴스 오피니언 피플 커뮤니티

정책 | 농업 | 농어촌 | 축산 | 임업 | 식품/유통 | 산업 | 농업금융 | 기자재 | 건강 | 사회일반 | 품목경영

HOME > 뉴스 > 식품/유통

식품산업 수출증대 위한 상생협약 체결

식품산업협회·농림축산식품부·롯데마트, 업무협약

김지연 기자 승인 2017.05.08 14:12 댓글 0

[전업농신문=김지연 기자] 한국식품산업협회(회장 이창환)는 최근 베트남 호치민 롯데마트 남사이공점에서 농림축산식품부(장관 김재수), 롯데마트(대표 김종인)와 함께 '식품산업 수출증대를 위한 상생협력 협약'을 체결했다.

이번 협약식은 우리나라 식품산업의 대외 경쟁력을 강화하고 해외시장에서의 인지도 제고 및 새로운 시장 개척을 위한 실질적인 홍보·마케팅 전략 수립을 목적으로 하고 있으며, 한국산 식품브랜드가 세계인의 친구가 되겠다는 의미의 'K-FOORAND'의 성공적인 안착을 위해 민관의 공동 프로젝트의 일환으로 마련됐다.

협약식에는 김재수 농림축산식품부장관과 이창환 한국식품산업협회장, 김종인 롯데마트 대표이사가 참석했다.

협약서의 주요내용은 스몰남아시아 전반으로 식품 수출을 확산하는 新 남방정책에 상호 협력 스몰남아시아 시장 식품 수출증대를 위해 장벽·비관세 장벽 해소를 위한 상호 협력 스수출 활성화에 저해되는 각종 규제에 대한 제도 개선을 위해 상호 협력 등이다.

김재수 장관은 "한국의 농식품이 베트남 국민 들의 식생활에서 가장 좋은 친구가 될 수 있도록 한국 정부의 지원을 아끼지 않겠다"고 말했다. 또한 한-베트남 양국 비관세 장벽 해소에 대해서 긍정적인 결과대를 발생할 수 있도록 노력하기로 했다.

이창환 협회장은 "베트남은 인구의 절반이상이 30대 미만으로 식품시장 성장 잠재력이 큰 곳이라며 베트남 소비자들에게 한국산 라면 두유 스낵류 조미료 등에 대해 고품질 건강식품이라는 인식을 계속 심어 나가겠다"고 설명했다.

김지연 기자 kj@palnews.co.kr

날 짜	2017년 5월 2일자	매체 이름	내일신문
매체 종류	온라인		
제 목	한·일 농수산식품 수출 대결 본격화		
URL	http://www.naeil.com/news_view/?id_art=236238		

내일신문 뉴스 | 오피니언 | 내일스페셜 | 자료실

뉴스홈 정치 지방자치 경제 세계 사회 문화 피플 기자별 기사 보기

사회 | 전체 사건/사고 법률 교육 노동 환경 의료 시민사회 피플

글자크기 + −

한·일 농수산식품 수출 대결 본격화

한국 9조8천억 vs 일본 7조6천억원 … 내수시장 중심에서 해외진출 가속

2017-05-02 12:04:00 게재

한국과 일본이 농수산식품 수출에 적극 나서면서 양국의 수출경쟁도 본격화하고 있다. 한·일 양국은 모두 농수산업을 내수 중심으로 운영했지만 세계무역기구(WTO) 출범 이후 농산물까지 자유무역의 대상에 포함되자 수출에 나서기 시작했다.

김재수(왼쪽 셋째) 농림축산식품부 장관은 지난달 26일 25개 농식품기업이 참여한 동남아시장개척단과 함께 베트남 사이공에서 한국농식품 수출 확대를 위한 업무협약을 체결했다. 사진 농림축산

◆한국, 중국시장 위축을 동남아개척으로 돌파 = 김재수 농림축산식품부 장관은 국내 25개 농식품 수출기업이 참여한 사절단과 함께 지난달 26일 베트남 롯데마트 남사이공점(1호점)에서 열린 '케이푸랜드 존'(K-FOORAND ZONE) 개장식에 참석하고, 농식품부·한국식품산업협회·롯데마트 베트남 법인과 수출확대를 위한 3자 업무협약을 체결했다. 케이푸랜드는 한국식품을 뜻하는 케이푸드(K-FOOD)와 브랜드(BRAND)의 합성어로, 친구를 뜻하는 '프렌드'로 읽혀 한국 농식품에 대한 친근한 이미지를 강조한다.

농식품부는 이번 업무협약으로 딸기 배 사과 포도 등 동남아 지역에서 인기가 높은 우리 신선·가공 농식품의 안정적인 판로를 확보하게 됐다며 의미를 부여했다.

김 장관은 또 지난달 25일부터 사흘간 진행된 호치민 식품박람회를 방문, 42개 참가업체를 격려했다. 호치민 식품박람회와 쉐라톤호텔에서 진행된 수출상담회에서는 593건, 6237만달러(약 711억3000만원) 상당의 수출계약 및 상담이 진행됐다. 빙그레는 아이스크림 및 유제품 250만달러 수출계약을 체결했고, 국산 들깨로 들기름을 생산하는 코메가는 현지 바이어와 코메가 들기름 독점공급계약도 맺었다.

김 장관 일행은 28일 태국 방콕에서 개최된 수출상담회도 방문, 국내 참가업체를 격려했다. 농식품부에 따르면 방콕 상담회에서는 현장 수출 계약 4건, 수출 상담 92건 등을 통해 2194만달러(약 250억달러) 상당의 수출 계약 및 상담액을 기록했다.

농식품부는 중국시장으로 수출이 어려움을 겪고 있는 상황을 동남아시장 개척으로 돌파하는 전략을 추진하고 있다.

김 장관은 25일부터 29일까지 진행한 동남아시장개척활동 중 베트남 농업농촌개발부 장관(27일) 및 태국 농업협동부 장관(28일)과 양자면담을 갖고 농업통상 현안에 대한 협조도 당부했다.

정연근 기자 연합뉴스 ygjung@naeil.com

날 짜	2017년 5월 1일자	매체 이름	전자신문
매체 종류	온라인		
제 목	농식품부, 8400만달러 동남아 수출 계약 성과		
URL	http://www.etnews.com/20170501000095		

전자신문 etnews

전자신문 | GreenDaily | RPM9 | NextDaily | CIOBIZ+ | EnterOnNews

통신&방송 | SW&게임&성장기업 | 소재&부품 | 전자&자동차&유통 | 경제&금융 | 산업&과학&

테일러 리포트

"'하이퍼플렉스'로 프라이빗 클라우드 최적화"

'인공지능이 관리하는 데이터센터에서 포킹 박사 연구실 유...

길러온 대학·밀어준 기업, 함께 일궈낸 현장 일자리 인재

농식품부, 8400만달러 동남아 수출 계약 성과

발행일 : 2017.05.01

[AD] AJ전시몰 10~20만원대 가성비노트북 출시

농림축산식품부가 베트남, 과 태국 현지 유통망과 MOU를 체결하는 한편, 총 8431만달러 상당의 수출 계약 및 상담 성과를 거뒀다.

빙그레는 베트남 C사와 연간 250만달러 규모 아이스크림, 유제품 수출계약을 체결했다. 100% 국산 들깨 들기름 생산 업체인 코메가는 현지 바이어와 독점공급계약을 체결하는 등 한국 농식품에 대한 뜨거운 관심을 확인할 수 있었다.

태국 방콕에서 개최된 수출상담회에서는 태국 뿐 아니라, 인도·라오스·미얀마·호주 등의 유력 바이어 44개사가 참여했다. 현장 수출 계약 4건, 수출 상담 92건 등 총 2194만달러 수출 계약 및 상담을 통해 태국 등 동남아 시장 진출을 위한 발판을 마련했다.

대표 사례로 금산홍삼은 "행사 전 4개 업체의 태국 바이어와 상담이 예정되어 있었는데, 현지 호응도가 높아 캄보디아 바이어 등 신규 바이어와 8건이 넘는 수출 상담을 진행했고, 그 중 세 곳에서 실제 수입을 희망하여 현장에서 견적과 샘플을 제공했다"고 전했다.

김 장관은 사절단 25개 기업과 간담회를 통해 동남아 시장 진출 확대를 위한 민관 협력 방안에 대해서도 논의했다. 이후 베트남 롯데마트 남사이공점(1호점)에서 열린 'K-FOORAND ZONE' 개장식에 참석해, 농림축산식품부·한국식품산업협회·롯데마트 베트남 법인과 3자 MOU를 체결했다. 협약에 따라 롯데마트 남사이공점을 시작으로 오는 6월까지 베트남 현지 롯데마트 전매장(13개점)에 '한국 농식품 전용 판매관(K-FOORAND ZONE)' 설치될 예정이다.

김 장관은 "우리 수출 업체가 자발적으로 시장 진출을 위한 공동브랜드를 런칭하고, 해외에 진출한 유력 유통업체와 함께 안정적인 판매 플랫폼을 확보하는 모델이 베트남을 시작으로 동남아 다른 국가에도 확산되기를 바란다"고 말했다.

조정형 산업정책부(세종) 기자 jenie@etnews.com

날 짜	2017년 5월 1일자	매체 이름	데일리안
매체 종류	온라인		
제 목	농식품부, 동남아시장 개척…8400만 달러 성과 거둬		
URL	http://www.dailian.co.kr/news/view/630607		

데일리안

정치 | 사회 | 경제 | 국제 | 스포츠 | 연예 | 포토 | 카드뉴스 | 착한선진화

Adobe Flash Player을(를) 사용하려면 클릭하세요.

경제

농식품부, 동남아시장 개척...8400만 달러 성과 거둬

베트남·태국 공략, 농식품 수출기업 참여 사절단 꾸려 농·축산물 수출 촉진

기사본문 | 댓글 바로가기 | 등록 : 2017-05-02 14:15

이소희 기자(aswith@naver.com) 기사더보기 +

베트남·태국 공략, 농식품 수출기업 참여 사절단 꾸려 농·축산물 수출 촉진

농림축산식품부가 동남아 수출시장 확대를 위해 베트남, 태국 등지를 방문해 농식품 수출기업 사절단을 운영한 결과 수출상담 689건, 8431만 달러의 수출 계약 성과를 거뒀다고 2일 밝혔다.

▩재수 농식품부 장관은 국내 25개 농식품 수출기업이 참여하는 사절단을 이끌고 4월 25일부터 29일(3박 5일)까지 베트남 호치민, 하노이와 태국 방콕 등을 방문해 시장 개척에 나섰다.

이에 앞서 김 장관은 사절단에 참여한 25개 기업들에게 "중국 시장의 위기를 동남아 시장 개척을 통해 기회로 바꿔달라"면서 정부의 신 시장 개척 활동에 적극 동참해 줄 것을 주문한 바 있다.

김 장관은 베트남 롯데마트 남사이공점(1호점) 개장과 농림축산식품부·한국식품산업협회·롯데마트 베트남 법인과 3자 MOU를 체결, 한국 농식품 전용 판매관(K-FOORAND ZONE)을 설치하는 등 판매 플랫폼을 확보 모델을 제시했다.

김 장관은 베트남 롯데마트 남사이공점(1호점) 개장과 농림축산식품부·한국식품산업협회·롯데마트 베트남 법인과 3자 MOU를 체결, 한국 농식품 전용 판매관(K-FOORAND ZONE)을 설치하는 등 판매 플랫폼을 확보 모델을 제시했다.

이어 이번 3일간 호치민 식품박람회에서 베트남 식품 시장의 트랜드인 '간편·건강·고품질' 콘셉트에 맞춰 역대 최대 규모로 한국관(참가업체 42개사)을 운영해 수출상담회에서 총 593건, 6237만 달러의 수출 계약 및 상담 성과를 이끌어냈다.

특히 빙그레(대표 박영준)는 베트남 C사와 아이스크림 및 유제품에 대해 연간 250만 달러의 수출계약을 체결했으며, 100% 우리나라 들깨로 가공한 들기름 생산 업체인 코메가(대표 정백훈)는 현지 바이어와 코메가 들기름 독점 공급계약을 체결하기도 했다.

또한 28일 태국 방콕에서 개최된 수출상담회에서는 태국 뿐 아니라, 인근 인도·라오스·미얀마·호주 등의 유력 바이어 44개사가 참여해, 현장 수출 계약 4건, 수출 상담 92건 등 총 2194만 달러의 수주로 동남아 시장 진출을 위한 발판을 마련했다.

수출상단회에 참여한 고태훈 금산흑삼 대표는 "행사 전 4개 업체의 태국 바이어와 상담이 예정돼 있었는데, 현지 호응도가 높아 캄보디아 바이어 등 신규 바이어와 8건이 넘는 수출 상담을 진행했고, 그 중 세 곳에서 실제 수입을 희망해 현장에서 견적과 샘플을 제공했다"고 전했다.

▩한 농식품부는 국내 농촌관광 활성화를 위해 베트남 하노이의 한국문화원 내 한국 농촌관광 전시관을 개관하고, 베트남 하노이와 태국 방콕에서 현지 여행업계와 언론사 등을 초청해 첫 한국 농촌관광 설명회와 전시회도 개최했다.

날 짜	2017년 5월 1일자	매체 이름	이데일리
매체 종류	온라인		
제 목	'K푸드 세일즈' 나선 김재수장관..동남아서 8431만불 성과		
URL	http://www.edaily.co.kr/news/news_detail.asp?newsId=01856486615924656&mediaCodeNo=257		

이데일리

경제·금융 기업·IT 정치·글로벌 증권 사회 부동산 재테크 문화·레저 연예·스포츠 오피니언

종합 정책 금융 채권 외환 조세 산업·통상

경제·금융 > 정책

'K푸드 세일즈' 나선 김재수장관..동남아서 8431만불 성과

피용익 기자 | 2017-05-01

아직도 비아X라 먹어? 1알의 기적!

[세종=이데일리 피용익 기자] 김재수 농림축산식품부 장관이 동남아시아에서 시장 개척 활동을 벌여 8431만달러 규모의 'K푸드 세일즈' 성과를 냈다.

1일 농식품부에 따르면 김재수 장관은 지난달 25일부터 29일까지 국내 25개 농식품 수출기업 사절단을 이끌고 베트남과 태국을 방문했다.

김 장관은 베트남에서 롯데마트 남사이공점(1호점)에서 열린 'K-FOORAND ZONE' 개장식에 참석하고, 농림축산식품부·한국식품산업협회·롯데마트 베트남 법인과 3자 양해각서(MOU)를 체결했다.

이번 업무 협약으로 롯데마트 남사이공점을 시작으로 오는 6월까지 베트남 현지 롯데마트 전 매장(13개점)에 'K-FOORAND ZONE'이 설치된다.

이를 통해 중견·중소 농식품 수출기업뿐 아니라 딸기·배·사과·포도 등 동남아 지역에서 인기가 높은 신선·가공 농식품의 안정적인 판로를 확보했다는 평가다.

많이 본

1 D-13

2

김 장관은 "우리 수출업체들이 자발적으로 시장 진출을 위한 공동브랜드를 런칭하고, 해외에 진출한 유력 유통업체와 함께 안정적인 판매 플랫폼을 확보하는 모델이 베트남을 시작으로 동남아 다른 국가에도 확산되기를 바란다"고 말했다.

김 장관은 또 호치민 식품박람회에 역대 최대 규모로 설치된 한국관을 방문해 참가 업체들을 격려했다. 베트남 호치민 식품박람회와 쉐라톤 호텔에서 진행된 수출상담회에서는 총 593건, 6237만달러의 수출 계약 및 상담 성과가 있었다. 빙그레는 베트남 C사와 아이스크림 및 유제품에 대해 연간 250만달러의 수출계약을 체결했고, 코메가는 현지 바이어와 들기름 독점공급계약을 체결했다.

태국 방콕에서 개최된 수출상담회에서는 태국 뿐 아니라 인도·라오스·미얀마·호주 등의 유력 바이어 44개사가 참여했다. 여기에선 총 2194만달러의 수출 계약 및 상담을 통해 동남아 시장 진출을 위한 발판을 마련했다.

한편 김 장관은 이번 출장 기간 중 베트남 농업농촌개발부 장관 및 태국 농업협동부 장관(4.28)과 양자면담도 가졌다.

베트남에는 현재 협의가 진행 중인 우리 단감·감귤·파프리카 등에 대한 검역협상의 신속한 진행을 요청했다. 태국에는 쇠고기·파프리카·토마토 등의 태국 수출을 위한 검역협상 가속화를 요구했고, 이를 위해 5월 중 실무급 검역회의를 개최하기로 합의했다.

© 종합 경제정보 미디어 이데일리 - 상업적 무단전재 & 재배포 금지

날 짜	2017년 5월 1일자	매체 이름	연합뉴스
매체 종류	온라인		
제 목	농식품부, 동남아 시장 개척 적극 나서		
URL	http://www.yonhapnews.co.kr/bulletin/2017/05/01/0200000000AKR20170501030300030.HTML?from=search		

연합뉴스

최신기사

농식품부, 동남아 시장 개척 적극 나서

(서울=연합뉴스) 정철 기자 = 농림축산식품부는 최근 베트남과 태국에서 동남아 수출시장 개척 활동을 벌여 상당한 수출 계약 및 상담 성과를 거뒀다고 1일 밝혔다.

베트남 출장 중인 김재수 농식품부 장관 [농식품부 제공]

김재수 농식품부 장관은 지난달 25~29일 국내 25개 농식품 수출기업이 참여하는 사절단을 이끌고 베트남과 태국을 방문했다.

김 장관은 이 자리에서 "중국 시장의 위기를 동남아 시장 개척을 통해 기회로 바꿔달라"고 주문하면서 정부의 신(新)시장 개척 활동에 적극 동참해 줄 것을 당부했다.

이후 김 장관은 베트남 롯데마트 남사이공점(1호점)에서 열린 'K-푸랜드(Foorand) 존' 개장식에 참석하고, 농식품부·한국식품산업협회·롯데마트 베트남 법인과 3자 양해각서(MOU)를 체결했다.

이번 업무 협약으로 롯데마트 남사이공점을 시작으로 오는 6월까지 베트남 현지 롯데마트 전 매장(13개점)에 '한국 농식품 전용 판매관'이 설치된다.

김 장관은 축사를 통해 "우리 수출업체들이 자발적으로 시장 진출을 위한 공동브랜드를 만들고, 해외에 진출한 유력 유통업체와 함께 안정적인 판매 플랫폼을 확보하는 모델이 베트남을 시작으로 동남아 다른 국가에도 확산되기를 바란다"고 말했다.

날 짜	2017년 5월 1일자	매체 이름	머니투데이
매체 종류	온라인		
제 목	김재수 장관, 동남아시장서 '세일즈맨' 변신		
URL	http://news.mt.co.kr/mtview.php?no=2017050115191029877&outlink=1&ref=https%3A%2F%2Fsearch.naver.com		

머니투데이

김재수 장관, 동남아시장서 '세일즈맨' 변신

4월25일-29일 3박4일간 베트남 태국서 시장개척 활동… 총 8400만불 수출 계약 및 상담 성과

머니투데이 세종=정혁수 기자 | 입력 2017.05.01 17:22

-한-베트남 '식물품종보호 협력 MOU' 체결…올해 대(對)베트남 종자수출 20%이상 증가할 듯

김재수 농식품부장관이 최근 베트남과 태국을 잇따라 방문해 8400만불 규모의 수출 계약을 체결하고 귀국했다. 현지 설명회와 정부 당국자간 실무회의를 통해 한국산 농·축산물과 종자수출을 위한 기반을 마련했다는 평가다.

농림축산식품부는 김재수 장관이 국내 25개 농식품 수출기업으로 구성된 사절단을 이끌고 4월25일부터 29일까지 베트남과 태국을 방문, 총 8431만불(베트남 6237만불·태국 2194만불) 규모의 수출계약과 상담 성과를 거두었다고 1일 밝혔다.

농식품 수출 시장 다변화 및 동남아 시장 개척을 위해 직접 세일즈에 나선 김 장관은 첫 방문지인 베트남을 찾아 롯데마트 남사이공점(1호점)에서 열린 'K-FOORAND ZONE' 개장식에 참석, 농식품부·한국식품산업협회·롯데마트 베트남 법인과 3자 업무협약(MOU)을 체결했다.

이번 협약을 계기로 베트남 현지에서 운영중인 13개 롯데마트 전 매장에 '한국 농식품 전용 판매관(K-FOORAND ZONE)'이 설치될 전망이다.

김 장관은 또 호치민 식품박람회를 찾아 역대 최대 규모로 운영된 한국관을 둘러보고 42개 참가업체 관계자들을 격려했다.

호치민 식품박람회와 쉐라톤 호텔에서 진행된 수출상담회에서는 총 593건(6237만불)의 수출 계약 및 상담 성과가 있었다. (주)빙그레가 연간 250만불의 수출계약을, 100% 국산 돌깨로 가공한 '돌기름'을 생산하는 '코메가'는 현지 업체와 독점공급계약을 체결하는 등 한국 농식품에 대한 관심이 잇따랐다.

같은 달 28일 태국 방콕에서 열린 수출상담회에서는 태국 뿐만 아니라 인근 인도·라오스·미얀마·호주 등의 유력 바이어 44개사가 참여해 총 2194만불 규모의 수출계약이 체결되는 등 태국 등 동남아 시장 진출을 위한 발판이 마련됐다는 평가다.

한국농수산식품유통공사(aT)는 현지 고급식품 유통업체인 탑스 슈퍼마켓(Top's supermarket)의 모그룹 Central Group과 수출협력 MOU를 체결하는 등 태국 및 인근 국가를 대상으로 한 한국 농식품의 탄탄한 수출 플랫폼을 구축했다.

농식품부는 국내 농촌관광 활성화를 위해 베트남 하노이의 한국 문화원 내 한국 농촌관광 전시관을 개관하고, 베트남 하노이와 태국 방콕에서 현지 여행업계와 언론사 등을 초청해 한국 농촌관광 설명회도 개최했다.

같은 달 28일 태국 방콕에서 열린 수출상담회에서는 태국 뿐만 아니라 인근 인도·라오스·미얀마·호주 등의 유력 바이어 44개사가 참여해 총 2194만불 규모의 수출계약이 체결되는 등 태국 등 동남아 시장 진출을 위한 발판이 마련됐다는 평가다.

한국농수산식품유통공사(aT)는 현지 고급식품 유통업체인 탑스 슈퍼마켓(Top's supermarket)의 모그룹 Central Group과 수출협력 MOU를 체결하는 등 태국 및 인근 국가를 대상으로 한 한국 농식품의 탄탄한 수출 플랫폼을 구축했다.

농식품부는 국내 농촌관광 활성화를 위해 베트남 하노이의 한국 문화원 내 한국 농촌관광 전시관을 개관하고, 베트남 하노이와 태국 방콕에서 현지 여행업계와 언론사 등을 초청해 한국 농촌관광 설명회도 개최했다.

김재수 장관은 또 호치민 식품박람회를 찾아 역대 최대 규모로 운영된 한국관을 둘러보고 42개 참가업체 관계자들을 격려했다.

호치민 식품박람회와 쉐라톤 호텔에서 진행된 수출상담회에서는 총 593건(6237만불)의 수출 계약 및 상담 성과가 있었다. (주)빙그레가 연간 250만불의 수출계약을, 100% 국산 돌깨로 가공한 '돌기름'을 생산하는 '코메가'는 현지 업체와 독점공급계약을 체결하는 등 한국 농식품에 대한 관심이 잇따랐다.

같은 달 28일 태국 방콕에서 열린 수출상담회에서는 태국 뿐만 아니라 인근 인도·라오스·미얀마·호주 등의 유력 바이어 44개사가 참여해 총 2194만불 규모의 수출계약이 체결되는 등 태국 등 동남아 시장 진출을 위한 발판이 마련됐다는 평가다.

한국농수산식품유통공사(aT)는 현지 고급식품 유통업체인 탑스 슈퍼마켓(Top's supermarket)의 모그룹 Central Group과 수출협력 MOU를 체결하는 등 태국 및 인근 국가를 대상으로 한 한국 농식품의 탄탄한 수출 플랫폼을 구축했다.

농식품부는 국내 농촌관광 활성화를 위해 베트남 하노이의 한국 문화원 내 한국 농촌관광 전시관을 개관하고, 베트남 하노이와 태국 방콕에서 현지 여행업계와 언론사 등을 초청해 한국 농촌관광 설명회도 개최했다.

김재수 장관은 "이번 MOU 체결로 품종권리 확보를 위한 기간이 최소 2년 단축됨에 따라 올해 콜라비, 무, 고추 등 대(對)베트남 종자수출이 20%이상 증가할 것으로 보인다"며 "이는 동남아 다른 국가로의 우리 종자 수출 확대를 위한 기반이 될 것으로 기대된다"고 말했다.

세종=정혁수 hyeoksooj@. 이 기자의 다른기사 보기 >

날 짜	2017년 5월 1일자	매체 이름	정책브리핑
매체 종류	온라인		
제 목	농식품부, 동남아 시장 개척 가시적 성과 거둬		
URL	http://www.korea.kr/policy/pressReleaseView.do?newsId=156199377		

KOREA.KR 정책브리핑 정책뉴스 기획&특집 칼럼&피플 브리핑룸 정책플러스 일지

브리핑룸홈 청와대브리핑 국무회의브

감기 물리치는 6가지 생활 요법

농식품부, 동남아 시장 개척 가시적 성과 거둬

- 농식품 유통기반 확충, 수출상담 및 계약 84백만불 등

농림축산식품부 | 2017.05.01

김재수 농림축산식품부(이하 농식품부) 장관은 동남아 농식품 수출시장 개척을 위해 국내 25개 농식품 수출기업이 참여하는 사절단을 이끌고 4월25일부터 29일(3박 5일)까지 베트남(호치민, 하노이)과 태국(방콕)을 방문하여 시장 개척 활동을 하였다.

김재수 장관은 본격적인 수출시장 개척 활동에 앞서, 베트남 하노이에서 사절단에 참여한 25개 기업과 간담회를 통해 동남아 시장 진출 확대를 위한 민관 협력 방안에 대해 논의 하였다.

○ 이 자리에서 김재수 장관은 사절단에 참여한 25개기업들에게 '중국 시장의 위기'를 동남아 시장 개척을 통해 기회로 바꿔달라'고 격려하고, 정부의 新시장 개척 활동에 적극 동참해 줄 것을 당부하였다.

이후, 김재수 장관은 베트남 롯데마트 남사이공店(1호점)에서 열린 개장식에 참석하고, 농림축산식품부·한국식품산업협회·롯데마트 베트남 법인과 3자 MOU를 체결하였다.

○ 이번 업무 협약으로 롯데마트 남사이공店을 시작으로 오는 6월까지 베트남 현지 롯데마트 전매장(13개점) 內 『한국 농식품 전용 판매관(K-FOORAND ZONE)』이 설치된다.

○ 이를 통해 중견·중소 농식품 수출기업뿐 아니라, 딸기·배·사과·포도 등 동남아 지역에서 인기가 높은 우리 신선·가공 농식품의 안정적인 판로를 확보했다는 점에서 의미가 크다고 할 수 있다.

○ 김 장관은 동 개장식 축사를 통해, "우리 수출업체들이 자발적으로 시장 진출을 위한 공동브랜드를 런칭하고, 해외에 진출한 유력 유통업체와 함께 안정적인 판매 플랫폼을 확보하는 모델이 베트남을 시작으로 동남아 다른 국가에도 확산되기를 바란다"고 말했다.

* 는 한국 식품을 뜻하는 K-FOOD와 BRAND의 합성어로 경우에 따라 '친구'를 뜻하는 '프렌드'로 읽혀, 한국 농식품의 친근한 이미지 부각

농식품부는 4월 25일부터 27일까지 3일 간 진행된 호치민 식품박람회에서는 베트남 식품 시장의 트랜드인 '간편·건강·고품질' 컨셉에 맞춰 역대 최대 규모로 한국관(참가업체 42개사)을 운영하였고, 김재수 장관은 한국관을 방문하여 참가 업체들을 격려하였다.

○ 베트남 호치민 식품박람회와 쉐라톤 호텔에서 진행된 수출상담회에서는 총 593건, 62.37백만불의 수출 계약 및 상담 성과가 있었다.

○ (주)빙그레 (대표 박영준)는 베트남 C사와 아이스크림 및 유제품에 대해 연간 250만불의 수출계약을 체결하였으며, 특히, 100% 우리나라 들깨로 가공한 '들기름' 생산 업체인 코메가(대표 정백훈)는 현지 바이어와 코메가 들기름 독점공급계약을 체결하는 등 한국 농식품에 대한 뜨거운 관심을 확인할 수 있었다.

28일, 태국 방콕에서 개최된 수출상담회에서는 태국 뿐 아니라, 인근 의 인도·라오스·미얀마·호주 등의 유력 바이어 44개사가 참여했으며,

○ 현장 수출 계약 4건, 수출 상담 92건 등 총 21.94백만불의 수출 계약 및 상담을 통해 태국 등 동남아 시장 진출을 위한 발판을 마련했다.

○ 대표 사례로 금산흑삼(대표 고태훈)은 "행사 전 4개 업체의 태국 바이어와 상담이 예정되어 있었는데, 현지 호응도가 높아 캄보디아 바이어 등 신규 바이어와 8건이 넘는 수출 상담을 진행했고, 그 중 세 곳에서 실제 수입을 희망하여 현장에서 견적과 샘플을 제공하였다"고 전했다.

날 짜	2017년 5월 1일자	매체 이름	아시아투데이
매체 종류	온라인		
제 목	김재수 농식품부 장관, 베트남·태국서 8400만달러 농식품 수출 계약		
URL	http://www.asiatoday.co.kr/view.php?key=20170501010000089		

2017. 12. 20 (수) 서울 뉴델리 18.4℃ -0.9℃ 도쿄 9.1℃

아시아투데이

전체 정치 사회 경제 전국 국제 연예·스포츠 오피니언 비즈엠뉴스

정책 금융·증권 산업 IT·과학 부동산 유통 중기·벤처

속보 | 하나금융투자, 조기상환가능성을 높인 ELS 등 총 4종 모집

OKSUSU original '회사를 관두는 최고의 순간,'

김재수 농식품부 장관, 베트남·태국서 8400만달러 농식품 수출 계약

조상은 기자 | 기사승인 2017. 05. 01. 11:48

농림축산식품부는 1일 김재수 장관이 동남아 농식품 수출시장 개척을 위해 국내 25개 농식품 수출기업이 참여하는 사절단을 이끌고 4월25일부터 29일까지 베트남과 태국을 방문해 시장 개척 활동을 펼쳤다고 밝혔다.

이와 관련 김재수 장관은 베트남 롯데마트 남사이공점에서 열린 'K-FOORAND ZONE' 개장식에 참석했으며, 농림축산식품부·한국식품산업협회·롯데마트 베트남 법인과 3자 MOU를 체결했다.

[삼성] 전... ₩299,000 NEW 신규입고 정... ₩279,000 AJ전시몰

김재수 장관은 "국내 수출업체들이 자발적으로 시장 진출을 위한 공동브랜드를 런칭하고, 해외에 진출한 유력 유통업체와 함께 안정적인 판매 플랫폼을 확보하는 모델이 베트남을 시작으로 동남아

김재수 장관은 "국내 수출업체들이 자발적으로 시장 진출을 위한 공동브랜드를 런칭하고, 해외에 진출한 유력 유통업체와 함께 안정적인 판매 플랫폼을 확보하는 모델이 베트남을 시작으로 동남아 다른 국가에도 확산되기를 바란다"고 말했다.

또한 김재수 장관은 지난달 25일부터 27일까지 3일간 진행된 호치민 식품박람회에 방문, 한국관 참가 업체들을 격려했다.

베트남 호치민 식품박람회와 쉐라톤 호텔에서 진행된 수출상담회에서는 총 593건, 6200만달러 수출 계약 및 상담 성과를 창출했다.

28일 태국 방콕에서 개최된 수출상담회에서는 현장 수출 계약 4건, 수출 상담 92건 등 총 2200만달러 수출 계약 및 상담을 통해 태국 등 동남아 시장 진출을 위한 발판을 마련했다.

농식품 수출 시장 다변화 및 동남아 시장 개책을 위해 직접 세일즈에 나선 김 장관은 이번 태국 및 베트남 출장을 통해 총 8400만달러 수출계약 및 상담 성과를 거뒀다.

조상은 기자(세종) cse@asiatoday.co.kr

©"젊은 파워, 모바일 넘버원 아시아투데이"

날 짜	2017년 4월 26일자	매체 이름	전업농신문
매체 종류	온라인		
제 목	식품산업 수출증대 위한 상생협력 체결		
URL	http://www.palnews.co.kr/news/articleView.html?idxno=84662		

전업농신문
www.palnews.co.kr

뉴스 오피니언 피플 커뮤니티

식품산업 수출증대 위한 상생협력 체결

한국식품산업협회·농림축산식품부·롯데마트 업무협약

[전업농신문=김민수 기자] 한국식품산업협회(회장 이정환)는 26일, 베트남 호치민 롯데마트 남사이 공지점에서 농림축산식품부(장관 김재수), 롯데마트 (대표 김종인)와 함께 '식품산업 수출증대를 위한 상생협력 협약'을 체결했다.

이번 협약식은 우리나라 식품산업의 대외 경쟁력을 강화하고 해외시장에서의 인지도 제고 및 새로운 시장 개척을 위한 실질적인 홍보·마케팅 전략 수립을 목적으로 하고 있으며, 한국산 식품브랜드가 세계의 친구가 되겠다는 의미인 'K-FOORAND'(Food+Brand 합성어)의 성공적인 안착을 위해 민관의 공동프로젝트의 일환으로 마련됐다.

협약식에는 김재수 농림축산식품부장관과 이정환 한국식품산업협 회장, 김종인 롯데마트 대표이사가 참석했다.

협약서의 주요내용은 ▲동남아시아 전반으로 식품 수출을 확산하는 新 남방정책에 상호 협력 ▲동남아시아 시장 식품 수출증대를 위하여 검역·비관세 장벽 해소를 위한 상호 협력 ▲수출 활성화에 저해되는 각종 규제에 대한 제도 개선을 위해 상호 협력 등이다.

이번 협약식에서 김재수 장관은 "한국의 농식품이 베트남 국민들의 식생활에서 가장 좋은 친구가 될 수 있도록 한국 정부의 지원을 아끼지 않겠다."고 말했다. 또한 한-베트남 양국 비관세 장벽 해소에 대해서 적극적인 공감대를 형성할 수 있도록 노력하기로 했다.

이정환 협회장은 "베트남은 인구의 절반이상이 30대 미만으로 식품시장 성장 잠재력이 큰 곳이라며, 베트남 소비자들에게 한국산 라면 두유 스낵류 등이 품질 좋은 식품이라는 인식을 계속 심어 나가겠다."고 설명했다.

김민수 기자 news@palnews.co.kr

날 짜	2017년 4월 26일자	매체 이름	쿠키뉴스
매체 종류	온라인		
제 목	한국식품산업협회, 산업수출증대 위한 상생협력 체결		
URL	http://www.kukinews.com/news/article.html?no=450229		

쿠키뉴스

뉴스 정치 사회 경제 연예 스포츠 생활문화 전국 포토 영상 쿠키건강TV

한국식품산업협회, 산업수출증대 위한 상생협력 체결

조현우 기자 입력 : 2017.04.26 15:39:38 | 수정 : 2017.04.26 15:39:43

Adobe Flash Player을(를) 사용하려면

[쿠키뉴스=조현우 기자] 한국식품산업협회가 식품산업수출증대를 위한 상생협력 협약서를 체결했다.

한국시간으로 26일 베트남 호치민 롯데마트 남사이공지점에서 열린 이번 협약식에는 김재수 농림축산식품부장관과 김종인 롯데마트 대표 등이 참석했다.

이번 협약식은 식품산업의 대외 경쟁력을 강화하고 해외시장에서의 인지도 제고와 새로운 시장 개척을 위한 홍보·마케팅 전략 수립을 목적으로 'K-FOORAND' 프로젝트의 일환으로 기획됐다.

K-FOORAND 프로젝트에 참여하고 있는 국내 기업은 농심, 대두식품, 대상, 롯데리아, 빙그레, 삼육식품, 정식품, 팔도 등이다.

협약식에서 김 장관은 "한국 농식품이 베트남 국민들의 식생활에 좋은 친구가 될 수 있도록 할 것"이라고 말했다.

akgn@kukinews.com

날 짜	2017년 4월 25일자	매체 이름	문화일보
매체 종류	온라인		
제 목	농식품사절단 '동남아 로드쇼' 베트남·태국서 홍보행사 개최		
URL	http://www.munhwa.com/news/view.html?no=2017042501032021087001		

munhwa.com
문화일보

뉴스 오피니언 포토 스포츠 연예 여행 기자★

[경제]

농식품사절단 '동남아 로드쇼' 베트남·태국서 홍보행사 개최

우리나라 농식품의 동남아 수출 시장 확대를 위해 정부가 베트남·태국을 대상으로 로드쇼를 펼친다.

농림축산식품부는 국내 25개 농식품 수출기업과 함께 25일부터 29일까지 베트남 호치민과 하노이, 태국 방콕을 방문해 다양한 농식품 관련 홍보 행사를 진행한다고 밝혔다. 이번 농식품 사절단에는 김재수 농식품부 장관을 비롯해 농식품부 수출 및 식품 업무 관련 공무원들, 농심 대상 등 주요 식품기업 11개사, 코메가 등 6차 산업 대표기업, 중소식품기업 등 총 25개 업체가 참여한다.

베트남은 최근 현지 한류 열풍으로 새로 농식품 수출 시장으로 떠오르는 지역이다. 사절단은 1대1 수출상담회, 이마트·롯데마트 오우기 등 현지 진출기업 초청 간담회, 롯데마트 베트남 매장 내 'K-Foorand Zone' 상설매장 개장식, 호치민 식품박람회 참석, 현지 소비자 체험행사 등에 참가해 다각도로 베트남 현지 시장개척 활동을 지원한다.

태국에서는 인도·라오스·미얀마 등 인근 국가 유력 바이어 44개사를 초청해 수출상담회를 개최하고 센트럴 그룹과의 업무협약 체결 등을 진행한다.

박정인 기자 bohe00@munhwa.com

Google에 의해 중요된 광고입니다.
이 광고 그만 보기
이 광고가 표시된 이유

날 짜	2017년 4월 24일자	매체 이름	이데일리
매체 종류	온라인		
제 목	김재수 장관, 동남아 3개 도시서 우리 농식품 '세일즈'		
URL	http://www.edaily.co.kr/news/news_detail.asp?newsId=02728966615899400&mediaCodeNo=257		

이데일리

경제·금융 기업·IT 정치·글로벌 증권 사회 부동산 재테크 문화·레저 연예·스포츠 오피니언

종합 정책 금융 채권 외환 조세 산업·통상

경제·금융 > 정책

김재수 장관, 동남아 3개 도시서 우리 농식품 '세일즈'

피용익 기자 | 2017-04-24

아직도 비아X라 먹어? 1알의 기적!

세종=이데일리 피용익 기자] 김재수 농림축산식품부 장관이 이끄는 민관합동 사절단이 농식품 수출 다변화를 위해 동남아시아 시장 개척에 나선다.

농식품부는 김재수 장관과 국내 농식품 수출기업이 참여하는 사절단이 25일부터 29일까지 베트남 호찌민·하노이와 태국 방콕을 방문한다고 24일 밝혔다.

사절단에는 농심·대상 등 식품기업 11개사, 코메가 등 6차 산업 대표기업 및 중소 식품기업 8개사, 리마글로벌·농협무역·탑푸르트 등 신선 농산물 수출기업 6개사 등 총 25개 수출업체가 참여한다.

베트남에서는 △현지 바이어 초청 1:1 수출상담회 △이마트와 롯데마트 등 현지 진출기업 초청 간담회 △롯데마트 베트남 매장 내 한국 농식품 공동브랜드(K-Foorand) 상설매장 개장식 △호찌민 식품박람회 참석 등이 계획돼 있다.

이어 태국에서는 △태국·인도·라오스·미얀마 등 현지 바이어 44개사 초청 수출상담회 △현지 최대 농식품 유통업체인 탑스 슈퍼마켓의 모회사인 센트럴그룹과의 업무협약 체결 등의 일정을 소화한다.

많이 본 뉴스

베트남에서는 △현지 바이어 초청 1:1 수출상담회 △이마트와 롯데마트 등 현지 진출기업 초청 간담회 △롯데마트 베트남 매장 내 한국 농식품 공동브랜드(K-Foorand) 상설매장 개장식 △호찌민 식품박람회 참석 등이 계획돼 있다.

이어 태국에서는 △태국·인도·라오스·미얀마 등 현지 바이어 44개사 초청 수출상담회 △현지 최대 농식품 유통업체인 탑스 슈퍼마켓의 모회사인 센트럴그룹과의 업무협약 체결 등의 일정을 소화한다.

김재수 장관은 출장 기간 중 베트남 농업농촌개발부 장관과 별도 면담을 갖고, 현재 검역협상이 진행 중인 수출 품목에 대해 위험평가 등 관련 절차가 신속히 진행될 수 있도록 촉구할 예정이다.

특히 베트남과는 양국에서 등록 완료된 신품종 재배시험 결과를 상호 인정하는 식물품종보호 업무협약을 맺을 계획이다.

농식품부 관계자는 "이번 출장은 일본, 중국 등에 편중돼 있는 농식품 수출시장을 다변화하고 동남아 시장 확대를 위해 추진되는 것"이라고 설명했다.

© 종합 경제정보 미디어 이데일리 - 상업적 무단전재 & 재배포 금지

날 짜	2017년 4월 24일자	매체 이름	파이낸셜뉴스
매체 종류	온라인		
제 목	김재수 농식품부 장관, 우리 농식품부 세일즈 외교 나섰다		
URL	http://www.fnnews.com/news/201704241141094191		

파이낸셜뉴스 경제

정치 증권/금융 경제 사회 국제 오피니언 라이프 기획·이슈 연예·스포츠 해외토픽

김재수 농식품부 장관, 우리 농식품부 세일즈 외교 나섰다

파이낸셜뉴스 | 입력 : 2017.04.24 11:44 | 수정 : 2017.04.24 13:25

김재수 농림축산식품부 장관(사진)이 우리 농식품 수출시장 다변화를 위해 직접 '세일즈 외교'에 나섰다.

농림축산식품부는 24일 김 장관은 국내의 25개 농식품 수출기업이 참여하는 사절단을 이끌고 이달 25~29일까지 베트남(호치민·하노이)과 태국(방콕)을 방문한다고 밝혔다.

이번 출장은 최근 대중 수출 애로 등 수출여건 악화로 어려움을 겪고 있는 국내 농식품 수출업계의 동남아 시장개척 요청에 따라 일본, 중국 등에 편중되어 있는 농식품 수출시장을 다변화하고 동남아 시장 확대를 위해 추진되는 것이다.

민관 합동으로 꾸려지는 이번 사절단에는 농심, ㈜대상 등 중견 식품기업 11개사, 코메가 등 6차 산업 대표기업 및 중소 식품기업 8개사, 리마글로벌, 농협무역, 탑푸르트 등 신선 농산물 수출기업 6개사 등 총 25개 수출업체가 참여한다.

26~27일 베트남에선 일대일(1:1) 수출상담회(현지 바이어 49개사초청), 현지 진출기업(이마트, 롯데마트, 오뚜기 등) 초청 간담회, 롯데마트 베트남 매장 내 'K-Foorand Zone' 상설매장 개장식, 호치민 식품박람회 참석, 현지 소비자 체험행사 등 다각도로 베트남 현지 시장개척 활동을 지원할 계획이다.

28일 태국에서는 태국·인도·라오스·미얀마 등 인근 국가 유력 바이어 44개사 초청 수출상담회, 현지 최대 농식품 유통업체인 탑스 슈퍼마켓(Top's supermarket)의 모그룹인 센트럴 그룹과의 MOU 체결 등을 통해 태국 및 인근 국가로의 농식품 수출확대 방안을 모색한다.

또, 농식품부는 국내 농촌관광 활성화를 위해 베트남 하노이의 한국 문화원 내 한국 농촌관광 전시관을 개관하고, 베트남 관광객 유치에도 힘을 쏟을 예정이다.

아울러 27일 열리는 한국 농촌관광전시관 개관식엔 김 장관을 비롯, 베트남 관광협회 회장, 현지 여행업계 및 언론사 관계자, 국내 유관기관 관계자 등이 참석할 예정이다.

이번 한국 농촌관광 전시관에는 우리나라의 농촌관광 콘텐츠를 4개 테마(힐링 스테이·체험여행·전통여행·웰빙여행)로 나눠 전시할 계획이며, 한국 농촌의 생활양식, 전통음식, 문화를 경험할 수 있는 테마 중심으로 소개함으로써 동남아 관광객의 한국 농촌관광 수요 확대에 기여할 것으로 기대된다.

날 짜	2017년 4월 24일자	매체 이름	부산일보
매체 종류	온라인		
제 목	김재수 농식품부 장관, 농식품업체 25개사와 베트남·태국 방문		
URL	http://news20.busan.com/controller/newsController.jsp?newsId=201704240000094		

BUSAN.com 부산일보

로그인 | 회원가입 | 지면보기

전체 사회 정치 경제해양 문화 라이프 스포츠연예 FUN부산 대학소식

김재수 농식품부 장관, 농식품업체 25개사와 베트남·태국 방문

김덕준 기자 casiopea@busan.com | 입력 : 2017-04-24 [13:08:06] | 수정 : 2017-04-24 [13:08:06]

김재수 농림축산식품부 장관이 농식품 수출시장 다변화를 위해 25일부터 29일까지 베트남과 태국을 찾는다고 농식품부가 24일 밝혔다. 이번 해외일정에는 국내 25개 농식품 수출기업이 참여하게 되며 현지 바이어 수출상담회와 상설매장 개장식 등 다양한 현지시장 개척활동이 이어진다.

농식품부 관계자는 "최근 수출여건 악화로 어려움을 겪고 있는 농식품 수출업계가 동남아 시장개척을 요청해와 일본과 중국에 편중된 농식품 수출시장을 다변화하고 동남아 시장 확대를 위해 이번 행사를 추진하게 됐다"고 말했다.

이번 사절단에는 농심·대상 등 중견 식품기업 11개사, 코메가 등 6차 산업 대표기업 및 중소 식품기업 8개사, 리마글로벌·농협무역·탑푸르트 등 신선 농산물 수출기업 6개사 등 총 25개 수출업체가 참여한다.

베트남의 경우 △1대 1 수출상담회(현지 바이어 49개사 초청) △현지 진출기업(이마트·롯데마트·오뚜기 등) 초청 간담회 △롯데마트 베트남 매장내 K-Foorand 존 상설매장 개장식 △호치민 식품박람회(25~27일) 참석 △현지 소비자 체험행사 등이 진행된다.

K-Foorand란 'K-Food'와 'Brand'의 합성어로 농심·대상·정식품·빙그레·NH무역 등 8개사가 참여해 론칭한 한국 농식품 공동브랜드다.

또 태국에서는 △태국 인도 라오스 미얀마 등 인근 국가 유력 바이어 44개사 초청 수출상담회 △현지 최대 농식품 유통업체인 탑스 슈퍼마켓의 모그룹인 센트럴 그룹과의 양해각서(MOU) 체결 등이 이뤄진다.

이와 함께 농식품부는 국내 농촌관광 활성화를 위해 베트남 하노이의 한국 문화원 내 한국 농촌관광 전시관을 개관하고 베트남 관광객도 유치할 예정이다. 한국 농촌관광 전시관에는 우리나라의 농촌관광 콘텐츠를 4개 테마(힐링스테이·체험여행·전통여행·웰빙여행)로 나누어 전시할 계획이다.

날 짜	2017년 4월 24일자	매체 이름	아시아투데이
매체 종류	온라인		
제 목	김재수 농식품부 장관, 동남아 시장 농식품 수출 세일즈 나섰다		
URL	http://www.asiatoday.co.kr/view.php?key=20170424010014960&ref=search		

베트남에서는 1대 1 수출상담회, 현지 진출기업 초청 간담회, 롯데마트 베트남 매장 내 'K-Foorand Zone' 상설매장 개장식, 호치민 식품박람회 참석, 현지 소비자 체험행사 등 현지 시장개척 활동을 지원한다.

또한 태국에서 태국·인도·라오스·미얀마 등 인근 국가 유력 바이어 44개사 초청 수출상담회, 현지 최대 농식품 유통업체인 탑스 슈퍼마켓(Top's supermarket)의 모그룹 Central Group과 업무협약(MOU) 체결 등 태국 및 인근 국가로 농식품 수출확대 방안을 모색한다.

농식품부는 국내 농촌관광 활성화를 위해 베트남 하노이의 한국 문화원 내 한국 농촌관광 전시관을 개관하고, 베트남 관광객 유치에도 나선다.

김재수 장관은 출장 기간 중 베트남 농업농촌개발부 장관, 태국 농업협동부 장관과 별도 양자면담도 가질 예정이다.

김 장관은 면담에서 현재 검역협상이 진행 중인 한국 수출 관심품목에 대해 위험평가 등 관련 절차가 신속히 진행될 수 있도록 촉구할 방침이다.

아울러 베트남 농업농촌개발부 장관과 '식물품종보호 MOU'도 체결할 계획이다.

이번 MOU는 양국에서 등록 완료된 신품종 재배시험 결과를 상호 인정하는 것이다.

이로 인해 한국 종자의 베트남 등록 시 최소 2년 이상 소요됐던 현지 재배심사 절차를 거치지 않고 신속하게 현지 등록이 가능해질 것으로 예상된다.

날 짜	2017년 4월 24일자	매체 이름	NEWSIS
매체 종류	온라인		
제 목	김재수 농식품장관 베트남·태국 방문…수출시장 개척		
URL	http://www.newsis.com/view/?id=NISX20170424_0014850481		

민관 합동으로 꾸려지는 이번 사절단에는 농심, ㈜대상 등 중견 식품기업 11개사, 코메가 등 6차 산업 대표기업 및 중소 식품기업 8개사, 리마글로벌, 농협무역, 탑푸르트 등 신선 농산물 수출기업 6개사 등 총 25개 수출업체가 참여한다.

베트남 방문에서는 ▲1:1 수출상담회(현지 바이어 49개사 초청) ▲현지 진출기업(이마트, 롯데마트, 오뚜기 등) 초청 간담회 ▲롯데마트 베트남 매장 내 한국 농식품 공동브랜드 'K-Foorand Zone' 상설매장 개장식 ▲호치민 식품박람회(4.25~27) 참석 ▲현지 소비자 체험행사 등 베트남 현지 시장개척 활동을 지원할 계획이다.

이어 태국에서는 ▲태국·인도·라오스·미얀마 등 인근 국가 유력 바이어 44개사 초청 수출상담회 ▲현지 최대 농식품 유통업체인 탑스 슈퍼마켓의 모그룹인 센트랄 그룹과의 양해각서(MOU) 체결 행사 등이 진행된다.

김 장관은 또 국내 농촌관광 활성화를 위해 베트남 하노이의 한국 문화원 내 한국 농촌관광 전시관 개관식에 참석해 베트남 관광객 유치에도 힘을 쏟 예정이다.

한국 농촌관광 전시관에는 우리나라의 농촌관광 콘텐츠를 4개 테마(힐링 스테이, 체험여행, 전통여행, 웰빙여행)로 나눠 전시할 계획이며 한국 농촌의 생활양식, 전통음식, 문화를 경험할 수 있는 테마 중심으로 소개할 예정이다.

김 장관은 이번출장 기간 동안 베트남 농업농촌개발부 장관, 태국 농업협동부 장관과도 만나 검역협상이 진행 중인 우리측 수출 관심품목에 대해 위험평가 등 관련 절차가 신속히 진행될 수 있도록 촉구할 예정이다.

또한 이번 베트남 농업농촌개발부 장관과 면담 계기에 양국 품종보호 기관(한국 국립종자원-베트남 농업농촌개발부 작물생산국)간 '식물품종보호 MOU'도 체결할 계획이다.

이번 MOU는 양국에서 등록 완료된 신품종 재배시험 결과를 상호 인정하는 것으로 우리 종자의 베트남 등록 시 최소 2년 이상 소요됐던 현지 재배심사 절차를 거치지 않고 신속하게 현지 등록이 가능해질 것으로 예상된다.

날 짜	2017년 4월 24일자	매체 이름	헤럴드경제
매체 종류	온라인		
제 목	농식품 동남아 수출 늘린다…김재수 장관, 베트남·태국 방문		
URL	http://biz.heraldcorp.com/view.php?ud=20170424000644&ACE_SEARCH=1		

헤럴드경제 인터넷판

뉴스 오피니언 재테크 부동산 라이프 연예 문화 스포츠 지역뉴스

뉴스속보 농식품 동남아 수출 늘린다…김재수 장관, 베트남·태국 방문

기사입력 2017-04-24 13:52 | 배문숙 기자

[헤럴드경제=배문숙 기자] 정부와 민간이 손을 잡고 농식품 수출 다변화를 위해 동남아시아 시장 개척에 나선다.

농림축산식품부는 김재수 장관과 국내 농식품 수출기업이 참여하는 사절단이 25일부터 29일까지 베트남 호찌민, 하노이와 태국 방콕을 방문한다고 24일 밝혔다.

이는 최근 중국으로의 수출 등에 애로를 겪고 있는 국내 농식품 수출업계의 요청에 따라 편중된 수출시장을 다변화하기 위한 것이라고 농식품부는 설명했다.

김재수 농림축산식품부 장관 [사진=헤럴드경제DB]

- 알2위"간알" 술끊어서 될일 아냐!"경악"
- 다이어트 실패1순위! 이것 하면 무조건빠져..
- "비만세균" 발견!! 살찌는 이유 밝혀져..

사절단에는 농심, 대상 등 식품기업 11개사, 코메가 등 6차 산업 대표기업 및 중소 식품기업 8개사, 리마글로벌·농협무역·탑푸르트 등 신선 농산물 수출기업 6개사 등 총 25개 수출업체가 참여한다.

베트남에서는 현지 바이어 초청 1:1 수출상담회, 이마트와 롯데마트 등 현지 진출기업 초청 간담회, 롯데마트 베트남 매장 내 한국 농식품 공동브랜드(K-Foorand) 상설매장 개장식, 호찌민 식품박람회 참석 등이 계획돼 있다.

태국에서는 태국·인도·라오스·미얀마 등 현지 바이어 44개사 초청 수출상담회, 현지 최대 농식품 유통업체인 탑스 슈퍼마켓의 모회사인 센트럴그룹과의 업무협약 체결 등을 통해 농식품 수출확대 방안을 모색한다.

27일에는 베트남 하노이 한국 문화원 내에 한국 농촌관광 전시관이 개관한다. 하노이와 방콕에서는 현지 여행업계와 언론사 등을 초청해 한국 농촌관광 설명회도 개최한다.

김재수 장관은 출장 기간 중 베트남 농업농촌개발부 장관, 태국 농업협동부 장관과 별도 면담을 통해 현재 검역협상이 진행 중인 수출 품목에 대해 위험평가 등 관련 절차가 신속히 진행될 수 있도록 촉구할 예정이다.

베트남과는 양국에서 등록 완료된 신품종 재배시험 결과를 상호 인정하는 식물품종보호 업무협약을 맺는다.

베트남에서 최소 2년 이상 걸린 현지 재배심사 절차를 거치지 않게 돼 콜라비, 무 등 국산 채소 종자의 수출 활성화에 도움이 될 것이라고 농식품부는 설명했다.

oskymoon@heraldcorp.com

날 짜	2017년 4월 24일자	매체 이름	연합뉴스
매체 종류	온라인		
제 목	농식품 동남아 수출 늘린다…민관합동 사절단 파견		
URL	http://www.yonhapnews.co.kr/bulletin/2017/04/24/0200000000AKR20170424065300030.HTML?from=search		

베트남에서는 현지 바이어 초청 1:1 수출상담회, 이마트와 롯데마트 등 현지 진출기업 초청 간담회, 롯데마트 베트남 매장 내 한국 농식품 공동브랜드(K-Foorand) 상설매장 개장식, 호찌민 식품박람회 참석 등이 계획돼 있다.

태국에서는 태국·인도·라오스·미얀마 등 현지 바이어 44개사 초청 수출상담회, 현지 최대 농식품 유통업체인 탑스 슈퍼마켓의 모회사인 센트럴그룹과의 업무협약 체결 등을 통해 농식품 수출확대 방안을 모색한다.

Google에 의해 종료된 광고입니다.
이 광고 그만 보기
이 광고가 표시된 이유

27일에는 베트남 하노이 한국 문화원 내에 한국 농촌관광 전시관이 개관한다.

하노이와 방콕에서는 현지 여행업계와 언론사 등을 초청해 한국 농촌관광 설명회도 개최한다.

김재수 장관은 출장 기간 중 베트남 농업농촌개발부 장관, 태국 농업협동부 장관과 별도 면담을 통해 현재 검역협상이 진행 중인 수출 품목에 대해 위험평가 등 관련 절차가 신속히 진행될 수 있도록 촉구할 예정이다.

베트남과는 양국에서 등록 완료된 신품종 재배시험 결과를 상호 인정하는 식물품종보호 업무협약을 맺는다.

베트남에서 최소 2년 이상 걸린 현지 재배심사 절차를 거치지 않게 돼 콜라비, 무 등 국산 채소 종자의 수출 활성화에 도움이 될 것이라고 농식품부는 설명했다.

Ⅶ 오프라인 홍보

❑ 포스터 시안 및 제작

○ 한국어 의미를 살린 베트남어 번역 후 총 200매 제작

– 인쇄용 제작물 베트남 반입금지에 따라 현지제작 및 부착

○ 포스터 시안

❑ 홍보물 부착

○ 롯데마트 부착 : 2017년 10월 14일 ~ 현재

○ 부착장소 : 하노이 및 호치민 13개점

부착장소	부착사진
-HCMC : Lottemart Cong Hoa, Dist. Tan Binh	
-Hanoi : Lottemart Lieu Giai	
-HCMC : Lottemart Nguyen Van Luong, Dist. Go Vap	
-Hanoi : Lottemart Tay Son	

○ 롯데리아 부착 : 2017년 10월 18일 ~ 현재

○ 부착장소 : 호치민 38개점 및 하노이 20개점

부착장소	부착사진
-Lotteria : 95 Tran Hung Dao	
-Lotteria : 445 Bach Dang	
-Lotteria : 52 Hau Giang	
-Lotteria : 801 Hong Bang	

부착장소	부착사진
-Lotteria : 118 Nguyen Khanh Toan, Cau Giay	
-Lotteria : 298 Cau Giay	
-Lotteria : 112 Tran Duy Hung, Cau Giay	
-Lotteria : Lo C –D5 KĐTM Cau Giay	
-Lotteria : 1Fl kiosuqe C2 Nguyen Co Thach, My Dinh	
-Lotteria : 63 Huynh Thuc Khang –Dong Da	

○ 기타장소 부착 : 2017년 10월 18일 ~ 현재

○ 부착장소 : 호치민 중·고등학교 및 대학 25개 장소 및 하노이 유동인구 밀집지역 및 학교, 카페 등 25개 장소

부착장소	부착사진
-NGUYEN THI MINH KHAI High School	
-RUBY Garden –Tan Binh Districts -University of Science HoChiMinh City	
-TAY THANH High School	
-VINH VIEN High School	
-University of Technology HCM	

Ⅴ 성과 분석

Ⅰ 수출 실적

❑ 분석결과

- K-FOORAND 행사 진행시기(8~11월)의 참가기업의 베트남 수출실적은 2016년 약 60억원이었으나, 2017년의 수출실적은 약 105억원으로 약 45억원 증가
- 수출증가율은 농심은 34.6%, 대상은 41.9%, 빙그레는 72.0%, 삼육식품은 40.8%, 정식품은 3.4%, 팔도는 896.2%로 참가기업 전체 수출증가율은 74.3%를 달성
- K-FOORAND 사업기간에 맞추어 베트남 전역에 홍보 및 판촉장려로 한국 우수가공식품의 베트남 수출향상에 기여

Ⅱ 경제효과

❑ SNS스타챌린지 행사를 통한 경제효과 분석

– 게시물 클릭에 의한 경제효과 분석(매 회당 경제효과, 단위 : 원)

구분	활동 기준	인원수	게시글 클릭 단가(CPC)	LIKE 클릭 단가
SA급	팔로워 100만이상 SNS스타	4명	25원	35원
	팔로워 50만이상 SNS스타	2명	20원	30원
A급	팔로워 10만이상 SNS스타	24명	15원	25원
B급	팔로워 5만-10만 SNS스타	32명	8원	20원
C급	팔로워 3만-5만 SNS스타	16명	6원	18원

– 경제효과산정 계수 단가 기준(매 회당 경제효과, 단위 : 원)

구분	게시글 클릭 경제효과			“좋아요” 클릭 경제효과			합계
	총 클릭수	단가	효과	총 좋아요 수	단가	효과	
SA등급	16,228,282	22원	357,022,204원	132,584	32원	4,242,688원	361,264,892원
A등급	70,812,079	15원	1,062,181,185원	607,829	25원	15,195,725원	1,077,376,910원
B등급	53,192,019	7원	372,344,133원	489,347	19원	9,297,593원	381,641,726원
C등급							
경제 효과	총 1,820,283,528원의 경제효과						

❑ 분석결과

○ 베트남 국가 특성상 SNS 매체 의존도가 높은 것으로 평가, 팔로우 높은 샐럽들의 포스팅 비용이 높은 편으로 포스팅 수 확보에 집중하기보다 콘텐츠 생성 능력이 있는 샐럽을 섭외, 포스팅 콘텐츠의 퀄리티를 향상 시키고 향후 진행 시에는 기업의 각 브랜드별 특성에 맞게 기업의 요구사항을 수합하여 전달하는 사전 교육 프로그램과 시간 확보를 필요로 함

Ⅲ 비계량 성과

❑ 민·관이 협력하여 수출증진에 성공적인 사업

○ 식품산업의 민간 대표주자인 한국식품산업협회가 주관, 현지대형 유통업체인 롯데마트가 판매망을 제공하여 농림축산식품부와 한국농수산식품유통공사의 지원으로 대한민국 식품수출증진에 이바지한 성공사례

❑ SNS 스타를 활용한 한국식품 홍보 및 친밀감 전파

○ SNS스타 및 나도 SNS 스타에 참여한 일반인이 한국 식품을 직접 체험하고 그 후기를 통해 전파함으로써, 베트남 국민들에게 한국 식품 브랜드와의 친밀도를 높이면서 한국식품의 인지도 향상 기여

❑ 한·베 식품산업 발전방안 포럼을 통한 양국의 민·관 교류 협력

○ 한-베 식품산업발전을 위하여 양국의 관련기관 공무원(한국 - 농림축산식품부, 식품의약품안전부 / 베트남 - 산업통상부, 농업농촌개발부, 보건부)의 발표 및 토론을 통해 공동 발전방안 모색

○ 베트남과의 식품수출입이 지속적으로 증가하고 있어 양국간 식품분야 교류협력의 필요성이 증대되고 있으므로 정부정책을 공유하고 이해관계를 재조명하여 나아가야할 길 진단

❑ 베트남 현지 시장에 특화된 마케팅 기법 마련

○ 현지에 특화된 마케팅방법과 대형 유통망 진출기회 제공으로 수출이 크게 늘어 참가사의 만족도가 매우 높음

○ 이번 사업을 마케팅 지원사업으로 한정짓지 말고 실제 기업들의 필요한 부분을 반영하여 종합지원사업으로 확대 필요

참고 1 식품산업 수출증대를 위한 상생협력 협약서

식품산업 수출증대를 위한 상생협력 협약서

제1조 (목적) 본 협약은 농림축산식품부, 한국식품산업협회, 롯데마트가 우리나라 식품산업의 대외 경쟁력을 강화하고 해외시장에서 인지도 제고 및 새로운 시장 개척을 위한 실질적인 홍보 · 마케팅전략을 수립하고자 다음의 사항을 공동 협력하는 것을 목적으로 한다.

제2조 (신의와 성실) 농림축산식품부, 한국식품산업협회, 롯데마트는 상호 신의를 바탕으로 본 협약을 성실히 이행하기로 하며, 본 협약의 취지에 반하는 일체의 행위를 하지 않기로 한다.

제3조 (협력분야)

1. 유력 수출대상국 발굴과 동남아시장 전반으로 식품 수출을 확산하는 新 남방정책에 상호 적극 협력한다.
2. 동남아시아 시장 식품 수출증대를 위하여 검역 · 비관세장벽 해소를 위하여 상호 협력한다.
3. 유력 수출대상국 발굴과 동남아시장 확대를 위하여 국제세미나를 통해 수출 증대를 위한 교역 확대를 위하여 상호 협력한다.
4. 해외시장에서 브랜드 인지도 제고 및 신시장 개척을 위한 실질적인 홍보 · 마케팅 전략에 대하여 농림축산식품부는 정책적인 지원을 우선적으로 할 수 있도록 노력한다.
5. 수출 활성화에 저해되는 각종 규제에 대한 제도 개선을 위해 상호 적극 협력한다.
6. 기타 수출 활성화를 위한 모든 부분에 상호 협력한다.

제4조 (조문의 해석) 본 협약서에서 정한 사항에 대하여 해석이 다르거나 협약 내용에서 정하지 않은 사항에 대하서는 상호 협의하여 결정한다.

제5조 (비밀유지) 본 협약서는 상업적 또는 산업적 목적을 위하여 일방적으로 공개되어서는 아니 된다.

2017년 4월 26일

한국식품산업협회

회장

이 창 환 (인)

LOTTE Mart

대표이사

김 종 인 (인)

농림축산식품부

장관

김 재 수 (인)

참고 2 베트남 롯데마트 현황

1. 회사현황

○ 베트남 법인 설립일 : 2006년 12월

○ 자본금 : 1,929 억원

○ 매출액 : 4,835 억원 ('16년 기준)

○ 점포수 : 13개

○ 직원수 : 3,970 명

○ 2008년 12월 베트남 1호점 남 사이공점 개점

2. 사업현황

○ 베트남 지역별 현황

구분	도시명	점명
5대 도시	호치민	남사이공店 푸토店 떤빈店 고밥店
	하노이	동다店 하노이센터店
	하이퐁	-
	껀터	껀터店
	다낭	다낭店
기타 도시	비엔화	동나이店
	빈증	빈증店
	판티엣	판티엣店
	붕따우	붕따우店
	냐짱	냐짱

○ 매출규모별 현황('16년 월평균 기준)

매출	점포수	구성비	해당店	
			점명	월매출(億)
50억	1店	7.70%	남사이공	82
30억	5店	38.50%	푸토	35
			붕따우	30
			떤빈	30
			동나이	32
			고밥	41
20억	7店	53.80%	냐짱	28
			빈증	28
			동다	25
			하노이센터	23
			다낭	29
			판티엣	24
			껀터	22

※ 베트남 점평균 33억/월

참고 3 베트남 현지 대형유통체인 현황

유통체인	진출	매장수	위 치	투 자 자
Co.op mart (꼽마트)	1989	88	호치민 33 등 대도시	베트남
AEON Citimart	1994	30	호치민 11, 하노이 4 등 대도시	베트남/일본 (Dong Hung Co., Ltd/Aeon)
Saigon Coop	1998	84	호치민 31, 동남부 지역 8, 북부 지역 5, 중부지역 12, 등	베트남 (Saigon Union of Trading Co-operation)
Big-C	1998	35	호치민 9 하노이 4, 등 전국적으로 매장 위치	태국 (Central Group)
AEON Fivimart	1998	27	하노이 27	베트남/일본 (TCT Group/Aeon)
METRO	2002	19	호치민 3, 하노이 3, 하이퐁, 다낭 등	태국 (Berli Jucker(BJC그룹))
HAPRO	2006	40	하노이 26 등 주로 북부지역 (소형매장 10개 포함)	베트남 (Hanoi Trading Company)
k-market	2006 2011	63	하노이(2006) 55, 호치민(2011) 7 등	k-market
Vinmart	2007	61	하노이 16 등 주로 북부지역 (소형슈퍼 1,000개)	베트남 (VinGroup)
롯데마트	2008	13	호치민 4, 하노이 2, 다낭 1 등	한국 (롯데마트)