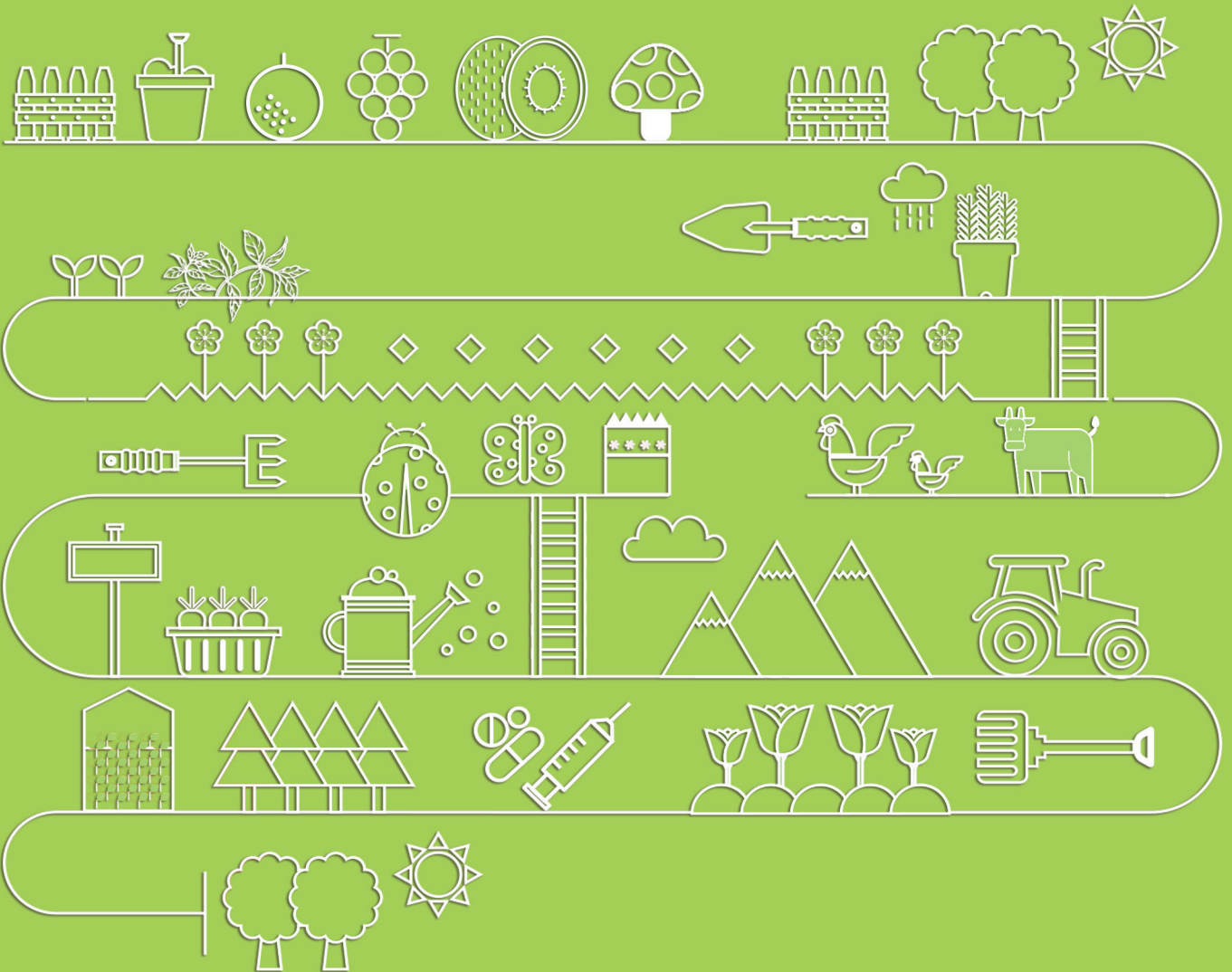


제4차년도  
수출전략기술개발사업

# 배 수출연구사업단

(코로나 극복을 위한 신시장 발굴 해외 마케팅 전략)



배 수출연구사업단

- ✓ 본 결과물은 농림축산식품부의 재원으로 농림식품기술기획평가원이 수출전략기술개발사업의 지원을 받아 연구되었음 (No. 617075-5)
- ✓ This work was supported by Korea Institute of Planning and Evaluation for Technology in Food, Agriculture and Forestry(IPET) through Export Promotion Technology Development Program, funded by Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs(MAFRA)(No. 617075-5)
- ✓ 내용의 무단 복사, 인용을 제한하며 인용시 대표 저자의 사전 승인을 요청함

주관기관명 : 배 수출연구사업단

이상현

위승곤

최태환

양 응

## 배 수출연구사업단 (코로나 극복을 위한 신시장 발굴 해외 마케팅 전략)

# CONTENTS

1. 유럽 신선과일 시장 동향 .....	1
(1) 유럽 신선과일 생산 동향 .....	1
(2) 유럽시장 신선과일 수출입 동향 .....	1
(3) 주요 유럽 국가 신선과일 수출입 동향 .....	3
(4) 코로나로 인한 신선과일 시장 변화 .....	5
2. 국내외 수출 이슈로 인한 신시장 발굴 .....	7
(1) 신시장 발굴 배경 .....	7
(2) 신시장 검토 .....	9
(3) K-Food Fair 및 바이어미팅 .....	10
3. 한국배 홍보 콘텐츠 개발 .....	16
(1) 연속 홍보 콘텐츠 개발 .....	16
(2) 언택트 홍보 콘텐츠 개발 .....	19
(3) 소비자 침투형 콘텐츠(광고) 추진 .....	23
4. 유럽 및 신시장 발굴을 위한 마케팅 전략 .....	28
(1) 코로나와 수출배 시장 이슈 진단 .....	28
(2) 이슈 극복을 위한 2-Track 전략 .....	28

# 1. 유럽 신선과일 시장 동향

## (1) 유럽 신선과일 생산 동향

- 지난 몇 년간 40,000천 톤 이상의 과일이 생산되었으며, 스페인의 생산량이 가장 높음
  - 2018년도 기준으로 유럽의 신선 과일 생산량은 47,973천 톤이며, 스페인의 생산량은 14,244천 톤으로 유럽 전체 생산량의 약 30%에 해당함
- 품목으로는 사과가 가장 많은 생산량을 보임
  - 유럽에서 가장 많이 생산되는 과일은 사과로 '18기준 13,275천 톤이 생산됨
  - 배는 2,613천 톤으로 전체 유럽 과실 생산량의 약 5%에 해당

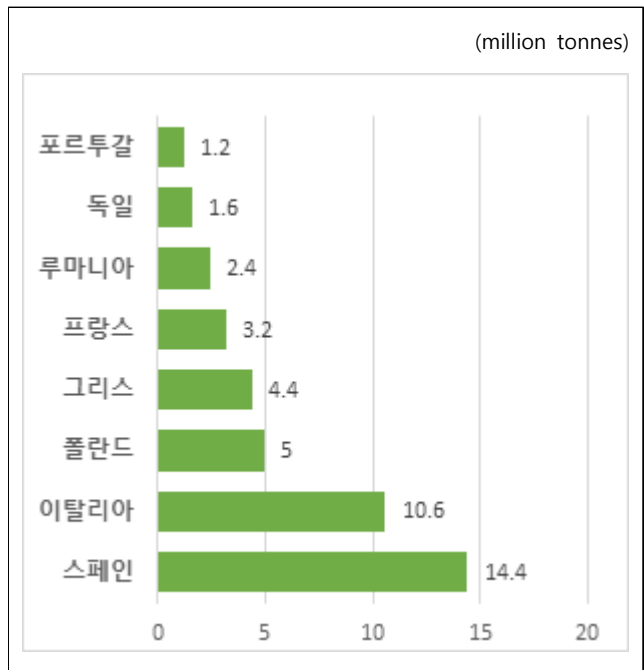
**PRODUCTION**

(Kilo tonnes)

FRESH FRUIT	2016	2017	2018	2019P
Apples	11,840	9,251	13,275	10,556
Oranges	6,325	6,206	6,518	5,861
Easy Peelers	3,292	2,927	2,780	3,000
Watermelons	3,036	3,204	3,181	3,190
Peaches	2,161	2,532	2,416	2,550
Pears	2,343	2,422	2,613	2,047
Melons	1,797	1,795	1,790	1,840
Table Grape	1,728	1,640	1,785	1,690
Nectarins	1,373	1,578	1,325	1,506
Other	11,246	11,482	12,290	11,395
<b>TOTAL</b>	<b>45,141</b>	<b>43,037</b>	<b>47,973</b>	<b>43,635</b>

**Top 8 Fruit PRODUCER 2018**

(million tonnes)



출처 : FRUIT LOGISTICA 2020, EUROPEAN STATISTICS HANDBOOK

## (2) 유럽시장 신선과일 수출입 동향

- 수입: 몇 년간 유럽 안팎으로 32,095천 톤 이상의 신선 과일이 수입됨
  - 배의 경우 유럽 외부에서 수입되는 물량은 미미하며, 유럽 대륙 내 수입 물량은 2018년 기준 809천 톤으로, 전체 신선 과일 중 8번째로 수입 물량이 높은 품목
  - 유럽에서 수입 물량이 가장 많은 품목은 바나나
- 유럽에서 가장 많은 신선과일을 수입하는 국가는 네덜란드와 독일
  - 네덜란드는 지정학적 위치가 유럽의 입구로 의미하며, 중계무역의 거점으로 자국 소비량 뿐만 아니라 중계무역의 거점으로 신선과일의 수입량이 높은 측면이 있음



**IMPORTS-INTRA+EXTRA-EU**

(Kilo tonnes)

FRESH FRUIT	2016	2017	2018	2019P
Netherlands	4,300	4,561	5,031	4,933
Germany	5,309	5,444	5,286	4,880
United Kingdom	3,719	3,715	3,564	3,481
France	3,261	3,420	3,433	3,439
Belgium	2,394	2,514	2,396	2,163
Italy	1,795	2,043	2,002	1,945
Spain	1,548	1,666	1,811	1,699
Poland	1,462	1,686	1,550	1,520
Portugal	745	835	867	860
Romania	768	796	779	756
Other	4,682	4,779	4,710	4,119
<b>TOTAL</b>	<b>30,687</b>	<b>32,158</b>	<b>32,095</b>	<b>30,458</b>

**IMPORTS-EXTRA-EU**

(Kilo tonnes)

FRESH FRUIT	2016	2017	2018	2019P
Bananas	5,520	5,910	6,057	5,486
Pineapples	847	942	1,016	925
Oranges	950	1,050	1,084	897
Table Grapes	607	664	683	602
Avocados	447	486	607	540
Apples, fresh market	423	422	550	417
Easy Peelers	429	455	495	403
Watermelons	284	336	399	396
Lemons	413	353	471	366
Other	2,275	2,341	2,511	2,185
<b>TOTAL</b>	<b>12,195</b>	<b>12,959</b>	<b>13,872</b>	<b>12,216</b>

**IMPORTS-INTRA-EU**

(Kilo tonnes)

FRESH FRUIT	2016	2017	2018	2019P
Bananas	3,009	3,269	3,139	2,853
Oranges	2,243	2,189	2,104	1,870
Apples, fresh market	2,131	2,225	1,902	1,768
Easy Peelers	1,777	1,578	1,510	1,432
Watermelons	1,264	1,298	1,406	1,349
Table Grapes	972	992	950	902
Lemons	766	875	810	804
Pears	910	879	809	713
Pineapples	467	467	498	454
Other	4,953	5,427	5,095	4,959
<b>TOTAL</b>	<b>12,195</b>	<b>12,959</b>	<b>13,872</b>	<b>12,216</b>

출처 : FRUIT LOGISTICA 2020, EUROPEAN STATISTICS HANDBOOK

- 수출: 유럽 안팎으로 가장 많은 신선과일을 수출하는 국가는 스페인이며, 유럽 내 수출이 유럽 외 국가로의 수출 물량보다 많음
  - 지난 몇 년간 유럽 안팎으로 20,000천 톤 이상의 신선 과일이 수출되었으며 유럽 외부로 사과, 내부로는 바나나의 거래 물량 가장 많음
  - 유럽 내 바나나 수출은 재수출이 지배적이나, 약 600천 톤의 EU 생산량도 있음

**EXPORTS-INTRA+EXTRA-EU**

(Kilo tonnes)

FRESH FRUIT	2016	2017	2018	2019P
Spain	7,194	7,498	7,144	7,815
Netherlands	3,522	3,777	4,076	3,807
Italy	3,059	2,911	2,568	2,393
Belgium	2,205	2,217	1,982	1,712
Greece	1,388	1,185	1,228	1,249
Poland	1,346	1,280	1,049	1,205
France	1,226	1,222	1,020	957
Germany	714	698	597	540
Portugal	322	465	492	491
Lithuania	381	385	264	223
Austria	220	171	172	188
Other	918	983	968	373
<b>TOTAL</b>	<b>22,494</b>	<b>22,792</b>	<b>21,559</b>	<b>20,952</b>

**EXPORTS-EXTRA-EU**

(Kilo tonnes)

FRESH FRUIT	2016	2017	2018	2019P
Apples	1,564	1,283	844	1,023
Oranges	318	299	318	307
Easy Peelers	259	211	228	223
Bananas	8	9	11	9
Other	1,402	1,446	1,264	1,236
<b>TOTAL</b>	<b>3,551</b>	<b>3,247</b>	<b>2,665</b>	<b>2,798</b>

**EXPORTS-INTRA-EU**

(Kilo tonnes)

FRESH FRUIT	2016	2017	2018	2019P
Bananas	2,911	3,240	3,126	2,802
Oranges	2,436	2,368	2,345	2,110
Apples	2,135	2,206	1,907	1,779
Easy Peelers	1,816	1,668	1,662	1,601
Other	9,645	10,063	9,853	9,459
<b>TOTAL</b>	<b>18,943</b>	<b>19,545</b>	<b>18,894</b>	<b>17,751</b>

출처 : FRUIT LOGISTICA 2020, EUROPEAN STATISTICS HANDBOOK

### (3) 주요 유럽 국가 신선과일 수출입 동향

○ 독일: '18년 배를 48천 톤 생산, 167천 톤 수입

- 2018년도 기준으로 독일 내 신선 과일 생산량은 1,447천 톤으로 그 중 배는 48천 톤을 차지하고 있으며, 배 수입량은 167천 톤
- 2017년 봄 냉해로 개화시기가 늦어지면서 생산량이 감소하였으며 2018년 약 2배인 48천 톤 생산

#### PRODUCTION

(Kilo tonnes)

FRESH FRUIT	2016	2017	2018	2019P
Apples	1,033	597	1,093	950
Strawberries	143	135	142	134
Plums	38	24	61	48
Sweet Cherries	29	17	44	48
Pears	35	23	48	37
Blueberries	11	14	13	16
Currants	14	12	16	15
Sour Cherries	16	8	16	12
Mirabelle Plums	4	3	9	5
Other	11	14	5	15
<b>TOTAL</b>	<b>1,334</b>	<b>847</b>	<b>1,447</b>	<b>1,278</b>

#### IMPORT

(Kilo tonnes)

FRESH FRUIT	2016	2017	2018	2019P
Bananas	1,403	1,418	1,261	1,293
Apples	520	629	556	504
Watermelons	401	412	510	463
Oranges	490	462	473	460
Easy Peelers	414	380	368	380
Table Grape	330	338	320	299
Nectarines	172	183	153	166
Pear	169	170	167	157
Pineapple	170	148	163	147
Oher	1,318	1,449	1,398	1,446
<b>TOTAL</b>	<b>5,387</b>	<b>5,589</b>	<b>5,368</b>	<b>5,314</b>

출처 : FRUIT LOGISTICA 2020, EUROPEAN STATISTICS HANDBOOK

○ 이탈리아: '18년 배를 730천 톤 생산하고, 155천 톤 수출

- 이탈리아는 유럽 내 가장 많은 양의 배를 생산하는 국가임. 2018년도 기준으로 이탈리아 내 신선 과일 총 생산량은 10,527천 톤이며 배는 730천 톤
- '18기준 배 생산량의 약 1/4의 물량이 수출되었음(155천 톤)

#### PRODUCTION

(Kilo tonnes)

FRESH FRUIT	2016	2017	2018	2019P
Apples	2,272	1,704	2,264	2,195
Oranges	1,590	1,583	1,592	1,866
Melons	1,166	1,177	1,190	1,189
Table Grape	997	978	1,028	880
Easy Peelers	698	747	578	804
Nectarines	657	688	573	654
Peaches	537	588	503	562
Pears	681	738	730	511
Kiwifruit	452	369	393	371
Others	1,696	1,710	1,675	1,781
<b>TOTAL</b>	<b>10,746</b>	<b>10,281</b>	<b>10,527</b>	<b>10,813</b>

#### EXPORT

(Kilo tonnes)

FRESH FRUIT	2016	2017	2018	2019P
Apples	1,010	976	673	1,010
Table Grape	474	502	465	330
Kiwi fruit	413	322	293	310
Watermelons	234	215	299	220
Peaches/Nectarines	253	223	160	135
Pears	150	138	155	115
Easy Peelers	88	94	80	100
Oranges	152	111	138	95
Lemons	46	47	47	45
Others	240	350	280	260
<b>TOTAL</b>	<b>3,060</b>	<b>2,977</b>	<b>2,590</b>	<b>2,620</b>

출처 : FRUIT LOGISTICA 2020, EUROPEAN STATISTICS HANDBOOK

- 프랑스: '18년 배를 134천 톤 생산하고 배에 대한 수입과 수출은 높지 않음
  - 2018년도 기준으로 프랑스 내 신선 과일 생산량은 2,932천 톤으로 그 중 배는 134천 톤을 차지하고 있음
  - 수입과 수출 품목에 배가 없는 것으로 볼 때, 생산량을 프랑스 국내에서 대부분 유통 및 소진하고 있음을 추측해 볼 수 있음

### PRODUCTION

(Kilo tonnes)

FRESH FRUIT	2016	2017	2018	2019P
Apples	1,515	1,424	1,477	1,652
Melons	259	286	255	225
Plums	216	211	175	210
Bananas	291	184	191	190
Apricots	116	157	111	158
Pears	138	133	134	115
Peaches	113	122	97	112
Nectarines	94	100	82	98
Kiwifruit	65	58	55	55
Easy Peelers	40	42	48	45
Other	304	310	307	314
<b>TOTAL</b>	<b>3,151</b>	<b>3,025</b>	<b>2,932</b>	<b>3,174</b>

### IMPORT

(Kilo tonnes)

FRESH FRUIT	2016	2017	2018	2019P
Bananas	572	690	750	695
Oranges	512	517	489	495
Clementines	371	355	334	365
Watermelons	168	188	202	225
Apples	173	165	174	180
Melons	174	180	169	165
Avocados	135	146	157	165
Others	1,152	1,175	1,130	1,120
<b>TOTAL</b>	<b>3,256</b>	<b>3,416</b>	<b>3,405</b>	<b>3,410</b>

출처 : FRUIT LOGISTICA 2020, EUROPEAN STATISTICS HANDBOOK

- 영국: '18년 배를 26천 톤 생산하고, 126천 톤 수입
  - 2018년 기준 영국의 신선과일 생산량은 437천 톤으로 그 중 배는 26천 톤을 차지하고 있음
  - '18 유럽 국가의 신선과일 생산량은 46,831천 톤으로 영국의 신선과일 생산량은 유럽 생산량의 약 1%로 12위에 해당하나, 신선 과일 총 수입량은 유럽 국가 중 3위에 해당하며 신선 과일에 대한 수입의존도가 높은 것을 볼 수 있음

### PRODUCTION

(Kilo tonnes)

FRESH FRUIT	2016	2017	2018	2019P
Apples	244	206	219	210
Strawberries	120	128	132	128
Pears	24	28	26	28
Raspberries	16	17	15	16
Blackcurrants	12	14	16	16
Plums	9	8	9	7
Cherries	2	7	4	5
Other Soft Fruit	8	11	11	11
Other	5	4	5	5
<b>TOTAL</b>	<b>440</b>	<b>423</b>	<b>437</b>	<b>426</b>

### IMPORT

(Kilo tonnes)

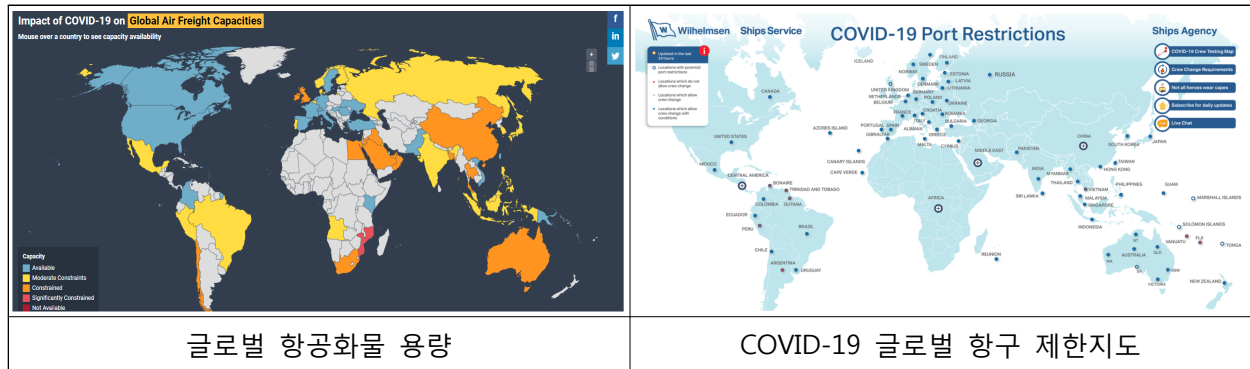
FRESH FRUIT	2016	2017	2018	2019P
Bananas	1,211	1,229	1,137	1,135
Apples	382	525	382	375
Melons	301	305	319	325
Easy Peelers	317	289	286	288
Table Grape	275	271	273	282
Oranges	292	287	268	265
Pineapples	148	168	160	159
Lemons, Limnes	148	154	160	158
Pears	146	133	126	122
Other	627	621	630	644
<b>TOTAL</b>	<b>3,847</b>	<b>3,984</b>	<b>3,741</b>	<b>3,753</b>

출처 : FRUIT LOGISTICA 2020, EUROPEAN STATISTICS HANDBOOK

#### (4) 코로나로 인한 신선과일 시장 변화

- 고가의, 이국적인 과일에 대한 소비 수요 하락
  - 어려운 시기 소비자는 유통 기한이 길고, 저렴한 과실을 선택
  - 이동제한으로 외식 시장이 위축되며, 고부가가치 과실 사용에 대한 B2B 수요 또한 하락
  
- 물류비 상승 및 비효율성 심화됨
  - (도로) 유럽 내 공급 국가와 목적지 국가가 국경을 폐쇄와 제한 조치로 이송기간의 지연 심화
  - (선박) 보완 조치로 어느 정도 완화되었으나 평년에 비해 적재 가능 용량이 낮아졌으며, 제한된 용량으로 추가 요금이 과금
  - (항공) 화물에 대한 수요는 있지만 이전 수준으로 회복되지 못하였으며, 물류비 역시 이전 수준의 회복이 이루어지지 못함
  - (저장) 사회적 거리 준수로 인해 창고의 최대 공간 활용이 불가
  
- 인력의 부족
  - 이동제한과 재택근무 권장으로 작물 수확 및 물류 이송에 대한 절대적인 인력이 부족함
  - 또한, 국가 간 노동자들의 이동이 원활하지 않은 상황으로 특히 동유럽 노동자의 이동이 제한되어 수확 시기 노동력 부족이 심화될 것으로 전망

#### 〈 항공/선박 물류 제한 사항 〉



글로벌 항공화물 용량

COVID-19 글로벌 항구 제한지도

출처 : <https://www.wilhelmsen.com/>  
<https://logisticsinsights.agility.com/>

○ 유럽 주요 국가별 이슈

 <b>독일</b>	 <b>이탈리아</b>	 <b>프랑스</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- 신선한 과일과 채소의 공급에는 문제가 없을 것으로 전망</li> <li>- 물류 특히, 트럭 운전사와 같은 인력 부족 악화 전망</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 수입 제품의 감소로, 국내 신선의 단가 상승</li> <li>- 브로콜리, 콜리플라워, 시금치, 아티초크와 같은 고급 식재료에 대한 수요 감소</li> <li>- 외국인 노동력이 누수 되어 수확 시 문제 야기 전망</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 정부 비축분이 있어 부족하지 않음</li> <li>- 소비자의 대량 구매가 일어나는 품목은 당근, 감자, 감귤류의 기본적인 품목</li> <li>- 반면 아스파라거스와 같은 고급 식재료의 판매는 부진</li> </ul>
 <b>영국</b>	 <b>스페인</b>	 <b>네덜란드</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- 신선식품에 대한 구매가 외식에서 마켓과 병원으로 이동</li> <li>- 소비자들이 도매 시장에서 과일과 채소를 대량으로 구매</li> <li>- 이동제한으로 동유럽의 노동자들이 부족하여 수확기 문제 전망</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 바나나와 감자에 대한 수요가 특히 높고 가격이 상승</li> <li>- 경기 침체로 망고, 아보카도 및 베리와 같은 고급 제품에 대한 수요가 감소 우려</li> <li>- 다른 유럽 국가로의 수출이 증가</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 생강, 마늘과 같은 유익한 효과가 있는 상품이나 양파, 양배추, 사과와 같이 유통 기한이 긴 제품의 소비자 니즈가 있음</li> <li>- 신선에 대한 중계무역이 많은 국가로, 재택 인력으로 인한 인력 부족의 누수가 있음</li> </ul>
 <b>벨기에</b>	 <b>헝가리</b>	 <b>폴란드</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- 코로나에 타격은 있으나 해외 제품 공급은 안정적으로 이루어짐</li> <li>- 감자의 수급이 원활하지 않아 해당 산업군에 영향을 받고 있음</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 수확에 투입되는 루마니아 노동자들이 헝가리로 오지 못해 인력의 문제 발생</li> <li>- 헝가리의 주요 수출품인 고추, 토마토, 체리, 자두도 수확할 때 문제 야기 전망</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 사과에 대한 수요가 소비자 비축 행동으로 인해 급격히 증가</li> <li>- 학교와 판매 채널의 제한으로 유통 기한이 짧은 과일과 채소에 대한 수요 감소를 우려</li> </ul>

출처 : horti daily(2020), Global impact of Corona virus on fresh produce markets

## 2. 국내외 수출 이슈로 인한 신시장 발굴

### (1) 신시장 발굴 배경

- 전년 대비 생산량 감소로 원물 단가 상승
  - (생산량) 재배면적의 감소와 기상악화로 전년대비 22% 생산량 감소 전망
  - (가격) 한국배 주요 수출 품종인 신고는 9월 전년 대비 도매가는 39% 상승하였으며, 10월 또한 28,400원 정도의 가격 상승 전망

〈 신고배 연간 도매가 추이 〉

구분	도매가			재배면적 (ha)	생산량 (천 톤)
	등급	9월	10월		
2020	상품	46,358	58,673	9091	157.6
	중품	36,005	47,853		
2019	상품	33,355	28,424	9615	200.7
	중품	25,327	22,878		
평년	상품	31,747	27,966	10789	234.1
	중품	23,607	20,320		

출처 : 한국농촌연구원, 농업관측(배) 2020년 10월호 자료 재조합

- 중단거리 노선의 물류비가 안정화 추세에 있는 것과 달리 장거리 노선은 회복되지 못함
  - 물류 영향은 주로 장거리 항공운송에서 두드러짐
  - (중/단거리) 항공운임이 일시적으로 2~3배 증가, 현재는 홍콩·중국·베트남 등 주요 수출국의 운임은 코로나19 이전 수준으로 안정화
  - (장거리) 항공운임이 4~5배 폭등한 이후 북미/유럽지역의 운임은 지속적으로 높은 수준 유지  
**채산성 확보가 어려워 코로나 이전 수준의 회복까지 시간이 걸릴 것으로 전망**
- 유럽/미주 시장은 코로나 이후 시장 회복 전망이 더딤
  - 코로나19의 장기화로 인해 글로벌 수요의 감소로 전체적인 수출 감소세가 고착화
  - 한국무역협회의 10월 TRADE BRIEF에 1,051개 수출기업을 대상으로 조사한 자료에 따르면 코로나19로 인한 수출영향의 예상회복 시점은 2021년 하반기로 평가되고 있음
  - 향후 개선이 기대되는 시장으로는 아세안(25.2%), 중국(20.0%), 미국(15.7%) 순으로, 악화가 예상되는 시장으로는 미국(19.9%), 중국(17.5%), EU(15.5%) 순으로 조사됨
  - 농수산물 품목 세부적으로 검토해 봤을 때 개선이 기대되는 시장으로는 아세안(23.9%), 미국(23.9%), 중국(18.9%) 순으로, 악화가 예상되는 시장으로는 미국(20.6%), 일본(20.6%), 중국(20%) 순으로 조사됨

### 〈 수출국별 수출시장 전망 〉

수출시장 전망(9월조사)

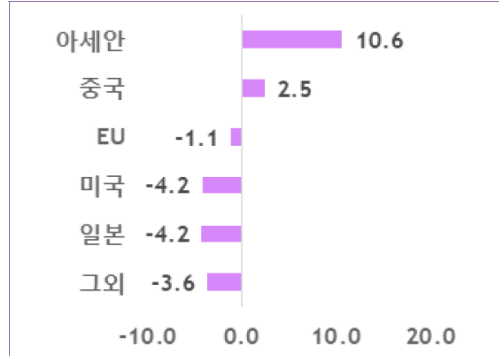
단위 : %

	개선(a)	악화(b)	차이(a-b)
아세안	25.2	14.6	10.6
중국	20.0	17.5	2.5
EU	14.4	15.5	-1.1
미국	15.7	19.9	-4.2
일본	6.8	11.0	-4.2
기타	17.9	21.5	-3.6
<b>총합</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>-</b>

주 : 교역이 개선(악화)될 것이라 예상되는 시장에 대한 선택으로 주요 수출시장 지역 외 기타 표기

수출시장 전망 응답률 차이(9월조사)

단위 : %



주 : (개선전망 응답률-악화전망 응답률)로 주요 수출시장 지역 외 기타 표기

### 〈 농수산물 품목 수출시장 전망 〉

국가	개선(a)	악화(b)	차이(a-b)
아세안	23.9	19.4	4.5
미국	23.9	20.6	3.3
중국	18.9	20	-1.1
EU	12.6	10.6	2
일본	8.2	20.6	-12.4

출처 : 한국무역협회, 수출기업의 코로나-19 영향 및 수출회복 전망 자료 재조합

- 유럽 시장 중심의 수출 전략을 진행해 왔으나, 코로나 이슈로 인한 시장 회복의 장기화가 전망됨에 따라, 유럽 시장 전략과 동시에 농수산물 품목 수출시장의 빠른 회복이 기대되는 아세안 시장에 대한 전략을 동시 운영 필요
  - (수출단가) 국내 원물가격 상승과 장거리 노선의 물류비 상승은 수출단가 상승에 지대한 영향
  - (글로벌 수요) 소비심리가 위축되어 고가의 한국배에 대한 수요를 예측하기 어려움
  - ‘한국에서 온 새로운 프리미엄 과일’로 포지셔닝하고 유통을 추진하기에 코로나19로 인해 폐쇄적인 소비활동으로 효율성이 떨어짐
  - (신규시장) 이미 한국에 대한 호감이 높고 소비시장이 발달하고 있으며, 중단기 물류 노선에 속하는 아세안 국가를 중심으로 한국배의 새로운 가능성을 점검

〈 신시장 개발 국가 요약 〉

국가	인구	GDP (2018/USD)	GDP 성장률 (2018/USD)	2019년 한국배 수입(kg)	19년 한국배 수출 물량
한국	51,709,000	33,346			
홍콩	7,500,0700	48,675		<b>1,108,250</b>	4위
인도네시아	<b>270,626,000</b>	3,894	<b>5.2%</b>	714,804	6위
싱가포르	5,804,000	<b>64,582</b>	3.1%	484,341	7위
말레이시아	31,950,000	11,239	4.7%	239,739	10위

출처 : KOSIS 국가통계포털, Kati 농식품수출정보, TRASS 한국 무역통계 진흥원 자료 재조합

## (2) 신시장 검토

### 가. 홍콩

- 관세와 수출입 규제가 없어 많은 국가의 상품이 각축을 벌이는 시장
  - (시장특성) 가격 경쟁이 치열한 시장으로, 한국산보다 저렴한 대만, 중국산이 유통되고 있어 저가 전략으로는 차별화를 이루기 힘들
  - (수입현황) '19년 한국배를 네 번째로 많이 수입한 국가
  - (소비특성) 국제도시로, 다양한 인종과 문화가 공존하며 농축산물의 자급률이 매우 낮아 대부분 수입에 의존하여 다양한 소비가 나타남
- 홍콩은 중화권 및 동남아 시장의 소비 트렌드를 이끄는 시장
  - (목표) 본격적인 신규시장 발굴 전 시장 가능성의 시험대로 활용
  - (방향) 수출 규모의 확대보다 소량이라도 고급화 전략을 통해 한국배의 프리미엄 이미지 구축
  - (추진 내용) 해당 시장 전문가 자문을 통해 형성된 주요 바이어 네트워크를 통해 영업

### 나. 싱가포르

- 높은 GDP로 확인되듯 높은 소득수준이 높으며, 수입 상품에 대한 저항이 적은 시장
  - (시장특성) 식량 자급률이 떨어지며, 식품의 90% 이상을 수입에 의존
  - (수입현황) '19년 한국배를 일곱 번째로 많이 수입한 국가
  - (소비특성) 소비수준이 높으며, 프리미엄 상품에 대한 명확한 수요가 있음
- 프리미엄 상품을 안정적으로 소구할 수 있는 시장
  - (목표) 한국배를 프리미엄 상품화하여 그 가능성 점검
  - (방향) 시장 내 중국 배와 차별화 프리미엄 포인트를 중심으로 소구
  - (추진 내용) 바이어 네트워크를 통해 영업

### 다. 말레이시아

- 젊은 소비자 높은 인터넷 보급률로 온라인 마켓이 폭발적으로 성장하고 있는 시장
  - (시장특성) 신남방 국가 중 인터넷 보급률이 '18기준 88.2%로 가장 높아 코로나19 이후 정부의 이동제한명령(MCO) 시행으로 비대면, 온라인 마켓과 배달앱 시장이 성장세를 보임
  - (수입현황) '19년 한국배를 열 번째로 많이 수입한 국가



- (소비특성) 고소득층과 젊은이들 사이에서 한국산 과실류가 프리미엄 과실로 인식
- 안정적인 인터넷 및 물류 환경을 바탕으로 온라인 시장에 대한 새로운 접근이 가능
- (목표) 코로나 이슈가 적은 온라인 마켓을 중심으로 새로운 시장 탐색
- (방향) 온라인에 익숙한 젊은 소비자들을 중심으로 다양한 방법으로 소구
- (추진 내용) K-FOOD FAIR를 진행 했으며, 이후 네트워크를 바탕으로 추가 논의 중



## 라. 인도네시아

- 세계 4위의 인구 규모, 빠른 도시화, 30대의 젊은 소비자를 바탕으로 성장하는 시장
- (시장특성) 구매력이 부족 하고 보호주의 정책으로 수입은 타 동남아 대비 상대적으로 낮음
- (수입현황) '19년 한국배를 여섯 번째로 많이 수입한 국가
- (소비특성) 무슬림 인구가 87% 이상으로, 할랄 인증이 구매에 영향을 미침
- 거대한 인구와 높은 경제 성장률, 한국문화에 대한 호감도로 한국배의 잠재고객이 많은 시장
- (목표) 성장이 예견되는 시장에 진입하여 한국배의 긍정적 이미지 구축
- (방향) 마케팅을 중심으로, 한국 배에 대한 경험을 늘려가며 유통 시장을 넓히는 방향
- (추진 내용) K-FOOD FAIR를 진행 했으며, 이후 네트워크를 바탕으로 추가 논의 중

## (3) K-Food Fair 및 바이어미팅

- aT의 주관으로 각국에서 개최되는 행사로, 정식 명칭은 ‘자카르타 온라인 K-Food Fair’
- 코로나 이슈로 온라인으로 개최되었으며, 말레이시아와 인도네시아에서 개최 말레이시아, 인도네시아, 싱가포르 3개국을 아우르는 규모로 추진됨
- 현지 사정으로 몇 차례 연기되었으며 최종 11월 11일과 12일 양일간 진행

### 〈 자카르타 온라인 K-Food Fair 개요 〉

 <p>“정보는 유용하게, 보호는 철저하게” 한국농수산물유통공사</p> <p>수 신 2020 자카르타 K-Food Fair 참가신청 일체 기재 (경유) 계 목 2020 자카르타 K-Food Fair 참가업체 참가신청 알림</p> <p>1. 귀 사의 무궁한 발전을 기원합니다.</p> <p>2. 2020년도 자카르타 K-Food Fair 참가업체로 귀사를 추가신청 하오니 향후 참가준비에 적극 협조하여 주시기 바랍니다. 참가 취소 시 배넬티 적용 등 관련 자정이 동일하게 적용됨을 알려드립니다. 끝.</p> <p>한국농수산물유통공사 사장</p> <p>장소 시명 해외사업부-3654 ( 2200.08.11 ) 경수 주 요관 2200.08.11주부 권희도 027 전화 061-891-0867 (전송) / yoo1575@at.or.kr / www.aT.or.kr (박종영)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 행사명 : K-FOOD FAIR 2020 Kuala Lumpur 2020 자카르타 온라인 K-Food Fair</li> <li>- 행사국가 : 말레이시아, 인도네시아</li> <li>- 대상국가 : 말레이시아, 인도네시아, 싱가포르</li> <li>- 행사일시 : 2020. 11. 11/2020. 11. 12</li> <li>- 행사장소 : 인터콘티넨탈 호텔 쿠알라룸푸르</li> <li>- 상담방법 : 수출업체는 자사 사무실, 바이어 및 통역 요원은 현지 상담장 집결하여 온라인 상담</li> </ul> 
---	---

※ 현지 코로나 확산 상황으로, 개최 일정 연기

## 〈 K-FOOD FAIR 2020 준비사항 〉


회사소개
상품소개

상품소개
인쇄여러

**Korean Pear** (ENG)

- 회사명 : FAMNET COOP (회사 홈페이지 바로가기)
- 최근 업데이트 : 2020-10-16

인쇄여러
다시올라보기
상상정보추가

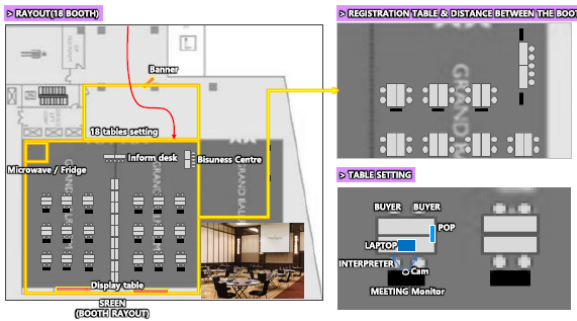


상품 소개 자료 구성

2. 통역원 배정 리스트

시간	NO	카테고리	그룹	업체	통역원(명)	통역원
10:00~14:30 (출세시 마 시간)	A-1	Tee	Group-1	Agriculture Corporation GASOPA-HEAL	1	농업회사법인(주)가포힐링푸드
	A-2	Tee		WFOOD Co., Ltd	1	에프푸드
	A-3	Tee		HAFONCHON MEDICE HERES Co., Ltd	1	합원생약가공농업조합법인
	A-4	Tee		HEECHANG DAIRY AND FOOD CO., LTD	1	(주)희창유업
	B-1	HEALTHY FOOD		KKIM SHAEEM FOOD CO.LTD	1	(주)김재삼식품
	B-2	HEALTHY FOOD		BEDEL KOREA	1	(주)베델코리아
	B-3	HEALTHY FOOD		BODMAGRAMM CO. LTD	1	부덴마그람(주)
	B-4	HEALTHY FOOD		Stobe Genevon Trade Co., Ltd	1	(주)스토브젠원 트레이드
	B-5	HEALTHY FOOD		ETC	1	총합
	B-6	HEALTHY FOOD		ETC	1	총합
11:00~15:20 (한국시간)	C-1	BEVERAGE	Group-1	SEO ENTERPRISE CO. LTD	1	송이엔터프라이즈
	C-2	BEVERAGE		OH1 CORPORATION	1	(주)오케이원
	C-3	BEVERAGE		Supernature Co., Ltd	1	(주)슈퍼네추럴스
	D-1	GINSENG		EBICHE CO.,LTD	1	농업회사법인(주)이비체
	D-2	GINSENG		Seumian Black Ginseng Co., Ltd	1	농업회사법인(주)세미안
	D-3	GINSENG		ETC	1	(주)공산통
	D-4	GINSENG		Punggi Premium Foods	1	풍기특산물농조합법인
	E-1	SNACKS		Nexium E-pan Co. Ltd	1	(주)넥시움에판
	E-2	ETC		ETC	1	(주)영남
	E-3	ETC		SONGHWAA FOOD	1	송광후
14:30~18:00 (출세시 마 시간)	F-1	ETC	Group-2	DOORDOOR CO. LTD	1	(주)도어도어
	F-2	ETC		ETC	1	무지화사 한양글로벌
	F-3	ETC		ORA International	1	(주)오라인터내셔널
	F-4	ETC		SOULS PRODUCE CO. LTD	1	영양식산업(주)솔즈
	F-5	ETC		TOJUM	1	농업회사법인(주)투주름
	F-6	NOODLE		ROGAM CO. LTD	1	로감식품(주)로감
	F-7	SNACKS		IS NETWORKS CO., LTD	1	(주)이네트웍스
	F-8	SNACKS		DEFOOD CO. LTD	1	(주)디푸드
	F-9	SNACKS		NEAR FOOD	1	(주)네어푸드
	F-10	SNACKS		TRAE CORPORATION CO.,LTD	1	(주)트레이코
15:50~19:00 (한국시간)	G-1	FRESH PRODUCTS	Group-2	ASERFOD CO., LTD	1	아서푸드
	G-2	FRESH PRODUCTS		EVERFARM AGRICULTURAL CORP	1	농업회사법인(주)에버팜
	G-3	FRESH PRODUCTS		FAMNET Coop	1	팜넷협조합
	G-4	FRESH PRODUCTS		STEVENS BULK CORPORATION	1	스티븐스
	G-5	FRESH PRODUCTS		ETC	1	총합
	G-6	FRESH PRODUCTS		ETC	1	총합
	G-7	FRESH PRODUCTS		ETC	1	총합
	G-8	FRESH PRODUCTS		ETC	1	총합
	G-9	FRESH PRODUCTS		ETC	1	총합
	G-10	FRESH PRODUCTS		ETC	1	총합

통역원 배정



행사장 구성

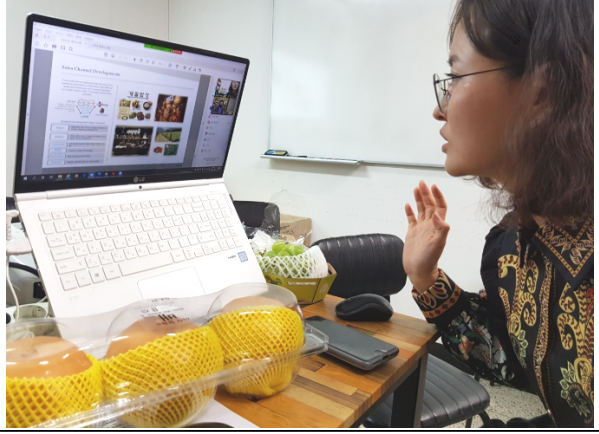
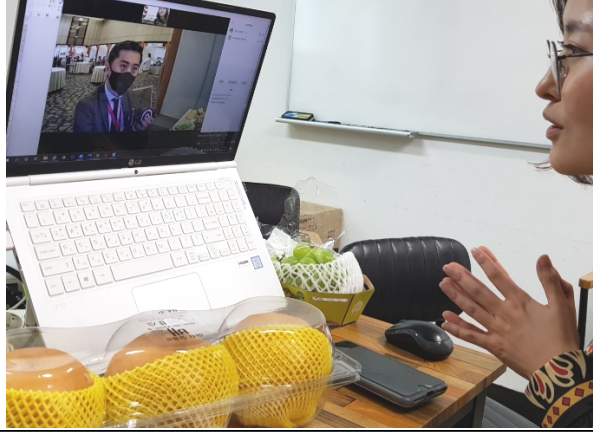
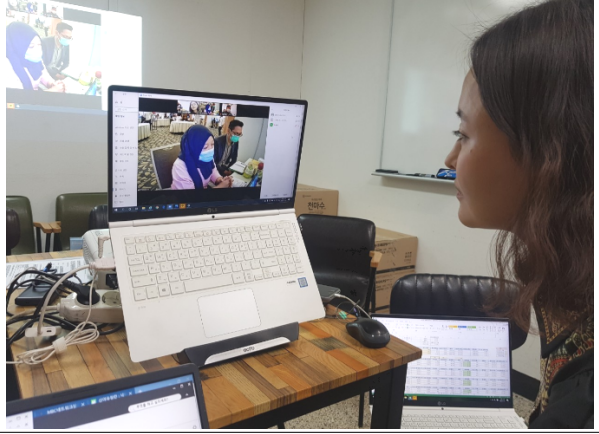
일정	운영 국가	항목	일련이시여	시간	한국(±1H)	소요	내용	
10. 13. (화)	리허설 / 통역사 미팅	행사장 세팅	08:00~14:00	09:00~15:00	360'	-	· 현장 세팅 완료	
		통역사 교육	14:00~14:30	15:00~15:30	30'	-	· 통역사 교육(온라인 상담 접속 관리 방법 등)	
		테크니컬 리허설 / 통역사 미팅	14:30~15:30	15:30~16:30	60'	-	· 카톡 교환 등 수출기업과 의사소통 관련	
		리허설 마무리	15:30~16:30	16:30~17:30	60'	-	· 온라인 상담회 운영 방안 / 접속 링크 송부 관련	
		통역사 미팅(USP 등 상담필요 사항)	17:00~	18:00~	-	-	· 수출업체, 통역사 별기 상주	
	발레이시아	세팅	행사장 세팅	19:00~	20:00~	-	-	· 현장 상담 테이블 및 지기 세팅
		통역사, 수출기업 온라인 상담장 입장	08:00~09:00	09:00~10:00	60'	-	· 통역사 상담장 개설 후 수출업체 입장안내 등	
		바이어 입장	09:00~10:00	10:00~11:00	60'	-	· 바이어 등록, 수출기업 온라인 입장	
		오전 매칭 상담회 & 휴식	10:00~11:50	11:00~12:50	110'	-	· 상담 - 30분 상담 / 10분 휴식 (총 3회)	
		오전	11:50~13:10	12:50~14:10	80'	-	· 바이어 오전	
10. 14. (수)	오후 매칭 상담회 & 휴식	13:10~18:00	14:10~19:00	290'	-	· 상담		
	행사 종료	18:00~18:20	19:00~19:20	20'	-	· 행사 종료		

행사 타임스케줄

## 〈 K-FOOD FAIR 2020 운영 결과 〉







〈 K-FOOD FAIR 2020 바이어 상담 내용 요약 〉

<b>상담일자</b>	2020.11.11	<b>바이어 명함/업체명</b>
<b>바이어 지역</b>	싱가폴, 말레이시아	A&J Hakko(Malaysia) Sdn Bhd
<b>바이어 성격</b>	신선과일 수입 및 유통	
<b>상담자</b>	심상희, 김지연	
<b>상담품목</b>	한국 배	
<b>상담내용</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 싱가포르와 도쿄에도 사무실이 있음</li> <li>- 한국상품은 말레이시아에서 높은 가격대를 형성</li> <li>- 한국 신선, 특히 배는 이미 진입한 업체들이 있음</li> <li>- 따라서 신선보다는 원물로서 건조 및 가공한 상품에 관심</li> </ul>	
<b>요청사항</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 신선 및 가공상품 견적 요청</li> <li>- 기존 상품 포트폴리오 요청</li> </ul>	

<b>상담일자</b>	2020.11.11	<b>바이어 명함/업체명</b>
<b>바이어 지역</b>	말레이시아	Khaishen Trading Sdn Bhd
<b>바이어 성격</b>	신선과일 수입 및 도매유통	
<b>상담자</b>	심상희, 김지연	
<b>상담품목</b>	한국 배	
<b>상담내용</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 홀세일러로, 한국의 다양한 신선 과일 수입에 경험 있음</li> <li>- 한국배를 인지하고 있음</li> <li>- 금년 단가의 상승으로 가격 견적이 제시에 다소 어려움이 있음</li> </ul>	
<b>요청사항</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 신선 및 가공상품 견적 요청</li> <li>- 기존 상품 포트폴리오 요청</li> </ul>	

<b>상담일자</b>	2020.11.11	<b>바이어 명함/업체명</b>
<b>바이어 지역</b>	말레이시아	Medicara Sdn Bhd
<b>바이어 성격</b>	신선과일 수입 및 도매유통	
<b>상담자</b>	심상희, 김지연	
<b>상담품목</b>	한국 배	
<b>상담내용</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 한국 신선 상품에 관심 있음</li> <li>- 한국 배를 먹어본 경험이 있으나 단가가 높다는 평가</li> </ul>	
<b>요청사항</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 한국배 소개자료 요청</li> </ul>	

<b>상담일자</b>	2020.11.11	<b>바이어 명함/업체명</b>
<b>바이어 지역</b>	말레이시아	Siew Ha Trading Sdn Bhd
<b>바이어 성격</b>	신선과일 수입 및 도매유통	
<b>상담자</b>	심상희, 김지연	
<b>상담품목</b>	한국 배	
<b>상담내용</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 한국 신선 원물을 수입하여 유통하고 있음</li> <li>- 한국 배를 수입해서 유통해본 경험이 다수 있음</li> <li>- 하지만 최근 한국배 수출단가 상승으로 고민</li> </ul>	
<b>요청사항</b>	- 한국배 수출 단가 요청	

<b>상담일자</b>	2020.11.12	<b>바이어 명함/업체명</b>
<b>바이어 지역</b>	말레이시아	Chop Tong Guan Sdn Bhd
<b>바이어 성격</b>	신선과일 수입 및 도매유통	
<b>상담자</b>	심상희, 김지연	
<b>상담품목</b>	한국 배	
<b>상담내용</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 한국배에 관심이 많음</li> <li>- 한국배를 수입 유통해본 경험이 있음</li> <li>- 금년 한국배의 가격이 폭등한 것은 인지하고 있음</li> <li>- 단가가 높더라도 우선 견적을 받아 봤으면 함</li> </ul>	
<b>요청사항</b>	- 한국배 견적 요청	

<b>상담일자</b>	2020.11.12	<b>바이어 명함/업체명</b>
<b>바이어 지역</b>	인도네시아	PT. Dream Factory
<b>바이어 성격</b>	신선과일 수입 및 도매유통	
<b>상담자</b>	심상희, 류연숙	
<b>상담품목</b>	한국 배	
<b>상담내용</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 인도네시아에 한국식품 수요가 높아지고 있음</li> <li>- 인도네시아는 동남아시아 국가 중 한국과 제일 멀고 수입허가요건이 까다로워서 진입장벽이 높다는 의견</li> <li>- 아직 냉장/냉동 물류가 원활하지 않아 어려움이 있음</li> </ul>	
<b>요청사항</b>	- 한국배 견적 요청	

<b>상담일자</b>	2020.11.12	<b>바이어 명함/업체명</b>
<b>바이어 지역</b>	인도네시아	PT. Digital Solusi Entrepreneur
<b>바이어 성격</b>	신선과일 수입 및 도매유통	
<b>상담자</b>	심상희, 류연숙	
<b>상담품목</b>	한국 배	
<b>상담내용</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 마케팅, 유통 전문 업체</li> <li>- 가공상품이 신선 음식보다 가공식품을 선호하는 인도네시아 마켓에 잘 맞을 것 같다는 의견</li> <li>- 배를 사용한 주스, 말랭이 등의 사례를 이야기하였고 샘플 및 단가 공유 후 검토하여 연락주기로 함</li> </ul>	
<b>요청사항</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 신선 및 가공상품 견적 요청</li> <li>- 기존 상품 포트폴리오 요청</li> </ul>	

<b>상담일자</b>	2020.11.12	<b>바이어 명함/업체명</b>
<b>바이어 지역</b>	말레이시아	KORINDO GROUP (PT. BUMI INDAWA NIAGA)
<b>바이어 성격</b>	신선과일 수입 및 도매유통	
<b>상담자</b>	심상희, 김지연	
<b>상담품목</b>	한국 배	
<b>상담내용</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 수출과 수입 모두 병행함. 주로 유통사 역할을 하고 있음.</li> <li>- 신선과일의 경우 한국 교민을 대상으로 명절 시기에 진행하고자 하는 아이디어가 있음</li> <li>- 인도네시아에 한국 과일 중 인기 있는 품목인 샤인머스켓이나 딸기는 고급슈퍼 쪽에 조금 들어가 있으며, 한국의 복숭아가 크기가 커서 인기가 좋은 편임.</li> <li>- 한국배의 경우도 사이즈가 크기 때문에 새로운 마케팅 포인트가 있을 것으로 생각</li> <li>- 향후 지속적으로 다양한 아이디어를 공유하는 것으로 이야기</li> </ul>	
<b>요청사항</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 한국배 소개자료 전달</li> </ul>	






### 3. 한국배 홍보 콘텐츠 개발

#### (1) 연속 홍보 콘텐츠 개발

- 한국 배 레시피 영상 시리즈물 제작
  - (배경) 소비지에서 한국배의 다양한 레시피를 소개하고 판매를 촉진하기 위함
  - (목적) 식재료라는 특성에 기인 한국배만의 특화된 콘텐츠를 확보
  - (추진내용) 2차년, 3차년, 4차년에 걸쳐 레시피 영상을 제작하여 배포

#### 〈 한국배 레시피 영상 시리즈물 내용 정리 〉

	영상 캡처	기획 의도
2차년		<p>첫 단계로, 기본적으로 배를 깎아 먹는 방법과 간단한 요리로 활용할 수 있는 레시피를 소개. 식재료, 한국배가 익숙해 질 수 있도록 하는 것이 본 영상의 주된 목적</p>
3차년		<p>외국 소비자들의 선호가 높은 배주스와 배숙을 만들 수 있는 아주 레시피를 소개 누구나 쉽게 시도하고, 따라할 수 있을 뿐만 아니라 배숙을 통해 높아지고 있는 K-Food에 대한 소비자들의 관심과 흥미를 배에 대한 소비로 확산하고자 하였음</p>
4차년		<p>조금 더 복잡한 레시피로, 기존 소비자들의 식생활에서 크게 벗어나지 않는 범위로 다양한 응용과 활용가치를 설명 식재료로서, 한국배를 해외 소비자의 식문화 생활에 적극적으로 활용할 수 있도록 하는 것이 목적</p>
5차년		<p>시리즈 마지막 단계로, 보다 기술적이고 테크니컬한 레시피를 통해 식재료 한국배의 가치가 상승할 수 있도록 추진 예정</p>

○ 4차년도 한국 배 레시피 영상 제작

- (목적) 한국배를 해당 식문화에서 보다 적극적으로 이용할 수 있도록 레시피 제안
- (추진내용) 간단한 스낵용 레시피를 개발하여 영상 촬영 후 SNS를 통한 배포

〈 한국배 활용 레시피 〉

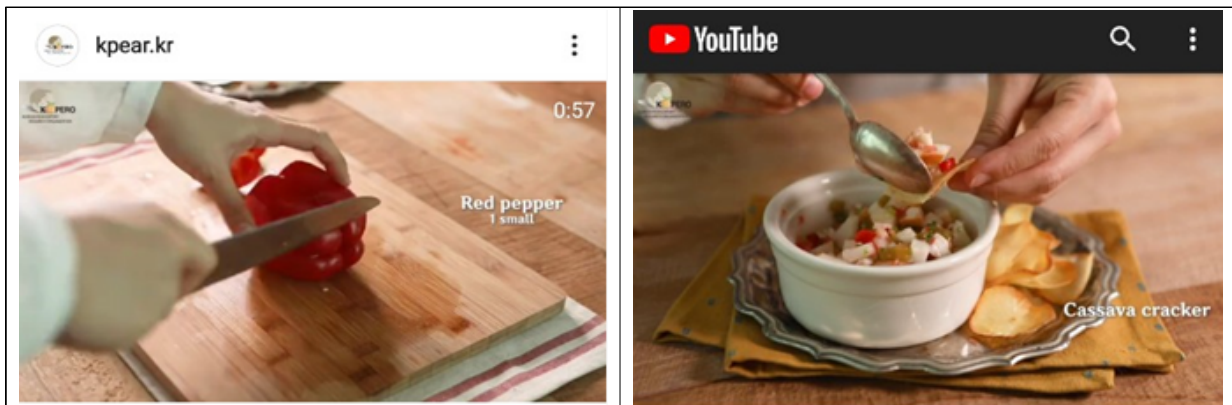
	국문	영문
재료	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 중간 크기 생 새우 1.5 마리</li> <li>- 깍둑 썰기 한 고추 1 개</li> <li>- 대각선으로 얇게 썬 파 3 개</li> <li>- 할라피뇨 작은 것 1 개</li> <li>- 라임 즙</li> <li>- 올리브 오일 2 작은술</li> <li>- 핑크 자몽 주스 2 큰술</li> <li>- 다진 고수 1/4 컵</li> <li>- 다진 민트 1 큰술</li> <li>- 잘게 자른 작은 핑크 자몽 1 개</li> <li>- 잘게 썬 한국 배 1 개</li> <li>- 소금과 후추</li> <li>- 24 개의 카사바 크래커</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1.5 medium size raw shrimp</li> <li>- 1 small red pepper, diced</li> <li>- 3 scallions, white and light green part, sliced thin on diagonal</li> <li>- 1 small jalapeno, minced</li> <li>- Fresh lime juice(to cove ceviche)</li> <li>- 2 teaspoons olive oil</li> <li>- 2 tablespoons juice from pink grapefruit</li> <li>- 1/4cup chopped cilantro</li> <li>- 1 tablespoon chopped mint</li> <li>- 1 small pink grapefruit, cut in sections and diced</li> <li>- 1 small Korean pear, diced</li> <li>- Salt and pepper to taste</li> <li>- 24 cassava crackers</li> </ul>
레시피	<p>새우를 끓는 물에 1 분 정도 끓입니다. 찬물로 헹구고 1/4 인치 조각으로 자릅니다.</p> <p>새우, 파, 고추, 할라피뇨, 라임 즙을 그릇에 담아 섞습니다. 가끔 저어 주면서 뚜껑을 덮고 3 시간 동안 냉장 보관합니다.</p> <p>이후 냉장고에서 꺼낸 요리에서 발생한 수분을 제거해 줍니다.</p> <p>자몽, 민트, 고수에서 올리브 오일, 주스를 함께 섞고 준비된 새우와 합쳐 소금과 후추로 간을 맞춥니다.</p> <p>카사바 칩을 350도 오븐에서 1-2 분 동안 구워 함께 제공합니다.</p>	<p>Par-boil the shrimp in boiling water about 1 minute. Drain and refresh in cold water Cut into 1/4 inch pieces.</p> <p>Combine the shrimp, scallions, red pepper, jalapeno and lime juice in bowl. Cover with fresh lime juice. Cover and refrigerate for 3 hours, stirring occasionally. Drain off most of the liquid.</p> <p>Whisk together the olive oil, juice from the grapefruit, mint and cilantro. Pour over the shrimp and add fruit. Season with salt and pepper.</p> <p>Toast cassava chips in 350 degree oven for 1-2 minutes. Place a heaping teaspoon of ceviche on cassava chip and serve immediately.</p>



〈 한국배 활용 레시피 영상 제작 결과 〉



〈 레시피 영상 SNS 업로드 내용 〉



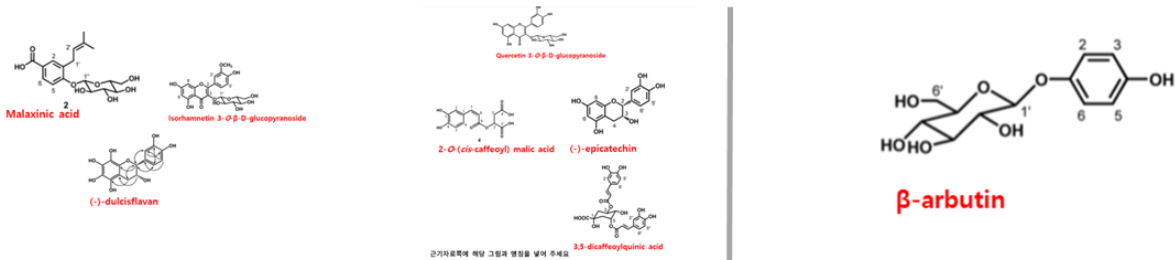
## (2) 언택트 홍보 콘텐츠 개발

○ 한국 배 소비자용 모션그래픽 제작

- (배경) 바이어 자료와 달리, 소비자가 직관적으로 이해하고 구매할 수 있는 한국배 자료 필요
- (목적) 한국 배에 대한 인지가 낮은 해외 소비자 대상 한국배의 기능성을 설명
- (활용) 온라인을 통해 배포하고 있으며, 바이어에게 홍보 소비자 홍보 및 마케팅 자료로 제공

### 〈 한국배 모션그래픽 영상 구성안 〉

구분	화면 표현	화면 구성	텍스트
#1 인트로	어떤 과일 일까요?	한국배의 모습을 보여주고 퀴즈로 시작	퀴즈! 이과일의 이름을 맞춰 보세요!
#2 한국배의 모양	한국배와 서양배의 모습 표현	한국배와 서양배의 외형 비교	정답은 한국배입니다.  평소에 먹던 배는 이런 모습이었나요?  오래전부터 한국에서 재배되었고 한국에서 즐겨온 한국 배는 사과와 같이 등근 외관에 갈색 외피를 가지고 있습니다.
#3 한국배의 풍부한 맛	한국배를 맛있게 먹고 있는 사람들 표현	*한국배의 풍부한 맛 표현 - "한국배를 맛있게 먹고 있는 사람들" 1. 높은 수분감 2. 풍부한 단맛 3. 아삭아삭한 식감	한국배는 별도의 조리가 없이 바로 먹어도 맛있는 디저트입니다.  수분이 많고, 당도가 높고, 아삭한 맛이 식후 디저트로 탁월한 선택이죠
#4 한국배 기능성 1) 미용	여성이 한국배를 먹고 피부톤이 밝아지는 모습 표현	한국배에 알부틴 성분 확인 알부틴 성분은 피부톤을 밝히는 효과	맛 뿐만 아니라 한국배는 다양한 슈퍼파워를 가지고 있습니다.  먼저, 한국배에 풍부한 알부틴 성분은 피부톤을 밝히는 데 효과가 있습니다.
#5 한국배 기능성 2) 항암	중년 여성이 한국배를 먹으며 건강을 회복하는 모습 표현	한국배에 항암효과가 있는 다양한 성분들	두 번째로, 한국배는 항암효과가 있는 다양한 성분들이 포함되어 있죠.
#6 한국배 기능성 3) 숙취	술을 먹은 뒤 숙취로 배주스를 먹고 있는 남성 표현	배주스를 먹으며 숙취하는 모습	마지막으로, 숙취해소에 일품이죠. 즐거운 파티가 있는 날에는 꼭 챙겨야겠죠?
#7 배를 먹는 다양한 방법	배를 먹는 다양한 방법 보여주기	1. 배를 깎아서 먹기 2. 샐러드로 먹기 3. 주스로 먹기 4. 배즙 (배 약탕) 등	그냥 먹어도 맛있지만, 한국인들은 한국배를 더 맛있게 즐기기 위해서 주스, 샐러드, 차 등 다양한 방법으로 즐깁니다.
#8 아웃트로	한국배와 한국배 특징들이 펼쳐지며 로고	로고	한국배의 슈퍼파워! 이제 여러분들도 느껴 보세요!



\* 항암효과에 있는 다양한 성분

\* 톤업 효과 성분

< 한국배 모션그래픽 최종 자막 및 번역 내용 >

샷	국문	영문 번역	힌디어 번역
#1	어떤 배가 '한국배'일까요?	Which pear is the 'Korean pear'?	कौन सी नाशपाती 'कोरियाई नाशपाती' 'है'?
#2	정답은? 한국배! 오래전부터 한국 배는 사과와 같이 둥근 외관에 갈색 외피를 가지고 있습니다.	The answer is~!! From a long time ago, Korean pears have a round shape like an apple and are covered with a brown peel.	जवाब है...!! बहुत समय पहले से ही, कोरियाई नाशपाती आकार में एक सेब की तरह गोल होती है और इस पर भूरे रंग के छिलके होते हैं।
#3	별도의 조리 없이 바로 먹어도 맛있는 디저트입니다.	It's crunchy. It's sweet. This pear is Juicy. It is a delicious dessert, even without a special cooking method.	यह कुरकुरा है। यह मीठा है। यह नाशपाती रसीला है। खाना बनाने कि किसी विशेष विधि के बिना भी, यह एक स्वादिष्ट मिठाई है।
#4	한국배의 장점 3가지! 1. 풍부한 알부틴 성분이 피부 톤을 좋게 해줍니다.	3 advantages of Korean pears! 1. Beauty Rich arbutin improves your skin.	कोरियाई नाशपाती के 3 फायदे। 1. खूबसूरती अधिक मात्रा में एल्ब्यूमिन जो आपकी त्वचा को बेहतर बनाता है।
#5	2. 한국배는 항암효과가 있는 다양한 성분들이 포함되어 있죠.	2. Anti-cancer effects Korean pears contain various components that have anti-cancer effects.	2. कैंसर विरोधी प्रभाव कोरियाई नाशपाती में विभिन्न प्रकार के तत्व होते हैं जिनका प्रभाव कैंसर विरोधी होता है।
#6	3. 숙취해소에 일품이죠. 즐거운 파티가 있는 날에는 꼭 챙겨야겠죠?	3. Relieving hangovers It is excellent for relieving hangovers. You should definitely have it for those party nights.	3. हैंगओवर से राहत यह हैंगओवर से राहत देने के लिए उत्तम है। पार्टी वाली उन रातों के लिए आपको निश्चित रूप से इसका सेवन करना चाहिये।
#7	주스, 샐러드, 차 등 다양한 방법으로 한국배를 즐길 수 있습니다.	Korean pears can be enjoyed in various ways such as juice, salad, and tea.	रस, सलाद और चाय जैसे विभिन्न तरीकों से आप कोरियाई नाशपाती का आनंद ले सकते हैं।





○ 한국 배 이미지 콘텐츠 제작 및 배포

- (배경) 코로나19 영향으로, 온라인을 통한 영업 및 홍보 활동이 추진되어 기본자료 확보
- (목적) 한국배 SNS 및 기타 해외 영업을 위한 기본 홍보 이미지 촬영
- (추진내용) 한국배 이미지 스타일링 컷 촬영
- (활용) 온라인 홍보, 브로슈어 제작, 바이어 상품 기술서 등에 활용

〈 한국배 이미지 촬영 결과 〉



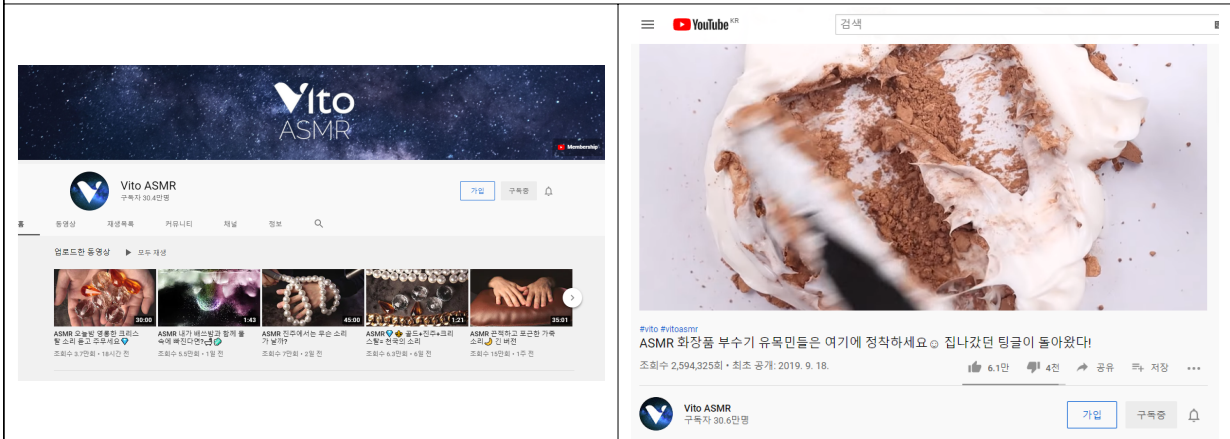
### (3) 소비자 침투형 콘텐츠(광고) 추진

○ 한국 배 ASMR 영상 제작 및 광고

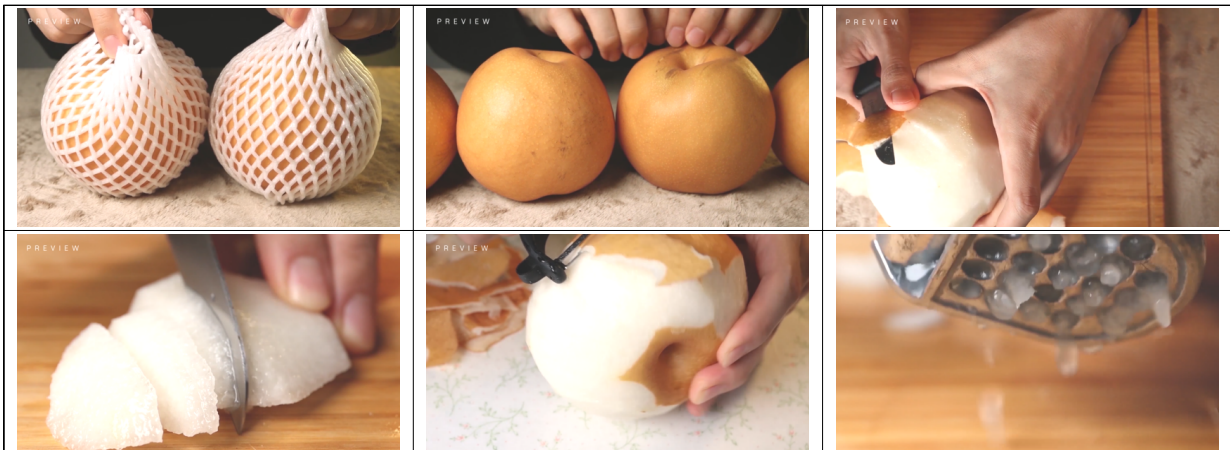
- (배경) ASMR은 특히 해외 네티즌에게 인기 있는 콘텐츠로, 자연스러운 홍보가 가능
- (목적) 한국배에 대한 인지가 낮은 해외 소비자를 대상으로, ASMR이라는 콘텐츠를 도구로 자연스럽게 접근하고자 함
- (추진내용) ASMR 유튜버 섭외 및 영상 촬영 및 게재

#### 〈 광고 채널 요약 〉

- 목적 : 한국배(KOPERO) 소비자용 홍보 영상
- 영상 길이 : 약 10분
- 영상 내용 : 배를 사용한 ASMR로, 한국 배의 다양한 특징들을 청각적으로 표현
- 작업 유튜버 : Vito ASMR
- 구독자 수 : 30.4만명
- 채널주소 : [https://www.youtube.com/channel/UCxQiPuwF3iaxV\\_aJOzjQV-Q](https://www.youtube.com/channel/UCxQiPuwF3iaxV_aJOzjQV-Q)
- 활용 방안 : 안정적인 구독자 POOL에 한국배를 노출



#### 〈 제작 완료 영상 캡처 〉





〈 영상 유튜브 채널 개재내용 〉

- 공개일자 : 2020. 10. 22
- 영상링크 : <https://youtu.be/dMXxU8-e9ws>
- 조회수 : 6만회 이상(업로드 기준일로 약 1주일)

**설명**

ASMR 🍏 배 소리로 텅글을 느낄 수 있을까?  
Vito ASMR · 조회수 60,559회 · 최초 공개: 2020. 10. 22.

#vito#vitoasmr  
ASMR 배 소리로 텅글을 느낄 수 있을까?

\* 본 영상은, 유료광고가 포함되어 있습니다.

\* 본 영상은 한국배 수출연구사업단(KOPERO)의 유료광고 영상을 포함하고 있습니다.

\* 여러분, 몸에 좋은 배 많이 드시고 건강하세요! :)

\* 이어폰을 착용하면 더 좋은 소리를 들을 수 있어요!

👉 Support me :) Join Vito Membership 👈  
<https://www.youtube.com/channel/UCxQi...>


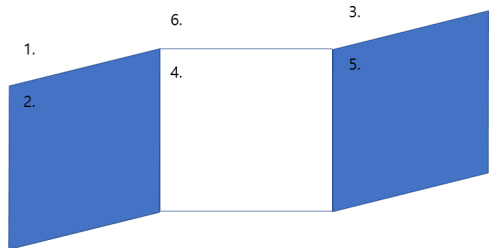




○ 한국 배 브로슈어 제작

- (배경) 기존 바이어 중심의 브로슈어 외 수출 시점에 소비자에게 설명하기 위한 자료 필요
- (목적) 한국배 구매를 촉진할 수 있는 홍보 자료 제작
- (추진내용) 소비자 브로슈어 내용 기획
- (활용) 디자인 및 인쇄물을 바이어에게 소비자 홍보자료로 제공

〈 브로슈어 기획 안 〉

<ul style="list-style-type: none"> <li>- 용도 : 한국배(KOPERO) 소비자용 브로슈어</li> <li>- 디자인 면수 : 6면</li> <li>- 디자인 크기 : 7mm×7mm / 매대 비치가 용이하도록 작은 사이즈로 제작</li> <li>- 디자인 컨셉 : 밝고 명랑하며, 한국배에 대한 호기심을 불러일으킬 수 있도록 디자인</li> <li>- 브로슈어 내용 : 한국배 이미지, 간단한 레시피, 특징 등을 기재</li> <li>- 제작 언어 : 영어, 제3국가 언어</li> <li>- 활용 방안 : 판매 매대에 비치하여 구매 촉진</li> </ul>	
	
벤치마킹 자료	브로슈어 구조

〈 브로슈어 세부 내용 구성 안 〉

<p><b>1. 표지</b></p> <p>KOREAN PEAR</p> 	<p><b>6. 뒷면</b></p> 	<p><b>3. 흥미유도 2</b></p> <p>이 특별한 과일을 만날 준비가 되었나요?</p> 
<p><b>2. 흥미유도 1</b></p> <p>한국에서는 달콤하고, 주이시하고, 아삭아삭한</p> <p>이 새로운 배를 만나 보세요!</p>	<p><b>4. 먹는 방법</b></p> <p>요리할 필요 없이 껍질만 깎아서 사과처럼 먹어 보세요! 한국배는 그 자체로 최고의 디저트입니다.</p> 	<p><b>5. 정보표시</b></p> <p>배숙 배와 생강, 대추를 함께 끓이면 한국인들이 즐겨 마시는 겨울 음료가 됩니다.</p> <p>배 주스 배를 믹서에 갈아 준 뒤 탄산수를 섞으면 최고의 숙취 해소 음료가 됩니다.</p> 




〈 브로슈어 영/힌 번역 내용 〉




KOR	ENG	HIN
한국배를 소개합니다!	Let me introduce Korean pears!	मैं एक कोरियाई नाशपाती पेश कर रहा हूँ!
이 특별한 과일을 만날 준비가 되셨나요?	Are you ready to meet this special fruit?	क्या आप इस नए फल से मिलने के लिए तैयार हैं?
한국에서 온 달콤하고, 과즙이 풍부하고, 아삭아삭한 완전 새로운 배를 만나 보세요.	Meet a whole new sweet, juicy, and crunchy pear from Korea.	कृपया, पूरी तरह से नए नाशपाती से मिलने की कोशिश करें, जो कि कोरिया से आया है. यह मीठा, रसीला और करारा है.
특별한 요리가 필요 없습니다. 껍질을 깎아서 사과처럼 먹어 보세요! 한국배는 그 자체로 최고의 디저트입니다.	None of the special cooking secret is required. Cut the peels and just eat it like you eat an apple! Korean pear itself is the best dessert.	इसके लिए विशेष कुकिंग की आवश्यकता नहीं है. कृपया, इसे इसकी त्वचा को छीलकर एक सेब की तरह खाने की कोशिश करें! कोरियाई नाशपाती अपने आप में सबसे अच्छी मिठाई है.
배숙(현대적인 버전)	BaeSuk(Boiled pear)	उबले हुए नाशपाती को शहद में संरक्षित रखा जाता है (배숙) – मॉडर्न वर्जन
재료 : 한국배, 생강, 말린 대추, 후추, 꿀	Ingredients: Korean pear, ginger, dried jujube, pepper, honey	सामग्री: कोरियाई नाशपाती, अदरक, सूखे बेर, काली मिर्च, और शहद
준비한 재료를 손질하여 물과 함께 끓여주면, 겨울 한국인들이 건강을 지키기 위해 즐겨 마시는 티 '배숙'이 완성 됩니다.	When ingredients are ready, boil them with water. Then, 'Baesuk', a tea that Koreans enjoy in winter season to keep their health, is ready for you	यदि आप तैयार सामग्रियों को ट्रिम (काटते) हैं और यदि आप सभी सामग्रियों को एक साथ पानी में उबलते हैं, तो उबला हुआ नाशपाती शहद में संरक्षित हो जाता है, जो कि एक प्रकार की चाय है, जिसे कोरियाई लोग सर्दियों में स्वास्थ्य के लिए पीना पसंद करते हैं, बन जाती है.
배 주스	Pear juice	नाशपाती का रस
재료 : 한국배, 탄산수	Ingredients: Korean pear, Sparkling water	सामग्री: कोरियाई नाशपाती और कार्बोनेट वाटर कोरियाई नाशपाती
한국배를 믹서에 갈아서 탄산수와 섞어주세요. 갈증을 한 번에 해결하는 청량한 주스로 완성됩니다.	Grind Korean pears in a mixer and mix with carbonated water. Now you have the refreshing juice that quenches your thirst at once.	कृपया, कोरियाई नाशपाती को मिक्सर में पीस लें, और कृपया, इसे कार्बोनेट वाटर के साथ मिला लें. यह एक ठन्डे और ताज़े रस के रूप में तैयार हो जाता है जो एक ही बार में प्यास बुझा देता है.
더 많은 정보를 원한다면 큐알 코드를 스캔하여 KOPERO 인스타그램을 방문해 보세요.	For more information, scan the QR code and visit KOPERO Instagram.	यदि आप और जानकारी चाहते हैं, तो कृपया, QR कोड स्कैन करें, और KOPERO इन्स्टाग्राम पर विजिट करने की कोशिश करें.

< 브로슈어 일러스트 및 디자인(영문) >


Are you ready to meet this special fruit?



For more information, scan the QR code and visit KOPERO Instagram.

Let me introduce Korean pears!



Meet a whole new sweet, juicy, and crunchy pear from Korea.




None of the special cooking secret is required. Cut the peels and just eat it like you eat an apple! Korean pear itself is the best dessert.




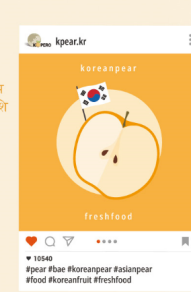

BaeSuk (Boiled pear)	Pear juice
	
<p><b>Ingredients:</b> Korean pear, ginger, dried jujube, pepper, honey</p>	<p><b>Ingredients:</b> Korean pear, Sparkling water</p>
<p>When ingredients are ready, boil them with water. Then, 'Baesuk', a tea that Koreans enjoy in winter season to keep their health, is ready for you.</p>	<p>Grind Korean pears in a mixer and mix with carbonated water. Now you have the refreshing juice that quenches your thirst at once.</p>

< 브로슈어 일러스트 및 디자인(힌두어) >


क्या आप इस नए फल से मिलने के लिए तैयार हैं?



यदि आप और जानकारी चाहते हैं, तो कृपया, QR कोड स्कैन करें, और KOPERO अनुसूचाम पर बजटि कर लेने की कोशिश करें.

में एक कोरियाई नाशपाती पेश कर रहा हूँ!



कृपया, पूरी तरह से नए नाशपाती से मिलने की कोशिश करें, जो क कोरिया से आया है. यह मीठा, रसीला और करारा है.



इसके लिए वशिष कुकुरि की आवश्यकता नहीं है. कृपया, इसे इसकी त्वचा को छीलकर एक सेब की तरह खाने की कोशिश करें! कोरियाई नाशपाती अपने आप में सबसे अच्छी मठाई है.



उत्तम दूध, नाशपाती को मसूने में संकल्पित पका जाता है- 'बाएसुक' चरुवा	नाशपाती का रस
	
<p><b>सामग्री :</b> कोरियाई नाशपाती, अदरक, सूखे सेब, काली मरिच, और शर्करा</p>	<p><b>सामग्री :</b> कोरियाई नाशपाती और कार्बोनेट वाटर</p>
<p>यदि आप केवल सामग्री को देखें (कॉलो) है और यदि आप कोशिश करने की कोशिश करने की कोशिश करें, तो उत्तम दूध नाशपाती मसूने में संकल्पित हो जाता है, जो बर्ष भर के लिए की जाये है, यदि कोरियाई शीत ऋतु में सामग्री के लिए पीया जाये करे है, नम जाती है.</p>	<p>कृपया, कोरियाई नाशपाती को मसूने में पीस दें, और कृपया, इसे कार्बोनेट वाटर से मिलाएं. यह एक उत्तम और शीत ऋतु के लिए है. आज है जो एक ही बार में एक बार बनाया है.</p>

## 4. 유럽 및 신시장 발굴을 위한 마케팅 전략

### (1) 코로나와 수출배 시장 이슈 진단

- 진단 1 : 유럽 소비시장의 고가의, 이국적인 과일에 대한 소비 수요 하락
- 진단 2 : 장거리 노선의 물류비 상승이 회복되지 못함
- 진단 3 : 코로나 이후 유럽 시장 회복은 2021년 말로 평가되며, 회복 속도가 더딤
- 진단 4 : 국내 생산량 감소로 인한 수출 원물대 단가 상승



### (2) 이슈 극복을 위한 2-Track 전략

- 기존 유럽 중심의 시장전략을 확장하여 코로나 이슈를 극복하고자 전략 수립



#### 신시장 발굴 시장 선정 요건

- 문화의 유사성이 있는 아시아 시장 타겟
- 한국 문화에 대한 선호가 있고, 시장의 성장이 두드러지는 시장
- 프리미엄에 대한 소비 시장이 형성되어 있는지 여부

○ Track1. 기존 유럽 전략

- 기존 유럽 시장에 대한 전략을 유지
- 코로나와 단가로 인한 펜딩
- 이후 수출시장 개선을 염두, 시장 진입을 위한 보완작업 진행

○ Track2. 신시장 발굴 전략

- 코로나 이후 유럽 시장 회복이 장기화될 전망으로 새로운 대안 시장 발굴
- 물리적, 문화적 거리가 가깝고 시장성장률이 높은 신평방 국가 중심으로 발굴 전략 전개

: 1. 홍콩

- 홍콩은 중화권 및 동남아 시장의 소비 트렌드를 이끄는 시장
- 본격적인 신규시장 발굴 전 시장 가능성의 시험대로 활용

: 2. 말레이시아

- 안정적인 인터넷 및 물류 환경을 바탕으로 온라인 시장에 새로운 대한 접근이 가능
- 코로나 이슈가 적은 온라인 마켓을 중심으로 새로운 시장 탐색
- 특히, 동남아 시장 온라인에 대한 새로운 가능성을 확인할 수 있을 것으로 기대

: 3. 인도네시아

- 높은 인구를 바탕으로 잠재 가능성이 높은 시장으로서 의미가 있음
- 시장 성숙 전 진입하여 한국배에 대한 긍정적인 이미지를 구축하는 것에 의미가 있음

: 4. 싱가포르

- 구매력 있는 시장으로, 한국배에 대한 선호가 높음
- 고급 과일로서 한국배의 가치를 확인하고 확산하는 데 의미가 있음

홍콩	말레이시아	인도네시아	싱가포르
			
중화권 및 동남아 시장의 소비 트렌드를 이끄는 시장	안정적인 인터넷 및 물류 환경을 바탕으로 온라인 시장에 새로운 대한 접근이 가능	높은 인구를 바탕으로 잠재 가능성이 높은 시장으로서 의미가 있음	프리미엄 상품을 안정적으로 소구할 수 있는 시장
<ul style="list-style-type: none"> <li>- (목표)본격 신규시장 발굴 전 시장 가능성의 시험대로 활용</li> <li>- (방향)규모의 확대보다 고급화 전략으로 프리미엄 이미지 구축</li> <li>- (현황)해당 시장 전문가 자문을 통해 형성된 바이어 영업 중</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- (목표)코로나 이슈가 적은 온라인 마켓을 중심으로 신시장 탐색</li> <li>- (방향)온라인에 익숙한 젊은 소비자 중심으로 소구</li> <li>- (현황)K-FOOD FAIR 및 주요 바이어 네트워크를 통해 영업</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- (목표)성장이 예견되는 시장에 진입하여 긍정적 이미지 구축</li> <li>- (방향)마케팅을 중심으로, 한국배에 대한 경험을 늘려가며 유통 시장을 넓히는 방향</li> <li>- (현황)K-FOOD FAIR를 통해 바이어 네트워크 확인 중</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- (목표)한국배를 프리미엄 상품화 하며 그 가능성 점검</li> <li>- (방향)시장 내 중국 배와 차별화 프리미엄 포인트로 소구</li> <li>- (현황)온라인 바이어 미팅 준비 및 네트워크링 바이어 영업 중</li> </ul>

○ 홍보 전략

- 크게 세 가지 파트로 나누어 진행



: 1. 연속 콘텐츠 개발

- 한국배에 특화된 연속적인 홍보 콘텐츠 개발하여 소비자의 관심을 유지
- 통일감과 지속성 있는 메시지를 통해 한국배 자체에 대한 브랜드 이미지를 각인
- 콘텐츠의 축적을 통해 홍보의 시너지를 점진적으로 확대해 나가고자 하는 데 목적이 있음

: 2. 언택트 홍보 콘텐츠 개발

- 코로나 이슈로 인한 오프라인 홍보의 어려움을 극복하기 위한 대안으로 언택트, 온라인 중심의 홍보 콘텐츠를 구축
- 접근성과 효율이 높은 SNS와 동영상 플랫폼을 활용한 홍보 진행

: 3. 소비자 중심의 홍보 진행

- 지난 연구를 통해 바이어 및 전문가를 위한 자료를 구축하였다면 이번 시즌은 본격적인 시장 진입을 위한 소비자용 홍보를 추진
- 새로운 시장 소비자들이 한국배를 이용하고 이를 통한 한국배 수출이 활성화될 수 있도록 하는 홍보 전략 진행
- 보다 직관적이고 호기심을 자극할만한 홍보 콘텐츠로 구성



제4차년도 수출전략기술개발사업

## 배 수출연구사업단

(코로나 극복을 위한 신시장 발굴 해외 마케팅 전략)

인 쇄 2020년 12월 28일

발 행 2020년 12월 31일

저 자 배 수출연구사업단

발행인 정병석

발행처 전남대학교출판문화원

등 록 1981년 5월 21일 제53호

주 소 61186 광주광역시 북구 용봉로 77

전 화 062-530-0571~2

마케팅 062-530-0573

팩 스 062-530-0579

홈페이지 <http://www.cnup.co.kr>

비매품

ISBN 978-89-6849-766-7 (93520)



제4차년도  
수출전략기술개발사업

**배수출연구사업단**