전복 해외시장 동향조사 [싱가포르]

1. 국내동향

❑ 생산동향

○ 싱가포르에서 자체 생산되는 전복은 없으며, 전량 수입에 의존

❑ 소비동향

○ 전복은 고급 해산물로 인식되어 특별한 날 피로연 및 손님 접대시 많이 소비되며, 특히 선물용으로 설날에 맞추어 많은 양이 판매 소비됨

- 설음식으로 전복을 국물요리 및 볶음요리에 많이 사용함
- 통조림전복은 설날 고급선물로 가장 인기 있는 제품 중에 하나임

❑ 유통동향

○ 전복은 주로 통조림형태로 대형유통매장, 백화점, 중국 건강식료품점(한약재 및 전통식품 전문 판매점), 재래시장, 온라인, 외식업체 등 다양한 경로를 통해 유통됨

- (대형유통매장) NTUC, Cold Storage, Giant, Sheng Siong 매장에서 통조림전복을 고급제품으로 별도 진열 판매되거나, 냉동전복 소량 판매
- (건강식료품점) Hockua Tonic, Eu Yan Sang 등 중국 건강식료품점에서 통조림전복 및 건조전복을 판매함
- (재래시장) 통조림전복 및 건조전복 판매
- (온라인) 온라인 시장이 활발해지면서 인터넷쇼핑몰 등을 통해 전복 통조림을 구입하기 용이
- (외식업체) 신선전복과 냉동전복 이용하여 요리하는 경우 많음

○ 통조림 전복이 압도적으로 많이 판매되며, 신선전복, 냉동전복, 건조전복은 제한적으로 판매됨

○ 호주산, 뉴질랜드산 전복이 가장 보편화되었으며, 그 뒤로 중국산, 대만산이 저가시장 점유, 고급통조림으로는 멕시코산을 꼽을 수 있음

❑ 가격동향 및 향후전망

○ 다양한 국가에서 생산된 전복들이 연중 수입되어 가격 변동이 거의 없음(캔무게 : 순중량 420g~460G, 수분제외 중량 : 120g~215g)

- (호주, 뉴질랜드) 가장 보편화된 제품으로 판매가격은 양식전복 SGD30~40/캔, 자연산전복 SGD50~80/캔
- (멕시코) 최고급제품으로 인정받아 자연산전복 SGD100이상/캔으로 판매
- (중국, 대만) 양식전복이 저가 제품으로 SGD20~25불/캔으로 판매
- (한국) 최근 수입량이 급증하고 있고, 양식전복통조림이 호주산과 중국산의 중간 가격대인 SGD 25~30불/캔 판매

○ 중국 및 대만으로부터 전복 수입량이 점점 증가되고 있어 향후 중저가 전복의 수요가 점차 높아질 것으로 전망됨

2. 수입산 거래동향

❑ 수입동향

○ 신선전복 수입실적은 '17년 기준 USD958천으로 전년대비 13% 증가하였음

- 전체 수입실적 중 일본산이 44.2%를 점유하여 수입대상국 1위이며, 호주가 41%로 일본과 호주가 전체 수입시장에서 대부분을 차지하고 있음

<싱가포르의 신선・냉장 전복 수입통계>

(단위: 톤, 천불)

국가	2015		2016		2017	
	물량	금액	물량	금액	물량	금액
전체	**17**	**967.5**	**18**	**851.2**	**14**	**958.4**
일본	3	317.8	3	321.4	3	423.8
호주	5	289.3	5	281.2	7	392.1
남아공	3	127.5	4	153.7	2	71.3
한국	**1**	**36.3**	**1**	**23.9**	**1**	**45.6**
홍콩	0	16.3	5	63.7	0	13.1
뉴질랜드	0	0.0	0	0.0	0	7.8
중국	4	175.2	0	0.0	0	2.6

자료원) GTA / hs code : 030781, Abalone (Haliotis Spp.), Live, Fresh Or Chilled

○ 냉동·건조 전복 수입실적은 '17년 기준 USD7,443천으로 저가의 중국산 수입 급증으로 전년대비 537% 증가하였음

- 전체 수입실적 중 중국산이 94%를 점유하고 있으며, 일부 물량이 호주로부터 수입되고 있음

<싱가포르의 냉동·건조 수입통계>

(단위 : 톤, 천불)

국가	2015		2016		2017	
	물량	금액	물량	금액	물량	금액
전체	**17.77**	**1,117.1**	**35.51**	**1,168.6**	**142.16**	**7,443.3**
중국	9.09	319.0	30.50	741.1	136.78	6,968.4
호주	2.11	222.5	1.02	106.0	1.24	223.8
홍콩	3.76	137.0	3.15	90.0	3.06	145.0
일본	1.26	259.4	0.04	70.3	0.03	51.1
프랑스	0.00	0.0	0.00	6.9	0.00	21.0
칠레	0.00	0.1	0.00	0.0	0.00	13.4
남아공	0.17	45.0	0.13	86.0	0.03	12.6
말레이시아	0.00	0.0	0.01	9.2	1.00	4.7
대만	0.06	0.6	0.00	0.0	0.00	1.7
한국	**0.00**	**0.0**	**0.00**	**0.0**	**0.00**	**1.3**

자료원) GTA / hs code : 030789, Abalone (Haliotis Spp.), Other Than Live, Fresh Or Chilled

○ 싱가포르 전체 전복 수입실적 중 87%가 조제·저장 형태로 수입되고 있으며, 수입실적은 '17년 기준 USD55,454천으로 전년대비 12% 감소하였음

- 조제·저장 전복 수입대상국은 호주산, 중국산, 뉴질랜드산으로 전체 수입실적 중 75% 점유

- 호주산의 수입량이 감소한 반면, 중국산 수입량은 매년 증가

○ 한국산 전복도 대부분 조제·저장 형태로 수입되고 있으며, '17년의 경우 전년대비 1,248% 증가한 USD539천불로 최대실적 달성

<싱가포르의 조제·저장 전복 수입통계>

(단위 : 톤, 천불)

국가	2015		2016		2017	
	물량	금액	물량	금액	물량	금액
전체	**1995**	**67361.0**	**1954**	**63371.0**	**1601**	**55454.1**
호주	347	16587.9	404	17651.0	296	15211.8
중국	483	13753.9	523	14038.3	526	15177.2
뉴질랜드	403	12936.6	374	12786.1	276	11162.1
대만	339	5214.8	355	5101.5	308	4322.5
멕시코	38	5396.4	33	3957.5	34	4172.5
남아공	51	3287.5	66	3388.7	52	2728.8
홍콩	68	2573.5	50	1855.3	29	1041.5
칠레	256	7407.9	122	3533.2	18	593.1
한국	**0.04**	**1.7**	**0.96**	**40.0**	**17.46**	**539.3**

자료원) GTA / hs code : 160557, Abalone, Prepared Or Preserved

❑ 원산지별 유통채널

○ 전복은 원산지별로 유통채널이 크게 다르지 않고 각 국가산마다 다양한 채널로 유통되고 있음

- 통조림전복 : 다양한 국가산(호주, 뉴질랜드, 중국, 멕시코, 칠레, 타이완, 남아프리카 등)이 다양한 채널로 유통
- 냉동전복 : 주로 중국산으로 대형유통업체를 통해 유통
- 건조전복 : 중국 건강식료품전문점 위주로 유통
- 신선전복 : 주로 일본산, 호주산이 외식업체 위주로 유통

❑ 소비자 구매 및 선호도

○ 소비자는 크기가 큰 전복을 선호하나, 크기보다는 가격과 원산지에 따라 구매 결정

❑ 수입전망

○ 수산물 소비가 많고, 전복 식문화를 가지고 있어 수입전망은 밝음

○ 전세계 제품이 수입되고 있어 소비자의 가격 민감도가 높아 경쟁 치열

3. 한국산 전복 수출전략 (가능한 범위 내에서 간략하게 작성요청)

❑ 환경분석

	강 점(S)	약 점(W)
내부역량	▪ 한국산 전복은 수온이 낮은 곳에서 서식하여 영양가치가 높고 부드러우며 맛이 좋음	▪ 일반소비자 대상 한국산 인지도 저조 ▪ 작은 사이즈, 양식 등의 이유로 품질이 낮다는 인식이 있음
	기 회(O)	**위 험(T)**
외부환경	▪ 한류 영향, 한국음식에 대한 관심 많음 ▪ 중저가 제품 판매가 증가함에 따라 한국산 전복 수입량 증대 기대	▪ 다양한 국가의 품질 좋은 전복이 수입되어 시장 경쟁 치열

❑ STP 전략

세분화	타겟선정	포지셔닝
- 소비력이 높으며, 전복을 즐겨먹는 중국계 소비자 - 생활의 질을 중시하는 중산층 소비자 및 한국 문화를 선호하는 소비자 - 가격에 민감한 소비자 중심으로 수입산 고가 전복가격에 비해 비교적 부담이 적은 가격을 원하는 소비자	- 대형유통매장, 중국건강식료품 전문점 공략 - 피로연 및 전복요리로 유명한 호텔, 식당 공략	- 판촉, 홍보 마케팅 강화 (설연휴전 집중적 판촉 실시) - 해산물 식당 협업을 통한 인지도 제고

❑ 4P 마케팅 믹스전략

❍ 제품(Product) 전략

- 한국산의 맛과 영양 등의 특징을 차별화하여 싱가포르 소비자들이 선호하는 식감에 맞춰 제품 개발
- 제품의 안전성을 증빙할 수 있는 인증서, 검역서 등을 확보하여 한국산의 신뢰도 입증

❍ 가격(Pirce) 전략

- 안정적인 수출기반 확보를 위한 장기적 관점의 가격 및 품질 경쟁력 등을 고려한 가격책정이 필요
- 호주산 전복의 인지도가 매우 높으므로, 비슷한 가격으로 시장 진출 시 소비확대는 어려울 것으로 예상

❍ 유통(Place) 전략

- 소비력이 높은 싱가포르 대형유통매장 및 중국 건강식료품전문점을 통해 한국 전복의 차별성을 인식시키면서 수출규모를 점진적으로 확대

❍ 홍보(Promotion) 전략

- 가장 관심과 판매가 많은 설 시기를 활용하여 대대적으로 여러 유통 채널(대형유통매장, 중국건강식료전문점 등)을 통해 고급스럽게 포장된 한국산 전복 선물세트를 소개하고 시식행사를 동시 진행하여 한국산 전복의 인지도를 높임
- 현지 유명 해산물 식당과의 협업을 통해 한국산 전복 인지도 제고

붙임)

싱가포르 전복 캔 대표 브랜드

▲ 제품명: Golden Chef	▲ 제품명: Jade Australia Abalone
▲ 제품명: New Moon	▲ 제품명 : Skylight
▲ 제품명: Fortune	▲ 제품명: Sun Kee