

## 2018 농식품 해외시장 맞춤형조사

---

No. 1902-03

품 목 : 숙취해소음료(Anti-Hangover Drink)

국 가 : 싱가포르(Singapore)

# Contents

I. 국가 정보 및 시장통계	04
1. 수출환경 및 경제지표	06
2. 식품산업 현황	09
3. 수출입통계	13
II. 시장 트렌드	15
1. 정책 이슈	17
2. 제품 트렌드	18
3. 소비 트렌드	19
4. 유통 트렌드	21
III. 통관 및 제도	22
1. 통관 및 검역	25
2. 인증정보	32
3. 라벨링	35
4. 위생요건	38
IV. 경쟁제품	41
1. 경쟁제품 선정	42
2. 경쟁제품 분석	43



V. 경쟁사.....	50
1. 경쟁사 선정.....	51
2. 경쟁사 분석.....	52
V. 유통채널.....	56
1. 유통채널 개황.....	57
2. 주요 유통채널 분석.....	61



## I. 국가 정보 및 시장통계

1. 수출환경 및 경제지표
2. 식품산업 현황
3. 수출입통계

## 국가 개요

싱가포르는 말레이 반도 최남단에 위치해 있고 북쪽으로 말레이시아와 국경을 접하고 있는 섬으로 이루어진 도시국가. 1819년 이후 영국의 식민지가 되었으며 1959년 새 헌법에 의해 자치령이 된 이후 1963년 말레이시아를 결성하였으나 1965년에 분리독립함. 이후 여당인 인민행동당이 50년에 걸쳐 집권하고 있으며 전통적으로 정치 체제가 안정되어 있음

싱가포르의 성장을 이끌고 있는 주력산업은 서비스업으로, 2017년 기준 총 GDP의 71.3%를 차지했으며 제조업이 19.2%로 뒤를 따름. 좁은 면적의 도시국가라는 특성상 농수산업, 광업 등 1차 산업의 비중은 극히 낮음

연평균 24~32°C 사이를 넘나드는 고온다습의 열대성 기후로 일년 내내 더운 날씨를 유지하고 있음. 우기와 건기로 나뉘는데 여름인 6월부터 8월까지는 고온다습한 우기, 11월부터 1월까지는 우기로 열대성 소나기 스콜의 영향으로 자주 소나기가 내림

부존자원의 부재, 높은 대외 무역 의존도 등 취약성을 감안하여 안정적인 대외환경 조성을 우선시하며 국제법규의 질서 유지 및 분쟁의 평화적 해결을 적극 지지하고 있음. 아세안 회원국 간의 전략적 연대를 통해 지역협력 및 통합과정을 선도하는 역할을 담당하고 있으며 2018년 6월 북한과 싱가포르 간의 최초 북미정상회담이 개최됨

### 주요 정보

- ▶ 국명: 싱가포르 공화국  
(Republic of Singapore)
- ▶ 수도: 싱가포르(Singapore)
- ▶ 대통령: 리셴룽(Lee Hsien Loong)
- ▶ 인구: 약 561만 2,300명(2017년)
- ▶ 면적: 719.9km²(서울시의 약 1.2배)
- ▶ 공식어: 영어, 중국어, 말레이어, 타밀어
- ▶ 주요 도시: 싱가포르(도시국가)
- ▶ GDP: 약 3,239억 달러(2017년)<sup>1)</sup>
- ▶ 1인당 GDP: 57,722 달러(2017년)
- ▶ 경제성장률: 3.6%(2017)
- ▶ 화폐 단위: 싱가포르달러  
(Singapore Dollar, SGD)<sup>2)</sup>
- ▶ 종교: 불교(33.3%), 기독교(18.3%), 무교(17.0%), 이슬람교(14.7%), 힌두교(5.%), 기타(0.7%)
- ▶ 인터넷 보급률: 83.6%(2017년)



자료: 「Country Insight Report Singapore February 2019」, Dun & Bradstreet, 2019.01.07, internetworldstats, 2017.12. 자료 종합

1) 본 보고서의 달러는 미 달러화를 기준으로 함

2) 1 싱가포르달러(SGD) = 839.16원(KRW)(KEB하나은행 고시 기준, 2019.03.25)

# 1. 수출환경 및 경제지표

## □ 국가 위험등급 및 전망<sup>3)</sup>

	등급	등급전망
	DB2	안정적

자료: 「Country Insight Snapshot Singapore January 2019」, Dun & Bradstreet, 2019.01.25

## □ 주요 전망

구분	세부내용
긍정적	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 여당의 장기적 집권 및 점진적인 권력이양으로 매우 높은 정치적 안정성</li> <li>- 제조업 호조로 안정적 성장세를 이어가고 있으며 서비스 분야는 지속적인 고용 기회를 창출할 전망</li> </ul>
부정적	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 적은 인구 규모로 내수시장 규모가 매우 제한적</li> <li>- 높은 대외의존도로 미·중 무역분쟁에 수출 및 경제성장 위축 가능성 상존</li> </ul>

자료: 「Country Insight Snapshot Singapore January 2019」, Dun & Bradstreet, 2019.01.25

3) D&B의 국가위험등급은 전 세계 132개 국가를 대상으로 각 국가별 정치, 경제, 사회적 측면의 다양한 요소를 수집, 조사, 분석하여 국가별 투자 및 상거래 위험 수준을 측정된 지표임. 대/내외 안보 상황, 정책의 방향성 및 지속성 등의 '정치적 환경', GDP 성장률, 인플레이션율, 무역 규모, 재정 및 통화정책, 재정 균형 등의 '경제 및 상업 환경', 제도적 투명성, 사법체계, 계약의 준수 정도, 부패지수 등의 '사회적/ 제도적 환경' 등을 모두 반영하며, 약 9개 항목으로 구성된 국가위험지표 테이블에 따라 산출됨

자료: D&B Country Risk Indicator, Dun & Bradstreet

## □ 주요 거시경제 지표

- 경상수지 흑자가 차지하는 비중이 19% 이상으로 이는 주요 선진국보다 높은 수준
  - IMF는 2018년 연례 대외경제보고서에서 과도한 흑자국으로 독일, 한국, 네덜란드, 스웨덴과 함께 싱가포르를 지목하며 지나친 경상수지 흑자는 글로벌 성장세를 위협에 빠뜨리고 교역 긴장을 심화한다고 지적
- 2018년 기준 GDP 대비 재정수지는 전년 대비 4.0% 감소한 1.7%를 기록
  - 세입 규모는 싱가포르통화청(MAS)의 기여금, 인지세 감소로 줄어든 반면 세출 규모는 교통, 산업, 내무, 국방, 사회·복지 중심으로 전년대비 8.3% 증가
- 수출성장률은 2018년 기준 6.6%를 기록하며 2016년 급락한 이후 회복세를 기록 중
  - 싱가포르 기업청(Enterprise Singapore)에 따르면 비석유 부문 및 제약품 수출 증가가 싱가포르의 전체 수출을 견인함
- 물가상승률은 미약하지만 지속 상승하며 중기적으로 2%를 소폭 밑도는 수준까지 높아질 전망
  - 임금 상승, 수요 증가에 따른 소비자 서비스 가격 상승으로 국내 인플레이션 요인은 점점 증가할 것
  - 한편 상승폭은 경쟁 심화에 따른 기업의 가격결정력 제한, 임차료 하락의 영향으로 완만할 것으로 예상됨
- 경제성장률은 2018년 3.3%에서 2019년 2.6%로 소폭 하락할 전망
  - 중국과 싱가포르 간 지속되는 무역 긴장감 고조는 대외의존도가 높은 싱가포르 경제에 리스크 요인으로 작용하여 2019년 경제는 2.6% 성장률에 그칠 전망
  - 2017년 기준 싱가포르의 대외의존도는 216%로 한국(84%)의 약 2.5배 수준임

표 1.1 주요 거시경제 지표

(단위: %)

구분	2016	2017	2018e	2019f	2020f	2021f	2022f	2023f
경상수지/GDP	19.1	18.8	19.8	19.7	19.4	19.7	19.5	19.2
재정수지/GDP	3.3	5.7	1.7	2.0	1.7	1.5	1.8	2.0
수출성장률	-5.5	9.3	6.6	6.1	5.7	5.0	4.2	5.8
물가상승률	-0.5	0.6	1.0	1.6	1.8	2.0	2.2	2.2
경제성장률	2.4	3.6	3.3	2.6	2.7	3.1	3.2	3.3

자료: 「Country Insight Snapshot Singapore January 2019」, Dun & Bradstreet, 2019.01.25

□ 무역통상 환경

- 미국이 환태평양경제동반자협정(TPP)을 탈퇴한 이후 싱가포르 포함 11개국은 포괄적·점진적 환태평양경제동반자협정(CPTPP) 비준
  - 싱가포르는 2018년 7월 19일 멕시코와 일본에 이어 세 번째로 CPTPP를 비준하였으며 싱가포르 통상산업부는 이를 통해 싱가포르의 경제 및 수출이 2035년까지 0.2% 성장할 것으로 예상한다고 발표함
- 제도적으로 진입장벽이 매우 낮은 시장으로 동남아시아 시장 진출의 교두보 역할을 담당
  - 세계은행의 2018년 기업환경평가(Doing Business 2018) 결과 2위를 차지하였으며, 글로벌 우수 기업을 적극적으로 유치하기 위해 차량, 담배, 석유, 주류제품 외의 물품에 대해서 무관세를 적용하고 있음
  - 17%의 낮은 법인세, 영어 공용화, 투명하고 빠른 행정절차, 공정한 사법제도, 탄탄한 사회 및 산업 인프라 등의 이점을 제공
- 외국인직접투자(FDI)가 지속적으로 증가하고 있는 추세로 2016년 기준<sup>4)</sup> 지난 3년간 연평균성장률 14.7%를 기록
  - 동남아시아의 금융허브로 불리는 만큼 금융보험업에 대한 투자가 전체의 약 49.6%로 가장 크고 도소매업(21.9%), 제조업(12.5%)가 뒤를 따름

□ 기획 요소

세 부 내 용
<p>▶ ICT 산업에 매년 약 25억 싱가포르달러 투자 예정</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 2015년 스마트네이션(Smart Nation) 비전 하에 정보통신 미디어산업 10년 장기개발 계획 'Infocomm Media 2025'를 발표</li> <li>• 사이버보안, 정보통신, 인지기술, 고성능 정보처리, 분석, 인터페이스 등의 6가지 분야에 대한 정부 투자를 고려하고 있으며 정부 및 민간 부문의 스타트업 지원이 활발하게 이루어지고 있음</li> </ul> <p>▶ '스마트 금융허브' 목표로 핀테크산업 육성</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 싱가포르 통화청은 2016년 핀테크 분야 기업을 지원하는 원스톱 플랫폼인 FinTech Office를 설립, 블록체인, 디지털·모바일 결제, 사이버 보안, 생체정보 기반 인증, 스마트 감시 시스템 개발에 중점을 두고 있음</li> <li>• 관련 기업과 투자가 유치를 위해 2016년 11월 아시아 최초의 핀테크 박람회 'Singapore FinTech Festival'을 개최</li> </ul>

자료: 「Country Insight Report Singapore February 2019」, Dun & Bradstreet, 2019.01.07

4) 작성일 기준 싱가포르 통계청 최신 자료

## 2. 식품산업 현황

### 1) 주류 시장 동향

#### □ 주류 시장 규모

- 주류 시장 규모는 2016년 기준 약 46억 싱가포르달러(약 3조 8,578억 원)로, 2012년부터 6.0%의 연평균성장률을 보이며 성장하였음
  - 주종별로는 맥주가 54.3%로 가장 큰 비중을 차지하고 있으며, 그 뒤로 증류주(29.6%), 와인(14.6%), 사과주·배주(1.2%), RTD·프리믹스(0.2%) 순임
  - 가장 빠르게 성장하는 품목은 사과주·배주로 2016년 기준 최근 5년간(2012-2016년) 26.3%의 연평균성장률을 보임

표 1.2 주종별 판매 추이(2012-2016년)

(단위: 백만 싱가포르달러)

구분	2012	2013	2014	2015	2016	2012-2016 연평균성장률 <sup>5)</sup>
맥주	2,047	2,162	2,290	2,499	2,499	5.1%
증류주	1,044	1,127	1,217	1,361	1,361	6.9%
와인	521	568	615	674	674	6.6%
사과주·배주	22	30	38	56	56	26.3%
RTD·프리믹스	11	11	11	11	11	0.1%
총계	3,645	3,898	4,172	4,436	4,601	6.0%

자료: Euromonitor International

#### □ 주류 소비 현황

- 세계보건기구(WHO)의 알코올 소비량 통계지표 정의에 따르면 알코올 소비량은 공식 자료와 비공식 자료로 구분됨
  - 공식 자료는 한 국가에서 15세 이상 인구가 1년간 소비한 알코올 섭취량을 집계하며, 주류 구매 과정에서 과세를 통해 기록되는 소비만을 고려
  - 비공식 자료의 대상은 공식 자료의 기준과 동일하나 주류 구매 과정에서 과세를 통해 기록되지 않은 소비를 고려한 추정치로, 비공식적으로 생산된 알코올(합법 및 불법 포함), 밀주, 정부에서 파악 불가능한 알코올 등이 이에 해당함

5) 연평균성장률 = (최신/최초연도)<sup>1/n개년</sup>-1

- 2015-2017년의 1인당 연평균 주류 소비량은 총 2.0리터로, 2009-2011년 연평균 수치 대비 비공식 자료 기준 0.2 리터가 감소함
  - 2009-2011년의 1인당 연평균 주류 소비량은 총 2.2리터로, 공식 자료 기준 1.8리터와 비공식 자료 기준 0.5리터를 합산한 것
  - 남성과 여성의 1인당 연평균 소비량 모두 2009-2011년 수치 대비 감소하였는데, 남성은 0.3리터, 여성은 0.1리터 감소한 것으로 나타남

표 1.2 1인당 연평균 주류 소비량 추이(2009-2011년, 2015-2017년)

(단위: 리터)

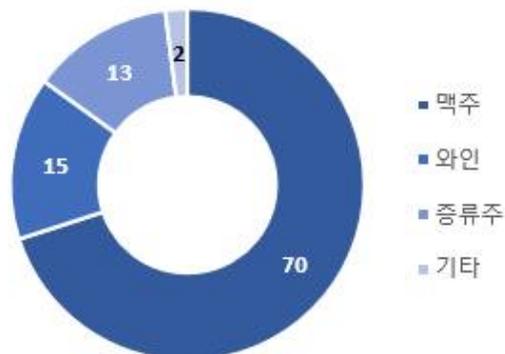
구분		2009-2011년		2015-2017년	
공식 자료		1.8		1.8	
비공식 자료		0.5		0.3	
총계 <sup>6)</sup>		2.2		2.0	
남성	여성	3.6	0.9	3.3	0.8

자료: WHO

- 2016년 기준 1인당 주종별 소비 비중을 살펴보면 맥주가 70%로 가장 많으며, 와인이 15%, 증류주가 13%, 기타가 2%를 차지함
  - 싱가포르에서 전통적으로 가장 많이 소비되는 맥주 제품은 자국 기업인 Asia Pacific Breweries 사의 '타이거(Tiger)' 맥주이며, 이 외에 프리미엄 수입 맥주와 프리미엄 양조 맥주도 인기가 많음

표 1.2 1인당 주종별 소비 비중(2016년)

(단위: %)



자료: WHO

6) 관광객의 주류 소비량도 포함한 수치

□ 맛을 향상시키고 칼로리는 낮은 저알코올 혹은 무알코올 맥주(LNA beers) 출시<sup>7)</sup>

- 최근 맥주 제조업체 하이네켄(Heineken)은 아시아 최초로 싱가포르에서 무알코올 맥주를 출시
  - 이는 음주를 즐기지 않는 소비자와 음주를 즐기는 소비자 중 일반 무알코올 음료를 소비하는 73%를 타겟팅하여 수요를 이끌어내기 위한 것
  - 하이네켄의 제조사 아시아퍼시픽브루어리(Asia Pacific Breweries)는 장기적으로 사이다 시장보다 저알코올 및 무알코올 맥주 시장이 더 성장할 것으로 전망하고 있음

그림 2.1 하이네켄 LNA 맥주



자료: Channel News Asia

- 알코올 함량이 거의 없어 숙취를 유발하지 않는 LNA 맥주를 즐겨 마시는 문화는 이전부터 형성되어 있음
  - 2013년 출시된 아사히의 드라이 제로(Asahi Dry Zero) 제품은 편의점 세븐일레븐(7-Eleven) 매장에서 쉽게 찾아볼 수 있음
  - 또한 같은 해 레몬맛이 나는 맥주인 타이거 라들러(Tiger Radler) 제품도 출시되었으며, 독특한 맛과 더불어 2%의 저알코올 음료라는 점이 인기를 끌게 됨

7) [cnalifestyle.channelnewsasia.com/dining/low-non-alcoholic-beer-singapore-non-drinker-11311954](http://cnalifestyle.channelnewsasia.com/dining/low-non-alcoholic-beer-singapore-non-drinker-11311954)

## 2) 숙취해소음료 시장 동향

### □ 음주 문화가 활성화되어 있지 않아 숙취해소음료 소비가 정착화되지 않은 싱가포르

- 대체로 가볍게 술을 마시는 문화가 형성되어 있으며 과도한 음주를 기피하기 때문에 음주 후에 숙취 해소를 위한 제품을 구입하기보다 물 섭취와 더불어 휴식을 취하는 편
  - 회식 문화 등의 과도한 음주 문화가 형성되어 있지 않아, 숙취 해소 제품에 대한 싱가포르 소비자의 관심은 높지 않음
  - 대신 술을 마신 후의 탈수 증세를 방지하고 숙취를 해소하기 위한 일반적인 방법으로 물을 가장 많이 마심
  - 그 외 음료를 섭취할 경우 탄산 음료, 스포츠 음료 등을 숙취해소음료 대체재로 소비하는 경우가 있으나 오히려 숙취를 악화시킬 수 있다는 우려도 공존하여 숙취 해소에 이용되는 경우는 거의 없음
- 과도한 음주로 숙취를 심하게 느낄 경우 약국에서 두통제 등을 처방받을 수 있으나 숙취 해소제를 전문적으로 취급하는 유통채널은 거의 없는 형태
  - 약국에서 숙취 해소를 위한 제품을 처방받고자 할 경우, 두통제 혹은 간 기능을 보장하는 건강보조제 등을 구입할 수 있음
  - 이외에도 식료품 및 약품을 함께 취급하여 판매하는 드럭스토어, 접근성이 높은 편의점의 경우에도 숙취 해소를 위한 제품은 취급하지 않으며, 판매자 또한 숙취 해소 제품에 대한 인식이 없음
- 비싼 가격과 온도가 높은 기후 특성상 음주 문화가 활성화되어 있지 않음
  - 대신 중국계 싱가포르인들의 중국 설날(Chinese New Year)이나 연말 등 특정 시기에 술 소비가 높아지는 경향을 보임

### 3. 수출입통계

#### 1) 통계분석 기준 설정

##### □ 숙취해소음료 통계 기준 설정

- 숙취해소음료의 전 세계 및 싱가포르 수입 통계, 한국산 수출 통계를 확인하기 위해 HS CODE를 통계 기준으로 설정<sup>8)</sup>

##### □ 숙취해소음료의 HS CODE<sup>9)</sup>는 싱가포르 2202.99.90, 한국 2202.99.9000

- 글로벌 수입 규모를 파악하기 위해 HS CODE 2202.99 싱가포르 수입 규모를 파악하기 위해 HS CODE 2202.99.90, 한국산 숙취해소음료의 수출 규모를 파악하기 위해 HS CODE 2202.99.9000을 통계 기준으로 설정

표 1.5 숙취해소음료 국가별 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명
글로벌	2202.99	기타
싱가포르	2202	설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물(광천수와 탄산수를 포함한다)과 그 밖의 알코올을 함유하지 않은 음료(제2009호의 과일 주스와 채소 주스는 제외한다)
	2202.99	기타
	2202.99.90	기타
한국	2202	설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물(광천수와 탄산수를 포함한다)과 그 밖의 알코올을 함유하지 않은 음료(제2009호의 과일 주스와 채소 주스는 제외한다)
	2202.99	기타
	2202.99.9000	기타

표 1.6 HS CODE 검색 사이트

구분	사이트명	URL
HS CODE	관세법령정보포털 3.0	unipass.customs.go.kr/clip/index.do
	세계 HS 정보시스템	www.customs.go.kr/kcshome/getBuRyuList.po
	싱가포르 관세청	www.customs.gov.sg

자료: 관세법령정보포털 3.0(unipass.customs.go.kr), 세계 HS 정보시스템(www.customs.go.kr)

- 8) 의뢰 제품의 HS CODE를 확인하는 방법으로는 한국관세무역개발원에서 발간한 '2018 HS품목별 수출입통관편람'을 조회하거나, 관세청 '관세법령정보포털 3.0'을 활용하는 방법 등이 있음
- 9) HS CODE는 6자리는 전세계 공통, 7-10번째 숫자는 각 나라마다 다르게 구성되어 있으며, 한국은 10자리, 싱가포르는 8자리를 사용하고 있음

- 그러나 상기 HS CODE는 매우 다양한 품목을 동시에 포함하기 때문에 숙취해소음료에 해당하는 통계 자료를 파악하기에는 어려움이 있으므로 생략하기로 함



## II. 시장 트렌드

1. 정책 이슈
2. 제품 트렌드
3. 소비 트렌드
4. 유통 트렌드

## 시장 트렌드 개요

### 1. 정책 이슈

- ❖ 2019년 4월 싱가포르 식품청(SFA)이 신설될 예정
- ❖ 2015년 4월 1일 싱가포르 의회는 주류 판매 시간을 제한하는 법안을 발표

### 2. 제품 트렌드

- ❖ 젊은 세대를 중심으로 유희 문화가 형성되어 있는 지역에 숙취해소 제품의 수요 존재

### 3. 소비 트렌드

- ❖ 최근 청년층을 중심으로 음주 소비가 증가하는 추세
- ❖ 현지 소비자 인터뷰

### 4. 유통 트렌드

- ❖ 현지 유통채널 담당자 인터뷰

## 1. 정책 이슈

### □ 2019년 4월 싱가포르 식품청(SFA)이 신설될 예정

- 2019년 4월 1일부로 농식품수의청(AVA)이 폐쇄되고 싱가포르 식품청(Singapore Food Agency, 이하 SFA)이 신설될 예정
  - 농식품수의청(AVA), 보건과학청(HSA), 환경청(NEA) 등으로 분산되어 있는 식품 관련 업무를 통합하여 기존 농식품수의청이 관할하였던 식품 업무는 SFA로, 동식물 관련 업무는 국립공원청(NParks)으로 이전됨
  - 싱가포르 식품청은 식품 안전 개선 문제에 집중하기 위해 싱가포르 내 식품의 다양한 원산지와 유통 현황, 소비 현황 등을 통합적으로 파악하여 식품 공급 및 안전에 대해 더욱 효율적으로 관리하게 될 것
- 이와 더불어 식품 수입 허가 획득 절차가 더 간편해질 것으로 전망됨
  - 특히 한국산 건강보조식품 수출 시 수입허가 획득 절차가 농식품수의청과 보건과학청으로 분산되어 있어 애로사항을 겪는 경우가 발생하는 경우가 종종 발생하였음
  - 보건과학청의 식품 관련 업무가 모두 식품청으로 이전되어 절차가 간편해져 불편이 줄어들 예정

### □ 2015년 4월 1일 싱가포르 의회는 주류 판매 시간을 제한하는 법안을 발표<sup>10)</sup>

- 국민 건강 증진을 위해 발효된 이 법안에 따르면 면세점 등을 포함한 일반 소매 유통채널은 오후 10시 30분부터 오전 7시까지 술을 판매하는 것이 금지됨
  - 공공장소에서 음주를 할 경우 싱가포르 국립공원위원회(National Parks Board)에 장소를 사전 등록한 후 허가를 받는다면 해당일 오후 12시부터 오전 4시까지 음주가 허용됨
  - 기타 공공장소가 아닌 다른 곳에서 음주를 할 경우 온라인으로 장소를 사전 접수하여 허가받아야 하며, 식당이나 카페의 경우에도 사전 접수 후 허가된 곳만 시간외 음주를 허용함
  - 이를 어길 시 1,000달러의 벌금이 부과되며 재범의 경우 2,000달러의 벌금과 3개월의 구금형을 받게 되고, 판매처에는 10,000달러의 벌금이 부과됨

10) [www.straitstimes.com/singapore/what-you-can-or-cannot-do-under-the-new-alcohol-law](http://www.straitstimes.com/singapore/what-you-can-or-cannot-do-under-the-new-alcohol-law)

## 2. 제품 트렌드

□ 젊은 세대를 중심으로 유희 문화가 형성되어 있는 지역에 숙취해소 제품의 수요 존재

- 최근 싱가포르의 Sora Enterprise 사는 유희 문화를 즐기는 젊은 세대를 타겟으로 하는 숙취해소음료 제품을 출시
  - 2017년 11월 숙취해소음료 제품인 '원비포(1B4)'를 선보이며 클럽이나 선상 파티 등을 주최하는 업체와 협력하여 B2B 중심의 판매를 진행할 것이라고 밝힘
  - 소매 판매의 경우 자사 홈페이지에서 날개 혹은 묶음 형태로 구매할 수 있으며, 그 외에 오프라인 유통채널은 주유소 키오스크(Kiosk)에서 제한적으로 판매되고 있어 일반 소비자가 직접 구매할 수 있는 접근성은 낮음

그림 2.3 싱가포르 숙취해소음료 1B4



자료: [www.1b4drink.com](http://www.1b4drink.com)

- 이외에 싱가포르에서 생산되는 숙취 해소 제품은 전무하며, 수입산 숙취 해소 제품의 판매도 높지 않음
  - 1B4 제품은 싱가포르에서 유일무이한 자국산 숙취해소음료로, 이 또한 오프라인 소매 유통채널에 입점해 있지 않아 일반 소비자들의 해당 제품에 대한 인식은 전무한 편
  - 수입산 숙취해소음료의 경우 한국산 제품이 대부분을 차지하고 있고, 한국 외 다른 나라 제품의 경우 온라인 유통채널에서 구입 가능하나 해외 배송 형태이며 제품군도 다양하지 않음
  - 한국산 제품의 경우 싱가포르 현지인보다 한국인 교민 위주로 판매가 이루어지며, 한국 내에서도 유명한 Y 제품, C 제품 등 소수의 제품이 한국에서의 인지도를 기반으로 독점적으로 판매되고 있음

### 3. 소비 트렌드

#### □ 최근 청년층을 중심으로 음주 소비가 증가하는 추세<sup>11)</sup>

- 싱가포르종합병원(Singapore General Hospital)에 따르면 2005년 대비 2015년의 음주 소비량이 2배로 증가하였으며 과음 인구 비율도 늘어나고 있음
  - 남성의 4.3%와 여성의 0.8%가 일주일에 4회 이상 술을 마시며, 1회에 여성은 4병 이상, 남성은 5병 이상으로 과음 인구 비율이 2016년 기준 9.6%에 달함
- 정신건강센터(Institute of Mental Health, IMH)는 싱가포르정신건강연구(Singapore Mental Health Study)에서 2017년 18세 이상 34세 이하의 알코올 남용 인구 비율이 19명 중 1명이라고 밝힘
  - 이는 2010년 32명 중 1명이었던 것에 비해 크게 증가한 수치로, 이들은 알코올에 의한 장애, 알코올 남용, 알코올의존증 등의 증상을 겪음
  - 18세 이상 34세 이하 인구 중 알코올에 의한 장애를 겪는 비율은 35세 이상보다 두 배 이상 많음

---

11) [www.straitstimes.com/singapore/alcohol-abuse-worse-among-younger-people](http://www.straitstimes.com/singapore/alcohol-abuse-worse-among-younger-people)

## 현지 소비자 인터뷰

1. 20대 여성, 회사원	
① 얼마나 자주 술을 드십니까? 술을 마시기 전에 숙취해소음료를 드십니까?	주1회 정도, 숙취해소음료는 가끔 마시는 편
② 평소에 숙취해소를 하는 방법은 무엇입니까?	이온음료나 물을 많이 마심
③ 숙취해소음료를 구입해 본 적 있다면 선호하는 제품은 무엇이고 구입하는 곳은 어디입니까?	한인 마켓에서 가끔 구입함. 특별히 선호하는 제품은 없으며 매대에 있는 것을 구입하는 편
④ 만약 제품을 구입한다면 선택 기준은 무엇이며, 선호하는 원산지가 어디입니까?	검증된 숙취 효능, 한국산을 선호함
⑤ 한국산 숙취해소음료를 접해본 적 있습니까?	구매해 본 적 있음. 그러나 효과가 있는지는 잘 모르겠음
2. 30대 남성, 은행원	
① 얼마나 자주 술을 드십니까? 술을 마시기 전에 숙취해소제를 드십니까?	월1회 정도, 숙취해소음료는 싱가포르에서 일반적이지 않고 보통 휴식으로 숙취를 회복하기 때문에 전혀 마시지 않음
② 평소에 숙취해소를 하는 방법은 무엇입니까?	물을 많이 마시고 숙면을 취하거나, 따뜻한 국물 음식을 먹음
③ 숙취해소음료를 구입해 본 적 있다면 선호하는 제품은 무엇이고 구입하는 곳은 어디입니까?	구입해 본 적 없음
④ 만약 제품을 구입한다면 선택 기준은 무엇이며, 선호하는 원산지가 어디입니까?	검증된 숙취 효능을 우선시하여 브랜드, 원산지보다 몸에 안전한 제품인지를 더 고려할 것 같음
⑤ 한국산 숙취해소제를 접해본 적 있습니까?	구매해 본 적 없으며 구매 의사 없음
3. 30대 남성, 프리랜서	
① 얼마나 자주 술을 드십니까? 술을 마시기 전에 숙취해소제를 드십니까?	주1~2회 정도, 숙취해소음료를 먹어야 할 정도로 술을 많이 마시지 않음
② 평소에 숙취해소를 하는 방법은 무엇입니까?	물을 많이 마심
③ 숙취해소음료를 구입해 본 적 있다면 선호하는 제품은 무엇이고 구입하는 곳은 어디입니까?	구입해 본 적 없음
④ 만약 제품을 구입한다면 선택 기준은 무엇이며, 선호하는 원산지가 어디입니까?	검증된 숙취 효능과 거부감이 없는 맛, 선호하는 원산지 없음
⑤ 한국산 숙취해소제를 접해본 적 있습니까?	구매해 본 적 없으나 한 번쯤 구매해서 효능을 확인해보고 싶음

## 4. 유통 트렌드

### 현지 유통채널 담당자 인터뷰

고려마트 Somerset 지점 점장	
① 본 매장의 숙취해소음료 판매 규모와 소비자 선호도	다른 음료에 비하면 판매 규모가 적은 편임
② 숙취해소음료의 주 소비층	한인 마트이다 보니 한국인 소비자가 제일 많으며, 현지인의 경우 대학생들의 구매 비율이 높음
③ 최근 가장 인기 있는 숙취해소음료 제품	여명 808 제품과 컨디션 헛개 제품이 비슷한 규모로 제일 많이 팔리고 있음
④ 한국산 숙취해소음료에 대한 선호도	한국에서 효능이 좋기로 특화된 제품 중 하나이며 다른 강력한 경쟁제품이 없기 때문에 선호도가 높음
⑤ 본 유통매장 입점 절차	본사에 문의해야 함



### Ⅲ. 통관 및 제도

1. 통관 및 검역
2. 인증정보
3. 라벨링
4. 위생요건

## 통관 및 제도 개요

### ❖ 수입통관 절차

싱가포르에서 숙취해소음료를 수입하는 경우 다음의 절차에 따라 수입통관이 이루어짐

번호	절차	주요 내용	비고
1	수입 신고 전 준비	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 수입허가</li> <li>- 라이선스</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 싱가포르 관세청</li> <li>- 싱가포르 이민국 ICA (Immigration &amp; Checkpoint Authority)</li> </ul>
2	수입 신고	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 수입신고</li> <li>- 증빙서류 제출</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 상업 송장</li> <li>- 포장 명세서</li> <li>- 선하증권/항공화물운송장</li> <li>- 식물검역증(필요 시)</li> <li>- 기타 구비서류 등</li> </ul>
3	관세 납부	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 신고서 처리</li> <li>- 관세 납부</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 증가세 또는 종량세</li> <li>- inter-Bank GIRD(IBG)를 통해 싱가포르 세관에 납부</li> </ul>
4	물품 검사 및 반출	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 물품 검역</li> <li>- 물품 반출</li> </ul>	싱가포르 농식품수입청 (AVA)

### ❖ 싱가포르 HS CODE 2202.99.90 관세율

HS CODE	구 분	관세율	원산지 기준
2202.99.90 (숙취해소음료)	기본세율	0%	수출당사국의 영역에서 완전생산된 것
	한-싱가포르 무역협정 (KSFTA)	0%	체약당사국에서 완전생산된 것

### ❖ 부가가치세 정보

부가세(Value Added Tax) 7% 부과

수입자가 관세와 부가가치세를 함께 납부해야 통관이 완료됨

### ❖ 싱가포르 관세율 확인 방법

- 1) '관세법령정보포털 3.0 > 세계 HS > 관세율표'에서 싱가포르를 선택한 후 확인하고자 하는 품목의 HS CODE를 입력하면, 해당 품목의 관세율 확인 가능
- 2) '통합무역정보서비스(www.tradenavi.or.kr) > FTA/관세 > 통합관세비교(한국 FTA 기준)'에서 FTA 협정 정보, 관세율, 원산지 기준 확인 가능
- 3) 해당 HS CODE에 대한 관세율을 싱가포르 관세청에서 직접 확인하려면 싱가포르 관세청 웹사이트에서(www.customs.gov.sg) 조회 가능

분류	기관 사이트명	URL
관세율	관세법령정보포털 3.0	unipass.customs.go.kr/clip/index.do
	통합무역정보서비스	www.tradenavi.or.kr
	싱가포르 관세청	www.customs.gov.sg

### ❖ 인증정보

인증명	발행기관	성격	내용
ISO 22000	한국표준협회	권장	식품안전을 보장하기 위해 식품위해 요소를 사전 예방 및 관리
HACCP	한국식품과학연구원 등	권장	식품의 미생물 오염 등 위험을 방지하고 식품의 안전 확보가 목적
MUIS	Warees Halal Limited	권장	세계 3대 할랄인증제도 중 하나

### ❖ 라벨링

- 싱가포르 내에서 판매되는 모든 식품은 싱가포르 식품 관련법(Singapore Food Regulations)에 따라 라벨링 법규를 준수하여야 함
- 제품명, 수입업자명 및 주소, 원산지, 중량 등을 표시하여야 함

### ❖ 위생규정

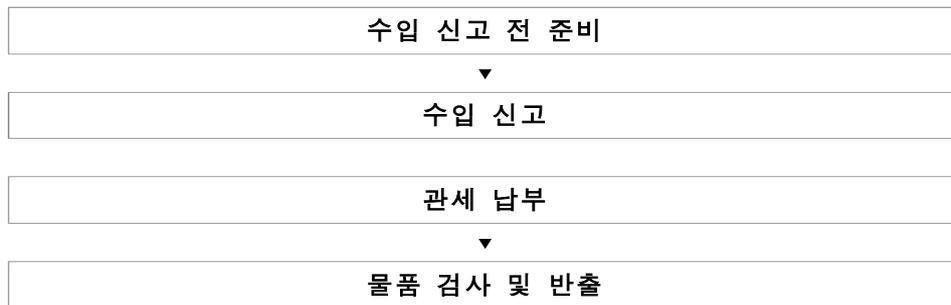
- 싱가포르 농식품수익청(AVA)은 식품판매법(Chapter 283, Sale of Food Act)에서 식품 관련 규정을 정의하고 있음
- 숙취해소음료의 식품첨가물 허용기준은 식품규정(Food Regulations)을 따름
- 숙취해소음료의 유해물질 잔류허용기준은 식품규정(Food Regulations)을 따름

# 1. 통관 및 검역

## 1) 수출입 통관 절차

- 싱가포르에서 가공식품을 수입하는 경우 다음의 절차에 따라 수입통관이 이루어짐

그림 3.1 싱가포르 숙취해소음료 수입 절차



### □ 수입 신고 전 준비

- 물품을 수입하기 위해서 회계 및 기업규제청(Accounting and Corporate Regulatory Authority, 이하 ACRA<sup>12)</sup>)에 사업자 등록을 해야 함
  - 이후 기업 고유번호(Entity Identifier)를 부여받고 ACRA에서 발행한 개별기업고유번호(Unique Entity Number, 이하 UEN)를 싱가포르 세관에 등록해야 함
- 수입자 허가 발급을 받기 위해서는 라이선스원(License One) 홈페이지에서 UEN 관세청 등록을 완료하여야 함

### □ 수입 신고

- 수입신고서는 전자적 방법으로 작성되고 무역자동화망(TradeNet)을 통해 제출하여 수출입허락등록(In Permit)을 취득해야 함
- 수입허가통지가 이루어지면 신고자는 화물통관허가증(Cargo Clearance Permit, CCP)을 출력하여 서명한 후 통관 시 제시
- 컨테이너 화물(Containerised Cargo)과 비컨테이너 화물(Conventional Cargo)로 구분되어 수입신고가 되며 증명 서류를 함께 제출해야 함

12) [www.acra.gov.sg](http://www.acra.gov.sg)

- 컨테이너 화물의 경우 수입신고 시에 컨테이너 번호 제출
- o 수입신고 시 통관을 위해 유효한 허가 내용이 제출되어야 하며 허가의 만기 또는 유효하지 않음 여부를 확인해야 함
- o 수입 신고 시 제출해야 하는 서류 목록은 다음과 같음

**표 3.1 수입 신고 시 제출서류 목록**

구분	내용
1	송품장
2	포장명세서(Packing List)
3	선하증권(BL) 또는 항공화물 운송장(AWB)
4	원산지증명서(Certificate of Origin)
5	수입신고가격결정근거 서류
6	수출국 식물 검역증명서

**□ 관세 납부**

- o 관세는 납부대상에 한하여 납부하며 물품이 반출되기 전에 납부되어야 함
  - 관세 대상 물품은 종가세 또는 종량세가 적용되며 관세 등 조세는 은행간 금융거래 방법을 의미하는 GIRO(General Interbank Recurring Order)를 통해서 싱가포르 세관에 납부
- o 숙취해소음료는 HS CODE 제2202.99.90의 관세율이 적용됨
  - 관세청 '관세법령정보포털'을 통해 관세율을 확인할 수 있으며, FTA 세율의 경우 한국무역협회 '통합무역정보서비스 TradeNAVI'의 FTA/관세 메뉴를 활용하여 조회할 수 있음
  - 싱가포르의 경우 싱가포르 관세청 홈페이지를 통해 관세율 확인 가능
- o 싱가포르에서 본 물품에 기본세율을 적용하는 경우 0%의 세율이 부과되며 한-싱가포르 FTA나 한-아세안 FTA 협정을 적용하는 경우 동일하게 0%의 세율이 부과
  - 따라서 FTA 세율을 적용할 필요 없이 기본세율을 적용하는 것이 유리함
  - 아울러 부가세(Goods and Services Tax, 이하 GST)는 일괄적으로 수입품의 인보이스(Invoice) 금액 또는 추정 운임보험료 포함가격(Cost Insurance Freight, 이하 CIF)에 대해 7%가 부과됨

표 3.3 싱가포르 숙취해소음료 HS CODE 및 관세율

HS CODE	품명(국문)	품명(영문)	관세율
2202	설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물(광천수와 탄산수를 포함한다)과 그 밖의 알코올을 함유하지 않은 음료(제2009호의 과일 주스와 채소 주스는 제외한다)	Waters, including mineral waters and aerated waters, containing added sugar or other sweetening matter or flavoured, and other non-alcoholic beverages, not including fruit or vegetable juices of heading 20.09.	- 기본세율: 0% - 한-싱가포르 FTA 협정세율: 0% - 부가세: 7%
2202.99	기타	Other	
2202.99.90	기타	Other	

□ 물품 검사 및 반출

- 가공식품 검사 및 검역은 무역자동화망(TradeNet)을 통해 신청하고, 검역기관에서 실제 검사 및 검역을 진행
  - 수입자가 무역자동화망(TradeNet)을 통해 화물통관허가(Cargo Clearance Permit, 이하 CCP)를 받은 뒤 해당 제품 샘플을 검역 담당기관에 송부
  - 현지 검역담당기관인 Pasir Panjang Wholesale Centre(PPWC)<sup>13</sup> 검역기관에서는 식품법에 따라 검역을 하게 되며 검사가 완료되기 전까지는 해당 제품을 반출하거나 판매할 수 없음
- 가공식품의 경우 금지된 농약 성분, 유해한 화학성분, 식품법에 나와 있는 기준치를 초과하는 농약의 잔여물이 검출되었을 경우 검사 통과 불가
  - 싱가포르 농식품수의청(AVA)에서 모든 제조 수입식품, 어류, 육류, 가축류, 과일 및 야채류에 대한 1차적인 검역을 담당하고, 탁송된 수입품의 검역은 농식품수의청의 모니터링과 프로그램 검사를 통해 성분 분석을 수행하게 됨
  - 탁송된 제품이 이 검역에서 탈락하게 되면 수입이 금지되며 농식품수의청의 감독 하에 폐기처분하는 원칙을 따라야 함
  - 모든 가공처리된 식품들은 농식품수의청, 식품검역처(FCD)에 등록해야 하며 수입 업체가 수입 허가를 받기 위해서는 Tradenet System에 수입 관련 등록을 해야 함

13) 싱가포르 농식품수의청(AVA)가 PPWC에 식품검역 위임

- 싱가포르의 음식 안전 요구사항은 HACCP(Hazard Analysis Critical Control Point Scheme)와 Codex의 국제 표준을 따름
  - 대부분의 싱가포르 F&B 공장은 미국 FDA와 같은 외국의 식품관리당국 인증을 받음
- 검사 대상이 된 수입 물품은 검사 후 이상이 없는 경우 물품 반출이 허가됨
  - 컨테이너 화물의 경우 일반적으로 무서류(Paperless) 신고 및 신고 수리되어 반출

#### □ 통관 및 검역 시 유의사항

- 싱가포르 내 수입자가 가공식품을 수입하고자 하는 경우 농식품수의청(Agri-Food & Veterinary Authority of Singapore, 이하 AVA)에 살충제 잔류물, 잔류 농약 등 화학 검사 보고서를 제출해야 하는 경우가 있으므로 이에 대비해야 함
- 싱가포르는 국제통일상품분류인 HS CODE 이외에 모든 수입신청서에 자국의 관세청 제품번호(Product Code)를 기재하도록 하고 있음
  - 관세청 제품번호는 수입제품의 담당관청 및 표본조사, 수시조사, 전량조사 등의 검역방법 등에 대한 분류의 신속화를 통한 통관절차의 신속화를 목적으로 하고 있음
  - 특이사항이 없는 물품의 경우 1~2일 이내에 통관이 완료된다는 장점을 가지고 있으나, 제품번호의 오기 등으로 통관절차가 지연될 수 있다는 단점이 있어 주의가 요구됨
  - 싱가포르 관세청을 통해 개별 HS번호에 해당되는 제품번호를 확인할 수가 있으며, AVA에서는 식품류와 관련된 제품번호 안내를 별도로 제공하고 있음

## 2) FTA 정보

### □ 싱가포르 FTA 특이사항 및 한-ASEAN FTA 개요

- 한-아세안 FTA는 2007년 6월 1일에 발효되어, FTA 발효에 따라 한국산 수입물품에 대해 ASEAN 각 회원국이 부과하는 관세는 양허 유형에 따라 협정 발효와 동시에 철폐되거나 또는 인하 스케줄에 따라 순차적으로 철폐 또는 인하됨
- 한-싱가포르 FTA는 2005년 8월 4일에 서명, 2006년 3월 2일에 발효되었으며 한국이 아시아 국가와 최초로 체결한 자유무역협정
  - 협정의 목적은 양국 간의 물품 및 서비스 자유화와 원활화, 상호투자 확대
  - 양국 간 과제가 된 일부 품목으로 인해 5년 또는 10년에 걸쳐 관세를 점진적으로 폐지하는 일정으로 재협상이 이루어짐

### □ FTA 원산지 기준<sup>14)</sup>을 충족하는 FTA 협정세율 적용 요건

- 한-아세안 FTA는 모든 수입 물품에 대한 관세의 철폐 또는 인하가 이루어지며, 협정문 또는 원산지 기준 등을 충족할 경우 FTA 협정 세율을 적용받아 수입 물품에 대해 무관세 또는 저세율을 적용받을 수 있음
  - FTA 협정세율은 수입 신고 시 적용받는 것이 원칙이나, 수입 신고 수리일로부터 30일 이내(한-아세안 FTA), 1년 이내(한-싱가포르 FTA) 사후 적용도 가능
- FTA 협정세율은 WTO 양허세율(MFN)의 예외로서, FTA 체결국 간에는 양국 간 협상 결과에 따라 MFN보다 낮은 FTA 협정 세율을 우선적으로 상호 적용할 수 있음
- 수입 신고 시 원산지증명서 및 증빙서류를 싱가포르 세관에 제출하여 협정 세율 적용가능

14) 교역제품의 국적을 판단하는 기준으로서, 어떤 물품이 한 나라에서 전적으로 생산되는 경우 당해 생산국을 원산지로 함은 기준인 완전생산기준과 품목별 기준으로 실질적으로 상이한 제품으로 만들어 세번(稅番)이 변경되면 원산지 물품으로 인정하는 세번변경기준(CTH : change of tariff heading), 생산국 내에서 일정 수준 이상의 부가가치가 발생해야 인정하는 부가가치기준(RVC : regional value contents), 특정한 생산공정이 수행돼야 인정하는 가공공정기준 등이 있음

표 3.4 FTA 협정세율을 적용받기 위한 구비서류

구분	내용
1	송품장 또는 거래계약서
2	B/L(선하증권) 또는 AWB(항공화물운송장)
3	Packing List
4	유효한 원산지증명서
5	(필요 시) 해당 원산지임을 증빙할 수 있는 서류(원산지증명서 등)

o FTA의 특혜관세 혜택을 받기 위해서는 ①원산지 결정기준과 ②직접운송기준 조건을 충족해야 하며 ③FTA 특혜 원산지증명서를 발급받아야 함

- 싱가포르 HS CODE 2202.99.90의 원산지 결정 기준(PSR)은 다음과 같음

표 3.5 원산지 결정 기준

FTA 협정	HS 코드	원산지 결정 기준(PSR)
한-ASEAN FTA	2202.99	역내가치포함비율이 상품의 FOB가격의 40% 이상인 것. 다만, 제1211.20호 및 제1302.19호에 해당하는 물품의 재료는 어느 당사국의 영역에서든 완전 획득되거나 생산된 것에 한정한다.
한-싱가포르 FTA	2202.99	체약당사국 내에서 발생한 부가가치가 40퍼센트 이상일 것(소호 제 1211.20호에 해당하는 재료는 체약당사국의 영역에서 완전 생산된 경우에 한정한다)

- 직접운송기준에 따라 체약 상대국이 아닌 제3국을 경유하거나, 제3국에서 선적된 경우에는 체약상대국을 그 물품의 원산지로 인정하지 않음

표 3.6 직접운송 기준

구분	내용
개념	원산지 기준을 충족한 물품인 경우에도 체약 상대국이 아닌 제3국을 경유하거나, 제3국에서 선적된 경우에는 체약상대국을 그 물품의 원산지로 인정하지 않음
유의사항	제3국을 경유하여 수입 당사국으로 운송된 경우는 다음과 같음 - 직접운송의 예외를 인정받기 위한 입증 책임은 특혜세율을 적용받고자 하는 수입자에게 있으며, 제3국 경유가 지리적 또는 운송상의 이유이며 제3국에서 추가 가공이 없었음 등을 입증해야 함 - 입증서류로는 수출당사국에서 발행한 통과선하증권, 원산지증명서 원본, 그 밖에 경유국 세관당국에서 발행한 입증서류 등이 있음 - 다만 이러한 서류들은 사후 입수가 어려울 수 있으므로 제3국 경유 시 입증 서류 준비에 차질이 없도록 각별히 주의해야 함

- FTA 특혜 원산지증명서는 수출품이 FTA 협정에서 정한 원산지기준을 충족하였음을 확인하는 서류로서, 수입국에서 FTA특혜관세를 적용받기 위해 통관 시 제출

**표 3.7 한-ASEAN 원산지증명서 발급 방법**

구분	내용
발급기관	대한민국 세관, 대한상공회의소, 관세청 온라인 발급
필요서류	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 수출신고필증 사본(전산으로 확인할 수 있는 경우에는 제출을 생략 가능) 또는 이에 갈음하는 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 서류</li> <li>- 송품장 또는 거래계약서</li> <li>- 원산지확인서(최종물품에 대한 원산지확인서로서 생산자와 수출자가 다른 경우로 한정)</li> <li>- 원산지소명서</li> </ul>
처리기간	a) 현지확인이 필요한 경우: 10일(공휴일·토요일 및 근로자의 날을 제외함) 이내 b) 위 제1호 외의 경우: 3일(공휴일·토요일 및 근로자의 날을 제외함) 이내
신청방법	위의 필요서류를 구비한 후 아래의 주소에 접속하여 신청가능 - 세관 유니패스(unipass.customs.go.kr) - 대한상공회의소 무역인증서비스센터(cert.korcham.net/)
성격	필수인증
신청 주체	생산자 또는 수출자가 선적 전, 선적 시, 선적 직후 신청
비용	무료

**표 3.7 FTA 종류별 발급 방법 비교**

구분	증명 방식	증명 주체	유효기간	증명 서식	언어	사용횟수
한-ASEAN FTA	기관증명	세관, 상공회의소	1년	양국 간 통일 증명 서식	영어	1회 사용원칙 (분할 사용가능)
한-싱가포르 FTA	기관증명	-싱가포르: 세관 - 한국: 세관, 상의, 자유무역관 리원	1년	양국 별도증명 서식	영어	1회 사용원칙 (분할 사용가능)

## 2. 인증정보

### □ 식품안전관리인증기준(HACCP)<sup>15)</sup>

인증 로고	
인증/검사명	HACCP(Hazard Analysis and Critical Control Point)
인증 설명	식품을 만드는 과정에서 생물학적, 화학적, 물리적 위해 요인들이 발생할 수 있는 여건을 차단하여 소비자들에게 안전하고 깨끗한 제품을 공급하기 위해 시스템적으로 식품의 안전을 관리하는 제도
발행/검사기관	한국식품과학연구원 등 <sup>16)</sup>
성격	권장
제출 서류	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 영업허가(신고)증 사본</li> <li>2. 영업자, 종업원 또는 농업인의 교육훈련 수료증 사본 1부</li> <li>3. 최근 3개월간의 생산 또는 영업실적</li> <li>4. 위생관리 프로그램 및 1개월 이상의 운용실적 1부</li> <li>5. 업종별 또는 품목별 자체 위해요소중점관리기준 및 1개월 이상의 운용실적 1부</li> </ol>
비용	수수료 20만 원
소요 기간	1년 전후
유효 기간	3년(유효기간 이내 재심사 신청 필요)
인증 절차	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. HACCP 시스템 수립을 위한 생산, 기술, 설계, 연구 및 개발 등의 부서 대표자를 포함한 프로젝트팀 구성</li> <li>2. 제품의 구성, 보관, 포장상태, 사용방법 등 나타내는 제품 기술서와 생산 공정 흐름도를 작성</li> <li>3. 생산공정의 각 단계와 도출된 위해요소를 파악하여 위해요소 발생 가능성과 발생 시 결과의 심각성에 근거해 위험을 평가</li> <li>4. 식품안전을 위해 관리가 요구되는 중요 관리점(CCP, Critical Control Points) 선정하여 식품안전을 위한 일반 관리 사항(POA)을 파악</li> <li>5. 모든 위해요소의 관리가 기준치 설정대로 충분히 이루어지는지의 여부를 파악할 수 있는 한계치 설정</li> <li>6. 모니터링을 하며 서류기록을 한 뒤 지속적인 개선조치</li> </ol>

15) Hazard Analysis and Critical Control Point

□ 할랄인증(MUIS)

인증 로고	
인증/검사명	싱가포르 MUIS 할랄인증
인증 설명	Wareess Halal은 세계 3대 할랄 인증 중 하나로, 싱가포르 정부기관인 MUIS의 해외인증 전담부서에서 인증 심사 및 인증서 발행을 진행함
발행/검사기관	Wareess Halal Limited
성격	권장
제출서류	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 할랄 인증신청서</li> <li>- 제품 항목 및 원료의 목록</li> <li>- 규격 및 시험분석보고서와 생산 원료의 할랄 인증 사본</li> <li>- 무슬림 직원이 승인한 모든 원료의 구매송장 및 배달주문서</li> <li>- 할랄팀 구성원의 임명장, 또는 공고장 등</li> </ul>
비용	일반 접수 시 120싱가포르달러(약 10만원), 급행 접수 시 210 싱가포르달러(약 17만 5,100원)
유효기간	1년 또는 2년 동안 유효하며 인증서 만료 1~3개월 전에 갱신 신청 실시
인증 절차	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 계약, 방문 및 오리엔테이션(할랄 교육 포함)</li> <li>2. 할랄 서류 신청 및 접수(번역, 보완 사항 수정 등)</li> <li>3. 할랄 인증신청서(PQA) 발송, 검토(보완사항 수정 등)</li> <li>4. PQA 최종 승인 및 심사 일정 통보</li> <li>5. 예비심사(ICC)</li> <li>6. 본 심사 및 인증서 발급(사후관리 2년: 2년 후 갱신 심사)</li> </ol>
유의사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 할랄신청의 주체는 자가 생산업체여야 하며, OEM 생산의 경우 신청 제품의 OEM사 할랄인증서 필요</li> <li>- 업체의 할랄인증 준비 서류가 본사(WHL) 심사에서 모두 통과될 시만 심사 일정 확정</li> <li>- 금지성분: 코치릴 성분, 동물성 제라틴, 타로 색소 등</li> </ul>

16) 검사항목에 따른 검사기관 지정은 다음 식약청 홈페이지 참고:  
[mfds.go.kr/brd/m\\_627/view.do?seq=32378&srchFr=&srchTo=&srchWord=&srchTp=&itm\\_seq\\_1=0&itm\\_seq\\_2=0&multi\\_itm\\_seq=0&company\\_cd=&company\\_nm=&page=1](http://mfds.go.kr/brd/m_627/view.do?seq=32378&srchFr=&srchTo=&srchWord=&srchTp=&itm_seq_1=0&itm_seq_2=0&multi_itm_seq=0&company_cd=&company_nm=&page=1)

□ ISO 22000<sup>17)</sup>

<b>인증 로고</b>	
<b>인증/검사명</b>	ISO 22000
<b>인증 설명</b>	식품공급사슬 내의 모든 이해관계자가 적용할 수 있는 국제규격이며 ISO 9001 품질경영시스템을 바탕으로 HACCP의 7원칙과 12절차를 모두 포함
<b>발행/검사기관</b>	한국표준협회(KSA), 한국품질보증원
<b>성격</b>	권장
<b>제출 서류</b>	인증심사 신청서(홈페이지를 통해 다운로드 가능)
<b>비용</b>	기본 심사 수수료(약 106만 원)
<b>소요 기간</b>	직원 수에 따라 인증 심사일수 상이
<b>유효 기간</b>	3년(이후 3년 단위로 갱신)
<b>인증 절차</b>	문의신청 → 예비심사 → 문서 심사 → 현장 심사 → 인증심의 → 인증서 발행 등록 → 사후관리 심사
<b>유의 사항</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ISO 22000은 국제 표준의 식품 안전 경영 시스템 요구사항으로, 유통의 중간 식품 공급망을 관리하여 규정하고 있음</li> <li>- 식품 공급망 전반에 걸쳐 장비, 포장재, 세척제, 식품 첨가제, 원료 등의 상호 관계가 있는 기업들을 비롯해 모든 기업에 적용되는 국제 표준으로 식품과 관련된 모든 기업에 적용 가능함</li> </ul>

17) 한국품질보증원, NQA, Biz Care

### 3. 라벨링

#### □ 라벨링 관련 법률 및 규정

- 싱가포르 내에서 판매되는 모든 식품은 싱가포르 식품 관련법(Singapore Food Regulations)에 따라 라벨링 법규를 준수하여야 함
  - 싱가포르의 수입업체 및 유통업체들은 서류심사로 수입허가를 받은 후 납품 이전에 필요한 추가적인 라벨링을 스티커 작업으로 처리하고 있음
  - 일반적으로 수입 가공식품들은 영어로 된 스티커가 부착되거나 인쇄되어 있음
- 라벨링 기본 표시사항 및 세부 사항 관련 규정은 다음과 같음

표 3.9 라벨링 기본 표시사항 규정

구분	세부 사항
표기언어 및 글자크기	표기 언어는 영어로 하되, 글자의 최소 높이는 1.5mm여야 함
제품명	식품의 실체를 나타내기 충분한 용어, 즉 통상적으로 사용되는 명칭(common name) 혹은 설명이 사용되어야 함
구성성분	<p>제품을 구성하고 있는 원재료 및 첨가제를 내림차순으로 명시</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 국제번호시스템(International Numbering System) 번호나 식품 첨가물 코드번호(E-number)는 라벨링 표기에 사용될 수 있음</li> <li>• 물(Water)은 표기 대상이 아니지만 식품착색제, 타르트라진(황색 식용색소의 한 종류) 또는 식용색소(Colour)는 의무 표기 대상임</li> <li>• 1개 이상의 구성물로 이루어져 있는 복합 성분의 경우 내림차순으로 명시</li> </ul>
알레르기 유발 성분	<p>- 알레르기 및 과민반응을 유발할 수 있는 식품과 성분은 반드시 라벨에 표기를 해야 함</p> <p>- 아래에 나열된 식품과 성분의 경우 ingredient/additive 또는 component of a compound ingredient 항목으로 반드시 표기</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>① 글루텐이 포함된 시리얼: 밀, 호밀, 보리, 귀리, 변형종자와 이를 재료로 제조된 제품.</li> <li>② 갑각류와 갑각류 제품: 가재, 새우, 바닷가재, 게 등</li> <li>③ 달걀과 달걀제조 식품: 산란용 닭, 오리, 칠면조, 메추라기, 거위, 갈매기, 뽕 닭으로부터의 알과 이를 재료로 제조된 식품</li> <li>④ 생선과 어류 가공식품: 굴, 조개, 가리비와 같은 어패류와 이를 재료로 제조된 식품</li> <li>⑤ 땅콩, 대두 및 관련 제조 식품: 땅콩(peanuts)은 반드시 'groundnuts'와 같이 명확한 용어를 사용해 명시되어야 함. 대두의 경우 'soya' 또는 'soy' 로 표기</li> <li>⑥ 우유와 유제품(유당 포함): 젖소, 물소, 염소에서 나온 우유와 이를 재료로</li> </ol>

	<p>제조된 식품</p> <p>⑦ 나무에서 열리는 견과류(tree nut)와 견과 제품: 아몬드, 헤이즐넛, 호두, 캐시넛, 피칸, 브라질넛, 피스타치오, 마카다미아와 이를 재료로 제조된 식품</p> <p>⑧ 10mg/kg 이상의 아황산 농축물: 아황산 농축물이 직접적으로 첨가되거나 총 농도 10mg/kg 이상의 성분이 포함된 제품</p>
<b>순중량</b>	음료를 제외한 모든 식품은 순중량이 표기되어야 함
<b>수입업자 업체명 및 주소</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 싱가포르산일 경우에 제조업체를, 수입산일 경우에 수입업체의 업체명과 주소를 표기해야 함</li> <li>- 수입식품은 수입업체, 유통업체 혹은 에이전트의 이름과 주소, 연락처가 표기되어야 함</li> </ul>
<b>원산지</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 제품의 원산지를 국가명으로 표기하여야 하며 도시, 지방의 이름은 불가함</li> <li>- 도시 이름만 표시하는 것은 허용되지 않음</li> </ul>
<b>유통기한</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 유통기한은 식품이 만들어지고 나서 유통될 수 있는 기간을 뜻하며, 식품은 반드시 유통기한 이전에 섭취되어야 함</li> <li>• 보관 상태에 따라 유통기한이 크게 달라지는 품목들은 적절한 보관 방법과 유통기한을 함께 라벨에 표기해야 함(‘냉장상태로 보관 요망’, ‘냉동 보관’ 등)</li> <li>• 다만 식품의 섭취 안전성 여부가 유통기한으로만 판별되는 것은 아니고 유통 과정 중 어떻게 보관되고 취급되었는지에 따라 달라질 수 있음</li> <li>- 유통기한 표기 대상제품</li> <li>• 특히 다음과 같은 가공식품의 경우 반드시 유통기한을 표기하는 것이 요구됨: 유제품, 주스, 냉장식품, 영유아용 식품, 식용유, 밀가루 등</li> <li>- 유통기한 표기방법(예시)</li> <li>• 날짜 표시는 영구히 표시되어야 하며 포장에 양각으로 새겨져야 하고 최소 3mm로 인쇄되어야 함</li> <li>• USE BY(dd/mm/yy), SELL BY(dd/mm/yy), EXPIRY DATE(dd/ mm/yy), BEST BEFORE(dd/mm/yy)</li> </ul>
<b>저장방법</b>	제품 개봉 전 저장방법을 표기하며 온도 등 필수정보 기재
<b>영양성분표</b>	<p>영양성분표는 약자로 NIP 또는 Nutrition Label이라고 불리며, 식품에 사용된 영양과 건강관련 정보를 담고 있음</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>① 에너지(열량) 단위: kcal 또는 KJ</li> <li>② 단백질, 지방, 탄수화물 단위: gram</li> <li>③ 기타 영양성분과 건강 관련 성분: gram</li> </ul>

□ **상품의 라벨링 기재 시 주의사항**

- 제품에 함유된 비타민이나 미네랄, 단백질, 저지방 등의 정확한 함유량을 표기해야 함(해당 성분을 마케팅에 활용할 경우에 한함)
- 식품에 치료나 질병 예방 기능이 있다는 내용, 사람의 신체에 영향을 주는 질병의 치료나 완화에 도움이 된다는 내용, 의료적 조언으로 해석될 수 있는 내용, 식품 섭취 후에 건강, 신체적 상태나 능력이 향상된다는 내용은 라벨링에 표시할 수 없음

□ **판매 중인 숙취해소음료 라벨링 예시**

항목	설명	
제품 이미지	외관	라벨링
		
제품명	컨디션 헛개	
성분	미배아발효추출물, 에스미강추출물(미강, 국산), 미배아(국산, 쌀눈), 대두펩타이드, 헛개 나무열매추출농축액(헛개나무열매: 국산, 고형분 50% 이상) 1.3%(55Brix 기준), 컨디션농축액[고형분 55% 이상, 굴나무열매껍질(국산), 감초뿌리(국산), 모창출뿌리줄기, 생강], 효모추출물혼합분말, 자리추출물분말, 향기로터스추출분말 등	
중량	100ml	
제조사	CJ Healthcare	
원산지	한국	
유통기한	2020.11.04	

자료: 현지조사원(2019.03.15)

## 4. 위생요건

### □ 식품첨가물 및 유해물질 규정 관련 국가표준

- 싱가포르 농식품수의청(AVA)은 식품판매법(Chapter 283, Sale of Food Act)에서 식품 관련 규정을 정의하고 있음

표 3.10 식품판매법의 구성

구분	내용
Food Regulations	식품규정
Composition of Offences Regulations	위법규정
Fees Regulations	비용규정
Food Establishments Regulations	식품설비규정
Prohibition of Chewing Gum Regulations	껌금지규정

자료: AVA

- 식품판매법의 다섯 가지 하위 규정 중 식품첨가물의 사용기준 및 유해물질의 잔류 허용기준이 나와 있는 규정은 식품규정(Food Regulations)이며 식품라벨, 식품첨가물, 유해물질 등에 관한 261개 조항, 15개의 부록으로 구성되어 있음

### □ 숙취해소음료의 식품첨가물 허용기준

- 싱가포르 식품규정에 따르면 식품첨가물은 식품의 성분으로서 그 사용이 직접 또는 간접적으로 식품의 성질에 영향을 주는 결과가 있거나 합리적으로 영향을 줄 수 있다고 예측할 수 있는 모든 물질을 포함
  - 그러나 조리, 가공, 포장, 보관 중 부적절한 사용으로 인해 오염되어 식품에 섞인 이물질은 포함하지 않음
  - 고결방지제, 거품제거제, 산화방지제, 감미료, 화학보존료, 착색료, 유화제 혹은 안정제, 향료, 향미증진제, 습윤제, 영양강화제, 금속 이온제거제, 그 외 다용도 식품첨가제를 가리킴
- 싱가포르의 식품첨가물 사용기준 표기에 대한 범례는 다음과 같음
  - 일반사용기준이란 식품첨가물 규정에 등재되어 있으며, 식품 중에 첨가되는 첨가물의 양은 물리적, 영양학적 또는 기타 기술적 효과를 달성하는데 필요한 최소량으로 사용하는 일반사용기준이 적용된다는 의미

- GMP란 식품첨가물 규정에 등재되어 있어 해당품목에 사용할 수 있으나, 사용기준이 정해져 있지 않은 경우로 우수제조관리기준(Good Manufacturing Practice, GMP)에 따라 식품분류에 따른 최소적정량을 사용할 수 있다는 의미
- o 식품규정(Food Regulations)에서 규제하는 무알코올 음료의 감미료 최대허용치 기준은 다음과 같음

표 3.11 무알코올 음료의 감미료 최대허용치

(단위: ppm)

식품 유형	물질별 제한기준					
	Acesulfam e-K	Saccharin	Cyclamates (as cyclamic acid)	Neotame	Steviol Glycosides (as steviol)	Sucralose
유제품 음료(향료를 가미하거나 발효시킨 것)	350(a)	80	250(a)	20	200	300
과일 음료	350(a)	80	250(a)	20	125(a)	300
채소주스 음료	350(a)	80	400(a)	20	125(a)	300
물을 기반으로 한 음료에 향을 가미한 것(스포츠, 에너지 또는 전해질 음료, 미립자로 된 음료 포함)	350	80	250	20	160	300
RTD커피(즉석음용 커피), 커피대체식품, 차, 허브인퓨전, 따뜻한 곡물 음료, 코코아 제외), 이러한 제품의 프리믹스(pre-mixes)	500	200	-	50	100	300
콩을 기반으로 한 음료	-	-	-	-	200	-

자료: AVA

□ 숙취해소음료의 유해물질 잔류허용기준

- o 유해물질은 불필요하거나 독성을 가진 물질, 농약, 중금속, 동물성 의약품 혹은 식품에 어떤 식으로든 부수적으로 발생하는 진균독을 의미

- 그러나 고결방지제, 산화방지제, 감미료, 화학보존료, 착색료, 유화제와 안정제, 향료, 향미증진제, 습윤제, 영양강화제, 금속이온제거제, 충전제는 제외함
- o 싱가포르의 유해물질 사용기준 표기에 대한 범례는 다음과 같음
  - 불검출이란 해당품목에 검출되면 안 된다는 의미
- o 식품규정(Food Regulations)에서 규제하는 음료의 잔류 유해물질 최대허용치 기준은 다음과 같음

**표 3.12 음료의 유해물질(비소, 납, 구리) 최대허용치**

(단위: ppm)

식품 유형		물질별 제한기준		
		비소(As)	납(Pb)	구리(Cu)
음료	에일, 맥주, 사과주, 페리주, 포터, 스타우트	0.2	0.2	7
	브랜디, 진, 럼, 위스키 및 그 외 증류주 그리고 중국 와인(20°C에서 알코올 함량이 40.0% v/v 이상)	0.2	0.2	5
	와인, 중국 와인, 리큐르, 알코올 코디얼 또는 칵테일	0.2	0.2	7
	그 외 세부 기준이 없는 증류주	0.2	0.2	5
	희석해서 먹어야 하는 농축된 청량음료	0.5	1	7
	청량음료 조제 시 사용하는 농축액	0.5	2	20
	과일 및 채소주스(라임주스, 레몬주스 제외)	0.2	0.3	2
	라임주스, 레몬주스	0.2	1	2
위에 언급되지 않은 음료	0.1	0.2	2	

자료: AVA



## IV. 경쟁제품

1. 경쟁제품 선정
2. 경쟁제품 분석

# 1. 경쟁제품 선정

## □ 경쟁제품 선정 기준

- 유통채널의 형태에 따라 제품 취급 형태가 상이하여 경쟁제품 조사처를 오프라인과 온라인으로 분류하여 조사
- 현지 생산 제품과 해외 수입 제품 간의 비교를 위해 현지 제품, 수입 제품, 한국산 제품을 고루 선정

## □ 분석기준 및 지표설정

- 제품 상세 정보에서 공통적으로 확인되는 정량지표와 정성지표를 활용하여 분석

정량지표	정성지표
중량	성분
가격	원산지
유통기한	제품특성

- 싱가포르 현지 숙취해소음료 판매 현황 및 제품별 동향 분석을 위해 현지 조사원이 오프라인 유통채널을 방문하여 조사 대상으로 설정한 제품군의 제품 속성을 조사
  - 제품별 포장 형태, 용량, 진열 상태 등을 파악하기 위해 제품 사진 및 진열 현황을 촬영
  - 제품 특성 분석을 위해 제품의 특징 및 매대 진열 현황 등을 조사

## 2. 경쟁제품 분석

### 1) 오프라인

구분		제품 1	
이 미 지	제품 이미지	<p>앞면</p> 	<p>뒷면</p> 
	매장 이미지	<p>제품 진열대</p> 	<p>매장 외관</p> 
제 품 속 성	제품명	Cynarins	
	제조사	ESSENCE2U	
	원산지	싱가포르	
	성분	Artichoke Leaf Ext. (cynara scolymus L) (standardised 5% cynarin, 2.5% caffeoylquinic acid), Milk Thistle Seed Ext. (silybum marianum) (standardised 80% silymarin), Schisandra Chinensis Ext. (berry/fruit) (standardised 5% schizandrin), Dandelion Ext. (taraxacum mongolicum) (standardised 15% taraxasterol), Tumeric Root Ext. (curcuma longa) (standardised 95% curcuminoids), Apple Pectin, Papain (papaya), Bromelain (200GDU/gm), Peppermint Leaf (mentha piperita L), Bioperine™ (piper nigrum [95% piperine]), Lemongrass powder	
	용량	캡슐 50개	
	가격	34.25 싱가포르달러(약 28,741원)	
	유통기한	2022.06	
	포장 형태	유리병	
	제품 특성	- 숙취해소 제품은 아니나 음주 전 섭취할 시 간 보호에 도움이 되는 제품으로, Guardian 매장에서 숙취해소제로 추천	
조사 매장	Guardian, Orchard Paragon		

자료: 현지조사원(2018.03.15)

구분		제품 2	
이 미 지	제품 이미지	앞면	뒷면
			
	매장 이미지	제품 진열대	매장 외관
			
제 품 속 성	제품명	여명 808	
	제조사	G사	
	원산지	한국	
	성분	정제수, 여명농축액, 오리나무, 대추, 생강, 혼합농축액(개암, 박, 꿀, 마가목의 열매, 감초, 갈화), 프락토올리고당	
	용량	119ml	
	가격	7.40 싱가포르달러(약 6,210원)	
	유통기한	2020.06	
	포장 형태	캔	
	제품 특성	- 한인 슈퍼마켓에서 찾아볼 수 있는 숙취해소 음료	
조사 매장	고려마트, Orchard Somerset		

자료: 현지조사원(2018.03.15)

구분		제품 3	
이 미 지	제품 이미지	앞면	뒷면
			
	매장 이미지	제품 진열대	매장 외관
			
제 품 속 성	제품명	헛개꿀 D	
	제조사	W사	
	원산지	한국	
	성분	헛개 농축액, 헛개향, 구연산, 카라멜 컬러, 사과 농축액, 꿀, 설탕, 정수	
	용량	110ml	
	가격	1.40 싱가포르달러(약 1,175원)	
	유통기한	2019.07	
	포장 형태	유리병	
	제품 특성	- 경쟁군인 기타 숙취해소음료에 비해 가격이 저렴한 편	
조사 매장	고려마트, Orchard Somerset		

자료: 현지조사원(2018.03.15)

구분		제품 4	
이 미 지	제품 이미지	앞면	뒷면
			
이 미 지	매장 이미지	제품 진열대	매장 외관
			
제 품 속 성	제품명	컨디션 헛개	
	제조사	C사	
	원산지	한국	
	성분	미배아발효추출물에스[미강추출물(미강, 국산), 미배아(국산, 쌀눈), 대두펄타이드], 헛개나무열매추출농축액(헛개나무열매: 국산, 고형분 50% 이상) 1.3%(55Brix 기준), 컨디션농축액[고형분 55% 이상, 굴나무열매껍질(국산), 감초뿌리(국산), 모창출뿌리줄기, 생강], 효모추출물혼합분말, 자리추출물분말, 향기로터스추출분말 등	
	용량	100ml	
	가격	5.20 싱가포르달러(약 4,364원)	
	유통기한	2020.11	
	포장 형태	유리병	
	제품 특성	한국산 숙취해소제	
조사 매장	고려마트, Orchard Somerset		

자료: 현지조사원(2018.03.15)

## 2) 온라인

구분		제품 1	제품 2
이 미 지	제품 이미지		
	제품명	1B4 Pear Flavour	Party Smart
제 품 속 성	제조사	Sora Enterprise	Himalaya
	원산지	말레이시아	인도
	성분	Vitamin C, B, B2, B6, B9, B12, Curcumin	Microcrystalline cellulose, hydroxypropyl methylcellulose (vegetarian capsule)
	용량	80ml	캡슐 10개
	가격	5 싱가포르달러(약 4,196원)	20.97 싱가포르달러 (약 17,597원)
	포장 형태	메탈병	종이 포장
	제품 특성	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 음주 전, 격렬한 신체적 활동 전 등의 상황에 섭취할 시 피로를 줄여주고 몸의 면역력을 높여주는 효과가 있음</li> <li>- 싱가포르 브랜드인 1B4 제품</li> <li>- 음주 전, 음주 중, 혹은 음주 후 잠들기 전에 섭취를 권장</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 전 세계적으로 인기가 높은 알약 형태의 숙취해소제</li> <li>- 음주 30분 전에 섭취 가능</li> <li>- 해당 제품은 캡슐 10개가 한 제품으로 포장되어 있는 형태</li> </ul>
	조사 매장	Redmart	iHerb

자료: 현지조사원(2018.03.15)

구분		제품 3	제품 4
이 미 지	제품 이미지		
	제품명	Knohimitsu Be Liva 30's	Ready Q Chew
제 품 속 성	제조사	키노히미츠(Kinohimitsu)	H사
	원산지	일본	한국
	성분	Tumeric extract, taurine and Vitamin C complex, Sesame, Vitamin E and Vitamin B1, Schisandra and cordyceps	콘시럽, 백설탕, 혼합제제, 젤라틴, 구연산, 망고농축액, 본말오부라이트, 심황색소, 아미드펙틴, 혼합제제, 합성착향료, 산도조절제
	용량	30개입	12g(4g*3개입)
	가격	59 싱가포르달러(약 49,510원)	19.99 싱가포르달러(약 16,775원)
	포장 형태	비닐 포장	플라스틱 파우치
	제품 특성	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 간 건강 증진 및 숙취해소에 도움을 주는 제품</li> <li>- 간 건강을 위해서는 1봉지 섭취, 숙취 해소를 위해서는 음주 전 2봉지 섭취를 권장하고 있음</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 젤리형 제품으로, 음주 전후 2정을 입에서 천천히 녹여 먹는 방식</li> </ul>
조사 매장	Qoo10	Qoo10	

자료: 현지조사원(2018.03.15)

구분		제품 5	제품 6
이 미 지	제품 이미지		
	제품명	Ryukyu Shugo	지금부터 안티이불킵
제 품 속 성	제조사	Shugo Densetsu	T사
	원산지	일본	한국
	성분	Okinawa Organic Tumeric, Curcumin, Essential Oil	쌀발효분말, 쌀단백분말, D-소르비 톨, 분말결정포도당, 요거트혼합분 말, 식물성크림, 팜유, 유청분말, 자일리톨 혼합제제, 프락토올리고 당, 요구르트향, 무수구연산, 스타 아린마그네슘, 이산화규소, L-아스 파트산, 아스파탐, 비타민C, DL-메 티오닌, 동결건조 파인애플 분말, 스테비올배당체, 프로바이오틱스, 수크랄로스, 유산균, 우유, 대두
	용량	9g(1.5g*6개입)	3g(1.5g*2개입)
	가격	14.89 싱가포르달러 (약 12,500원)	
	포장 형태	플라스틱 파우치	
	제품 특성	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 유기농 강황을 재료로 사용</li> <li>- 음주 다음날에 섭취하면 숙취, 두통, 어지럼증 등을 해소하는 데 도움을 줌</li> <li>- 알약 형태이기 때문에 병보다 휴대가 간편함</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 티지알엔에서 Qoo10을 통해 정식 수출하고 있는 제품</li> <li>- 요구르트 맛이 나는 사탕 제품으로 다른 경쟁제품과 맛에서 차별화를 둠</li> <li>- 여성을 타겟팅한 제품으로 유명 여성 연예인을 제품 홍보 모델로 기용</li> </ul>
	조사 매장	Qoo10	Qoo10

자료: 현지조사원(2018.03.15)



## V. 경쟁사

1. 경쟁사 선정
2. 경쟁사 분석

# 1. 경쟁사 선정

## □ 경쟁사 선정 기준

- 대내외적 비교가 용이하도록 현지 기업(1개)과 해외 기업(1개)과 한국 기업(2개)을 고루 선정함
  - 현지 기업: Sora Enterprises
  - 해외 기업: 히말라야(Himalaya)
  - 한국 기업: H사, G사

## □ 분석기준 및 지표설정

- 각 기업별 기본 기업 정보, 판매 현황, 대표 제품 등의 항목을 공통으로 분석
  - 기본 기업 정보 분석을 위해 기업 유형, 홈페이지, 취급품목, 연락처, 소재지, 설립 연도 등을 조사
- 싱가포르 현지 숙취해소제 시장 현황 및 기업별 동향 분석을 위해 현지 조사를 실시
  - 판매 현황 분석을 위해 조사 대상 기업의 보유 제품군 및 관련 특성 등을 조사
  - 각 기업의 제품군, 유통채널 진열 모습 등을 이미지로 첨부하여 의뢰 제품과의 비교가 가능하도록 함

## 2. 경쟁사 분석

### □ Sora Enterprises

기업 개요			
<b>1B4</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2017년에 설립된 이후 숙취해소음료 브랜드 '1B4'를 출시, 단일 제품만을 판매 중인 싱가포르계 기업</li> <li>- 2018년 8월 SPC 주유소 키오스크에서 판매를 시작하였으며 이후 온라인 유통채널 Redmart에 입점함</li> </ul>		
기업 유형	식품 제조업체	홈페이지	www.1b4drink.com
취급 품목	숙취해소음료	연락처	ask@1b4drink.com
소재지	16 Raffles Quay, Singapore 048581	설립연도	2017년
판매 현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 자사 홈페이지에서 날개 혹은 묶음으로 판매하고 있음</li> <li>- 제품 출시 이후 3,800곳 이상의 선상 파티와 페스티벌 등에서 공급되었으며 주로 클럽 등지에서 B2B로 공급됨</li> </ul>		
대표 제품			

자료: 현지조사원(2018.03.16)

□ 히말라야(Himalaya)

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1930년 설립되었으며 300개 이상의 생활용품 제품군을 보유하고 있는 인도계 기업</li> <li>- 싱가포르에서는 드럭스토어, 대형 유통채널을 통해 식품 외에도 바디 용품 등을 납품하고 있음</li> </ul>		
기업 유형	의약품 및 생활용품 제조업체	홈페이지	www.himalayawellness.com
취급 품목	바디 용품, 건강기능식품 등	연락처	+91 1(800) 208 1930
소재지	MAKALI, BENGALURU, KA, 562 162, INDIA	설립연도	1930년
판매 현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 영양제 등 건강기능식품과 함께 숙취해소제 제품군인 ‘Party Smart’가 싱가포르에서도 판매되고 있으나 정식 수입이 아닌 온라인 유통채널인 iHerb를 통해서만 구입할 수 있음</li> <li>- 해당 제품은 세계적으로 인기가 높은 제품이나 싱가포르에는 음주가 보편화되지 않은 문화 특성상 수요가 많지 않음</li> </ul>		
대표 제품			

자료: 현지조사원(2018.03.16)

□ H사

기업 개요			
-	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 한국계 의약품 제조기업으로, 한국 최초의 해외 합작 제약 기업이었으나 현재는 순수 국내 자본 제약 기업으로 운영 중</li> <li>- 2016년부터 싱가포르 및 말레이시아에 붙이는 관절염 치료제 ‘케토틱’ 제품을 수출하기 시작하였으며 숙취해소제 제품군은 2018년부터 중국에 수출되고 있음</li> </ul>		
기업 유형	의약품 제조업체	홈페이지	www.handok.co.kr
취급 품목	진통제, 건강기능식품, 비타민 등	연락처	+82 2 527 5114
소재지	서울 강남구 테헤란로 132 우 06235	설립연도	2012년
판매 현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2014년 출시된 숙취해소제 ‘레디큐’는 커큐민의 체내 흡수율을 27배 높인 빠른 숙취해소 효과가 강점인 제품으로, 음료 형태인 ‘레디큐 드링크’와 젤리 형태 ‘레디큐-츄’가 있음</li> <li>- 싱가포르에서는 온라인 유통채널 Qoo10을 통해서만 판매됨</li> </ul>		
대표 제품			

자료: 현지조사원(2018.03.16)

□ G사

기업 개요			
-	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 숙취해소음료 제품 ‘여명 808’을 연평균 1500만캔을 생산하고 있으며 일본, 중국, 홍콩, 가나, 미국, 멕시코 등 세계 각국에 수출 중인 한국계 기업</li> <li>- 2017년 기준 310억 원의 매출액 및 75억 원의 영업이익을 기록함</li> </ul>		
기업 유형	식료품 제조업체	홈페이지	glami.com
취급 품목	숙취해소음료, 양념, 화상치료제, 주류 등	연락처	+82 33 4529 808
소재지	강원도 철원군 갈말읍 갈말로 32-30	설립연도	1996년
판매 현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 싱가포르 내 한인마트인 고려마트에서 판매되고 있으며, 대표적인 한국산 숙취해소음료 제품이라는 이미지를 갖고 있음</li> <li>- 고려마트 오프라인 및 온라인 매장에서 동일한 가격인 7.40 싱가포르달러(약 6,212원)으로 판매되고 있음</li> </ul>		
대표 제품			

자료: 현지조사원(2018.03.16)



## VI. 유통채널

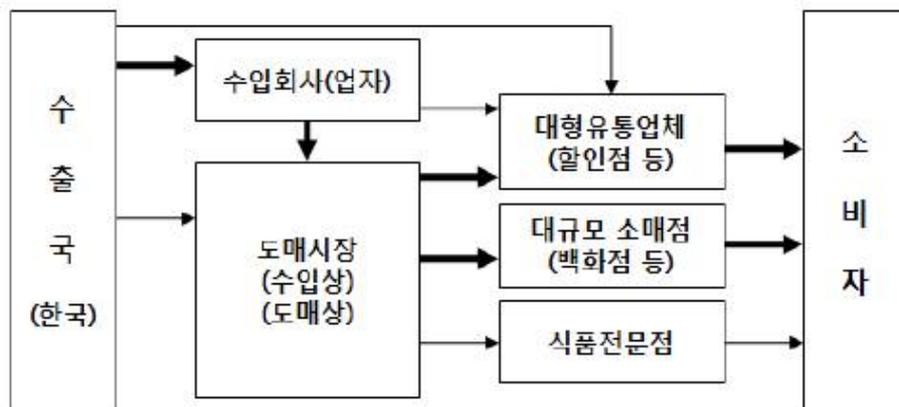
1. 유통채널 개황
2. 주요 유통채널 분석

# 1. 유통채널 개황

## □ 식료품 시장의 유통구조

- 싱가포르의 식료품 시장의 유통구조를 살펴보면, 도매업은 주류, 음료, 통조림, 농산물 등 일부 상품에만 국한되어 있으며 유통구조의 구분이 없는 단순한 형태
  - 수입품 및 국산품 모두 대부분 수입업자와 직접 거래되거나 또는 생산자 및 소매상 간 지정 대리점을 통한 직접 거래 방식으로 이루어지고 있음
  - 유통 단계가 단순하여 중간상의 마진율이 낮고 유통채널의 위치가 백화점 혹은 아파트 단지 상가인지에 따라 마진율이 10~30%의 차이를 보임

그림 6.1 싱가포르 소매 식료품 시장의 유통구조



- 싱가포르의 5대 유통업체는 NTUC Fair Price, Cold Storage, Sheng Siong, Giant, Carrfour
  - 1위를 다투고 있는 NTUC Fair Price와 Cold Storage는 2000년대 초반부터 경쟁사 인수합병, 소형 가족형 슈퍼마켓 인수 등을 통하여 매장을 확대하였으며 통합구매 방식, 온라인 주문, 배달제, PB 상품 확대 등을 도입 및 실시함
  - 한국 식료품을 수입하는 수입업체는 대부분 100% 직수입 형태이며 주요 수입업체 및 취급 품목과 납품하는 유통채널은 다음과 같음

표 6.2 한국 식료품 수입업체

수입업체명	취급 상품	유통 채널	비고
Naspac Marketing	농심 라면 외	NTUC Fair Price, Cold Storage, Sheng Siong, Giant, Carrfour 외	
KMG Enterprise	종가집 김치 외	Cold Storage, Carrfour 외	솔마트 운영
Sing Long Foodstuff	삼양, 오뚜기 외	NTUC Fair Price, Cold Storage, Carrfour 외	샤인코리아 운영
Sincere Foods	영풍 맛다름 외	Carrfour 외	
Ban Choon	버섯 외	Sheng Siong 외	

□ 오프라인 소매 유통시장 현황

- 동남아시아 국가 중 인도네시아와 태국의 유통시장은 양적 성장 위주인 것에 비해 싱가포르의 유통시장은 전략적 의미가 큼
  - 양적 성장 기회는 제한적이나 인접 국가에 대한 높은 영향력을 바탕으로 우수한 유통 인프라 및 가장 선진화된 유통 구조를 갖추고 있음
  - 유통시장 규모는 인도네시아의 1/4 수준에 불과하나, 외국인 방문객 수가 연간 약 1,500만 명으로 인도네시아의 3배에 달하는 등 전체 유통시장에서 외국인 지출이 차지하는 비중이 18%에 달함
- 수많은 현대식 쇼핑 센터와 함께 시내 곳곳에 한국과 비슷한 형태의 재래시장이 자리 잡고 있음
  - 보통 여러 쇼핑센터 및 백화점들이 거대한 상권을 이루고 있는데, 40여 개의 쇼핑 센터가 모여 있는 최대 번화가인 Orchard 거리를 비롯하여 Marina Square, Suntec City 지역 등에 집중되어 있는 형태
  - 싱가포르에 진출하여 빠른 확산을 하고자 하는 기업들의 경우 오프라인 유통채널로의 입점이 필수적임
  - 재래시장은 인구의 80%가 거주하는 공공임대주택(HDB) 지역에 주로 형성되어 있음
- 교외 상권이 부상하며 최근 몇 년간 교외지역에 다양한 쇼핑몰이 등장함

- 교외 거주지역 개발이 계속되면서 오차드 로드 내 입점돼 있는 다양한 브랜드들이 영향력 및 접근성을 높이기 위해 교외 몰에 입점

표 6.3 교외 상권 내 쇼핑몰

쇼핑몰명	위치	오픈 시기	면적(ft2)
West Gate	Boon Lay Way	2013년 12월	410,000
Bedok Mall	New Upper Changi Road	2013년 12월	220,000
East Village Shopping Mall	Upper Changi Road	2014년 6월	18,700
Kallang Wave Mall	1 Stadium Place	2014년 6월	441,320
HillV2	Hillview Rise	2014년 10월	55,500
Seletar Mall	Sengkang West Avenue	2014년 11월	188,000
One KM Shopping Mall	Tanjong Katong	2014년 11월	204,000
Big Box	Jurong East	2015년 01월	400,000
Hillion Mall	Bukit Panjang	2015년	168,000
Waterway Point	Punggol Central	2017년	370,000
Marina One	Marina Way	2017년	119,000

- o 도매업은 주류, 음료, 통조림, 농산물 등 일부 상품에만 국한되어 있으며 유통구조의 구분이 없는 단순한 형태
  - 수입품은 대부분 수입업자와 직접 거래되거나 자국 생산품은 생산자 및 소매상 간 지정 대리점을 통한 직접 거래 방식으로 이루어지고 있음
  - 유통 단계가 단순하여 중간상의 마진율이 낮고 유통채널의 위치가 백화점 혹은 아파트 단지 상가인지에 따라 마진율이 10~30%의 차이를 보임
- o 일반 소비자를 상대로 하는 B2C 온라인 상거래 시장은 비활성화되어 있음
  - 작은 도시국가로 가정과 쇼핑센터의 거리가 가깝고 접근이 용이하여 온라인 상거래의 발달 수준이 낮으며 전체 유통채널에서 차지하는 매출 비중은 2016년 기준 4.6% 수준을 기록<sup>18)</sup>
  - 시장조사업체 TNS에 따르면, 싱가포르 소비자들은 웹루밍(Webrooming)<sup>19)</sup>을 즐겨 하며 인터넷 사용자의 60%가 구매 전 유튜브에서 검색하고 41%가 검색 결과가 구매에 영향을 미친다고 응답하였음
  - 한편 B2B의 경우 무역, 조달, 물류 부문을 중심으로 정부의 육성정책에 힘입어 온라인 상거래가 발달되어 있음

18) [platum.kr/archives/96349](http://platum.kr/archives/96349)

19) 스마트폰 등장 이후 나타난 현상으로, 온라인으로 제품을 확인하고 오프라인에서 구매하는 것을 가리킴

## □ 온라인 유통시장 현황

- 인터넷 및 물류 등 전자상거래를 위한 인프라가 잘 구축된 것에 반해 온라인 유통시장의 비중은 낮은 편
  - 접근성이 높은 오프라인 대형 쇼핑몰이 많고, 소비 시장 내 관광객 소비자의 비중이 높으며, 전자 상거래 업계 강자가 없는 것이 원인으로 분석됨
  - 한편 정부의 규제로 오프라인 점포 운영이 난항을 겪으며 아마존 등 글로벌 기업들의 싱가포르 진출이 본격화되어 온라인 유통시장이 점차 활성화되고 있음
  - 2016년 기준 온라인 시장이 전체 유통시장에서 차지하는 비율은 약 4.6%로, 2020년까지 전체 유통시장 내 온라인 시장 비중을 10%까지 확대하는 것이 정부의 목표
- 온라인 시장의 접속기기별 비중은 PC와 모바일이 각각 6:4 비중을 차지하며, 모바일 접속 비중이 점진적으로 늘어나고 있는 추세
  - 가구당 인터넷 보급률은 2016년 기준 88%로, 세계경제포럼의 네트워크준비지수(Networked Readiness Index)<sup>20</sup>에서 1위를 기록할 정도로 높은 수준
  - 모바일을 이용하여 접속하는 비중은 2012년 32.9%를 기록한 것 대비 2016년 38.3%를 기록하며 향후 더욱 성장할 것으로 전망됨
- 온라인 쇼핑몰 이용자는 15~49세 연령대가 가장 많으며, 이 중 특히 25~34세의 젊은 세대가 온라인 쇼핑을 즐겨하는 것으로 드러남
  - 시장조사업체 프로스트 앤 설리번(Frost & Sullivan)에 따르면 온라인에서 주로 구매하는 상품은 항공권, 의류, 호텔 숙박권, 선물류, 건강 제품 순
  - 가장 구매율이 높은 시기는 크리스마스(12월)과 설 연휴(1~2월)로 이어지는 연말이며, 이는 유통 채널 및 구매 품목과 상관없이 공통적으로 나타나는 추세

20) 매년 정보통신 인프라, 시장 규제 환경 등 7개 항목을 살펴 국가별 정보통신기술(ICT) 활용도와 잠재력을 평가하는 지표

## 2. 주요 유통채널 분석

### 1) 오프라인 유통채널

#### □ 가디언(Guardian)

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1972년 싱가포르계 약국에서 시작하여 1981년 건강 및 뷰티 제품 관련 유통채널로 확장</li> <li>- 이후 주변 동남아 국가로 사업을 확장시켰으며 현재 Dairy Farm 그룹에 속해있음</li> <li>- 왓슨스(Watsons), 사사(Sasa)와 더불어 싱가포르 3대 대형 드럭스토어에 속함</li> </ul>		
채널 형태	드럭스토어	설립연도	1972년
대표 전화	+1 800 891 8100	홈페이지	www.guardian.com.sg
본사 위치	238872 Singapore 391 Orchard Road #B2 - 15/23 Takashimaya Shopping Centre	점포 수	120개
판매 현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 숙취해소제 제품은 취급하고 있지 않으며 매장 담당 직원도 잘 모르겠다는 반응을 보임</li> <li>- 간 건강에 좋은 영양제인 'Cynarins'를 구비하고 있어 숙취해소제의 대체제로 구입 가능(왓슨스, 유니티 공통)</li> </ul>		
관련 이미지			
	제품 판매 모습		매장 전경

자료: 현지조사원(2018.03.17)

□ 왓슨스(Watsons)

기업 개요			
	- 1841년 홍콩에서 시작된 건강, 뷰티 제품 전문 유통채널 - 전세계 14,000개 이상의 매장을 보유하고 있으며 싱가포르에서는 약 107개 매장을 운영 중		
채널 형태	드럭스토어	설립연도	1841년
대표 전화	+65 6339 8456	홈페이지	www.watsons.com.sg
본사 위치	80 Anson Road #10-00 Fuji Xerox Tower, Singapore 079907	점포 수	107개
관련 이미지			
	제품 진열대	매장 전경	

자료: 현지조사원(2018.03.17)

□ 유니티(Unity)

기업 개요			
	- 1992년 NTUC 그룹에서 건강 및 뷰티 제품을 취급하는 유통채널을 신설, 이후 1996년 사명을 Unity로 변경 - 자체 브랜드 PB 상품도 생산하여 판매하며 약 60개의 매장을 보유하고 있음		
채널 형태	드럭스토어	설립연도	1992년
대표 전화	+65 6552 2722	홈페이지	www.unity.com.sg
본사 위치	1 Joo Koon circle #13-01, Fair Price Hub Singapore 629117	점포 수	60개

관련 이미지		
	제품 진열대	매장 전경

자료: 현지조사원(2018.03.17)

□ 세븐일레븐(7-Eleven)

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 전 세계에 58,500개 매장을 운영하고 있는 미국계 편의점으로, 싱가포르에는 1983년 처음 설립됨</li> <li>- 2018년 기준 싱가포르에서 393개의 매장이 운영되고 있음</li> </ul>		
채널 형태	편의점	설립연도	1927년
대표 전화	+65 1800 891 8100	홈페이지	www.7-eleven.com.sg
본사 위치	No. 21 Tampines North Drive 2 #03-01, Singapore 528765	점포 수	393개
판매 현황	- 숙취해소 제품은 취급하지 않으며 가장 비슷한 제품으로는 숙면을 취하는데 도움을 주는 제품이 판매되고 있음		
관련 이미지			
	제품 진열대	매장 전경	

자료: 현지조사원(2018.03.17)

□ K사

기업 개요			
-	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 싱가포르 내 최대의 한국식품 유통기업 ‘고려무역’의 자체 브랜드 매장이자 대표적인 한인 마켓으로, 다양한 한국산 식료품 및 생활 용품을 판매하고 있음</li> <li>- 한국인 교민뿐만 아니라 한국산 제품을 찾는 싱가포르 현지인도 애용하고 있기 때문에 소비자들의 편리성을 위해 온라인 판매도 진행하고 있음</li> </ul>		
채널 형태	슈퍼마켓	설립연도	-
대표 전화	+65 6462 5331	홈페이지	www.koryomart.co.kr
본사 위치	Singapore 596226 싱가포르 4 Toh Tuck Link #04-00, Markono B/D	점포 수	6개
판매 현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 현지에 있는 오프라인 유통채널을 통틀어 한국산 숙취해소음료 제품을 가장 다양한 제품을 취급하고 있음</li> <li>- 한국인 교민이 자주 이용하는 유통채널인만큼 한국 내에서 인지도 및 판매가 높은 제품을 구비하고 있으며 한국의 특정 수출업체와 계약을 맺어 직접 수입하고 있음</li> </ul>		
관련 이미지			
			
	제품 진열대		매장 전경

자료: 현지조사원(2018.03.17)

## 2) 온라인 유통채널

### □ 큐텐(Qoo10)

기업 개요				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 싱가포르 외에 말레이시아, 인도네시아, 홍콩, 중국, 일본 등에 진출해 있으며, 싱가포르에서는 가장 보편적으로 이용되는 온라인 쇼핑몰</li> <li>- 자체 물류회사인 Qxpress를 통해 국내 배송 시 3시간 이내로 배송되는 Quick Delivery 서비스가 강점</li> </ul>			
	채널 형태	온라인 쇼핑몰	설립연도	2012년
대표 전화	+65 6500 4440	홈페이지	www.qoo10.sg	
본사 위치	5 Tampines Central 1 #04-04 Tampines Plaza 529541, Singapore			
판매 현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 경쟁사 대비 다양한 상품 구성 및 저렴한 가격을 제공하고 있음</li> <li>- 전 품목을 취급하나 특히 패션, 뷰티, 건강 제품에 특화되어 있음</li> </ul>			

자료: 현지조사원(2018.03.17)

### □ 라자다(Lazada)

기업 개요				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 알리바바 그룹이 운영하는 동남아시아 1위 온라인 쇼핑 및 판매 포털로, 동남아의 아마존으로 불리며 인도네시아, 말레이시아, 베트남, 필리핀, 태국, 싱가포르 동남아 내 6개국에서 가장 큰 전자상거래 포지션을 차지</li> <li>- 2014년 싱가포르에 설립되었으며 Qoo10보다 후발주자이지만 급속도로 성장, 정품 취급을 우선으로 하며 소비자의 신뢰를 구축함</li> </ul>			
	채널 형태	온라인 쇼핑몰	설립연도	2011년
대표 전화	+65 6223 4523	홈페이지	www.lazada.sg	
본사 위치	8 SHENTON WAY #43-01 AXA TOWER SINGAPORE 068811			
판매 현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 생활용품, 식료품 등 다양한 제품을 취급하나 특히 전자 제품에 강점을 보임</li> <li>- 무료 반품 및 환불 정책을 운영하고 있음</li> </ul>			

자료: 현지조사원(2018.03.17)

## [ 참고 문헌 ]

### ■ 참고 자료

1. 「Country Insight Snapshot Singapore January 2019」, Dun & Bradstreet, 2019.01.07
2. 「Country Insight Report Singapore February 2019」, Dun & Bradstreet, 2018.9.14
3. 「Annual Report 2017/18」, Agri-Food & Veterinary Authority of Singapore(AVA), 2018
4. 「Yearbook of Statistics Singapore 2018」, Department of Statistics Singapore, 2018.11
5. 「Food Regulation」, Agri-Food & Veterinary Authority of Singapore(AVA), 2018.03
6. 「MINI Market Report」, 한국농수산물유통공사, 2014
7. 「2018 동남아시아 편의점 시장분석」, 농림축산식품부, 2018.04
8. 「Global status report on alcohol and health 2018」, World Health Organization, 2018.09.21

### ■ 참고 사이트

1. Internet World Stats([www.internetworldstats.com](http://www.internetworldstats.com))
2. Euromonitor International([www.portal.euromonitor.com](http://www.portal.euromonitor.com))
3. 관세법령정보포털 3.0([unipass.customs.go.kr](http://unipass.customs.go.kr))
4. 세계 HS 정보시스템([www.customs.go.kr](http://www.customs.go.kr))
5. International Trade Centre([www.trademap.org](http://www.trademap.org))
6. KATI농식품수출정보([www.kati.net](http://www.kati.net))
7. 싱가포르 관세청([www.customs.gov.sg](http://www.customs.gov.sg))
8. 관세법령정보포털 3.0([unipass.customs.go.kr/clip/index.do](http://unipass.customs.go.kr/clip/index.do))
9. 통합무역정보서비스([www.tradenavi.or.kr](http://www.tradenavi.or.kr))
10. 대한민국 관세청([www.customs.go.kr](http://www.customs.go.kr))
11. 1B4 Drink([www.1b4drink.com](http://www.1b4drink.com))
12. CNA Lifestyle([www.cnalifestyle.com](http://www.cnalifestyle.com))
13. The Straits Times([www.straitstimes.com](http://www.straitstimes.com))
14. Agri-Food & Veterinary Authority of Singapore([www.ava.gov.sg](http://www.ava.gov.sg))
15. 플래텀([platum.kr](http://platum.kr))

## 2018 농식품 해외시장 맞춤형조사

No. 1902-03

품 목 : 숙취해소음료(Anti-Hangover Drink)

국 가 : 싱가포르(Singapore)

보고서 기획 및 작성

- 한국농수산물유통공사

발 행 일 2018

발 행 처 한국농수산물유통공사 수출정보부  
(58217) 전라남도 나주시 문화로 227  
02-6300-1119 <http://www.kati.net>

자료문의 aT수출정보부  
02-6300-1119

- 본 자료는 한국농수산물유통공사 농수산물수출정보 사이트 [www.kati.net](http://www.kati.net)에서 보실 수 있습니다.
- 본 자료집에 실린 내용은 한국농수산물유통공사의 공식 견해와 반드시 일치하는 것은 아닙니다.
- 본 자료집의 내용은 출처를 명시하면 인용할 수 있으나 무단전제, 복사는 법에 저촉됩니다.