



2021 해외시장 맞춤형조사

No. | 202110-41
품목 | 귤청(Tangerine Marmalade)
HS CODE | 2008.99-9000
국가 | 싱가포르(Singapore)
구분 | 시장분석형

Contents

I. 요약	04
II. 시장규모	
1. 싱가포르 차(茶) 시장규모	06
2. 싱가포르 과일 및 허브차 시장규모	07
3. 싱가포르 차(茶) 시장점유율	08
4. 싱가포르 굴청 수입규모	09
5. 한국 굴청 수출규모	10
III. 소비 제품 특징 및 이슈	
1. 과일차 주요 제형은 ‘티백, 말린, 얼린’	13
2. 인기 차는 복숭아우롱차, 과일차는 ‘레몬·귤’ 선호	14
3. 과일차 브랜드, 아시아 및 유럽 등 다수국 경쟁	15
4. 과일차 홍보문구 ‘콤비네이션, 건강, 향’	16
5. 싱가포르 과일차 진출 컨셉	17
IV. 유통채널 특징	
1. 싱가포르 굴청 유통채널 비교	19
2. 싱가포르 굴청 유통채널 특징	20

Contents

V. 온·오프라인 유통채널

1. 싱가포르 굴청 주요 온라인 유통채널	25
2. 싱가포르 굴청 주요 오프라인 유통채널	31

VI. 진입장벽

1. 싱가포르 굴청 통관 및 검역 절차	40
2. 싱가포르 굴청 사전등록	41
3. 싱가포르 굴청 품질 인증	43
4. 싱가포르 굴청 라벨링	44
5. 싱가포르 굴청 성분 및 유해물질	50

VII. 수입·유통업체 인터뷰

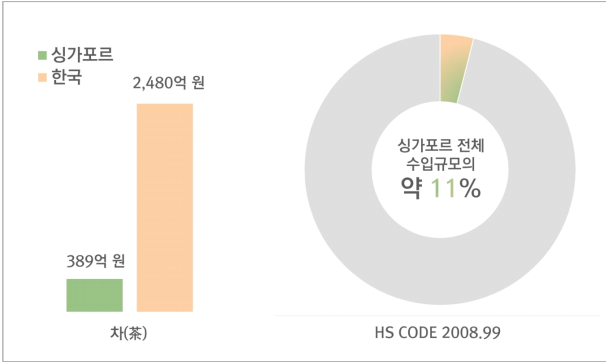
Interview ① 리마트(Lee Mart)	54
Interview ② 샤인코리아(Shine Korea)	56
Interview ③ 싱싱마트(Sing Sing Mart)	58

VIII. 시사점

※ 참고문헌	64
--------	----

Summary

■ 수요 분석

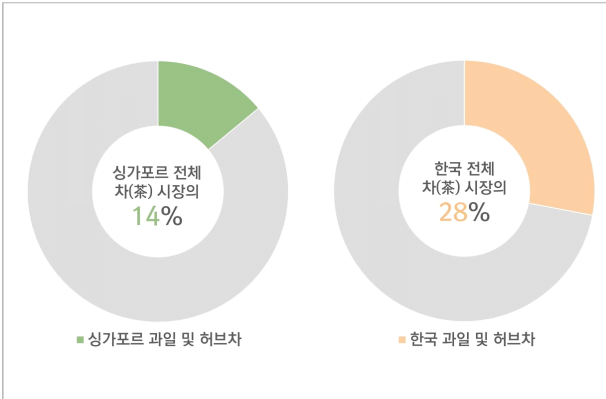


싱가포르

한국

차(茶) 시장규모	389억 원	2,480억 원
과일 및 허브차 시장규모	52억 원	700억 원
수입액		점유율
싱가포르 對한국 굴청 수입 현황	33억 원	11%

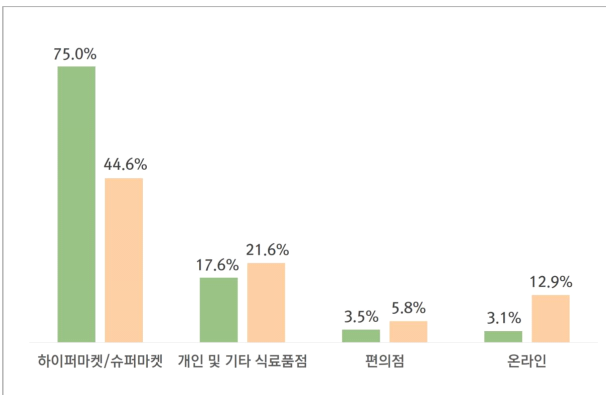
■ 시장점유율



■ 소비 특징



■ 유통채널



하이퍼마켓/슈퍼마켓	• 엔티유씨페어프라이스와 데어리팜인터내셔널, 코로나19에 따라 필수품 가격 동결 및 인하 정책 시행
드럭스토어	• 코로나19로 인한 외출 감소로 기존 드럭스토어 구매 제품 하이퍼마켓/슈퍼마켓에서 구매 • 데어리팜인터내셔널, 자이언트 내에 가디언 매장 개설
온라인	• 주요 온라인 쇼핑몰 '쇼피', '아마존' 내 구매 상위 제품, 과일 건조 껌질 제품, 티백 제품, 청 제품 다수 확인

■ 진입장벽

인증/사전등록	굴청에 적용되는 필수 인증 없음. 수입업체 사전등록 및 수입 허가증 취득 필수
라벨링	영어 표기 필수. 라벨은 식품 패키지의 눈에 잘 띄는 위치에 읽기 쉽도록 부착
성분/유해물질	식품첨가물/유해물질/알레르겐

■ 수입·유통업체 평가

수요	• 청을 이용한 음료는 싱가포르 소비자에게 잘 알려져 있음 • 가을/겨울에 수요 많음
패키징	• 유리병 형태의 패키징 선호
홍보 키워드	• 비타민, 노화 방지, 피부미용, 원기회복 등의 키워드 활용 추천

■ 요약

Point 01.	- 싱가포르 과일 및 허브차 시장 향후 5년(2021년~25년) 연평균 7% 성장 예상 - 코로나19 이후 온라인 소비 시장 2020년 기준 전년 대비 약 53% 증가, 정부 차원의 오프라인 사업자 온라인 채널로 전환 지원
Point 02.	- 싱가포르 굴청 홍보문구 '건강' 키워드 빈출량 2위 - 싱가포르 내에서 청 제품은 노화 방지와 원기회복 등에 좋은 건강 음료로 알려져 있음

II. 시장규모

1. 싱가포르 차(茶) 시장규모
2. 싱가포르 과일 및 허브차 시장규모
3. 싱가포르 차(茶) 시장점유율
4. 싱가포르 굴청 수입규모
5. 한국 굴청 수출규모

1. 싱가포르 차(茶) 시장규모

싱가포르 국가 일반 정보¹⁾

면적	718km ²
인구	577만 명
GDP	3,400억 달러
1인당 GDP	58,902 달러

▶ 싱가포르 차(茶) 시장규모 389억 원, 한국의 1/6배 규모

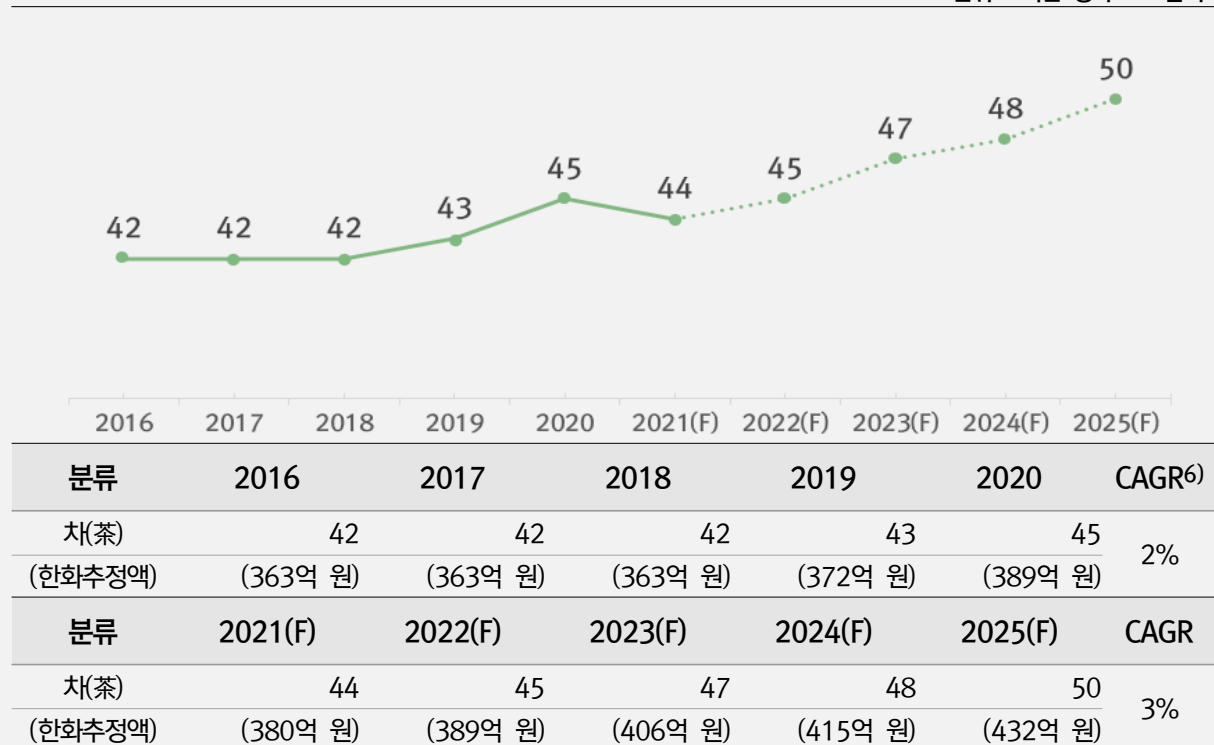
2020년 싱가포르 차(茶) 시장규모는 전년 대비 5% 증가한 약 389억 원을 기록함. 한편 싱가포르 내 차(茶) 시장은 최근 다소 정체된 양상을 보였으나, 지난해 코로나19로 인한 외출 금지조치 등으로 가정에서 섭취하기 쉬운 차 제품의 수요가 증가한 것으로 보임

▶ 싱가포르 차(茶) 시장, 향후 꾸준한 성장 전망

싱가포르 차(茶) 시장은 향후 5년(2021~25년)간 연평균 3%씩 성장하여, 2025년 기준 약 432억 원의 시장규모를 기록할 것으로 예상됨. 이는 싱가포르 정부의 당 섭취 자제 권고 및 무설탕 음료 소비 증가 추세에 따른 차(茶) 수요 증가 예상치가 반영된 수치임²⁾³⁾

[표 2.1] 싱가포르 차(茶) 시장규모⁴⁾⁵⁾

단위 : 백만 싱가포르 달러



자료: 유로모니터(Euromonitor)

1) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2020

2) 조사시장: 조사제품 '굴청은 제주산 친환경 유기농 굴과 한라봉을 사용하여 만든 과일차로, 비타민C 및 각종 영양소가 풍부한 제품임. 이에 제품의 종류를 기준으로 '과일 및 허브차(Fruit/Herbal Tea)' 시장규모와 상위품목인 '차(Tea)' 시장규모를 조사함

3) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Tea in Singapore」, 2020.12

4) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

5) 1싱가포르 달러=864.73원 (2021.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

6) 연평균 성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

2. 싱가포르 과일 및 허브차 시장규모

▶ 싱가포르 과일 및 허브차 시장규모, 최근 5년간 성장 정체

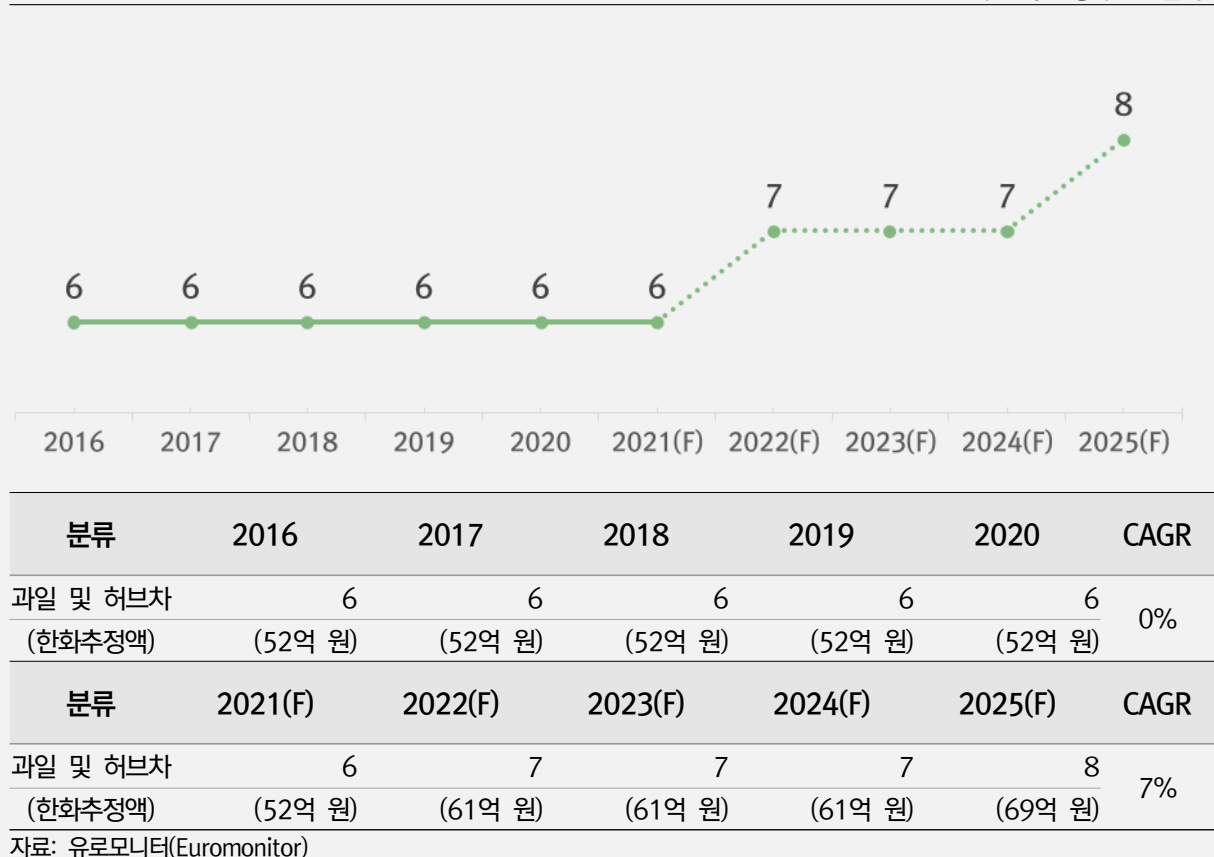
2020년 기준 싱가포르 과일 및 허브차 시장규모는 약 52억 원으로, 약 700억 원을 기록한 한국 과일 및 허브차 시장의 약 7% 수준에 해당함. 한편 최근 5년(2016-20년)간 시장규모에 변동이 없었으며, 이는 싱가포르 과일 및 허브차 시장이 뚜렷한 성장 동력을 얻지 못하여 정체 단계에 이른 것으로 파악됨

▶ 싱가포르 과일 및 허브차 시장, 향후 연평균성장률 7% 달성 전망

싱가포르 과일 및 허브차 시장은 향후 5년(2021-25년)간 연평균 7%를 기록하여 2025년 기준 약 69억 원의 시장규모를 달성할 것으로 예상됨. 이는 코로나19 종식 이후, 싱가포르 내 건강에 대한 인식 증가로 비교적 건강한 음료로 인식되는 과일 및 허브차에 대한 기대 수요를 반영한 수치임⁷⁾

[표 2.2] 싱가포르 '과일 및 허브차' 시장규모 ⁸⁾

단위 : 백만 싱가포르 달러



7) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Tea in Singapore」, 2020.12

8) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

3. 싱가포르 차(茶) 시장점유율

▶ 싱가포르 '과일 및 허브차', 차(茶) 세부 시장 내 점유율 3위

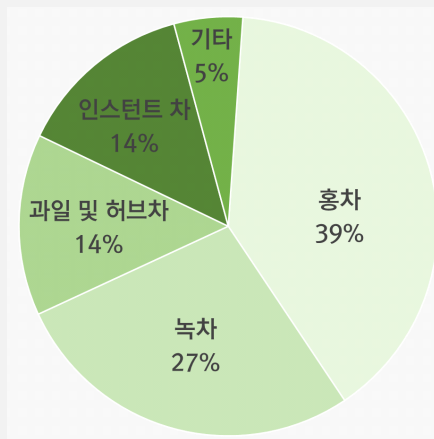
싱가포르 차(茶)(약 389억 원) 세부 시장과 한국 차(茶)(약 2,480억 원) 세부 시장을 비교하였을 때, 싱가포르는 홍차와 녹차가 높은 점유율을 보인 반면 한국은 녹차와 과일 및 허브차가 높은 점유율을 기록함. 한편 싱가포르 과일 및 허브차 점유율은 14%를 차지하였으며 이는 한국의 절반 수준에 해당함⁹⁾

한편 싱가포르 차(茶) 시장 내 과일 및 허브차가 차지하는 비율은 향후 조금씩 증가할 것으로 예상됨. 이 같은 추세는 차(茶) 선호도 변화 및 건강관리 트렌드에 따라 비교적 건강한 음료로 인식되는 과일 및 허브차에 대한 소비증가가 예상되기 때문임. 2025년 기준 과일 및 허브차는 2020년 대비 다소 증가한 15%의 점유율을 차지할 것으로 예상되는 반면, 1위 품목인 홍차는 37%의 점유율로 2020년에 비해 다소 감소할 것으로 전망됨¹⁰⁾

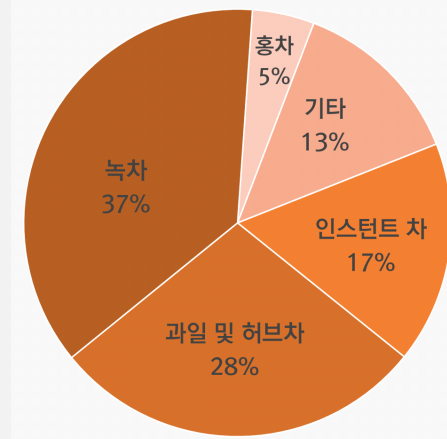
[표 2.3] 2020년 싱가포르, 한국 '차(茶)' 시장점유율 ¹¹⁾

단위 : 백분율(%)

싱가포르 차(茶) 세부 시장



한국 차(茶) 세부 시장



분류	차(茶)				
	홍차	녹차	과일 및 허브차	인스턴트 차	기타
싱가포르	39	27	14	14	5
한국	5	37	28	17	13

자료: 유로모니터(Euromonitor)

9) 유로모니터상 싱가포르 '차(茶)' 시장(약 389억 원)과 한국 '차(茶)' 시장(약 2,480억 원)의 시장점유율을 나타냄

10) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Tea in Singapore」, 2020.12

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

4. 싱가포르 굴청 수입규모

HS CODE 2008.99

조식제품 '굴청은 '그 밖의 방법'으로 조제하거나 보존처리한 과실·견과류와 그 밖의 식용에 적합한 식물의 부분'으로 규정된 제 2008호에 속하며, 이에 '기타'에 해당하는 HS CODE 2008.99를 지표로 선정함

▶ 싱가포르 HS CODE 2008.99 수입액, 최근 5년 연평균성장률 '0%'

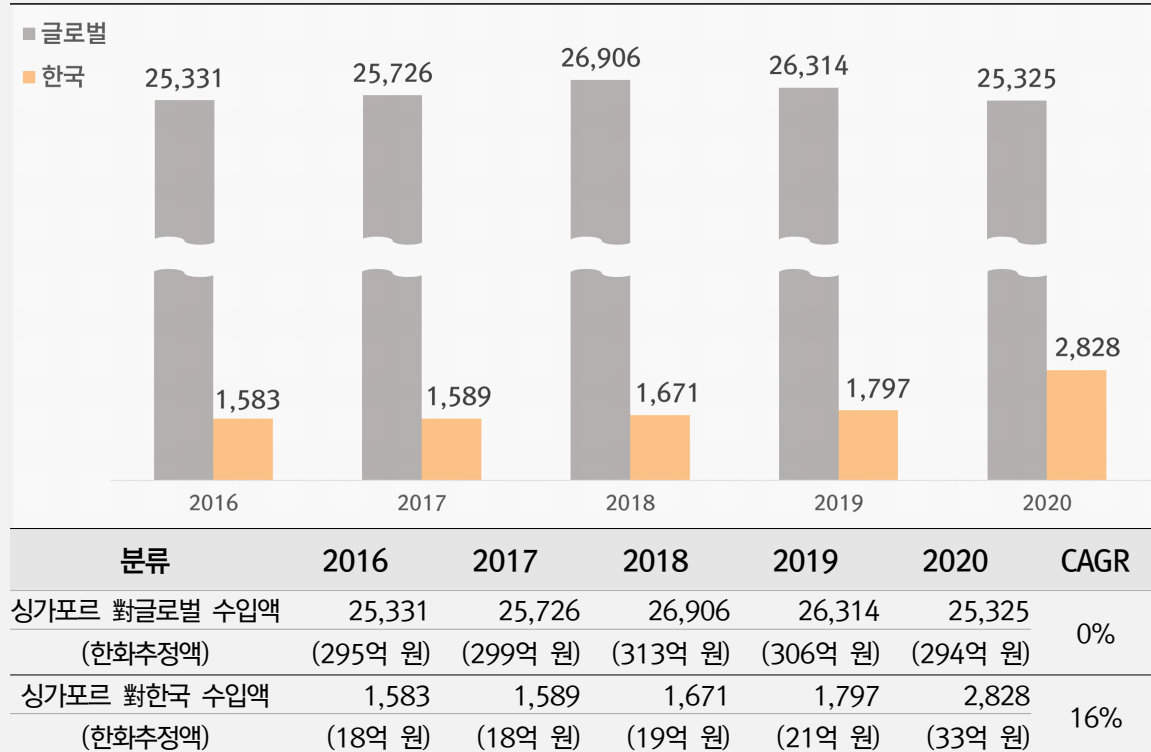
싱가포르 HS CODE 2008.99 품목의 對글로벌 수입규모는 전년 대비 4% 하락한 약 294억 원을 기록함. 2018년까지 꾸준히 증가하던 싱가포르 HS CODE 2008.99 품목의 수입규모가 2019년 이후 하락세를 보여왔으며, 최근 5년(2016-20년)간 연평균성장률 0%를 기록하는 등 수입액 규모가 정체 단계에 이른 것으로 판단됨

▶ 싱가포르 HS CODE 2008.99 수입액, 한국산 점유율 11%로 3위

2020년 기준 싱가포르 HS CODE 2008.99 품목의 對한국 수입액은 약 33억 원을 기록하였으며, 이는 對글로벌 수입액 가운데 3위에 해당하는 수치임. 對글로벌 수입액 기준 1위 국가는 태국(약 103억 원, 35%)이며, 다음으로 중국(약 71억 원, 24%) 순으로 이어지며 주로 아시아 국가로부터 수입되는 것으로 나타남

[표 2.4] 싱가포르 HS CODE 2008.99 수입규모¹²⁾¹³⁾¹⁴⁾

단위 : 천 달러



자료 : ITC(International Trade Centre), HS CODE 2008.99 기준

12) 자료: ITC(International Trade Centre)

13) 1달러=1,162.80원 (2021.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

14) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

5. 한국 굴청 수출규모

HS CODE 2008.99-9000

조사제품 '굴청'에 해당하는 HS CODE 2008.99-9000 (기타) 의 한국 對글로벌, 對싱가포르 수출규모를 통해 수출 수요를 확인함

▶ 한국 HS CODE 2008.99-9000 수출액, 연평균성장률 18%

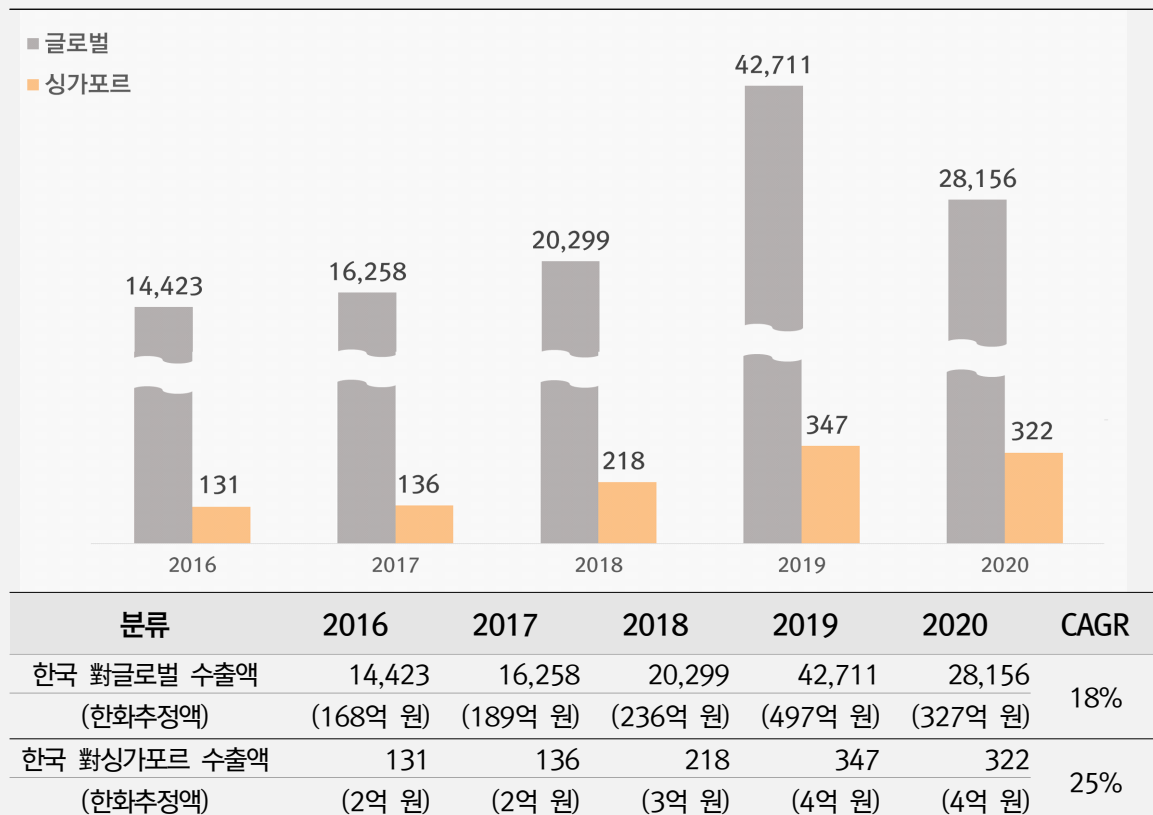
한국 HS CODE 2008.99-9000 품목의 對글로벌 수출액은 최근 5년 (2016-2020) 간 연평균성장률 18%를 보였으며, 2020년도 기준 약 327억 원의 수출액을 기록함. 특히 2019년에는 전년 대비 110%의 폭발적인 성장을 기록하였으나, 2020년 전년 대비 34% 감소하며 상승세가 꺾인 것으로 보임

▶ 한국 HS CODE 2008.99-9000 對싱가포르 수출액 증가 추세

최근 5년(2016-2020)간 한국 HS CODE 2008.99-9000 품목의 對싱가포르 수출액은 연평균 25%의 높은 성장률을 기록하였으며, 2020년 기준 전체 16위에 해당하는 약 4억 원의 수출액을 기록함. 한편, 對글로벌 수출액 기준 1위 국가는 중국으로 2020년 한 해 약 97억 원의 수출액을 기록하였으며, 뒤이어 미국과 베트남이 각각 2, 3위를 기록함

[표 2.5] 한국 HS CODE 2008.99-9000 수출규모¹⁵⁾¹⁶⁾

단위 : 천 달러



자료 : KATI농식품수출정보, HS CODE 2008.99-9000 기준

15) 자료: KATI농식품수출정보(www.kati.net)

16) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

Ⅲ. 소비 제품 특징 및 이슈

1. 과일차 주요 제형은 ‘티백, 말린, 얼린’
2. 인기 차는 복숭아우롱차, 과일차는 ‘레몬·귤’ 선호
3. 과일차 브랜드, 아시아 및 유럽 등 다수국 경쟁
4. 과일차 홍보문구 ‘콤비네이션, 건강, 향’
5. 싱가포르 과일차 진출 컨셉

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 싱가포르 온라인매장 입점 차(Tea) 정보 수집

- 데이터 수집 키워드 : 과일차(Fruit Tea)
- 데이터 수집량 : 3,670건
- 데이터 수집원 : 싱가포르 쇼피 (www.shopee.sg)
싱가포르 큐텐 (www.qoo10.sg)

▶ 미국 온라인매장 입점 견과류바 특징 분석

- 데이터 분석 항목
 - ① 차 제품 제형 ② 차 맛/종류
 - ③ 차 브랜드 ④ 차 홍보문구

항목	키워드 (국문/현지어)		빈도	키워드 (국문/현지어)		빈도
차(Tea) 제품 제형	티백	Bag	1442	파우더	Powder	43
	말린	Dried	211	인스턴트	Instant	34
	박스	Box	210	셰이크	Shake	26
	트라이앵글	Triangle	115	팩	Packs	26
	얼린	Freeze	88	스틱	Stick	26
	아이스	Iced	48	병(청)	Jar	2
차(Tea) 브랜드	복숭아	Peach	436	시트론	Citron	75
	레몬	Lemon	329	사과	Apple	49
	콤쿠아트(굴)	Kumquat	83	크랜베리	Cranberry	37
	포도	Grapefruit	82	망고	Mango	31
	딸기	Strawberry	79	오렌지	Orange	30
차(Tea) 맛/종류	농푸	Nongfu	162	포카	Pokka	41
	립톤	Lipton	109	메코	Meco	32
	트위닝스	Twinings	94	아크바	Akbar	31
	레인트리	Raintree	80	담터	D사 (한국)	27
	소스로	Sosro	42	녹차원	N사 (한국)	4
차(Tea) 홍보문구	콤비네이션	Combination	419	선물	Gift	80
	건강	Health	353	지방	Fat	77
	향	Scented	185	프리미엄	Premium	44
	원산지	Origin	119	발효	Fermented	38
	슬리밍	Slimming	81	천연	Natural	34

1. 과일차 주요 제형은 ‘티백, 말린, 얼린’

▶ 싱가포르 차(Tea), 주로 말린 티백 형태로 입점

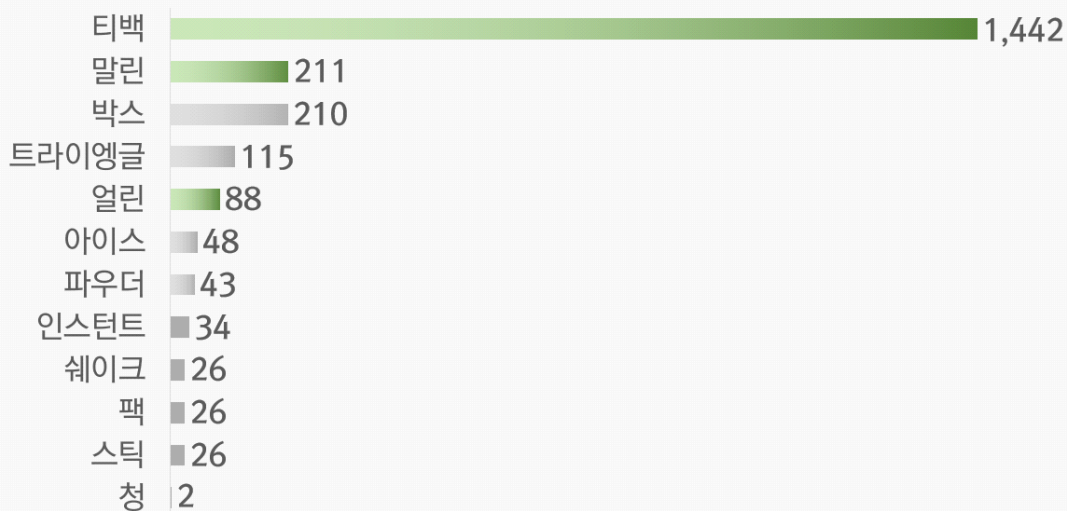
- 티백(Tea Bag) : 일반 티백과 트라이앵글 티백 형태로 분류
- 말린(Dried) : 슬라이스 형태의 말린 제품으로 구성

▶ 1년 내 고온인 싱가포르 ‘얼린 차/아이스티’ 제품 다수 입점

- 얼린(Freeze) : 얼려서 가공된 차 형태 입점
- 아이스(Iced) : 아이스티 혹은 콜드브루 제품도 다수 판매 중

티백		말린		얼린	
					
제품명	립톤 인퓨전스 과일차	제품명	패션푸르트 레몬차	제품명	허니 레몬 슬라이스 과일차
제형	티백	유형	말린 차	특징	얼린 차
규격	20개입	규격	100g	규격	11-12개입
가격	4.83달러 (4,336원) ¹⁷⁾	가격	6.90달러 (6,195원)	가격	4.56달러 (4,094원)

[표 3.1] 싱가포르 판매 차(Tea) 제형 키워드



자료: 싱가포르 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘티(Tea)’ 관련 게시물 3,670건 분석

17) 1싱가포르 달러=879.76원(2021.10.18., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 인기 차는 복숭아우롱차, 과일차는 ‘레몬·귤’ 선호

▶ 싱가포르 인기차 ‘우롱차, 홍차, 녹차, 과일차 순’

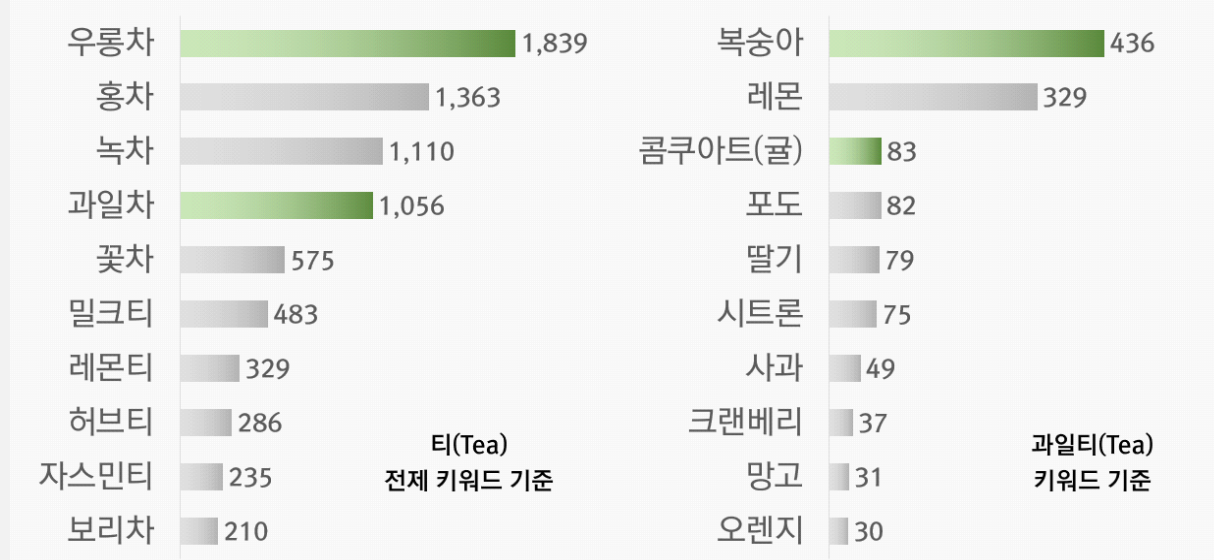
- 우롱차(Oolong) : 현지에서 인기 있는 복숭아 우롱차
- 과일차(Fruit) : 우롱차, 홍차, 녹차 등에 이어 반출

▶ 과일차 주요 맛(첨가 과일)은 ‘복숭아, 레몬, 귤, 포도, 딸기’

- 복숭아(Peach) : 아이스티와 복숭아우롱차가 싱가포르에서 인기
- 콤쿠아트(Kumquat) : 귤, 주로 콤쿠아트(금귤) 키워드 빈출

복숭아우롱차		과일차		콤쿠아트(귤)차	
					
제품명	복숭아우롱차	제품명	투위닝스 포레드 과일차	제품명	셀러브리티 콤쿠아트차
맛/종류	복숭아/우롱	맛/종류	과일	맛/종류	과일
규격	50개입	규격	25개입	규격	5개입
가격	10.32달러(9,265원)	가격	16.58달러(14,885원)	가격	35.05달러(31,466원)

[표 3.2] 싱가포르 판매 차(Tea) 맛/종류 키워드



자료: 싱가포르 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘티(Tea)’ 관련 게시물 3,670건 분석

3. 과일차 브랜드, 아시아 및 유럽 등 다수국 경쟁

▶ 아시아, 유럽 등 다양한 국가의 브랜드 입점

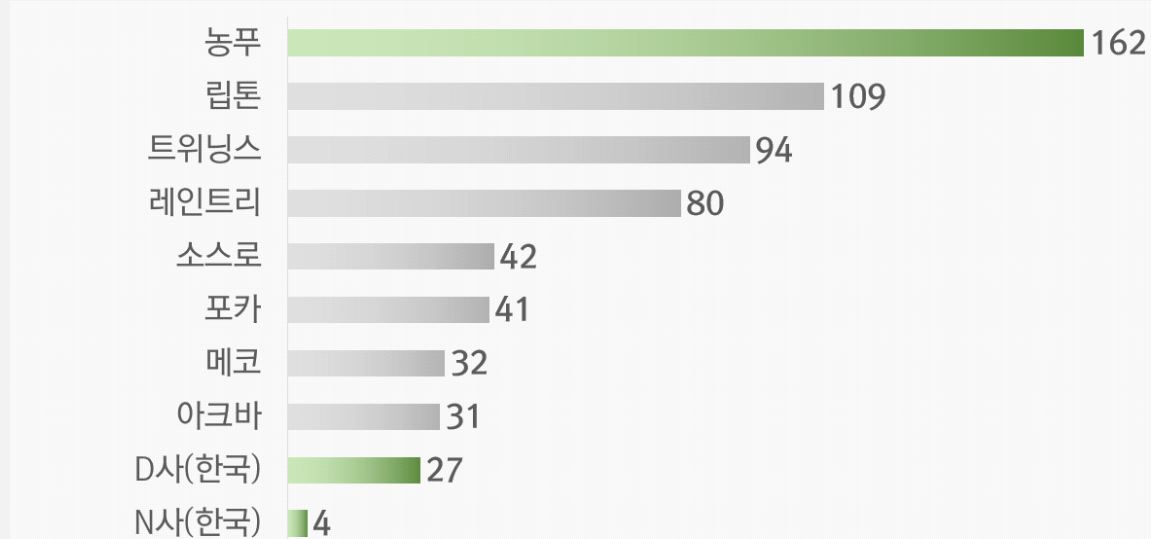
- 아시아 : 중국 농푸(Nongfu), 인도네시아 소스로(Sosro) 등
- 싱가포르 : 레인트리(Raintree), 포카(Pokka) 등
- 미주 및 유럽 : 립톤(Lipton), 트위닝스(Twinings) 등

▶ 한국 담터(콜드브루 과일차), 녹차원(비타 오미자차) 등 입점

- 한국 담터, 싱가포르 시장에 맞춘 콜드브루 과일차 판매
- 한국 녹차원, 오미자 등 건강 원료 효능을 강조한 마케팅

농푸		한국 담터		한국 녹차원	
					
제품명	농푸 복숭아우롱차	제품명	콜드브루 과일차	제품명	비타 오미자차
브랜드	농푸(Nongfu)	브랜드	D사	브랜드	N사
규격	500ml * 15병	규격	20개입	규격	10개입
가격	17.60달러(15,801원)	가격	9.71달러(8,717원)	가격	7.10달러(6,374원)

[표 3.3] 싱가포르 판매 차(Tea) 브랜드 키워드



자료: 싱가포르 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 '티(Tea)' 관련 게시물 3,670건 분석

4. 과일차 홍보문구 ‘콤비네이션, 건강, 향’

▶ 다양한 맛을 섞어서 만든 콤비네이션

- 과일, 허브, 꽃 등 다양한 제품 맛의 콤비네이션 키워드 주로 홍보

▶ 건강함을 강조한 과일차 형태

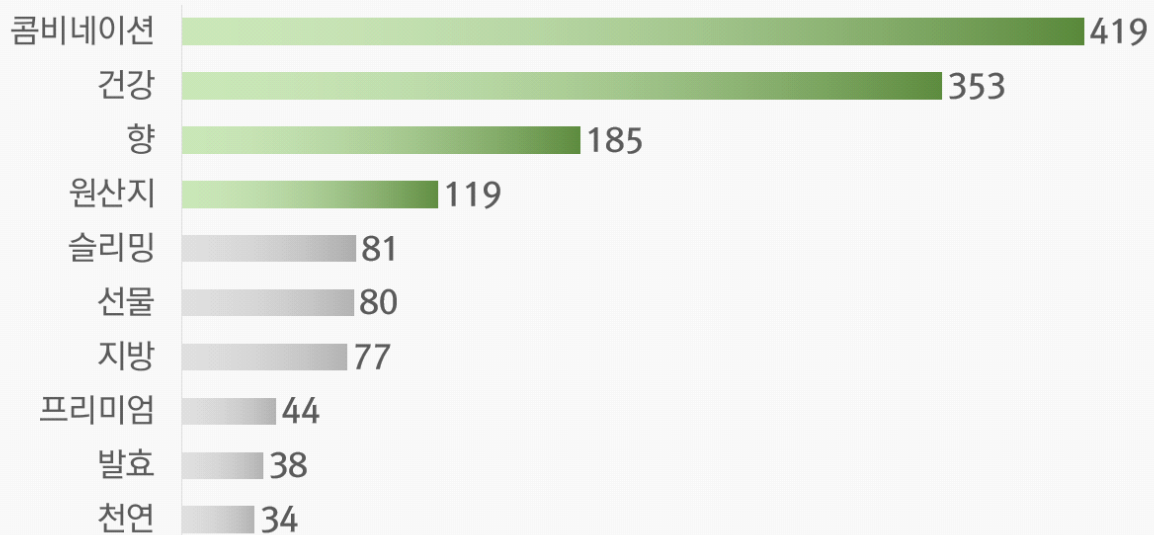
- 디톡스/건강 등 차 섭취와 관련된 건강 문구 홍보

▶ 기타 ‘향, 원산지, 슬리밍, 선물, 지방, 프리미엄’ 등의 문구 홍보

- 향(185건), 원산지(119건), 슬리밍(81건) 등 빈출

콤비네이션		건강		향	
					
제품명	과일, 넥타, 꽃 콤비네이션차	제품명	건강 과일차	제품명	과일향차
특징	콤비네이션	특징	건강	특징	향
규격	160g * 3개입	규격	10개입	규격	45g
가격	9.66달러 (8,672원)	가격	6.87달러 (6,168원)	가격	4.59달러 (4,121원)

[표 3.4] 싱가포르 판매 차(Tea) 홍보문구 키워드



자료: 싱가포르 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 '티(Tea)' 관련 게시물 3,670건 분석

5. 싱가포르 과일차 진출 컨셉

- ▶ **컨셉 ① _ 과일 껍질의 효능까지 강조한 과일청**
 - 과일차 ‘껍질’ 키워드 빈출
 - 껍질의 건강 효능까지 강조한 제품 홍보 추천
- ▶ **컨셉 ② _ 과일 향을 강조한 과일청**
 - 과일차 ‘향’ 키워드 빈출
 - 제품 구매에 긍정적인 영향을 미칠 수 있는 향 키워드 활용
- ▶ **컨셉 ③ _ 여러 가지 맛을 함께 구성한 과일청**
 - 과일차 ‘콤비네이션’ 키워드 빈출
 - 과일, 꽃, 허브 등 다양한 맛의 제품 라인업 확보 추천
- ▶ **컨셉 ④ _ 핸드메이드로 만들어진 과일청**
 - 과일차 ‘핸드메이드’ 키워드 빈출
 - 선물용 제품 컨셉, ‘핸드메이드’ 키워드 홍보 추천

제품 키워드	특징 키워드(1)	특징 키워드(2)	★결합 키워드 발생량	제품 컨셉
티 (Tea)	Orange (오렌지)	껍질 (Peel)	108건	[과일 껍질] 껍질 효능까지 강조한 과일청
티 (Tea)	Fruit (과일)	Scented (향)	88건	[과일 향] 향을 강조한 과일청
티 (Tea)	Fruit (과일)	Combination (콤비네이션)	60건	[콤비네이션] 여러 가지 맛을 함께 구성한 과일청
티 (Tea)	Fruit (과일)	Handmade (핸드메이드)	45건	[핸드메이드] 수제 과일청

★ 결합 키워드 발생량 : 제품/특징 키워드가 동시 출현한 제품 등록 수를 의미함

IV. 유통채널 특징

1. 싱가포르 굴청 유통채널 비교
2. 싱가포르 굴청 유통채널 특징

1. 싱가포르 굴청 유통채널 비교

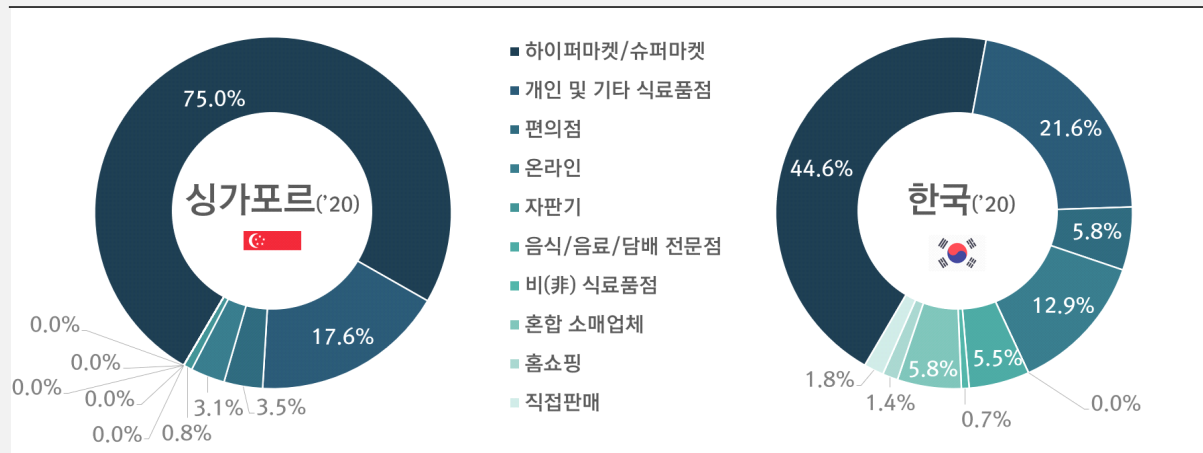
▶ 싱가포르 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’ 점유율 75.0% 차지

2020년 싱가포르 ‘차’ 유통채널 중 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’의 점유율은 75.0%로 한국의 44.6% 대비 월등히 높은 것으로 나타남. ‘개인 및 기타 식료품점’의 점유율은 싱가포르가 17.6%, 한국이 21.6%로 한국이 4%p 높게 나타났으며, ‘편의점’의 점유율도 싱가포르가 3.5%, 한국이 5.8%로 한국이 근소하게 높았음. ‘자판기’를 통한 유통은 싱가포르에만 존재한 것으로 나타남. 이외에 ‘음식/음료/담배 전문점’ 등의 채널을 통한 유통은 싱가포르에는 존재하지 않았음

▶ 싱가포르 굴청 온라인 시장, 아직 발전단계

2020년 싱가포르 ‘차’의 ‘온라인’ 유통채널 점유율은 3.1%로 한국의 12.9% 대비 낮아, 싱가포르의 굴청 온라인 소비시장은 발전 단계에 있는 것으로 보임

[표 4.1] 싱가포르 굴청 소매 유통채널 점유율



싱가포르 및 한국 소매유통채널 점유율¹⁸⁾¹⁹⁾ 비교²⁰⁾

싱가포르	유형	한국
75.0%	하이퍼마켓/슈퍼마켓	44.6%
17.6%	개인 및 기타 식료품점 ²¹⁾	21.6%
3.5%	편의점	5.8%
3.1%	온라인	12.9%
0.8%	자판기	0.0%
0.0%	음식/음료/담배 전문점	5.5%
0.0%	비(非) 식료품점	0.7%
0.0%	혼합 소매업체 ²²⁾	5.8%
0.0%	홈쇼핑	1.4%
0.0%	직접판매	1.8%

자료: 유로모니터(Euromonitor)

18) 2020년 기준, 싱가포르 및 한국 ‘차(Tea)’의 소매유통채널 점유율임

19) ‘굴청’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 ‘차(Tea)’의 정보를 확인함

20) 각 점유율은 소수점 둘째자리에서 반올림한 값으로, 총합이 100.0%에서 ±0.1% 오차가 발생할 수 있음

21) 본 보고서에서 개인 및 기타 식료품점은 아시안마트/한인마트를 포괄함

22) 본 보고서에서 혼합 소매업체는 백화점을 포괄함

2. 싱가포르 굴청 유통채널 특징

1) 하이퍼마켓/슈퍼마켓

●
콜드스토리지 내 고급 식품
전문 취급 브랜드 제이슨



사진자료: 콜드스토리지

▶ 싱가포르 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체, 엔티유씨페어프라이스 및 데어리팜인터내셔널

싱가포르의 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체 엔티유씨페어프라이스(NTUC FairPrice)는 2020년 싱가포르의 하이퍼마켓/슈퍼마켓 전체 매출액 58억 4,900만 싱가포르달러(약 5조 578억 원²³⁾)의 47.9%를 점유하였으며, 페어프라이스(FairPrice), 페어프라이스파이니스트(FairPrice Finest) 등의 브랜드를 보유함. 데어리팜인터내셔널(Dairy Farm International)²⁴⁾은 2020년 싱가포르 하이퍼마켓/슈퍼마켓 매출액의 22.3%를 점유하였으며 자이언트(Giant)와 콜드스토리지(Cold Storage) 등의 브랜드를 보유함

▶ 슈퍼마켓 업계, 경제 침체로 인한 소비자 구매 성향 변화에 동참²⁵⁾

코로나19로 인해 경제적 여건이 나빠져 소비자 대부분이 식료품을 더욱 신중하게 구매함. 싱가포르 주요 슈퍼마켓 브랜드는 이를 인식하고 필수품 가격 조정에 나섬. 먼저, 페어프라이스는 2020년 6월까지 예정되었던 식료품 및 필수품에 대한 가격 동결을 2020년 12월까지 연장하였으며, 자이언트는 '향후 6개월간 평균 20% 가격 인하'라는 정책을 내세움

[표 4.2] 싱가포르 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체

순번	기업명	하이퍼마켓/슈퍼마켓 매출액 점유('20) ²⁶⁾	산하 주요 브랜드
1	엔티유씨페어프라이스 (NTUC FairPrice)	47.9%	페어프라이스(FairPrice), 페어프라이스파이니스트(FairPrice Finest), 페어프라이스엑스트라(Fairprice Xtra)
2	데어리팜인터내셔널 (Dairy Farm International)	22.3%	자이언트(Giant), 콜드스토리지(Cold Storage), 자이언트슈퍼(Giant Super)
3	셹시옹슈퍼마켓 (Sheng Siong Supermarket)	20.8%	셹시옹 (Sheng Siong)
4	프라임슈퍼마켓 (Prime Supermarket)	2.9%	프라임 (Prime)
5	유타즈 (U Stars)	2.4%	유타즈슈퍼마켓 (U Stars Supermarket)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

23) 1싱가포르달러=864.73원(2021.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

24) 데어리팜인터내셔널은 소득 및 구매력에 따라 다양한 형태의 매장을 운영하고 있음. 콜드스토리지는 중고가에 속하는 제품을 제공하며, 자이언트 계열 브랜드는 저소득층 및 가격에 민감한 고객을 대상으로 저렴한 상품이 주요 취급 품목임

25) 유로모니터(Euromonitor), 「Supermarkets in Singapore Country Report」, 2021.02

26) 싱가포르 하이퍼마켓/슈퍼마켓 점유율 부문 상위 5개 기업

2) 드럭스토어

가디언의
K-Beauty 플래그십 스토어



사진자료: 가디언

▶ 싱가포르 주요 드럭스토어 업체, 데어리팜인터내셔널

싱가포르 주요 드럭스토어 업체 데어리팜인터내셔널은 2020년 싱가포르 드럭스토어 전체 매출액 20억 8,800만 싱가포르달러(약 1조 8,056억 원)의 21.1%를 점유했으며, 산하에 가디언(guardian) 1개 브랜드를 보유하고 있음. 왓슨스퍼스널케어스토어즈(Watson's Personal Care Stores)는 2020년 전체 매출액의 19.8%를 점유했으며 왓슨스(watsons) 1개 브랜드를 보유함

▶ 소비자 구매 패턴에 발맞춘 매장 운영 형태 선보여²⁷⁾

코로나19로 외출 빈도수가 줄어들자 소비자들은 기존에 드럭스토어에서 구매하던 제품들을 하이퍼마켓/슈퍼마켓 등의 유통채널에서 식료품과 함께 구매하는 경향을 보임. 드럭스토어 업계의 매장 운영 방식도 이러한 소비자 행동 변화에 알맞은 형태로 변화함. 먼저, 슈퍼마켓과 드럭스토어 브랜드를 모두 보유한 데어리팜인터내셔널은 산하 브랜드 자이언트 내에 가디언 매장을 개설함. 코로나19 이후 외출 자제 경향이 줄어들며 뷰티 전문 업체가 다시금 성장세를 보일 것으로 예상되는 가운데, 가디언이 한국 브랜드를 중심으로 한 플래그십 스토어를 오픈했다는 점도 주목할 필요가 있음

[표 4.3] 싱가포르 주요 드럭스토어 업체

순번	기업명	드럭스토어 매출액 점유('20) ²⁸⁾	산하 주요 브랜드
1	데어리팜인터내셔널 (Dairy Farm International)	21.1%	가디언(guardian)
2	왓슨스퍼스널케어스토어즈 (Watson's Personal Care Stores)	19.8%	왓슨스(watsons)
3	엔티유씨헬스케어 (NTUC Healthcare)	6.5%	유니티(Unity)
4	세포라싱가포르 (Sephora Singapore)	4.7%	세포라(Sephora)
5	혹쿠아그룹 (Hockhua Group)	3.3%	혹쿠아토닉(Hockhua Tonic)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

27) 유로모니터(Euromonitor), 「Health and Beauty Specialist Retailers in Singapore Country Report」, 2021.02

28) 싱가포르 드럭스토어 점유율 부문 상위 5개 기업

3) 아시안마트/한인마트

▶ 싱가포르 주요 아시안마트/한인마트, 돈돈돈키와 이마트

싱가포르 주요 아시안마트/한인마트는 돈돈돈키(DON DON DONKI)와 이마트(Lee Mart)가 있음. 돈돈돈키는 현재 싱가포르 전역에서 11개 매장을 운영하고 있으며, 이마트는 5개 매장을 운영 중임. 돈돈돈키와 이마트를 포함한 아시안마트/한인마트 업체 대부분은 배송 서비스를 제공하고 있음

[표 4.4] 싱가포르 주요 아시안마트/한인마트

순번	기업명	설립연도	매장 수('20)	홈페이지
1	돈돈돈키 (DON DON DONKI)	2017년	11개	dondondonki.com/sg
2	이마트 (Lee Mart)	2009년	5개	leemart.sg
3	솔마트 (Solmart)	2002년	4개	solmart.com.sg
4	메이디아 (Meidi-Ya)	1980년	2개	meidi-ya.com.sg

자료: 각 기업 홈페이지

4) 온라인

▶ 싱가포르 주요 온라인 유통채널, 쇼피 및 아마존

싱가포르 주요 온라인 유통채널 쇼피(Shopee)는 2020년 약 3,730만 달러(약 434억 원²⁹⁾)의 매출을 기록함. 아마존(Amazon)은 동기간 약 9,280만 달러(약 1,079억 원)의 매출을 기록함. 이외 주요 유통채널로는 중국 온라인 유통채널 선두기업인 알리바바(Alibaba)가 약 90%의 지분을 소유한 라자다(Lazada), 지마켓(Gmarket)과 이베이(eBay)의 합작회사인 지오시스(Giosis)가 운영하는 쿠팡(Qoo10) 등이 있음

▶ 온라인 소비에 익숙한 싱가포르 소비자 대상³⁰⁾³¹⁾

빠른 인터넷 속도 및 국제 배송 허브 등 다양한 이유로 이전부터 높은 이용률과 꾸준한 성장세를 보였던 싱가포르 온라인 소비시장은 코로나19의 영향으로 2020년 기준 전년 대비 약 53% 증가하였음. 또한, 오프라인 소매점의 온라인 진출 활성화 및 면역력 관련 건강기능식품의 온라인 소비시장 성장³²⁾이 2020년 온라인 채널의 주요 특징으로 보임

싱가포르 내 온라인 유통은 옴니채널형 운영의 대표적 예시인 대형마트 인터넷 몰과 온라인 B2C 플랫폼으로 나누어짐. 전자의 대표적인 예는 페어프라이스의 페어프라이스온(FairPrice On), 후자의 대표적인 예는 쇼피임. 또한, 싱가포르 소비자들은 높은 소득에 비해 제품 가격에 민감한 경향을 보여 프로모션 기간에 할인된 가격에 제품을 구매하는 쇼핑 습관을 지니고 있으므로, 해당 시기에 쇼핑이 집중된다는 점에 유념할 필요가 있음

[표 4.5] 싱가포르 주요 온라인 유통채널

순번	기업명	온라인 유통채널 매출액('20)	산하 주요 브랜드
1	씨 (Sea)	약 3,730만 달러 (약 434억 원)	쇼피 (Shopee)
2	알리바바 (Alibaba)	약 339억 1,700만 위안 (약 6조 1,040억 원)	라자다 (Lazada)
3	아마존 (Amazon)	약 9,280만 달러 (약 1,079억 원)	아마존 (Amazon)

자료: 스탯istica(Statista), 시밀러웹(SimilarWeb), 이커머스디비(ecommerceDB), 각 기업 홈페이지

29) 1달러=1,162.80원(2021.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

30) 농식품수출정보(KATI), 「싱가포르 온라인 시장 분석 및 한국식품 진출 확대방안 보고서」, 2020.09

31) 유로모니터(Euromonitor), 「E-Commerce in Singapore Country Report」, 2021.02

32) 일례로 쇼피에서는 홍삼을 포함한 허브 및 전통 보조 식품(Herbs&traditional supplements) 특별 판매전 진행 중임

V. 온·오프라인 유통채널

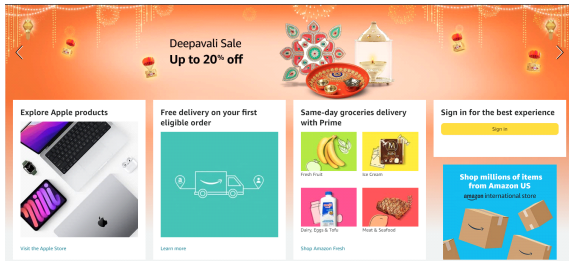
1. 싱가포르 굴청 주요 온라인 유통채널
2. 싱가포르 굴청 주요 오프라인 유통채널

1. 싱가포르 굴청 주요 온라인 유통채널 ① 아마존

기업 기본 정보	기업명	아마존(Amazon)		
	홈페이지	www.amazon.sg		
	업태	온라인 종합 쇼핑몰		
	개요	방문횟수(최근 1개월)	700만 회	
		앱다운로드수('20)	500만 회	
매출('20)		약 9,280만 달러(약 1,079억 원 ³³⁾)		
운영방식		온라인마켓		



매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	티월드포치(Tea World Porch), 요기(Yogi)
		해외 판매	해외배송 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색

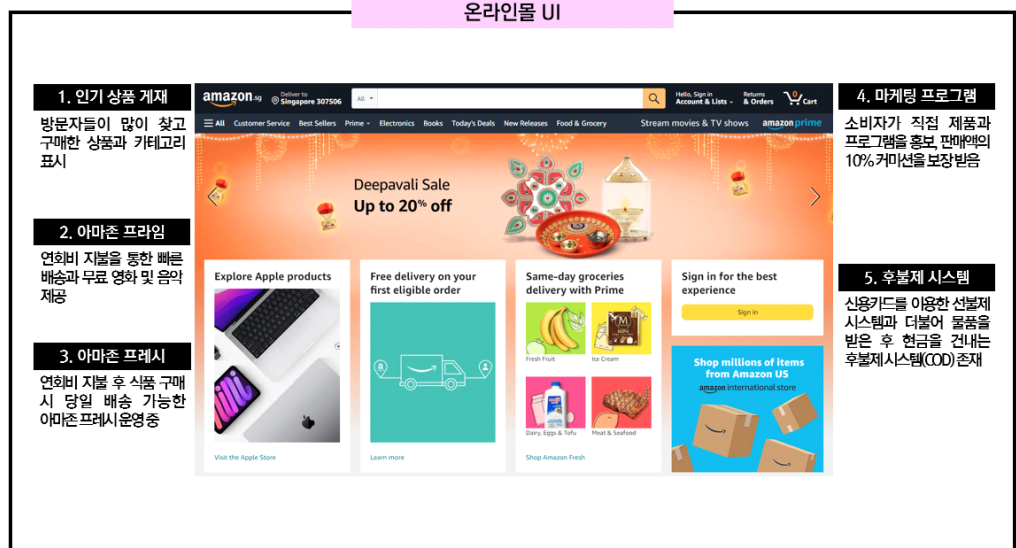
주요 프로모션 정보	
	기프트 카드 제공, 휴일 기간 특별 할인, 은행 및 카드사 제휴 등 다양한 프로모션 상시 제공

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 홈페이지를 통한 직접 등록 및 문의 - 홈페이지 하단 ‘Sell on Amazon’ 클릭 후 ‘Start Selling’ 클릭 - 아마존 싱가포르 웹사이트 회원가입 혹은 로그인 - 등록 시 필요한 정보 - 공급자 정보 (회사명, 회사 홈페이지 주소, 국가, 담당자명, 연락처, 이메일 등) - 결제 정보 (신용카드 정보) - 공급 제품 정보 (UPC/EAN 보유 여부, 제품 종류, 예상 매출액, 판매 입고량 등) - 아래 주소에서 문의사항 입력 가능 (sell.amazon.com.sg/contact-us) - 평가 기준 - 아마존 행동강령 준수 - 아마존 PB 브랜드 공급업체일 경우 공인검사기관에서 TPI(Third Party Inspection) 혹은 아마존 자체 검사 결과 통해 품질 기준 충족 인증
-------------	---------------------	---

자료: 아마존(Amazon) 싱가포르, 시밀러웹(SimilarWeb), 센서타워(Sensortower)

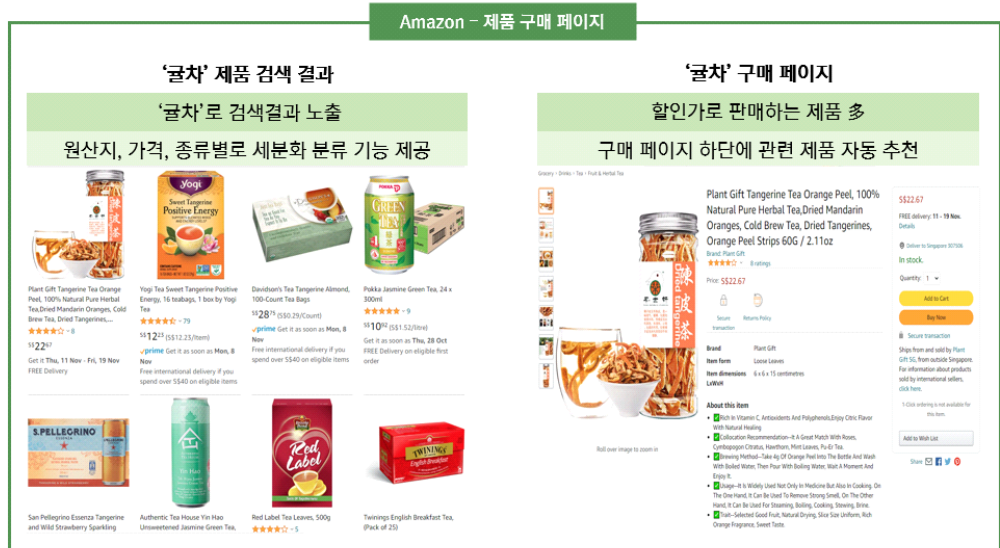
사진 자료: 아마존(Amazon) 싱가포르

온라인몰 UI ①



세부 검색 중 제조국가를 특정해서 검색 가능
영어 언어 지원, 한국에서 해외 아마존 이용 가능

온라인몰 UI ②



품목별, 가격별, 배송시간별로 검색 가능
평점, 구매율, 후기 개수별로 제품 정렬 가능

자료: 아마존(Amazon) 싱가포르

사진 자료: 아마존(Amazon) 싱가포르

33) 1달러=1,162.80원(2021.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

입점 제품 상위 7개 제품 리스트(구매 순위 기준) ³⁴⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격 ³⁵⁾	용량	이미지
1	굴차	티월드포치 (Tea World Porch)	드라이드탠저린 (Dried Tangerine)	중국	23.90싱가포르달러 (약 2만 675원)	60g	
2	굴차	요기 (Yogi)	요기티스윗탠저린 포지티브에너지 (Yogi Tea Sweet Tangerine Positive Energy)	미국	12.23싱가포르달러 (약 1만 576원)	1.8g * 16티백	
3	굴차	데이빗슨스 (Davidson's)	데이빗슨스티 탠저린아몬드 (Davidson's Tea Tangerine Almond)	미국	28.82싱가포르달러 (약 2만 4,922원)	3.1g * 100티백	
4	굴차	셀레스티얼시스닝 (Celestial Seasoning)	탠저린오렌지 징거허브티 (Tangerine Orange Zinger Herb Tea)	미국	24.61싱가포르달러 (약 2만 1,281원)	2.35g * 40티백	
5	굴청	미세스브릿지 (Mrs. Bridges)	셀레브레이션 머멀레이드위드샴페인 (Celebration Marmalade with Champagne)	영국	6.58싱가포르달러 (약 5,687원)	340g	
6	굴청	스머커스 (Smuckers)	오렌지머멀레이드 프리저브잼 (Orange Marmalade Preserves Jam)	미국	4.90싱가포르달러 (약 4,237원)	340g	
7	굴청	본느마만 (Bonne Maman)	머멀레이드잼, 오렌지 (Marmalade Jam, Orange)	프랑스	5.95싱가포르달러 (약 5,145원)	370g	

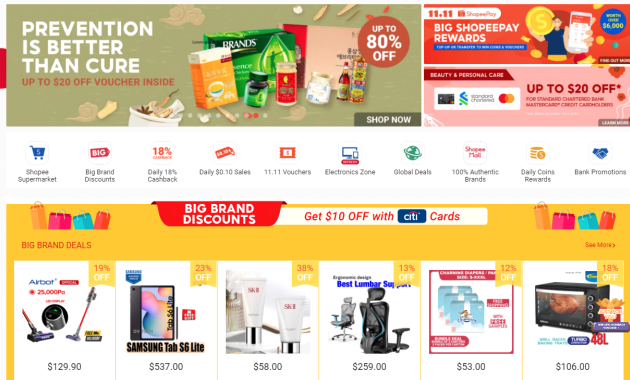
자료: 아마존(Amazon) 싱가포르

사진 자료: 아마존(Amazon) 싱가포르

34) 조사일(2021.10.21.) 기준 아마존(Amazon) 싱가포르 굴청 카테고리 평점 상위 7개 제품 리스트

35) 1싱가포르달러=864.73원(2021.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

② 쇼피

기업 기본 정보	기업명	쇼피(Shopee)	
	홈페이지	www.shopee.sg	
	업태	온라인 종합 쇼핑몰	
	개요	방문횟수(최근 1개월)	1,500만 회
		앱다운로드수('20)	3만 회
매출('20)		약 3,730만 달러(약 434억 원)	
	운영방식	온라인마켓	
매장 운영정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	오리엔(Oriyen), 치용탕(Qi Yongtang)
		해외 판매	일부 국가 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색
주요 프로모션 정보			
	식료품 업체와의 파트너십, 휴일 특별 할인, 은행 및 카드사 제휴 등 다양한 프로모션 상시 제공		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 직접 등록 - 홈페이지 좌측 상단 'Sell on Shopee' 클릭 - 하단의 'Sign up as a Shopee Mall Seller' 클릭 - 등록 시 필요한 정보 ① 공급자 정보 (이름, 연락처, 주소, 우편번호, 회사 홈페이지, 제품 카테고리, 브랜드 로고, 온라인 판매 경험 등) ② 싱가포르 사업 허가서 ACRA(Accounting and Corporate Regulatory Authority) ③ 허가서 (Letter of Authorization) • 문의사항 연락처 - 전화번호: +65-6206-6610	

자료: 쇼피(Shopee), 시밀러웹(SimilarWeb), 센서타워(Sensortower)

사진 자료: 쇼피(Shopee)

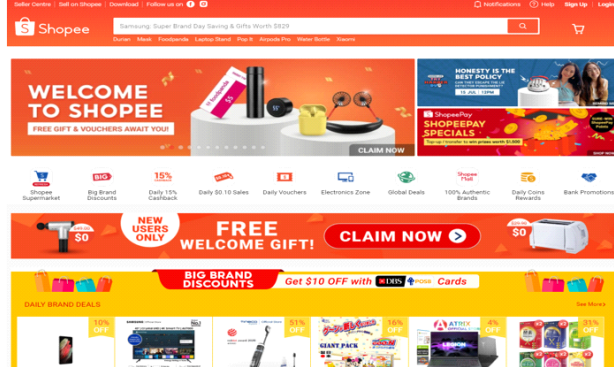
온라인몰 UI ①

온라인몰 UI

1. 라자다 레드마트
식료품 전문 온라인몰인
라자다레드마트운영중

2. 다양한 결제시스템
신용카드, ATM 및 편의점
송금, 오프라인 결제 등
다양한 결제 옵션 이용
가능

3. 국제배송
싱가포르 전역과 더불어
아세안 일부 국가에 배송
가능



4. 모바일 중심 서비스
소피 어플과 SNS를 통한
제품 및 프로모션 정보
공유 및 판매자 팔로우
가능 제공

5. 실시간 채팅
실시간 채팅 기능을 통해
가격 흥정, 대량 구매 등
판매 관련 협상 진행가능

세부 검색 중 제조국가를 특정해서 검색 가능
영어 언어 지원

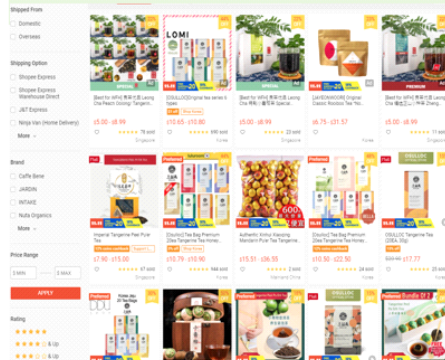
온라인몰 UI ②

Shopee - 제품 구매 페이지

'굴차' 제품 검색 결과

'굴차'로 검색결과 노출

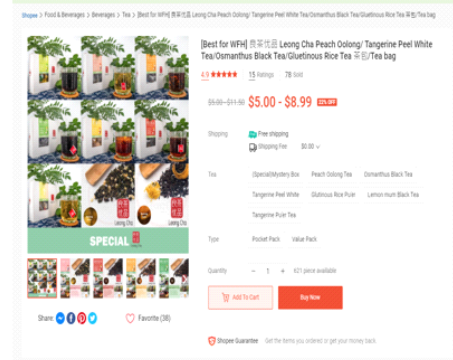
원산지, 가격, 종류별로 세분화 분류 기능 제공



'굴차' 구매 페이지

할인가로 판매하는 제품 다

구매 페이지 하단에 관련 제품 자동 추천



품목별, 브랜드별, 배송시간별로 검색 가능
평점, 구매율, 후기 개수별로 제품 정렬 가능

자료: 쇼피(Shopee)
사진 자료: 쇼피(Shopee)

입점 제품 상위 7개 제품 리스트(구매 순위 기준) ³⁶⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	꿀차	오리엔 (Oriyen)	허벌D라이트티 (Herbal D Lite Tea)	말레이시아	16.93싱가포르달러 (약 1만 4,640원)	30티백	
2	꿀차	치용탕 (Qi Yongtang)	드라이드탠저린필 (Dried Tangerine Peel)	중국	6.91싱가포르달러 (약 5,975원)	60g	
3	꿀차	주광대 (Juguangde)	티탠저린필 (Tea Tangerine Peel)	중국	17.61싱가포르달러 (약 1만 5,228원)	190g	
4	꿀차	오설록 (Osulloc)	오설록탠저린티 (Osulloc Tangerine Tea)	한국	17.77싱가포르달러 (약 1만 5,366원)	1.5g * 30개입	
5	과일청	슈가로로 (Sugarlolo)	푸르트티씨트론 &그린탠저린 (Fruit Tea Citron &Green Tangerine)	한국	65.00싱가포르달러 (약 5만 6,207원)	400g * 2개입	
6	꿀차	임페리얼티 (Imperial Tea)	탠저린필푸어티 (Tangerine Peel Pu'er Tea)	중국	7.51싱가포르달러 (약 6,494원)	3g * 12티백	
7	꿀차	베질루르 (Basilur)	매직푸르츠탠저린 세일론블랙티 (Magic Fruits Tangerine Ceylon Black Tea)	스리랑카	8.90싱가포르달러(약 7,696원)	25티백	

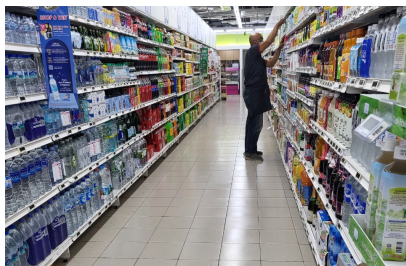
자료: 쇼피(Shopee)

사진 자료: 쇼피(Shopee)

36) 조사일(2021.10.21) 기준 쇼피 꿀청 조사 카테고리 평점 상위 제품 리스트

2. 싱가포르 굴청 주요 오프라인 유통채널 ① 페어프라이스

기업 기본 정보	기업명	페어프라이스(FairPrice)			
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓			
	홈페이지	www.fairprice.com.sg			
	위치	싱가포르(Singapore)			
	규모	매출액('20)	약 28억 267만 싱가포르달러(약 2조 4,227억 원)		
	기타 규모	• 매장 수('21): 약 230개 ³⁷⁾			
	기업 요약	• 1973년 설립되었으며, 싱가포르 전국노동자연합(NTUC) 산하의 협동조합 • 페어프라이스(FairPrice)를 포함한 6개 유통브랜드 보유 • 2020년 면역력 관련 관심 증대로 비타민C 판매 3~5배 증가			
소비자 정보	타겟 소비자	성별	여성	직업	직장인·주부
		연령대	30·40대	소득수준	중산층

방문매장 정보	영업시간	00:00~24:00		
	주소	17 Petir Road #B2-67, Hillion Mall Singapore 678278		
	상권	현지인이 가장 많이 이용하는 슈퍼마켓 브랜드로, 인근 쇼핑몰 안에 위치함		
	VMD	취급 브랜드	제원(JEWON), 코리아코샴푸드(Korea Koh Shaem Food)	
		진열 방식	카테고리별 진열	
	매장 전경	 		

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 문의 - 홈페이지 내 양식 작성 (fpbusiness.zendesk.com/hc/en-us/requests/new) - 정보 기입 후 제출 - 홈페이지 기입 정보 (담당자명, 이메일 주소, 전화번호, 첨부파일 등) • 문의사항 연락처 - 전화번호: +65-6888-1888 - 팩스: +65-6397-4001 - 입점 후 공급업체 포털 이용 (sptest.pracbiz.com/Supplier_Portal)

자료: 페어프라이스(FairPrice)

사진 자료: 페어프라이스(FairPrice) 현지 매장 방문 조사

매대 제품 배치 현황

주력 입점 제품



페어프라이스에서는 차(茶)용 유자, 자몽, 배모과청 등의 제품을 기타 과일 음료 및 시럽 제품과 함께 진열함. 과일을 꿀과 함께 절인 형태인 청 제품들은 모두 한국산이었으며, 기타 제품의 경우에는 브랜드와 맛별로 분류하여 진열함

자료: 페어프라이스(FairPrice) 현지 매장 방문 조사

사진 자료: 페어프라이스(FairPrice) 현지 매장 방문 조사

37) 엔티유씨페어프라이스(NTUC Fairprice)가 운영 중인 여섯 브랜드의 매장 수 총합임

입점 제품 리스트							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	과일청	제원(JEWON)	고흥유자차	한국	15.9싱가포르달러 (약 1만 3,749원)	1kg	
2	과일청	코리아코שמ푸드 (Korea Koh Shaem Food)	유자차	한국	7.5싱가포르달러 (약 6,485원)	580g	
3	과일청	제원(JEWON)	꿀패션후르츠차	한국	15.9싱가포르달러 (약 1만 3,749원)	1kg	
4	과일청	제원(JEWON)	금빛자몽차	한국	15.9싱가포르달러 (약 1만 3,749원)	1kg	
5	과일청	제원(JEWON)	제주금빛한라봉차	한국	15.9싱가포르달러 (약 1만 3,749원)	1kg	
6	과일청	제원(JEWON)	고흥금빛유자차	한국	15.9싱가포르달러 (약 1만 3,749원)	1kg	
7	과일청	제원(JEWON)	꿀매실차	한국	15.9싱가포르달러 (약 1만 3,749원)	1kg	
8	과일청	제원(JEWON)	꿀배모과차	한국	15.9싱가포르달러 (약 1만 3,749원)	1kg	
9	과일시럽	드래곤코인 (Dragon Coin)	오렌지스쿼시 (Orange Squash)	말레이시아	2.35싱가포르달러 (약 2,032원)	1L	
10	과일시럽	아시아팜 (Asia Farm)	망고주스코디얼 (Mango Juice Cordial)	말레이시아	4.5싱가포르달러 (약 3,891원)	2L	

자료: 페어프라이스(FairPrice) 현지 매장 방문 조사

사진 자료: 페어프라이스(FairPrice) 현지 매장 방문 조사

② 콜드스토리지

기업 기본 정보	기업명	콜드스토리지(Cold Storage)		 Cold Storage <i>The fresh food people</i>
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓		
	홈페이지	www.coldstorage.com.sg		
	위치	홍콩(Hongkong)		
	규모	매출액('20)	약 13억 433만 싱가포르달러(약 1조 1,279억 원)	
	기타 규모	• 매장 수('21): 53개 • 직원 수('18): 약 7,500명		
	기업 요약	• 프리미엄 신선식품 등 중고가의 제품을 전문적으로 취급하며, 콜드스토리지 내 브랜드인 제이슨(Jasons)의 경우 부유층을 타겟으로 수입 식품 위주로 유통함 • 2020년 5월 농수산물유통공사(aT)와 함께 한국 음식 박람회를 개최하였으며, 2021년 10월 자사 온라인몰에서 한국 및 일본 식품 특별 판매전 진행		
매장정보	입점 가능 품목	• 수입식품, 신선식품, 육류, 유제품, 음료류, 차(茶)류, 헬스용품, 뷰티용품 등		
	선호 제품	• 다양한 카테고리의 제품		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호, 이메일 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 - 전화번호: +65-1800-8918-100 - 이메일: custsvc@coldstorage.com.sg		

자료: 콜드스토리지(Cold Storage)

사진 자료: 콜드스토리지(Cold Storage)

③ 가디언

기업 기본 정보	기업명	가디언(guardian)	
	기업구분	드럭스토어	
	홈페이지	www.guardian.com.sg	
	위치	홍콩(Hongkong)	
	규모	매출액('20)	약 4억 4,057만 싱가포르달러(약 3,810억 원)
	기타 규모	• 매장 수('21): 113개	
	기업 요약	• 캄보디아, 인도네시아, 베트남 등 동남아시아 5개국에서 매장 운영 중 • 자사 홈페이지 통해 뷰티 및 건강 관련 지식 제공 • 다양한 자체 제작 상품 판매 중 • 2019년 CJ올리브영과 업무 협약을 맺었으며 자이언트 내 입점하여 판매 중	
매장정보	입점 가능 품목	• 캔디류, 스낵류, 건강보조식품, 음료류, 유제품, 화장품, 생활용품 등	
	선호 제품	• 헬스 앤 뷰티 관련 제품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 문의 - 페이지 하단 메뉴의 Contact us 클릭 - 필요 정보 기입 후 제출(guardian.com.com-sg/contact-us) - 홈페이지 기입 정보 (담당자명, 이메일 주소, 연락처, 문의 내용) • 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호, 이메일 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 - 전화번호: +65-6-891-8100 - 이메일: customerservice@guardian.com.sg	

자료: 가디언(Guardian)

사진 자료: 인사이드리테일아시아(Inside Retail Asia), 마리나베이샌즈(Marina Bay Sands)

④ 왓슨스

기업 기본 정보	기업명	왓슨스(Watsons)	
	기업구분	드럭스토어	
	홈페이지	www.watsons.com.sg	
	위치	홍콩(Hongkong)	
	규모	매출액('20)	약 4억 1,342만 달러(약 3,575억 원)
		기타 규모	• 매장 수('21): 100개
매장정보	기업 요약	1841년 홍콩에서 설립되어 총 25개국에서 약 1만 5,000개 매장 운영 중 - 매장에서는 약 6,000개, 온라인몰에서는 약 8,000개 제품 판매 중 - 온라인몰 주문 후 오프라인 매장 픽업 서비스 제공 중	
	입점 가능 품목	• 건강보조식품, 차(茶)류, 음료류, 간편식품, 화장품, 의약품, 구강청결용품 등	
	선호 제품	• 기존 플랫폼에 없는 헬스 앤 뷰티 관련 신제품	
매장정보	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 홈페이지를 통한 직접 등록 - A.S. WATSON 기업 홈페이지 접속 - 상단 메뉴 'Suppliers & Partners' 의 'Becoming A.S. Watson Suppliers' 클릭하여 입점 절차 확인 - 왓슨스 공급업체 포털에서 'Apply here' 클릭하여 필요 정보 기재 - 홈페이지 기입 정보 - 공급자 정보 (회사명, 회사 이메일, 담당자 연락처, 기업정보, 사업자등록증, 설립연도, 주거래처, 제조시설 정보 등) - 공급 제품 정보 (브랜드명, 브랜드 정보, 제품명, 제품 샘플 등) - 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) - 등록 조건 - A.S. Watson 품질 보증 승인 - 입점 관련 사항은 본사로 직접 문의 - 문의사항 연락처(본사) - 전화번호: +65-6337-3433 - 이메일: grouppr@aswatson.com	

자료: 왓슨스(Watsons)

사진 자료: 왓슨스(Watsons), 리테일뉴스프롬아시아(Retail News from Asia)

⑤ 솔마트

기업 기본 정보	기업명	솔마트(Solmart)	
	기업구분	아시안마트/한인마트	
	홈페이지	www.solmart.com.sg	
	위치	싱가포르(Singapore)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('21): 4개	
	기업 요약	• 2002년 설립되었으며, 한국 제품 및 한국 김치 등 한국 식품 전문 판매 • 한국에서 1~4주 간격으로 제품을 수입하여 판매 진행 중 • 배송 서비스 제공 중 • 2020년 11월 일회용 유자차 할인행사 진행	

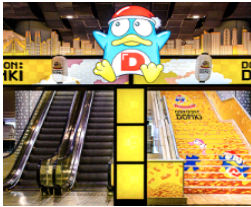
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 차(茶)류, 간편식품, 스낵류, 유제품, 육류, 해산물, 냉동식품 등	
	선호 제품	• 한국 제품만 판매함	
	매장 전경	 	

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일, 매출액, 주요 고객 등) ② 공급 제품 정보 (주요 시장, 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그) • 문의사항 연락처 - 전화번호: +65-6467-4028 - 팩스: +65-6463-3509 - 이메일: solmart.info@gmail.com
-------------	---------------------	--

자료: 솔마트(Solmart)

사진 자료: 솔마트(Solmart)

⑥ 돈돈돈키

기업 기본 정보	기업명	돈돈돈키(Don Don Donki)	
	기업구분	아시안마트/한인마트	
	홈페이지	www.dondondonki.sg	
	위치	도쿄(Tokyo)	
	규모	매출액('18)	약 2억 7,005만 달러(약 억 원)
		기타 규모	• 매장 수('21): 11개
	기업 요약	- 일본 유통업체 팬퍼시픽인터내셔널홀딩스(PPIH)의 동남아 타겟 유통 체인으로, 싱가포르, 태국, 홍콩 등에서 매장 운영 중 - 매장 내 푸드 코트에서 다양한 일본 음식 서비스	
매장정보	입점 가능 품목	• 스낵류, 조리식품, 소스류, 즉석식품, 신선식품, 생활용품, 문구류, 잡화류 등	
	선호 제품	• 일본산 제품, 저렴한 제품, 젊은 소비자를 대상으로 한 제품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 홈페이지를 통한 문의 - 홈페이지 상단 'Help' 클릭 'Contact' 클릭 후 필요한 정보 기입하여 제출 - 홈페이지 기입 정보 (담당자명, 이메일 주소 등) - 이메일을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 - 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일, 매출액, 주요 고객 등) - 공급 제품 정보 (주요 시장, 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량 등) - 참고자료 (회사소개서, 카탈로그) - 문의사항 연락처 - 이메일: support.sg@dondondonki.com (싱가포르 본사) - 팬퍼시픽인터내셔널홀딩스(PPIH)의 타 자회사에서 제품의 수입 및 수출 통괄 - 기업명: 팬퍼시픽인터내셔널트레이딩(Pan Pacific International Trading) - 전화번호: +81-3-3271-1120	

자료: 돈돈돈키(Don Don Donki)

사진 자료: 돈돈돈키(Don Don Donki)

VI. 진입장벽

1. 싱가포르 굴청 통관 및 검역 절차
2. 싱가포르 굴청 사전등록
3. 싱가포르 굴청 품질 인증
4. 싱가포르 굴청 라벨링
5. 싱가포르 굴청 성분 및 유해물질

1. 싱가포르 굴청 통관 및 검역 절차³⁸⁾

▶ 싱가포르 굴청 수출 시 통관 절차별 참고사항

싱가포르는 주류, 담배, 자동차, 석유 제품을 제외한 모든 수입품에 대하여 관세를 부과하지 않음. 다만 모든 수입 물품은 CIF(Cost, Insurance and Freight)의 7%를 상품 및 서비스 세금(GST, Goods & Service Tax)으로 납부해야 함. 추가로, 해상 또는 항공으로 수입되는 모든 물품은 경제 자유 구역(FTZ, Free Trade Zones)을 거쳐 싱가포르로 반입될 수 있음

[표 6.1] 싱가포르 굴청 통관 검역 절차



38) 본 보고서에서 제공되는 정보가 반드시 일치하는 것은 아니오니 참고자료로만 활용하시기 바랍니다.

2. 싱가포르 굴청 사전등록

▶ 싱가포르 굴청, 수입업체 사전등록 必

싱가포르에서 식품을 수입하기 전에 싱가포르 식품청(SFA, Singapore Food Agency)에 수입업체 면허 취득 또는 등록을 사전에 완료해야 함. 고객사 굴청은 일반 가공식품에 해당하여 면허는 별도로 필요하지 않으며 등록의 대상에 속함. 추가로, 온라인 홈페이지를 통해 수입 허가를 신청하여 통관 허가증(CCP)을 발급받아야 함

[표 6.2] 싱가포르 수입업체 사전등록 정보

등록 정보	
사전 준비 사항	• 사업자 등록번호(UEN, Unique Entity Number) 발급 - 싱가포르 기업청(ACRA, Accounting and Corporate Regulatory Authority) 등록 및 사업자 등록번호(UEN, Unique Entity Number) 발급 - 싱가포르 세관에 사업자 등록번호(UEN)를 등록하고 활성화해야 함 • 수입 물품 확인 - 수입 물품이 싱가포르 관할 당국의 통제 대상 상품인지 확인. 싱가포르 관세청 홈페이지에서 HS 코드 또는 CA 제품 코드를 이용하여 검색 가능 - HS 코드 분류에 대한 상담이 필요한 경우, 공식 분류 판정 신청 가능 - 비용은 제품당 85싱가포르 달러임 • Inter-Bank GIRO(IBG) 계정 생성 - 싱가포르 관세청과 식품청에 Inter-Bank GIRO(IBG)를 신청해야 함. 싱가포르 관세청에 해당 신청서를 작성하여 송부 - 싱가포르 식품청에 GIRO 계정을 유지하지 않을 경우, 승인이 정지될 수 있음
등록 절차	• GoBusiness Licensing 홈페이지를 통해 신청서 제출 • GIRO 또는 온라인 전자 결제를 통해 비용 납부 • TradeNet 시스템을 통해 등록 번호 확인
비용	• 일반 가공식품 수입업체의 사전등록 무료
소요 기간	• 1영업일
갱신	• 싱가포르 식품청에서 만료 2개월 전에 이메일 또는 문자로 갱신 안내문을 전송 • GoBusiness Licensing 홈페이지를 통해 갱신 신청서 제출 • 식품 리콜에 대비하여 식품 리콜 플랜 준비 - 첫 갱신 시점, 그리고 2년마다 식품 리콜 플랜이 요구됨 • GIRO 또는 온라인 전제 결제를 통해 비용 납부 • 싱가포르 식품청에서 이메일을 통해 갱신 완료 알림 전송

자료: 싱가포르 식품청(SFA)

[표 6.3] 싱가포르 수입 허가 절차**절차**

- 수입업체 사전등록 또는 면허 번호, 제품 및 HS 코드 준비
- 기관 코드(Establishment Code) 확인
 - 한국의 기관 코드는 KR999999
- 싱가포르 식품청에서 수입 제품 코드(Product Code) 확인
- TradeNet을 통해 수입 허가 신청
 - 해당 과정에서 받은 고유 참조번호(Unique Reference Number) 확인
- 필요한 경우 TradeNet을 통해 추가 서류 제출
 - 실험 보고서 또는 위생 증명서가 필요할 수 있음
 - 반드시 허가 신청 기간 내에 서류 제출을 완료해야 함
- 싱가포르 관세청과 식품청의 승인 이후, 화물 통관 허가증(CCP, Cargo Clearance Permit)을 발급받음
 - 해당 허가증은 싱가포르 식품청 수입 허가증의 역할도 수행함
- 화물 통관 허가증 및 사본 인쇄
 - 국경 검문소, 검역 등의 과정에서 해당 문서 필요
- 수입 수수료 지불
- 수입 식품 한 건당 수수료 부과
- GIRO 계정을 통해 비용 납부

자료: 싱가포르 식품청(SFA)

3. 싱가포르 굴청 품질 인증

▶ 싱가포르 굴청, 적용받는 필수 인증 無

싱가포르로 수입되는 식품은 수출국 관할 당국의 적절한 감독하에서 제조되었거나 싱가포르 식품청에 적용 가능한 품질 보증 프로그램을 지니고 있음을 증명해야 함. 고객사 굴청은 인증 취득이 필수는 아니지만, 싱가포르 식품청에서 요구하는 경우에는 인증서를 제출해야 함

[표 6.4] 싱가포르 굴청 인증 취득 정보

취득 정보	
인증이 필수인 품목	- 포장된 미네랄 및 식용 물과 얼음, 코코넛 밀크, 간 코코넛, 나시 르막, 영유아용 시리얼 및 분유, 육지 달팽이, 최소한으로 가공된 과일 및 채소, 저온 살균 우유, 전통 구움과자(kueh ku도), 자른 사탕수수, 월병 - 해당 유형의 식품은 위생적인 조건하에서 생산되었다는 인증서가 필요함
기타 품목	위 아홉 가지 유형 이외의 식품도 인증 서류를 유지하고 싱가포르 식품청에서 요청시 서류를 제출해야 함
적용 가능한 인증 예시	- HACCP (Hazard Analysis Critical Control Point) 인증서 - GMP (Good Manufacturing Practices) 인증서 - 건강 증명서 (수출국 식품 관할 당국 및 동물 검역 당국이 발행한 문서) - 수출 증명서 (수출국 식품 관할 당국 및 동물 검역 당국이 발행한 문서) - 공장 등록증 (수출국 규제 기관에서 발행한 문서)

자료: 싱가포르 식품청(SFA)

4. 싱가포르 굴청 라벨링

[표 6.5] 싱가포르 굴청 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	1. 표기 언어	• 영어로 표기해야 함
	2. 상품명	• 소비자에게 식품의 실제 특징을 알려주기 위하여 식품의 일반적인 이름, 적절한 일반적인 이름을 사용할 수 없는 경우에는 상품의 설명을 라벨에 명시해야 함 • 브랜드 이름, 상표 이름, 복잡한 이름, 판매 이름, 또는 영어가 아닌 이름은 위의 상품 설명에 포함되지 않음
	3. 원재료명	• 식품에 사용된 모든 성분 목록을 중량의 내림차순으로 표기해야 함. 즉, 가장 먼저 나열된 성분은 식품에서 가장 많은 부분을 차지함 • 성분명은 일반적인 이름 또는 설명이 아니라 특징적인 이름 또는 설명을 의미하며, 성분의 진정한 특성을 잠재 구매자에게 알려줘야 함 • 식품에 물이 포함되어 있음을 나타낼 필요는 없음 • 두 가지 이상의 성분으로 만들어진 원재료를 포함하는 경우, 해당 구성 성분의 적절한 명칭을 나타내야 함 • 알레르기 반응을 유발할 수 있는 성분은 제품의 라벨에 해당 성분을 포함하고 있음을 명확하게 표기해야 함 • 아스파탐을 함유하는 제품은 ‘페닐케톤뇨제: 페닐알라닌을 함유함(PHENYLKETONURICS: CONTAINS PHENYLALANINE)’ 또는 이와 같은 의미의 경고를 명시해야 함
	4. 순중량	• 일반적으로 제품의 순중량은 절대값으로 표시해야 하며, 값 범위를 넘어서는 안됨 • 액체 식품의 경우에는 밀리리터(mL) 또는 리터(L)를 이용한 부피, 고형 식품의 경우에는 그램(g) 또는 킬로그램(kg)을 이용한 무게, 반고체 또는 점성 식품의 경우에는 무게 또는 부피, 그리고 통조림과 같이 액체로 포장된 식품의 경우 순중량 및 배출된 식품의 중량도 표기해야 함

자료: 싱가포르 식품청(SFA)

[표 6.5] 싱가포르 굴청 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	5. 원산지	- 수입 식품의 경우 제품의 원산지를 라벨에 반드시 표기해야 함 - 원산지와 함께 수출국의 제조업체, 포장업체 등과 같은 식품 사업체의 이름과 주소 또한 라벨에 표기해야 함
	6. 수입업체 및 유통업체 정보	- 수입 식품의 경우, 현지 수입업체, 유통업체, 또는 대리인의 이름과 주소를 라벨에 반드시 명시해야 함 - 이는 제품이 소비자에게 가능한 공중 보건 및 안전 문제가 발생했을 때 식품 리콜을 위해 사용될 수 있음
	7. 라벨링 관련 일반 사항	라벨은 모든 식품의 패키지의 눈에 잘 띄는 위치에 읽기 쉽도록 안전하게 부착해야 함
라벨 선택 표시 사항 및 기준	8. 유통기한	- 유통기한 표시는 부패하기 쉽거나 유통기한이 짧은 제품, 시간이 지남에 따라 품질이 저하될 수 있는 제품, 오염되기 쉬운 제품, 유아용 식품 등 특정 사전 포장 식품에 대해서만 필수임 ‘Vitaminised fruit juice and vitaminised fruit juice drink’는 유통기한 표기가 필수이나, 고객사 굴청의 경우에는 유통기한 표기가 필수 사항은 아닌 것으로 판단됨 ‘Use by’, ‘Expiry date’, ‘Best before’ 또는 ‘Sell by’ 등으로 표기할 수 있음 - 식품 사업자는 식품에 유통기한을 표시할 책임이 있으며, 특정한 보관 조건이 있는 경우에는 반드시 라벨에 명확한 보관 조건을 명시해야 함

자료: 싱가포르 식품청(SFA)

[표 6.5] 싱가포르 굴청 라벨링

라벨 선택 표시 사항 및 기준	9. 영양정보 패널 • 영양 또는 건강 강조표시를 포함한 제품인 경우에만 필수임 • 영양 정보 패널은 소비자에게 100g(액체 식품의 경우에는 100mL) 또는 제품 1회 제공량당 식품의 영양소 함량에 대한 정보를 제공함 • ‘1회 제공량’과 ‘패키지당 제공량’은 영양소가 1회 기준으로 표시된 경우에만 요구됨 • 열량(kcal, kJ, 또는 둘 다), 단백질(g), 지방(g), 탄수화물(g), 영양 강조표시 또는 건강 강조표시의 대상이 되는 영양소(g) 등에 관한 정보를 표시해야 함 • 소금, 나트륨, 칼륨, 또는 이들 중 두 가지 이상에 대한 영양 강조표시를 포함하며 그 외 다른 영양소에 대한 영양 강조표시를 포함하지 않는 경우, 나트륨 및 칼륨 이외의 에너지 또는 영양소에 대한 언급은 패널에서 생략할 수 있음
	10. 영양 강조표시 및 건강 강조표시 • 식품에 대한 모든 영양 및 건강 강조표시는 반드시 과학적 증거에 근거하여 진실되고 검증 가능해야 함 • 영양 강조표시는 ‘고섬유질’, ‘저지방’, ‘무설탕’ 등과 같이 식품에 영양적 특성이 있음을 나타내는 것임 • 건강 강조표시는 식품의 소비와 건강 사이에 관계가 있음을 나타냄 - 신체의 성장, 발달 및 정상적인 기능에 대한 영양소의 건강 효과를 설명하는 영양소 기능 강조표시 - 전반적인 건강한 식단으로써 음식을 섭취할 때 질병이나 건강 관련 상태가 발생할 위험이 감소함을 설명하는 질병 위험 감소 강조표시 - 다른 식품 구성 성분의 건강 효과를 설명하는 기타 기능 강조표시

자료: 싱가포르 식품청(SFA)

▶ 싱가포르 굴청 라벨 샘플



[앞면 라벨링]

[옆면 라벨링 1]

[옆면 라벨링 2]

[앞면 - 영문 및 국문]

- ① 제원
JEWON
- ② 고흥 유자차
- ③ DUWON gold citron tea
WITH NATURAL YUJA
- ④ RICH IN VITAMIN C
- ⑤ 고흥산 유자로 만들어 맛과 향이
풍부합니다.
- ⑥ 여름에는 시원한 유자주스로 겨울에는
따뜻한 유자차로 즐기세요.
- ⑦ HALAL
- ⑧ 1000g(35.3oz)
- ⑨ Hot & Cold

[옆면 - 국문]

- ① 제원
제원
- ② 고흥 유자차
- ③ 자연산 유자로 만든
두원 유자차
- ④ 비타민 C가 풍부함
- ⑤ 고흥산 유자로 만들어 맛과 향이
풍부합니다.
- ⑥ 여름에는 시원한 유자주스로 겨울에는
따뜻한 유자차로 즐기세요.
- ⑦ 할랄
- ⑧ 1000g(35.3oz)
- ⑨ 따뜻하고 시원하게

[옆면 1 - 영문]

- ① Natural Yuja Citron form
Goheungsan Korea is rich in
taste and aroma
- ② Refreshing and tantalizing when
drinking cold.
- ③ Smooth and soothing when
drinking warm.
- ④ INGREDIENTS
 - Yuja Citron (70%)
 - Citric Acid
 - Sugar
 - Honey
 - Vitamin C
 - Sodium Carboxymethyl Cellulose
- ⑤ PRODUCT OF KOREA
- ⑥ Product Name:
Duwon Gold Citron Tea
- ⑦ Net WT.: 1,000g(35.3oz)
- ⑧ Imported By:
 - CHUAN HONG SENG PTE LTD.
 - 48 Toh Guan Road East #08-142
Enterprise Hub S608586
 - Tel: +65 6795 2286
 - Fax: +65 6795 5770
- ⑨ Manufacturer:
 - DUWON AGRICULTURAL
COOPERATIVE
 - 2418, Goheung-ro, Duwon-myeon,
Goheung-gun, Jeollanam-do,
Korea
- ⑩ How to make tea:
Dissolve one or two spoonful of
gold citron tea into one cup of
hot or cold water
- ⑪ Best before(YY/MM/DD):
2023.06.01.

[옆면 1 - 국문]

- ① 한국의 고흥산 천연 유자는 맛과 향이
풍부합니다.
- ② 차갑게 마실 때는 시원하고 감칠맛이
납니다.
- ③ 따뜻하게 마실 때는 부드럽습니다.
- ④ 원재료
 - 유자 (70%)
 - 구연산
 - 설탕
 - 꿀
 - 비타민 C
 - 카복시메틸셀룰로오스나트륨
- ⑤ 한국산
- ⑥ 제품명:
두원 유자차
- ⑦ 순중량: 1,000g(35.3oz)
- ⑧ 수입업체:
 - 철홍생 유한회사
 - 48 토구안동로 #08-142
창업허브 S608586
 - 전화번호: +65 6795 2286
 - 팩스: +65 6795 5770
- ⑨ 제조업체:
 - 두원농협
 - 대한민국 전라남도 고흥군 두원면
고흥로 2418
- ⑩ 차를 만드는 방법:
뜨거운 물 또는 차가운 물 한 잔에
유자차 한 두 숟가락을 녹입니다
- ⑪ 유통기한(년/월/일):
2023.06.01

[옆면 1 - 영문]

- ① Nutrition Facts
 Serving Size (20g)
 Serving Per Container About 50
 Amount per Serving
 - Calories 50
 - Caloreis From Fat 0

		% Daily Value*
Vitamin A		0%
Vitamin C		66%
Calcium		1%
Iron		3%
Total Fat	0g	0%
- Saturated Fat	0g	0%
- Trans Fat	0g	
Cholestrol	0mg	0%
Sodium	20mg	1%
Total Carbohydrate	13g	4%
- Dietary Fiber	1g	2%
- Sugars	10g	
Protein	0g	

* Percent Daily Values are based on a 2,000 calorie diet.

- ② Keep refrigerated after opening.

[옆면 2 - 국문]

- ① 영양 정보
 1회 제공량 (20g)
 컨테이너 당 약 50 제공
 1회 제공량
 - 50칼로리
 - 지방 0칼로리

		% 일일 가치*
비타민 A		0%
비타민 C		66%
칼슘		1%
철		3%
총 지방	0g	0%
- 포화 지방	0g	0%
- 트랜스 지방	0g	
콜레스테롤	0mg	0%
나트륨	20mg	1%
총 탄수화물	13g	4%
- 식이섬유	1g	2%
- 설탕	10g	
단백질	0g	

* 일일 가치 비율 2,000칼로리를 기준으로 작성되었습니다.

- ② 개봉 후에는 냉장보관 하세요.

5. 싱가포르 굴청 성분 및 유해물질

▶ 식품첨가물

싱가포르 식품청은 식품첨가물을 특정한 기술상의 기능을 위하여 식품에 의도적으로 추가되는 화학적 물질이라고 설명함. 싱가포르에서 유통되는 식품에 포함된 첨가물은 반드시 사용 전에 안전 평가를 받아야 하며, 사용량은 싱가포르 식품 규제인 식품판매법(Sale of Food Act)에서 규정한 기준치를 준수해야 함. 해당 규정에 따르면, 식품첨가물은 기술상 타당한 이유가 있고 해당 첨가물의 사용이 소비자의 오해를 일으키지 않아야 하며, 소비자의 건강을 위협하지 않아야 함. 하기 표는 고객사 굴청에 적용될 것으로 예상되는 싱가포르 식품첨가물 기준 중 일부임. 자세한 규정 및 기준치는 싱가포르 식품청 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인할 수 있음

[표 6.6] 고객사 굴청에 적용되는 싱가포르 식품첨가물 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	최대허용량	식품 유형
1	린덴	Lindane	Codex EMRLs (Extraneous MRL) 적용	기타 농산가공품류
2	부분 가수분해 리시틴	Partially hydrolysed lecithin	GMP; 효능을 발휘하는 최저 용량 ³⁹⁾	
3	L-메틸엽산칼슘	Calcium L-methylfolate	GMP; 효능을 발휘하는 최저 용량 ⁴⁰⁾	
4	필로퀴논	Phylloquinone	GMP; 효능을 발휘하는 최저 용량 ⁴¹⁾	
5	메나퀴논 (비타민 K2)	Menaquinone (Vitamin K2)	GMP; 효능을 발휘하는 최저 용량 ⁴²⁾	
6	인산염	Phosphates	GMP; 효능을 발휘하는 최저 용량	
7	프로필파라벤	Sodium propyl para-hydroxybenzoate	사용금지	

자료: 싱가포르 식품청(SFA), KATI농식품수출정보

39) 유화제 및 안정제로 사용하는 경우 이외에는 사용을 금지함

40) 엽산 영양 보충제로 사용하는 경우에 한함

41) 비타민 K1 영양 보충제로 사용하는 경우에 한함

42) 비타민 K2 영양 보충제로 사용하는 경우에 한함

▶ 유해물질

싱가포르 식품청은 식품안전법에 의하여 어떤 방식으로든 식품에 추가되는 외부 물질, 독성 물질, 살충제, 중금속, 진균독소 등의 정의 및 기준치를 규정하고 있음. 하기 표는 고객사 굴청에 적용될 수 있는 싱가포르 유해물질 기준을 분석한 결과 중 일부임. 더 자세한 규정 및 기준치는 싱가포르 식품청의 ‘식품판매법(Sale of Food Act)’에서 확인할 수 있음

[표 6.7] 고객사 굴청에 적용되는 싱가포르 유해물질 기준

순번	유해물질명	영문명	기준치	식품유형
1	수은	Mercury	0.05ppm	식품판매법에서 규정하는 일부 식품을 제외한 모든 식품
2	주석	Tin	250ppm	
3	카드뮴	Cadmium	0.2ppm	
4	안티모니	Antimony	1ppm	
5	멜라민	Melamin	2.5ppm	
6	아플라톡신 B1	Aflatoxin B1	5ppb	
7	총 아플라톡신	Aflatoxins, total (B1, B2, G1, G2)	5ppb	
8	항생제 잔류물 또는 그 분해산물	Antibiotic residues or degradation products	불검출	
9	파툴린	Patulin	50ppb	과일즙 및 주스(Fruit juice)가 재료에 포함된 식품
10	비소	Arsenic	0.2ppm	과일즙 및 주스, 라임과 레몬 제외 (Fruit juice)
			1.0ppm	부록 10에 언급되지 않은 기타 모든 식품 ⁴³⁾
11	납	Lead	0.3ppm	과일즙 및 주스, 라임과 레몬 제외 (Fruit juice)
			2.0ppm	부록 10에 언급되지 않은 기타 모든 식품

자료: 싱가포르 식품청(SFA), KATI농식품수출정보

43) 싱가포르 식품청(SFA), ‘식품판매법(Sale of Food Act)’, 2021.06, <https://sso.agc.gov.sg/SL/SFA1973-RG1>

▶ 알레르겐

싱가포르는 식품 안전에 대하여 정부와 산업, 그리고 소비자가 공유하는 공동 책임이라고 설명하고 있음. 싱가포르 식품판매법에 따라 신체의 과민 반응을 유발할 수 있는 성분을 포함한 사전 포장 식품은 반드시 제품 포장의 라벨에 해당 알레르기 유발물질을 표기해야 함. 하기 표는 싱가포르 식품청이 규정하는 알레르겐 필수 표기 성분 목록임

[표 6.8] 고객사 굴청 알레르겐 성분 분석

순번	표시 의무 여부	대상
1	의무	글루텐을 함유한 곡물
2	의무	갑각류 및 갑각류 제품
3	의무	달걀 및 달걀 제품
4	의무	어류 및 어류 제품
5	의무	땅콩, 대두 및 그 제품
6	의무	우유 및 유제품(유당 포함)
7	의무	견과류 및 견과류 제품
8	의무	10mg 이상의 아황산염 농축물

자료: 싱가포르 식품청(SFA)

Ⅶ. 수입·유통업체 인터뷰

Interview ① 리마트(Lee Mart)

Interview ② 샤인코리아(Shine Korea)

Interview ③ 싱싱마트(Sing Sing Mart)

Interview ① 리마트(Lee Mart)

44)

●
리마트 (Lee Mart)
수입·유통업체
담당자 정보
Customer Manager



리마트(Lee Mart) Customer Manager

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

리마트는 2009년에 설립된 한인마트로 한국에서 제품을 직수입하여 판매하고 있습니다. 주요 취급 품목은 라면, 스낵류, 소스/조미료, 음료, 주류, 냉동식품, 생활용품 등입니다. 현재 싱가포르에서 4개의 매장을 운영하고 있으며, 자사 온라인 홈페이지에서도 제품을 판매하고 있습니다.

Q. 싱가포르 시장에서 고객사 제품의 가격은 적절한가요?

고객사 제품의 주재료인 한라봉, 청귤, 꿀, 설탕의 함량이 중요할 것 같습니다. 한라봉이나 청귤 등 원재료의 비율이 높다면 고객사 제품의 가격은 합리적입니다. 설탕의 함량이 지나치게 높은 제품은 품질이 좋지 않으며 수요 또한 적습니다. 싱가포르에서 판매하기에 가장 적절한 소매 가격은 1kg에 15싱가포르달러(한화 약 12,971원⁴⁵⁾)입니다.

Q. 유리병과 플라스틱 파우치 중, 어떤 패키지가 더 좋을까요?

싱가포르 소비자들은 유리병을 선호하는 경향이 있습니다. 유리가 플라스틱보다 더 친환경적이고 사용 후에 깨끗하게 씻어 다른 용도로 활용할 수 있으며 고급스러워 보이기 때문입니다.

Q. 싱가포르 소비자들이 선호하는 용량은 무엇인가요?

건강차 제품의 경우, 소비자들은 주로 추운 날씨에 뜨거운 물에 타 먹는 방식으로 섭취합니다. 차 제품의 소비량은 가을/겨울에 더 많으며, 이 계절에는 1kg 제품이 많이 판매됩니다. 반면에 500ml 제품은 비교적 따뜻한 계절에 주로 판매되며, 1kg 제품보다는 판매량이 적습니다.

44) 사진자료: 리마트(Lee Mart) 홈페이지

45) 1싱가포르달러=864.73원 (2021.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Q. 고객사 제품의 특징이 홍보 키워드로 활용될 수 있나요?

저희 업체에서도 청 제품 홍보에 비타민 함량, 피부미용, 피로회복 등의 키워드를 사용하고 있습니다. 과거 싱가포르에서 굴청의 인지도가 낮았을 때는 홍보가 어려웠지만, 현재는 청 제품이 많이 알려졌으며 직접 구매하여 섭취한 경험이 있는 소비자의 재구매율이 높은 편입니다.

Q. 추천하는 유통채널은 무엇인가요?

싱가포르에서는 주로 커피전문점에서 음료를 마시기 때문에 커피전문점으로 유통하는 것이 가장 좋습니다. 커피전문점에서는 고객사 제품에 대해 ‘건강’, ‘에너지 회복’, ‘자연 그대로의’ 등의 키워드를 넣어 홍보하는 것이 효과적입니다.

Q. 해당 제품의 취급 의사가 있나요?

고객사 제품을 간략하게 살펴본 결과, 취급할 의향이 있습니다. 다만, 사업 제안서, 제품 카탈로그, 업체 정보 등이 필요하며 세부적인 사항은 내부적으로 검토 후 취급 여부를 결정할 수 있을 것 같습니다.

Interview ② 샤인코리아(Shine Korea)

46)

샤인코리아
(Shine Korea)

수입·유통업체

담당자 정보

Sales Manager

샤인코리아(Shine Korea)
Sales Manager

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

샤인코리아는 2007년에 설립된 한인마트로 라면, 스낵류, 음료, 소스/조미료, 베이킹 재료 등을 취급하고 있습니다. 싱가포르 내 11개 매장을 운영하고 있으며 자사 온라인 홈페이지에서도 제품을 판매하고 있습니다.

Q. 싱가포르 내 굴청에 대한 인식은 어떤가요?

싱가포르 소비자들은 굴청이나 유자청 등 청 제품에 익숙하며, 청 제품은 건강 음료로 알려져 있습니다. 싱가포르에 거주하는 한국인뿐만 아니라 현지 소비자들도 자주 섭취하며 주로 추운 겨울에 따뜻하게 마십니다.

Q. 싱가포르 시장에서 고객사 제품의 가격은 적절한가요?

고객사 제품의 가격은 싱가포르에서 판매되기에 적당한 가격인 것으로 보입니다. 저희 업체에서는 꿀 유자차 제품을 2가지 용량으로 판매하고 있는데, 1kg 제품은 약 14싱가포르달러(한화 약 12,110원)이며, 580g 제품은 7싱가포르달러(한화 약 6,050원) 이상입니다.

Q. 유리병과 플라스틱 파우치 중, 어떤 패키지가 더 좋을까요?

현재 취급 중인 제품은 모두 유리병 패키지를 사용하고 있습니다. 청이나 잼과 같은 제품은 유리병이 더 적합합니다. 유리는 100% 재활용할 수 있고 사용 후 다시 씻어 다른 용도로 사용할 수 있어 소비자들도 유리병을 선호합니다.

Q. 싱가포르 소비자들이 선호하는 용량은 무엇인가요?

아직 고객사 제품에 대한 자세한 정보가 없어서 수요를 쉽게 예측할 수는 없습니다. 다만, 1.5L와 500ml 중에서는 소용량 제품의 수요가 더 많을 것으로 보입니다. 저희 업체에서도 1kg과 580g 제품을 판매하고 있는데, 소비자들은 580g 제품이 더 많이 구매합니다.

Q. 고객사 제품의 특징이 홍보 키워드로 활용될 수 있나요?

싱가포르에서 굴청은 비타민 등 노화 방지를 위한 영양소가 많이 들어있으며 피부 미용과 원기회복에 좋다고 알려져 있습니다. 소비자들이 생각하는 굴청의 이미지와 고객사 제품만의 셀링포인트를 적절하게 섞어 홍보하는 것이 좋습니다.

Interview ③ 싱싱마트(Sing Sing Mart)

47)

싱싱마트
(Sing Sing Mart)

수입·유통업체

담당자 정보

Sales Manager

싱싱마트(Sing Sing Mart)
Sales Manager

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

싱싱마트는 한국 제품을 전문적으로 취급하고 있는 프리미엄 한인마트입니다. 싱가포르 내 2개의 매장을 운영하고 있으며 자사 온라인 홈페이지에서도 제품을 판매 중입니다. 주로 신선식품, 반찬, 간편식품, 쌀, 소스/조미료, 라면, 스낵류 등을 취급하고 있습니다.

Q. 싱가포르 내 청의 수요는 어떤가요?

싱가포르에서 유자청이나 유자차는 잘 알려져 있으며 따뜻한 음료 중에서도 인기 있는 편입니다. 유자차는 싱가포르 소비자들도 자주 마시는 대중적인 음료이며 특히 추운 계절에 따뜻한 물에 타서 마십니다.

Q. 현재 업체에서 한국산 청을 취급하고 있나요?

저희 업체에서는 A사의 유자차 제품을 수입하고 있습니다. 해당 제품은 1kg에 10싱가포르달러(한화 약 8,650원)에 판매되고 있으며 유리병 패키지를 사용합니다.

Q. 싱가포르 시장에서 고객사 제품의 가격은 적절한가요?

저희 업체는 주로 한국 제품을 수입하여 한국 소매가와 비슷한 가격에 판매하고 있으며, 주된 소비자는 싱가포르에 거주하고 있는 한국인입니다. 싱가포르 내 한국 소비자들은 한국에서 판매되고 있는 제품과 똑같은 제품을 선호하는 경향이 있습니다. 저희 업체에서 판매하고 있는 유자차 제품은 1kg에 10싱가포르달러(한화 약 8,650원)인데, 이와 비교하면 고객사 제품의 가격은 적절한 것으로 보입니다.

Q. 유리병과 플라스틱 파우치 중, 어떤 패키지가 더 좋을까요?

고객사 제품을 싱가포르로 수입 시, 한국에서 판매하고 있는 제품과 같은 패키지를 사용하는 것이 가장 좋습니다. 저희 업체에서 판매하고 있는 유자차 제품은 유리병 패키지를 사용하고 있으며 소비자 평가도 좋은 편입니다.

Q. 싱가포르 소비자들이 선호하는 용량은 무엇인가요?

싱가포르에서 유자차는 이미 대중적인 음료입니다. 싱가포르 소비자들은 유자청을 구매하여 집에서 마시기도 하지만, 커피전문점에서도 마시고 있습니다. 따라서 제품이 가정용인지 업소용인지에 따라 수요가 달라질 수 있습니다.

Q. 고객사 제품의 특징이 홍보 키워드로 활용될 수 있나요?

유자차는 달콤하고 건강한 차로 알려져 있으며 주로 추운 날씨에 따뜻하게 마시기 때문에 가을과 겨울에 수요가 더 많습니다. 싱가포르에 거주하는 한국인들은 대부분 유자차의 효능에 대해서 잘 알고 있으므로 이에 대해서 주력으로 홍보할 필요는 없습니다.

Q. 해당 제품의 취급 의사가 있나요?

현재로서는 고객사 제품에 대한 자세한 정보를 모르기 때문에 취급 여부를 확답드릴 수 없습니다. 원재료, 함량, 성분 등 제품에 대한 정보와 사업 제안을 저희 측에 전달해 주시면 내부적으로 논의 후 취급 가능 여부를 말씀드리겠습니다.

싱가포르(Singapore)

인터뷰 대상 선정

인터뷰 대상 기업체 선정

· 수입·유통업체 ○

리마트
(Lee Mart)샤인코리아
(Shine Korea)싱싱마트
(Sing Sing Mart)

업체 ▶

수입·유통업체

수입·유통업체

수입·유통업체

굴청
제품 ▶
취급

꿀 유자차

꿀 유자차

유자차

사진 자료: 리마트, 샤인코리아, 싱싱마트 제품 판매 페이지

싱가포르(Singapore)

수입·유통업체 인터뷰 요약

고객사	싱가포르 내 인식	제품 피드백	홍보 및 유통채널
리마트 (Lee Mart) ----- 수입·유통업체	- 건강차는 주로 추운 날씨에 뜨거운 물에 타 먹음 - 가을/겨울에 수요 많음	- 원재료 함량이 중요함 1kg에 소매가 약 15싱가포르달러가 적절 - 유리병 선호 - 추운 계절에는 1kg 제품 수요가 많음	- 청 홍보 시 비타민, 피부미용, 피로회복 등의 키워드 사용 - 커피전문점 유통 추천
샤인코리아 (Shine Korea) ----- 수입·유통업체	- 청 제품에 익숙함 - 건강 음료로 알려져 있음 - 추운 겨울에 따뜻하게 마심	- 가격은 적당함 - 청, 잼 제품은 유리병이 적합 - 소용량 제품의 수요가 많을 것으로 예상	굴청은 비타민이 다량 함유되어 있고, 피부미용 및 원기회복에 좋다고 알려져 있음
싱싱마트 (Sing Sing Mart) ----- 수입·유통업체	- 대중적인 음료임 - 가을/겨울에 수요 많음	- 가격은 적당함 - 한국과 같은 패키지를 사용하는 것이 좋음	싱가포르 거주 한국인들은 이미 유자차의 효능에 대해서 잘 알고 있음

(*) 현지 경쟁품 취급 수입·유통업체 인터뷰 3개사

VIII. 시사점

시장수요

싱가포르
과일 및 허브차 시장,
연평균 7% 성장 예상



싱가포르의 2020년 과일 및 허브차 시장규모는 약 52억원으로 한국 시장의 약 7% 수준이나, 향후 5년(2021년~25년)간 연평균 7%의 성장률을 달성할 것으로 전망됨. 이는 코로나19로 인해 싱가포르 내 소비자의 건강에 대한 관심 증가로 인해 비교적 건강한 차로 인식되는 과일 및 허브차의 수요 증가에 대한 기대가 반영된 것으로 보임. 또한, 싱가포르는 1년 내내 더운 기후로 인해 실내외 온도차가 커 목에 좋은 비타민C 성분 등이 함유된 과일차 제품에 대한 수요가 꾸준히 존재하는 것으로 파악됨

수입유통업체 인터뷰 결과, 싱가포르에 거주하는 한국인뿐만 아니라 현지 소비자에게도 청 제품은 잘 알려져 있으며, 특히 가을/겨울철에 인기있는 따뜻한 음료라는 답변을 수취함. 또한, 고객사 굴청 제품의 가격과 유리병 패키징이 싱가포르에서 유통하기 적절하다는 것을 확인함



싱가포르 온라인 차(茶) 홍보문구 키워드

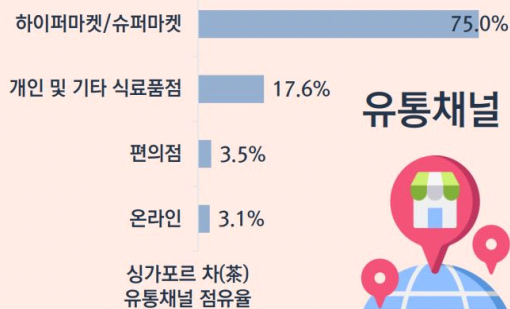
소비 특징

싱가포르 차(茶) 홍보문구,
'건강' 관련 키워드 빈출

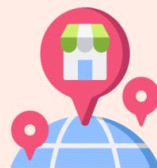


싱가포르 온라인 쇼핑물에 판매되는 차(茶) 제품의 홍보문구 분석 결과, '건강'과 관련된 키워드가 빈출함. '건강', '슬리밍'이 각각 2위와 5위를 차지하였으며, '지방' 키워드도 찾아볼 수 있음. 따라서 싱가포르 시장에서 고객사 굴청 포지셔닝 시 제품의 맛 뿐만 아니라 건강까지 생각하는 싱가포르 소비자의 특성을 고려할 필요가 있음.

수입유통업체 인터뷰를 통해서도 현지 판매 제품에 비타민, 노화 방지, 원기회복 등의 효능을 강조한 홍보 키워드를 사용 중인 것을 확인함. 이는 제주도의 무농약 한라봉과 청귤을 사용해서 만든 고객사 제품에 기회요인이 될 것으로 판단됨. 또한, 과일 천연상태의 과육과 과피를 70% 이상 함유한 고급 제품이라는 점이 차별점으로 작용할 것으로 예상됨



유통채널



싱가포르 차(茶) 시장의 유통채널 확인 결과 하이퍼마켓/슈퍼마켓 점유율이 한국 대비 30%p 이상 높은 75.0%를 차지하며 가장 큰 유통채널인 것으로 확인됨. 또한, 온라인 채널 점유율은 3.1%로 한국과 비교하여 낮은 수치를 보이나, 코로나19의 영향으로 온라인 소비 시장은 2020년 기준 전년 대비 약 53% 증가하며 성장세를 보임. 또한, 싱가포르는 인터넷 인프라가 잘 갖춰져 있을 뿐만 아니라, 정부 차원에서 오프라인 중심의 소매업자들이 온라인 채널로 전환할 수 있도록 돕는 정책을 시행하고 있음. 추가로, 수입유통업체 인터뷰에서는 싱가포르 소비자들이 음료 구매를 위해 자주 이용하는 커피전문점에서의 유통을 추천함



Export Insights

수출 확대 전략

무농약 과일을 이용한
건강한 고급 제품
강조 필요

싱가포르의 과일 및 허브차 시장은 최근 성장 정체 단계에 이른 것으로 보이나 향후 연평균 7% 성장이 예상되며, 싱가포르의 해당 HS CODE 품목 대한국 수입액이 크게 증가함. 또한, 코로나 19의 확산으로 싱가포르 소비자의 건강에 대한 인식이 증가함에 따라 무농약 한라봉과 청귤의 과육과 과피를 70% 이상 함유한 고객사 제품의 성분이 셀링포인트로 작용할 것으로 기대됨. 수입유통업체 인터뷰에서도 비타민 함량, 노화방지, 피부미용, 피로회복 등의 효능과 '건강', '에너지 회복', '자연 그대로의' 등의 키워드를 홍보에 활용할 것을 추천함



[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 유로모니터(Euromonitor), 「Tea in Singapore」, 2020.12
2. 유로모니터(Euromonitor), 「Supermarkets in Singapore Country Report」, 2021.02
3. 유로모니터(Euromonitor), 「Health and Beauty Specialist Retailers in Singapore Country Report」, 2021.02
4. 유로모니터(Euromonitor), 「E-commerce in Singapore Country Report」, 2021.02
5. 농식품수출정보(KATI), 「싱가포르 온라인 시장 분석 및 한국식품 진출 확대방안 보고서」, 2020.09
6. 싱가포르 식품청(SFA, Singapore Food Agency), 「식품판매법(Sale of Food Act」, 2021

■ 참고 사이트

1. 유로모니터(Euromonitor) (www.portal.euromonitor.com)
2. 국제무역센터(International Trade Center) (www.trademap.org)
3. KATI농식품수출정보(www.kati.net)
4. 쇼피(Shopee) (www.shopee.sg)
5. 쿠팡(Qoo10) (www.qoo10.sg)
6. 센서타워(Sensortower) (www.sensortower.com)
7. 시밀러웹(SimilarWeb) (www.similarweb.com)
8. 아마존(Amazon) (www.amazon.sg)
9. 페어프라이스(FairPrice) (www.fairprice.com.sg)
10. 콜드스토리지(Cold Storage) (www.coldstorage.com.sg)
11. 가디언(guardian) (www.guardian.com.sg)
12. 왓슨스(watsons) (www.watsons.com.sg)
13. 솔마트(Solmart) (www.solmart.com.sg)
14. 돈돈돈키(Don Don Donki) (www.dondondonki.sg)
15. 인사이드리테일아시아(Inside Retail Asia) (www.insideretailasia.com)
16. 마리나베이샌즈(Marina Bay Sands) (www.marinabaysands.com)
17. 리테일뉴스프롬아시아(Retail News from Asia) (www.retailnewsfromasia.com)
18. 관세법령정보 포털 (www.unipass.customs.go.kr)
19. 통합 무역정보 서비스 (www.tradenavi.or.kr)
20. 싱가포르 관세청 (www.customs.gov.sg)
21. 싱가포르 식품청(SFA) (www.sfa.gov.sg)
22. 싱가포르 온라인 법령(SSO) (sso.agc.gov.sg)
23. 리마트(Lee Mart) (www.leemart.sg)
24. 샤인코리아(Shine Korea) (www.shinekorea.com.sg)
25. 싱싱마트(Sing Sing Mart) (www.singsingmart.sg)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발 행 일 자 | 2021.10.29

본 보고서 내용의 전부 또는 일부에 대한
무단전재 및 재배포는 저작권법에 의하여 금지되어 있습니다.
본문 내용 중 문의사항이나 개선할 사항에 대해서는
aT 한국농수산물유통공사로 연락하여 주시기 바랍니다.

Copyright 2021 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea