

경쟁 동향 및 유통구조

주요 글로벌 브랜드로는 맞춤 영양 설계로 프리미엄 시장 인지도가 높은 프랑스 Royal Canin, 가격 경쟁력을 갖춘 미국 Pedigree, 합리적 가격과 폭넓은 제품군의 태국 Smartheart, 천연 원료를 앞세운 한국 ANF가 있다. 현지 브랜드로는 유럽 기술과 FEDIAF 기준을 적용한 KEOS(2021년 설립), 다양한 제품군을 합리적 가격대로 공급하는 Truoo Pet Care가 대표적이다. 유통구조는 해외 제조업체에서 현지 수입·유통업체를 거쳐 펫 전문매장·동물병원·대형마트·온라인 플랫폼을 통해 최종 소비자로 이어지며, 프리미엄 브랜드는 동물병원·전문 펫숍 중심으로, 대중형 브랜드는 Co.opmart, GO!, Lotte Mart 등에서 유통된다. 최근 전자상거래 성장으로 온라인 판매 비중이 빠르게 확대되며, 구독형 구매와 라이브커머스 마케팅이 강화되고 있다.

관세 및 인증 유의사항

반려동물 사료(HS Code 23091010, 23091090)의 일반 수입세율은 10.5%, MFN 세율은 7%이나, 한국산은 AKFTA·VKFTA 적용 시 0% 혜택을 받을 수 있어 가격 경쟁력 확보에 유리하다. 특혜관세 적용을 위해서는 원산지 기준 충족과 원산지증명서 제출이 필요하다. 또한 축산법(Law No. 32/2018/QH14)에 따라 제품이 유통 허가 품목에 등록되어야 하며, 신규 품목은 성분표, 품질분석서(COA), 라벨, ISO·GMP·HACCP 인증서 제출이 요구될 수 있다. 동물성 원료 포함 사료는 동물검역 및 품질검사를 거쳐 위생증명서(Health Certificate), 선하증권(B/L) 등을 제출한 뒤 통관이 진행된다.

시사점

베트남 반려동물 사료 시장은 양육 인구 증가와 소비 고급화로 지속 성장이 예상되며, 프리미엄·기능성 사료, 반려묘 전용 제품 등 고부가가치 제품군 중심으로 확대될 전망이다. 한국산 제품은 FTA를 통한 0% 관세 혜택으로 가격 경쟁력을 확보할 수 있으나, 진출을 위해서는 제품 등록·검역·통관 절차에 대한 이해와 현지 유통망 및 규제 대응 역량을 갖춘 파트너 확보가 필요하다. 소비자들이 원산지·원재료·기능성을 중시하는 만큼 품질과 안전성을 강조한 프리미엄 전략과 현지 수요에 맞춘 제품 포트폴리오 구축이 요구된다.

[클릭시 원문으로 이동](#)

경쟁 동향 및 유통구조

VinFast는 베트남 전기차 시장을 대표하는 현지 브랜드로 VF 3, VF 5, VF 6, VF 7, VF 8, VF 9 등 소형차부터 SUV까지 라인업을 보유하고 있으며, 2025년에는 택시·모빌리티 수요를 겨냥한 Green 시리즈(Minio Green, Herio Green, Nerio Green, Limo Green)를 출시했다. 글로벌 브랜드 중 BYD는 Dolphin, Atto 3, Seal 등을 유통하며 태국 공장 생산 차량 수입으로 가격 경쟁력을 강화하고 있고, Geely는 소형 SUV EX2(주행거리 약 395km)로 VF 5와 경쟁하고 있다. Wuling은 초소형 Mini EV로 진출해 2026년 후속 모델 Macaron을 준비 중이다. 반면 Tesla와 Leapmotor는 글로벌 상위권이나 베트남 내 판매망·충전 인프라가 제한적이어서 영향력이 크지 않다.

유통구조 측면에서 VinFast는 하이퐁 생산공장을 기반으로 차량을 생산해 전시장·대리점 네트워크로 유통하며, 서비스센터와 충전 인프라를 연계한 통합 공급망을 구축했다. 또한 계열 모빌리티 기업 GSM(Xanh SM)에 차량을 공급해 수요 비중이 높다. 반면 BYD, Bestune 등 해외 브랜드는 완성차 수입(CBU) 방식으로 진출했으며, Geely는 현지 파트너 Tasco와 생산공장 설립 및 현지 조립을 추진하고 있어 현지 생산 기반과 수입차 중심 공급망이 공존하는 구조를 보인다.

관세 및 정책·인증

전기자동차(HS Code 8703.80) 세부 품목 중 8703.80.93(구급차)만 AKFTA·VKFTA 양허품목으로 관세율 0%가 적용되며, 일반 전기 승용차가 포함되는 대부분 품목은 AKFTA 적용 대상이 아니고 VKFTA 적용 시에도 78% 관세가 부과된다. 정책 측면에서는 시행령 제21/2025/ND-CP호가 자동차 생산·조립용 원자재·부품에 대한 수입 관세 우대를 2027년 12월 31일까지 연장했고, 시행령 제202/2026/ND-CP호는 BEV 최초 등록세 100% 면제를 2030년 12월 31일까지 연장(2027년 3월 1일 시행)했다. 결정문 제876/QĐ-TTg는 2050년 탄소중립 목표 아래 전기차 보급 확대와 전국 충전 인프라 구축을 추진하며, BEV 특별소비세는 2022년 3월부터 2027년 2월까지 1~3%, 2027년 3월부터 4~11%가 적용된다.

시사점

베트남 전기자동차 시장은 정부의 적극적 지원 정책과 택시·모빌리티 기업의 전기차 전환에 힘입어 빠르게 성장하고 있으나, VinFast가 압도적 점유율을 차지해 완성차 분야 신규 진입 장벽이 높은 편이다. 반면 전기차 생산 확대와 충전 인프라 확충에 따라 배터리, 전력변환장치, 충전설비, 전장부



베트남 뷰티 디바이스 시장동향

홈뷰티 확산·스킨케어 관심 증가로 뷰티 디바이스 수요 확대

가격 경쟁력 넘어 품질·브랜드 기반 차별화 필요

한국산 수입 2위...제품 신뢰도·오프라인 체험 채널 확보가 관건

시장 배경 및 동향

베트남 뷰티 디바이스 시장은 홈뷰티 확산과 스킨케어에 대한 관심 증가로 수요가 확대되고 있다. 대상 품목인 뷰티 디바이스는 일반적으로 HS코드 8543.70으로 분류되나, 해당 코드가 다양한 전자기기를 포괄하고 있어 관련 통계는 시장 동향 파악을 위한 참고 자료로만 활용할 필요가 있다. 스태티스타에 따르면 베트남 뷰티 테크 시장규모는 2026년 4,373만 달러로 추정되며, 2026~2031년 연평균 1.22% 성장해 2031년 4,646만 달러에 이를 것으로 전망된다. 시장규모는 아직 크지 않으나 스킨케어·홈뷰티 관심 확대와 가정용 디바이스 수요 증가가 성장을 견인하고 있으며, 외모 관리에 관심이 높은 젊은 소비층을 중심으로 전자상거래 이용이 확대되고 K-뷰티 인지도와 맞물리면서 LED 마스크, IPL 제모기, 피부 관리기 등 고기능성 기기에 대한 접근성이 높아지고 있다. 또한 에스테틱·피부관리실 방문을 일부 대체하는 전문 홈케어 수요도 유입되고 있다.

수입 동향 및 대한국 교역

2025년 베트남의 뷰티 디바이스 관련 품목(HS코드 8543.70) 수입액은 3억5,500만 달러로 전년 대비 약 8.6% 증가했다. 주요 수입대상국은 중국(49.0%), 한국(6.8%), 미국(4.8%) 순이며, 한국으로부터의 수입액은 2025년 약 2,398만 달러로 전년 대비 7.7% 증가해 중국에 이어 2위를 기록했다. 10대 수입국 중에서는 이탈리아가 전년 대비 162.2% 증가해 가장 높은 증가율을 보였고, 중국은 3.7% 감소해 주요 수입국 중 유일하게 감소세를 나타냈다. 이는 중국산 제품이 가격 경쟁력을 바탕으로 높은 비중을 차지하는 가운데, 한국산 제품도 브랜드 인지도와 품질 신뢰를 기반으로 일정한 수요를 확보하고 있음을 보여준다.

경쟁 동향 및 유통구조

만 VND, 285달러), 한국 메디큐브(Medicube) 모공 관리기(500만 VND, 190달러)와 LG 프라엘(LG Pra.L) 갈바닉 부스터(560만 VND, 213달러), 미국 할리오(Halio) 실리콘 LED 마스크(620만 VND, 236달러) 및 클렌징 디바이스(85만 VND, 32달러) 등이 있다. 가장 대중적인 카테고리는 IPL 제모기로, 온라인에서 300만~600만 동(114~228달러)대 제품이 시장 중심축을 형성하고 있다. 피부 기능성 기기 영역에서는 LG 프라엘과 메디큐브가 갈바닉 부스터·모공 관리기 분야를 선도하며, LED 마스크는 할리오부터 LG 프라엘·포레오 FAQ 등 프리미엄 라인까지 경합 중이고, 클렌징 디바이스는 할리오·포레오·에미에가 선호도 상위권을 형성하고 있다.

유통구조는 여전히 오프라인 중심으로, 2026년 기준 오프라인 비중이 77.8%, 온라인이 22.2% 수준이다. 온라인 비중은 이커머스·SNS 쇼핑 활성화로 2030년 24.1%까지 확대되고 오프라인은 75.9%로 소폭 감소할 것으로 전망되나, 직접 체험·상담 후 구매하려는 수요가 높아 당분간 전자제품 전문점, H&B 스토어, 백화점 등 오프라인 채널이 주요 경로로 유지될 가능성이 크다.

관세 및 인증

2026년 기준 뷰티 디바이스(HS코드 8543.70.29)의 베트남 일반 수입세율은 5%이나, 원산지 요건을 충족해 AKFTA 또는 VKFTA를 활용할 경우 0% 관세율을 적용받을 수 있으며 RCEP 적용 시에도 0%이다. 뷰티 디바이스에 대한 별도의 품목별 인증 제도는 확인되지 않으나, 베트남어 라벨 부착과 원산지·수입자 정보 표시 등 표시 규정을 준수해야 한다. 전원을 사용하는 제품은 전기안전, 전자파 적합성 등 관련 규정 적용 여부를 사전에 확인할 필요가 있으며, 제품 기능·전원 방식·통신 기능 탑재 여부에 따라 적용 규정이 달라질 수 있어 수출 전 현지 수입자 또는 인증 전문기관을 통한 확인이 필요하다.

시사점

베트남 뷰티 디바이스 시장은 아직 초기 성장 단계이나 중산층 확대, 가처분소득 증가, 피부 관리에 대한 관심 확대를 바탕으로 성장 여지가 있는 시장으로 평가된다. 리뷰 콘텐츠와 인플루언서 마케팅이 활성화되면서 소비자는 가격뿐 아니라 성능, 사용 편의성, 브랜드 인지도, 사후관리 등을 종합 검토하는 경향을 보이므로, 우리 기업은 저가 제품과의 단순 가격 경쟁보다 품질·안전성·사용 효과를 신뢰성 있게 전달하는 마케팅 전략을 마련할 필요가 있다. 또한 베트남 소비자는 온라인에서 정보를 탐색하더라도 구매 단계에서는 체험과 상담을 중시하므로 온라인 홍보와 오프라인 체험 채널을 연계한 유통 전략이 효과적이며, 현지

AI 초개인화 마케팅의 부상

AI 기반 초개인화 마케팅은 베트남 전자상거래 시장의 핵심 경쟁 요소로 부상하고 있다. 플랫폼과 브랜드는 소비자의 검색·클릭·구매 이력, 체류 시간 등 행동 데이터를 실시간 분석해 개인별로 다른 상품 추천, 할인 쿠폰, 메시지를 제공하는 시스템을 고도화하고 있으며, 이는 단순 추천 알고리즘을 넘어 고객 생애주기 전반의 맞춤형 커뮤니케이션으로 확장되고 있다. 신규 고객에게는 첫 구매 유도형 할인을, 이탈 위험이 높은 고객에게는 재구매 유도형 혜택을 자동 제시하는 방식으로 광고 효율성과 고객 충성도·재구매율을 끌어올린다. 다만 데이터 기반 마케팅이 고도화될수록 개인정보 활용 범위와 소비자 신뢰 확보가 새로운 과제로 떠오르며, 데이터 수집·활용의 투명성 확보가 전략의 성패를 가를 변수로 지목된다.

플랫폼 차원에서도 쇼피·틱톡샵 등 주요 플랫폼은 자체 추천 엔진을 고도화해 입점 셀러에게 데이터 기반 타겟 광고 도구를 유료로 제공하고 있으며, 이를 통해 중소 셀러도 대형 브랜드 수준의 정밀 마케팅에 접근할 수 있는 환경이 조성되고 있다. 다만 플랫폼별 데이터 정책과 광고 단가 구조가 상이해 진출 기업은 채널별 특성을 사전에 파악하고 전략을 차별화할 필요가 있다. 현지 소비재 유통 바이어 K사 N 대표는 KOTRA 다낭무역관과의 인터뷰에서 최근에는 가격 할인보다 라이브 방송 시간대에 발급되는 한정 쿠폰이 구매 결정에 더 큰 영향을 주며, 일부 셀러가 쿠폰 발급 조건을 지나치게 복잡하게 설계해 오히려 소비자 이탈로 이어지는 경우가 있어 단순하고 직관적인 혜택 설계가 중요해지고 있다고 언급했다.

시사점

향후 베트남 전자상거래 시장에서는 단순 가격 경쟁을 넘어 데이터 기반 정밀 마케팅 역량이 플랫폼·브랜드의 핵심 경쟁력으로 자리잡을 전망이다. 우리 기업으로서는 현지 플랫폼이 제공하는 데이터 분석 도구를 적극 활용하고, 고객 세그먼트별 맞춤형 프로모션 전략을 수립하는 한편, 개인정보 활용에 대한 현지 규제 동향을 지속적으로 모니터링할 필요가 있다.



해외기업으로는 프리미엄 NPK와 영양관리 솔루션의 Yara International(노르웨이), 수직계열화를 강점으로 하는 EuroChem(러시아), 세계 최대 NPK 생산기업 중 하나인 Kingenta(중국)가 진출해 있다. 유통은 제조·수입업체에서 지역 총판과 대리점을 거쳐 농가로 이어지며, 대리점이 농가와 가장 밀접한 채널이다. 최근 농업협동조합·대규모 농업기업 대상 직접 공급도 확대되나 중소 농가는 여전히 지역 판매망 의존도가 높고, 계절성이 강한 품목 특성상 재고 확보와 물류망 운영, 현지 유통망을 갖춘 파트너와의 협력이 중요하다.

관세 및 인증

복합비료(HS Code 3105.20)의 일반 수입세율은 9%, MFN 6%, AKFTA 5%이나 VKFTA 적용 시 0% 혜택을 받을 수 있다. 복합비료는 농업환경부(MOAE) 소관 품목으로 유통 인정(Recognition Decision)과 국가 품질관리 기준 충족이 필요하며, 작물생산법(Law 31/2018/QH14), 시행령 Decree 84/2019/ND-CP 및 개정 시행령 Decree 130/2022/ND-CP에 따라 관리된다. 유통 인정 신청 시 제품 정보, 제조사 확인서, 품질기준, 시험성적서 등을 제출해야 하며, 유해 중금속 함량 초과 또는 위해성이 확인된 제품은 인정을 받을 수 없다. 라벨에는 베트남어로 제품명, 성분 함량, 사용 방법, 제조사·수입업체 정보, 제조 일자 및 유효기간을 기재해야 하고, 미준수 시 유통 제한 또는 행정처분 대상이 될 수 있다.

시사점

베트남은 농업 현대화와 고부가가치 작물 확대로 작물별 맞춤 영양관리의 중요성이 커지면서 복합비료 수요가 안정적으로 이어지고 있으며, 고효율·고기능성 제품에 대한 관심도 확대되고 있다. 다만 국제 원자재 가격과 공급망 변화의 영향을 크게 받는 만큼 가격 경쟁력뿐 아니라 안정적 공급 능력과 제품 품질이 중요한 경쟁 요소로 작용한다. 품질관리와 유통 절차가 엄격히 관리되는 만큼 제품 등록, 품질 기준, 표시사항 등 관련 제도를 충분히 검토하고 현지 유통 경험을 갖춘 파트너와 협력해야 하며, 단순 가격 경쟁보다 작물별 맞춤형 솔루션과 기술 지원을 병행하는 방식이 보다 효과적인 진출 전략이 될 수 있다.

[클릭시 원문으로 이동](#)

해외 기업으로는 Baosteel, 포스코, 현대제철 등이 주요 경쟁사로, 포스코는 현지 생산법인을 통해 자동차·가전용 고급 도금강판을 공급하며 Baosteel과 현대제철은 현지 수입업체 및 유통망을 통해 공급한다. 현지 기업이 건축용·일반 산업용 제품 중심인 반면, 해외 기업은 자동차·가전·고내식성 강재 등 고품질 강판 중심 포트폴리오를 구축하고 있다.

유통은 소재 특성상 B2B 공급 구조 중심으로 운영되며 건설자재, 자동차, 가전·전기전자 제조기업에 공급된다. Hoa Sen Group은 북부·중부·남부에 총 9개 생산공장과 전국 400개 이상의 직영 지점을 운영하고 90여 개 국가·지역에 수출하며, ERP 기반 통합 관리체계로 지역 판매망에 제품을 공급한다. 해외 기업은 현지 생산거점 보유 여부에 따라 직접 공급 또는 현지 수입·유통업체를 통한 공급으로 진출 방식이 구분된다.

관세 및 반덤핑 유의사항

HS Code 7210.70 하위 품목(7210.70.12~7210.70.99)의 기본세율은 7.5%, MFN은 5%이며, VKFTA·AKFTA 적용 시 0%가 적용된다. 특히 7210.70.21~7210.70.99 품목은 RCEP 협정관세 0%가 적용된다. 다만 베트남 산업무역부(MOIT)는 결정문 2822/QĐ-BCT(2024.10.24.)를 통해 중국 및 한국산 일부 컬러코팅강판에 대한 반덤핑 관세를 5년간 연장 적용키로 결정했다. 적용 대상은 HS Code 7210.70 계열(7210.70.12, .13, .19, .21, .29, .91, .99)과 7212.40, 7225.99, 7226.99 계열 일부 품목이며, 적용기간은 2024년 10월 24일부터 2029년 10월 23일까지다. 열간 압연 강철이 기본종인 제품, 도색되지 않은 표면 제품, 전자·가정용 전기 산업용 고품질 PCM 및 VCM 컬러 코팅 강재, 화력발전소용 PVDF 코팅 강재, 국내 생산이 불가능한 컬러 강철 제품 등은 적용에서 제외되나, 세관·검사기관 검사 또는 무역구제국(TRAU) 조사를 거쳐야 한다. 한국산은 기업별로 차등 적용되어 동국제철 10.48%, KG동부제철 4.95%, 그 밖의 한국 생산·수출기업에는 19.25%의 세율이 부과된 것으로 파악된다. 아울러 수입 산업용 제품은 Decree No. 111/2021/ND-CP에 따라 제품명, 원산지, 제조자 또는 수입자 정보 등 의무 표시사항을 포함한 라벨을 부착해야 한다.

시사점

베트남 철강산업은 현지 기업 중심으로 조강과 열연강판(HRC) 생산능력이 확대되고 상공정부터 하공정까지 통합 생산체계

Vinh Hai-Vinh Chau Nearshore Wind Power Plant

Project Title	Vinh Hai-Vinh Chau Nearshore Wind Power Plant		
Project developer	Gelex Group		
Project Duration	2026-2028	Total Cost [USD]	US\$ 226 million
Location of the Project	Vinh Hai Commune, Vinh Chau Town, Can Tho		
Funding Source	Owner's Equity (20%) and Loan (80%)		
Ordering Method	ICB		
Type of bid	Investor selection () / F/S () / PMC () / Basic Design () / Detail Engineering () / FEED () / Procurement (√)/ EPC (√) / Construction (√) / Construction supervision (√) / Commissioning () / O&M (√) / Others(description)		
Bid Deadline	Q1/2027	Bidder Selection Method	To be decided
Project Profile (Background and Summary of the Project)	Main information: • Total area: 400 ha • Capacity: 129 MW • Number of turbines: 30 turbines (~4MW) • Turbine height: 140 m • Power generation capacity: 373-429 million kWh/year • The project's operating period: 50 years from the date of the investor approval decision. Tentative Progress: • 6/2026: Approval of Investment policy • Q4/2026: FS approval • Q1/2027: Bidding • Q2/2027: Construction • Q4/2028: COD		

* 발주처 담당자 정보 및 기타 세부사항 별도 문의

[미국 경제통상리포트(US26-22)] 美 반도체 232조 관세 추진 동향 및 현지 업계·기관 평가

- ◆ 美 반도체·제조장비 수입에 대한 232조 조사 실시, 일부 첨단 반도체에 25% 관세 부과
- ◆ ITIF, 관세 확대 시 AI·데이터센터 비용 증가 및 ICT 산업 경쟁력 저하 가능성 지적
- ◆ 업계는 정부의 방향성에 공감하면서도 관세의 산업 경쟁력 영향에 대해선 논쟁 확대 양상

[주요내용]: [다운로드\(클릭\)](#)

[미국 경제통상리포트(US26-23)] 美 BIS, 커넥티드 차량 '적격 공급자 목록' 일반 허가제 분석 및 시사점

- ◆ BIS, 적격 공급자 목록 제도 도입... 신뢰 가능한 공급망 중심 규제 체계 구축
- ◆ 美 커넥티드 차량 공급망 규제, '개별 심사'에서 '사전 승인' 체계로 전환
- ◆ 우리 기업, 적격 공급자 자격 선점으로 대미 공급망 진출 기회 확대 기대

[주요내용]: [다운로드\(클릭\)](#)

[미국 경제통상리포트(US26-24)] 미국 원자력 산업 기반 재활성화 정책 추진 동향 및 현지 반응

- ◆ 트럼프 대통령, 행정명령을 통해 미국 원자력 산업 재건 정책 본격 추진
- ◆ 미 에너지부, 175억 달러 대출로 원자로 10기 착공 지원
- ◆ 전문가, 공급망 재건에는 긍정적이나 자원 확보와 일정 실현 가능성에는 신중

[주요내용]: [다운로드\(클릭\)](#)



— COMPANY AT A GLANCE · 회사 개요

FOUNDED	DIRECT STORES	FACILITY
2019 베트남 하노이 설립	5개 하노이 직영 매장 운영	자체 생산공장 Central Kitchen 직접 제조 · 품질 관리

Q Bread Factory에 대한 소개를 간단하게 부탁드립니다.

A —

안녕하세요. Bread Factory 김상현입니다.

Bread Factory는 2019년 베트남 하노이에서 설립된 한국식 프리미엄 베이커리 브랜드입니다. 현재는 하노이를 중심으로 5개의 직영 매장을 운영하고 있으며, 자체 생산공장(Central Kitchen)을 통해 제품을 제조하고 있습니다.

저희는 단순히 베이커리에서 빵을 판매하는 기업이 아니라, 제품 개발부터 생산, 유통, 매장 운영, B2B 공급까지 모두 직접 수행하는 식품 제조 및 외식 기업입니다. 최근에는 호텔, 카페, 리테일 기업을 대상으로 한 B2B 사업도 확대하고 있으며, 호텔, 편의점 등 거래처와 공동으로 제품을 개발하는 OEM 사업도 진행하고 있습니다.

베트남에서 사업을 시작한 이후 지금까지 가장 중요하게 생각해 온 것은 '한국의 맛을 그대로 전달하는 것'이 아니라, 한국의 품질 기준을 유지하면서도 베트남 식재료를 사용하여 현지 소비자의 취향과 시장 환경에 맞는 제품과 서비스를 만드는 것입니다.

베트남 소비자는 빠르게 변화하고 있으며, 프리미엄 식품에 대한 관심도 지속적으로 증가하고 있습니다. 저희는 이러한 변화에 맞춰 품질과 서비스, 운영 시스템을 지속적으로 개선하며 장기적으로 사랑받는 브랜드를 만드는 것을 목표로 하고 있습니다.

현행 노동법 Labor Code No. 45/2019/QH14(2019년 11월 20일자) 제107조에는 '초과근무'에 관한 사항이 규정되어 있습니다. 해당 조항의 주요 내용을 위와 같이 소개해드립니다.

위 내용 가운데 특히 유의해야 할 부분을 다시 한번 정리하면, 초과근무시간은 1일 정상근로시간의 50%를 초과할 수 없으며, 주 단위로 근무하는 경우에는 1일 12시간, 1개월 40시간을 초과할 수 없습니다. 그리고 이러한 초과근무시간은 원칙적으로 연간 200시간을 초과할 수 없습니다. 다만 동 조 3항에는 연간 300시간까지 허용되는 산업·업종에 대한 기준도 열거되어 있으며, 이 기준을 적용하고자 하는 경우에는 관할 노동당국에 서면으로 통보하는 절차를 거쳐야 한다는 점도 알아두어야 합니다. 문제는 기본적으로 적용되는 연간 200시간의 기준이 현실적으로 턱없이 부족하다는 점이며, 설령 연간 300시간 기준을 적용하더라도 여전히 부족한 제조·생산법인이 많다는 점입니다. 아울러 세법에서도 이러한 노동법상 규정을 위반하여 초과근무수당을 지급하는 경우에는 해당 금액 전액을 세무상 비용부인(즉, 손금불산입) 처리한다는 점을 유의해야 합니다. 이 역시 앞서 1번에서 언급한 외주인력 이슈와 마찬가지로, 상당히 오랜 기간 지속되어 온 문제라는 점을 알아두시기 바랍니다.

맺음말

지금까지 베트남에서 최근 대내외적으로 이슈가 되고 있거나 법인 운영과 관련하여 반드시 알아두어야 할 사항들을 말씀드렸습니다. 간혹 이러한 이슈가 과거 세무조사에서 한 번도 문제된 적이 없다고 말씀하시는 법인들이 다수 있습니다. 이는 세무조사관들이 위 사항 외에 더 중점적으로 살펴야 할 내용이 많았거나, 혹은 다른 방법으로 해당 이슈를 해소한 경우일 뿐이므로, 앞서 언급한 두 가지 이슈에서 결코 자유로울 수 없다는 점을 기억해 주시기 바랍니다. 다음 호에서도 새로운 내용으로 찾아뵙겠습니다. 감사합니다.

베트남, 면세품 영업 제도의 전면 개편

Decree No. 273/2026/ND-CP · 2026.8.21 시행

DECREE NUMBER · 시행령

No. 273/2026 ND-CP

EFFECTIVE DATE

2026.08.21

공포: 2026.7.7

DETAILS

베트남 정부는 2026년 7월 7일 「면세품 영업에 관한 시행령(Decree No. 273/2026/ND-CP)」을 공포하였으며, 동 시행령은 2026년 8월 21일부터 시행됩니다. 이번 시행령은 면세품의 수입부터 보관, 이동, 판매 및 사후관리까지 전 과정을 체계적으로 관리하기 위해 마련되었으며, 기존 면세품 관리제도를 디지털 환경에 맞게 정비하고 세관의 관리체계를 강화하는 데 목적이 있습니다.

최근 베트남은 세관 행정의 디지털 전환을 지속적으로 추진하는 한편, 위험관리(Risk Management) 기반의 통관 관리체계를 확대하고 있습니다. 이러한 정책 기조에 따라 면세품 역시 전자신고 의무를 확대하고, 면세품 이동 및 재고관리를 보다 체계적으로 관리할 수 있도록 관련 절차를 구체화하였습니다.

주요 개정사항

Decree No. 273/2026/ND-CP · 2026.8.21 시행

NO. 01

면세품 관리의 전자화 확대

①

면세품의 반입 · 이동 · 판매 · 사후관리 전 과정을 세관 전자처리시스템을 중심으로 관리하며, 기존 서면·오프라인 프로세스가 대폭 축소된다.

먼저, 면세품의 반입, 보관, 이동, 판매 및 재고관리 전 과정은 세관 전자처리시스템(Customs e-data processing system)을 중심으로 관리하도록 규정되었습니다.

면세사업

NO. 02

면세품 반입 세관 승인 절차 명확화

②

세관은 신청 접수 후 **2시간 이내**에 승인 또는 불승인을 통보해야 한다는 원칙이 명문화되어, 처리 시한과 사유 통보 규정이 정비된다.

면세사업자가 국내에서 면세창고 또는 면세점으로 물품을 반입하려는 경우에는 사전에 세관 전자처리시스템을 통해 물품 정보를 신고하여야 합니다.

세관은 신고 내용을 검토한 후 접수 시점부터 2시간 이내에 승인 또는 불승인 여부를 전자적으로 통보하도록 정하였습니다. 승인된 경우에만 해당 물품을 면세창고 또는 면세점으로 반입할 수 있습니다.

이러한 개정은 세관의 승인 절차와 처리기한을 명확히 규정함으로써 면세품 반입 절차의 예측 가능성과 행정 효율성을 높였다는 점에서 의미가 있습니다.

NO. 03

위험관리 기반 세관 감독 강화

③

Risk Management 방식에 따라 실물검사·재고조사·서류검증·불시점검을 결합한 다층적 감독 체계를 구축한다.

이번 시행령은 면세품 관리에 위험관리(Risk Management) 원칙을 적극 반영하여 세관의 사후관리 권한을 강화 하였습니다.

세관은 위험평가 결과에 따라 필요하다고 판단되는 경우 다음과 같은 조치를 실시할 수 있습니다.

- 면세품 실물검사
- 재고조사 및 재고 대조
- 관련 서류 검증
- 불시 현장점검

또한 제출된 자료와 실제 재고 간 불일치가 확인되거나 이상 징후가 발견되는 경우에는 추가 조사 및 확인 절차를 실시할 수 있도록 하였습니다. 이는 면세품의 불법 유통 및 무단 반출을 방지하고, 면세품 관리의 투명성을 제고하기 위한 조치로 볼 수 있습니다.

NO. 04

면세품 이동 절차의 세분화

④

