



MINI Market Report

국가	싱가포르
제품	배 추

주관사 : aT 한국농수산물유통공사

CONTENTS

I. 싱가포르 마케팅 방안	1
II. 싱가포르 시장 정보	2
1. 수입동향	2
2. 시장동향	3
III. 싱가포르 가격 정보	6
IV. 싱가포르 유통 정보	8
1. 싱가포르 유통동향	8
2. 주요 유통업체 현황	11
V. 싱가포르 통관 정보	14
1. 관세 현황	14
2. 통관 절차	15
VI. 싱가포르 검역 정보	18
1. 검역 유의사항	18
2. 검역절차	19
VII. 싱가포르 라벨링 정보	23
VIII. 싱가포르 바이어 정보	24

※ 참고자료

Ⅰ 싱가포르 마케팅 방안

- 싱가포르는 육류제품 이외에는 수입규제가 거의 없는 시장으로 그 만큼 제품 간 경쟁이 치열함
- 현지 트렌드에 맞는 인증획득 및 상품개발도 중요한데, 특히 친환경인증 등 국제적인 인증 취득제품을 확대하고 싱가포르 내 할랄시장 공략을 위한 할랄인증 제품을 다양화하는 것도 시장개척을 위해 고려해야 할 사항임
- 꾸준한 판촉을 통해 경쟁국 제품과 차별화해 나가는 것이 필요함. 신선농산물의 경우 주출하시기에 맞춰 지자체 판촉행사, 수입바이어 중심의 판촉행사와 같은 릴레이 판촉을 추진하고 가공식품은 사전에 구축해 놓은 대형유통업체와 연계, 가공식품 중심의 종합 판촉을 장기적으로 진행해 현지 소비자의 구매기회 및 인지도를 확대해 나가는 것이 수출확대에 큰 도움이 될 것으로 보임
- 이와 함께 국내 지자체 및 정부 초청 바이어 행사를 확대해 수입바이어에게 지속적으로 상품 정보를 알리고 신상품 구매 기회를 제공하는 것도 수출 활성화를 위해 필요함. 아울러 우리 축산물(삼계탕, 계란)의 수출 시장 확대를 위해 현지 검역당국자를 초청해 네트워크를 강화하는 것도 좋은 방법임
- 또한 수출 유망품목에 대한 현지 미디어 광고(지하철·잡지 등)를 통해 소비자 인지도를 높이고, 현지 언론사 관계자들을 국내 주산지로 초청해 우리 식문화 및 안전성 관리 체계를 알려 「한국 농식품=고품질」이라는 이미지를 확대하는 것도 반드시 필요

III 싱가포르 시장 정보

1. 수입동향

□ 배추의 가장 근접한 HS CODE는 「0704.90」으로 파악됨

Singapore Import Statistics						
Commodity: 0704.90, Edible Brassicas (Cabbages, Kohlrabi, Kale, Etc.), Nesoi, Fresh Or Chilled						
Calendar Year: 2012 - 2013						
Partner Country		United States Dollars		% Share		% Change
		2012	2013	2012	2013	2013/2012
World		33,185,626	35,710,549	100.00	100.00	7.61
1	China	23,287,935	24,560,866	70.17	68.78	5.47
2	Indonesia	4,556,242	4,883,328	13.73	13.67	7.18
3	Malaysia	3,233,316	3,745,152	9.74	10.49	15.83
4	Thailand	1,027,431	1,037,672	3.10	2.91	1.00
5	Australia	307,530	527,353	0.93	1.48	71.48
6	Japan	268,906	401,010	0.81	1.12	49.13
7	Hong Kong	171,197	181,030	0.52	0.51	5.74
8	United States	22,114	106,708	0.07	0.30	382.53
9	Netherlands	74,259	95,062	0.22	0.27	28.01
10	Vietnam	129,540	85,085	0.39	0.24	- 34.32
∴	∴	∴	∴	∴	∴	∴
12	Korea South	13,893	37,833	0.04	0.11	172.32

- 싱가포르는 2013년 총 3,570만 549 달러 규모의 수입을 하였고, 주요 수입국으로는 중국, 인도네시아, 말레이시아, 태국, 호주 등이 있음
- 싱가포르의 최대 수입국으로는 중국으로, 2013년 2,456만 866 달러 규모의 수입을

하였고, 이는 전년대비 5.47% 증가한 수치임

- 2위를 기록한 인도네시아로부터, 488만 3,328 달러 규모의 수입을 하였고, 이는 전년대비 7.18% 증가한 수치임
- 3위를 기록한 말레이시아로부터, 2013년 374만 5,152 달러 규모의 수입을 하였고, 이는 전년대비 15.83% 증가한 수치임
- 12위를 기록한 한국은 2013년 1만 3,893 달러 규모의 수입을 하였고, 이는 전년대비 172.32% 증가한 수치임

□ 한국에서 싱가포르 배추 수출 추이

년도	중량(kg)	금액(\$)
2013	31,935	19,460
2012	12,900	10,714
2011	192,855	86,991
2010	48,465	39,518

출처 : <http://www.kati.net/>

- 2013년 한국은 31,935kg의 배추를 1만 9,460 달러 규모로 싱가포르로 수출하였고, 최근 4년간 꾸준한 수출을 보이고 있음

2. 시장동향

□ 소비자 특성

- 싱가포르는 연중 30도가 넘는 열대성 기후로, 식품의 부패를 방지하기 위해 소비자들이 소포장·날개포장을 선호함. 또 여성의 사회생활, 가족규모 축소 등의 이유로 인해 편의성이 중시되면서 (반)조리 식품의 소비가 두드러지고 있음
- 싱가포르의 주요 구성원인 화교는 달콤하고 기름지면서 부드러운 음식을 좋아하지

만, 최근 건강에 대한 관심이 증가해 저지방·저당·저염 식품으로 트렌드가 변화하는 추세이고, 말레이계는 할랄에 따라 음식을 선택하기 때문에 음식 자체의 맛보다는 추가해서 먹는 소스를 중시하는 경향이 있음

- 대부분의 소비자들이 식품안전과 위생을 중요하게 여겨 영양정보·안전·위생기준이 명확하게 기입된 라벨링을 살펴본 후 구입함. 또, 유기농 및 건강식품에 대한 선호도가 강해 정부가 인증하는 「Healthier Choice」 마크에 대해 국민의 70%가 인지하고, 정부 인증 제품에 대해 강한 신뢰를 나타냄
- 싱가포르의 인터넷 시장규모가 약 7700억 원에 달하며, 식품·전자기기 등 상품 카테고리별로 전문 쇼핑몰이 발달돼 있음. 품목별 매출을 보면 1순위가 의류, 2순위가 식품류이며, 농수산식품의 온라인 판매가 연평균 35.5%에 달하고 있음

□ 소비자 성향 및 관습

- 싱가포르인들은 제품가격에 대단히 민감함. 기업인과 소비자 모두 그러한데 이는 싱가포르가 전통적으로 중계 무역을 중심으로 발전해 왔고 저렴한 제품을 선호하는 중국인들의 소비행태에 원인이 있다고 생각됨. 또한, 이민자 및 해외 파견근로자 역시 싱가포르의 내수 소비시장의 성장에 일조함
- 소비자 구매 선호도
 - 싱가포르인들은 브랜드 제품을 선호함. 싱가포르는 일찍부터 자유무역정책을 채택해 유명브랜드의 시장진입에 문제가 없고 국민들이 외국 브랜드에 대해 거부감을 보이지 않고, 브랜드 제품을 선호한다는 것이 앞서 말한 저렴한 제품을 좋아한다는 것과 언뜻 상충되어 보이나 그렇지 않음. 일류 브랜드는 비싼 가격을 주고도 기꺼이 사려고 하지만, 브랜드가 없는 제품은 제값을 받기 어려움

□ 한류동향

- 싱가포르에서의 한류는 수년간 지속되고 있음. 연중 개최되는 K-POP 스타들의 공연과 한류스타들의 팬 미팅 행사가 매년 조기 매진되고 있으며, 인접국인 인도네시아나 말레이시아의 팬들도 이들을 보기위해 싱가포르로 관광을 오는 경우가 많음. 근래에는 음악과 드라마에 이어 예능 프로그램도 큰 인기를 끌고있는데, 지하철에서

도 스마트폰으로 런닝맨을 시청하는 사람들을 심심치 않게 볼 수 있고, 한국관광공사에서 운영하는 코리아플라자에는 매일 많은 고객이 찾아와 직전 주말에 방영한 「런닝맨」이나 「1박2일」에 나온 장소가 어디인지를 묻는다고 함. 2013년 10월에는 런닝맨 멤버들이 싱가포르 엑스포 홀에서 팬미팅 행사를 갖기도 하였으며, 같은 달 지드래곤과 비는 마리나베이 샌즈에서 열린 2013년 싱가포르 패션위크 행사의 특별 쇼케이스 무대에서 공연을 하기도 함. 2013년 11월 오차드로드에 1호점을 오픈한 이니스프리는 약 한달여 만에 약 4억7천만원의 매출액을 기록하기도 하였으며, 12월에는 드라마 「상속자들」로 현지에서도 높은 인기를 얻고있는 한류스타 이민호와 함께 브랜드 런칭행사를 열어 대중들의 관심을 이어나가고 있음

III 싱가포르 가격 정보

□ Giant 온라인 가격 현황

국가	중국	중국
제품 이미지		
제품명	Beijing Cabbage/kg	Cabbage Round/kg
가격(SGD)	SGD 1.2	SGD 1.6
가격(USD)	USD 0.93	USD 1.24

출처 : www.giantonline.com.sg/

업체명	한국	호주
제품 이미지		
제품명	Wong Bok/kg	Wong Bok/kg
가격(SGD)	SGD 1.4	SGD 2.9
가격(USD)	USD 1.08	USD 2.24

출처 : www.giantonline.com.sg/

□ fairprice온라인 가격 현황

업체명	중국
제품 이미지	
제품명	Chen Nong Baby Wongbok
가격(SGD)	SGD 1.55
가격(USD)	USD 1.2

출처 : <http://www.fairprice.com.sg/>

IV 싱가포르 유통 정보

1. 싱가포르 유통동향

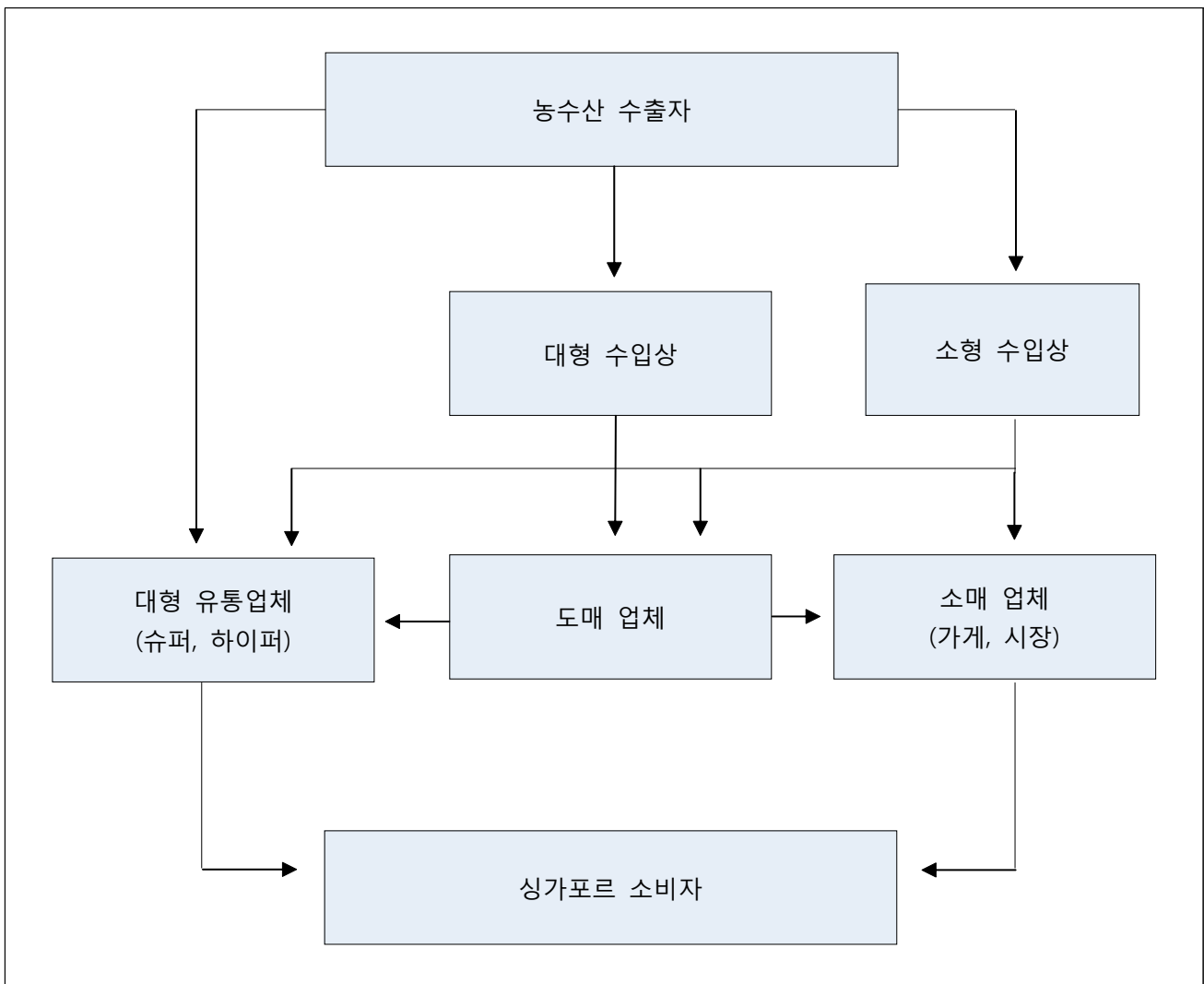
□ 싱가포르에는 단일의 과일/채소 수출입업자 연합회가 존재하며, 그 내용은 다음과 같음

단체명	주소정보	결성연도	비고
Singapore Fruits & Vegetables Importers & Exports Association(SFVIEA)	1 Pasir Panjang Wholesale Centre T: 6775 3676 F: 6773 1338 www.singaporefva.com	1948	회원사 약 80개

- 싱가포르는 1개의 도매시장 (Pasir Panjang Wholesale Centre)를 가지고 있으나, 2003년 SARS 유행병 당시 일시 폐쇄되면서 대형업체들이 이전, 현재로서는 도매시장으로서의 기능을 많이 상실하였음
 - 싱가포르의 유통구조는 무역업, 도매업, 소매업 등으로 뚜렷이 구별되어 있지 아니며, 도매업이 비교적 낙후되어 있는게 특징임
 - 도매업이 발달한 분야는 주류, 음료, 통조림, 과일류에 한정되어 있음
 - 유통단계가 간단하지만, 시장규모가 크지 않을 뿐 아니라, 식품 유효기간 및 품질 문제로 인하여 유통마진율이 상당히 높은 편임
- 싱가포르는 동남아의 show window
- 일찍이 자유무역정책을 펴와 진입장벽이 거의 없는 싱가포르는 세계 일류 브랜드는 물론 중국, 동남아산 저가제품을 망라한 전세계 상품이 집결하는 거대한 진열대
 - 현재 술, 담배, 자동차, 유류제품을 제외한 모든 상품이 무관세로 수입

- 싱가포르에 들어온 상품은 내수시장에서 소비되거나 동남아, 서남아, 중동은 물론 아프리카 등 제3국으로 재수출
- 연간 총수입의 최소 40% 정도는 재수출 물량

□ 유통 구조



출처 : KITA(www.kati.net)

□ 도매업의 발달이 저조한 시장

- 유통구조를 보면, 대부분 수입업체로부터 도매업체를 거치지 않고 직접 소매업체로

연결되고 있으며, 도매상은 주류, 음료, 농산물 등 일부 분야로 제한

- 싱가포르 소비자는 물론 연간 700만 명 이상에 달하는 방문자를 겨냥하여 소매업은 상당히 발달해 있으며, 그 형태는 대규모 쇼핑몰, 백화점, 양판점, 전문점, 슈퍼마켓 등 다양
- 유통분야에는 외국자본이 대거 들어와 있는데, 특히 일본계의 진출이 두드러짐, 싱가포르에 진출한 대표적인 외국 유통기업으로는 Takashimaya, Isetan, Seiyu, Daimaru, Robinson, Courts, Metro 등

□ 초현대식 쇼핑몰센터와 재래시장이 공존하고 있음

- 수많은 현대식 쇼핑몰센터들이 있지만, 시내 곳곳에 우리나라와 비슷한 형태의 재래시장들도 자리 잡고 있음
- 재래시장은 주로 서민층이 많이 사는 아파트촌(HDB라고 불리며 우리나라의 주공 아파트에 해당됨)을 끼고 형성
- 쇼핑몰센터들은 최대 변화가인 Orchard 거리를 비롯하여 Marina Square, Suntec city 등에 집중되어 있는데 통상 여러 쇼핑몰센터, 백화점들이 모여 거대한 상권을 이루고 있음

□ 단순한 유통구조

- 유통구조가 무역업, 도매, 소매 등으로 뚜렷이 구별되어 있지 않으며 도매업이 낙후되어 있어 수입품이나 국산품에 관계없이 대부분의 상거래 활동이 수입업자 또는 생산자와 소매상 간 지정 대리점을 통한 직접 거래 방식으로 이루어지고 있음
- 유통 단계가 복잡하지 않음에 따라 중간상의 마진율이 낮은 편이며, 매장의 위치(백화점, 아파트 상가)에 따라 마진율이 10 ~ 30%의 차를 보임

□ 일반 소비자를 상대로 하는 전자상거래의 비활성화

- 무역, 조달, 물류부문을 중심으로 B2B 전자상거래는 정부의 육성정책에 힘입어 높

은 수준에 있으나, B2C 거래는 상대적으로 미약하며 우리나라와 비교할 경우 크게 떨어진다고 평가됨

- B2C가 부진한 이유로 싱가포르가 작은 도시국가로 가정과 쇼핑센터의 거리가 가까워 접근이 용이하다는 점

2. 주요 유통업체 현황

□ 주요 대형 유통 업체



	매장수	Finest 10개점, xtra 5개점, supermarket 96개점
	특 징	싱가포르 유통부분 1위 / 정부 물가정책 적극 참여(국영 슈퍼마켓 성격 강함) / 지역별 소득별 고객계층에 따른 점포형태 다양화 / 연매출액 2,134백만달러
	고객층	모든 계층
	매장수	Market Place(고급) 7개점, Cold Storage 48개점
	특 징	고급 수입식품 다수 취급/ 고급스러운 매장 / Daliy Farm Gtoup 계열
	고객층	중산층
	매장수	Giant 9개점
	특 징	중저가 상품 위주 취급 / 넓은 매장 공간 확보 Daily Farm Group 계열
	매장수	Supermarket 33개점
	특 징	저가 상품 위주 취급 / 외곽 주거단지 위치 / 연매출액 462백만 달러
	고객층	중산층 이하

	매장수	68개점(Giant로 통합 - Giant hyper7, Giant super39, GiantExpress stores 22)
	특 징	편의점 형태의 소규모 슈퍼 / 연매출액 264백만 달러
	고객층	모든계층

출처 : KATI (www.kati.net)

□ 일본계 유통업체

< 일본계 유통업체 >

	매장수	Supermarket 1개점
	특 징	일본계 슈퍼마켓으로 일본제품은 일본으로부터 직수입, 나머지 제품은 싱가포르 로컬 벤더를 통한 소싱. 일본 식품 다수 입점
	고객층	중산층 이상
	매장수	Supermarket 1개점
	특 징	일본계 이세탄 백화점 내 입점한 고급 식품전문매장
	고객층	중산층 이상

출처 : KATI (www.kati.net)

□ 유통채널 별 특성

- 백화점 및 쇼핑센터는 관광객이 많이 모이는 오차드 로드, 마리나베이, 선택 인근에 많이 분포되어 있으며, 나머지는 내국인들의 거주지역에 위치해 있음. 최근에는 거주지역을 중심으로 생성된 대규모 쇼핑몰들의 수준이 높아지면서 역으로 오차드 로드 지역의 소비층을 흡수하는 현상도 벌어지고 있다고 함. 보통 여러 쇼핑센터, 백화점들이 한데 모여 거대한 상가 군을 이루고 있음
- 식료품 및 생활용품 유통업체로는 FairPrice, ColdStorage, ShengSiong 등이 대표적이며 대규모 체인형태로 전국 어느지역을 가나 쉽게 찾을 수 있고 이중 FairPrice를 운영하는 NTUC와 Cold Storage를 운영하는 데어리팜그룹은 대형 하이퍼마트 부문에도 진출해 있음

-
- 또한 가구, 가전 등 특정 상품군을 중심으로 유통을 진행하고 있던 IKEA, Harvey Norman 등도 점차 식품, 생활용품 등으로 상품군을 점차 다양화, 대형화 하고있
 - 업체 간 경쟁도 그만큼 치열해, 2012년에는 15년간 싱가포르 중심부에서 사업을 운영하던 까르푸가 철수하기도 하였음
 - 싱가포르는 초현대식 쇼핑 센터와 재래 시장이 공존. 보통 싱가포르 하면 초현대식 건물의 휘황 찬란한 백화점들을 연상하지만, 시내 곳곳에는 우리나라의 재래시장과 비슷한 형태의 시장들도 자리 잡고 있고, 재래시장은 주로 HDB아파트 인근지역을 끼고 형성돼 있음(HDB아파트는 싱가포르 정부가 공급하는 공공주택이며 한국의 주공아파트 같은 개념에 해당함. 싱가포르 국민의 80%이상이 HDB에 거주)
 - 현지 유통업 진입에 대한 특별한 제한이 없기 때문에 외국자본이 대형 백화점을 중심으로 대거 진출해 있는 상황이며 특히 일본계 백화점의 진출이 두드러지고 있음
 - 일본계 백화점의 경우 1970~80년대부터 진출이 활발하였는데, 2000년을 전후로 대부분 철수하였지만, 현재까지 남아있는 업체들은 소매 유통부분의 대표주자로서 입지를 굳히고 있음
 - 남아있는 일본계 유통업체로는 다카시마야(TAKASHIMAYA), 소고(SOGO), 이세탄(ISETAN), 세이유(SEIYU) 등을 들 수 있으며, 영국계 유통조직은 ROBINSON, COURTS 등이 대표적임

V 싱가포르 통관 정보

1. 관세 현황

HS코드명			품명 [싱가포르(2014년)]	협정세율	부가가치세
			품명		
0704	90	11	신선 또는 냉장한 라운드 양배추 (ROUND CABBAGES FRESH OR CHILLED)	0%	7%
0704	90	19	신선 또는 냉장한 기타 양배추 (OTHER CABBAGES FRESH OR CHILLED)	0%	
0704	90	90	신선 또는 냉장한 기타 비슷한 식용 브라시카 구경양배추 케일 (OTHER SIMILAR EDIBLE BRASSICAS KOHLRABI KALE FRESH OR CHILLED)	0%	

출처 : www.customs.go.kr

- 일부 주류를 제외한 모든 수입품은 무관세 적용되나, 사회적 및 환경적 이유로 담배, 주류, 유류 및 자동차에는 세금이 부과
- 수입 관련 내국세로는 7%의 상품 및 서비스세(Goods & Services Tax, GST)가 존재하며, GST는 부가가치세 성격으로 모든 수입 물품에 적용됨. 외국으로부터 들어오는 모든 용역 또한 과세대상이나 수출품은 관세 및 GST가 부과되지 않음
- 과세품의 경우 GST의 과세가격은 CIF 금액과 모든 관세 및 기타 비용의 합을 기준으로 산출하며, 비과세품의 경우에는 CIF 금액에 인보이스 상 표시 여부와 관계없이 수수료 및 기타 부대비용을 합하여 산출. 과세품일 경우 GST는 관세와 동시에 납부해야 함
- 2013년 3월 15일, 싱가포르 세관, 중국세관과 상호인정협정 체결로 싱가포르 세관과 중국세관은 STP-Plus멤버사와 AA 엔터프라이즈 멤버사들을 중국의 AEO프로그램, MCME 프로그램으로 관리

2. 통관 절차

□ 통관 개요

- 상품의 통관은 수화인 또는 수화인의 대리인을 통해 신청할 수 있고 반입 화물은 싱가포르 도착 후 24시간 이내에 세관에 통관 신청을 하여야 하고 반출 물품은 싱가포르를 출발하기 48시간 이전까지 통관 신청을 하여야 함
- 항구 및 공항의 자유 무역 지대에 장치되는 물품 중 환적용 화물에 대해서는 반입 시 세관에 신고할 필요가 없고 보세 구역을 벗어나는 경우 신고하면 됨

□ 정식 통관 절차

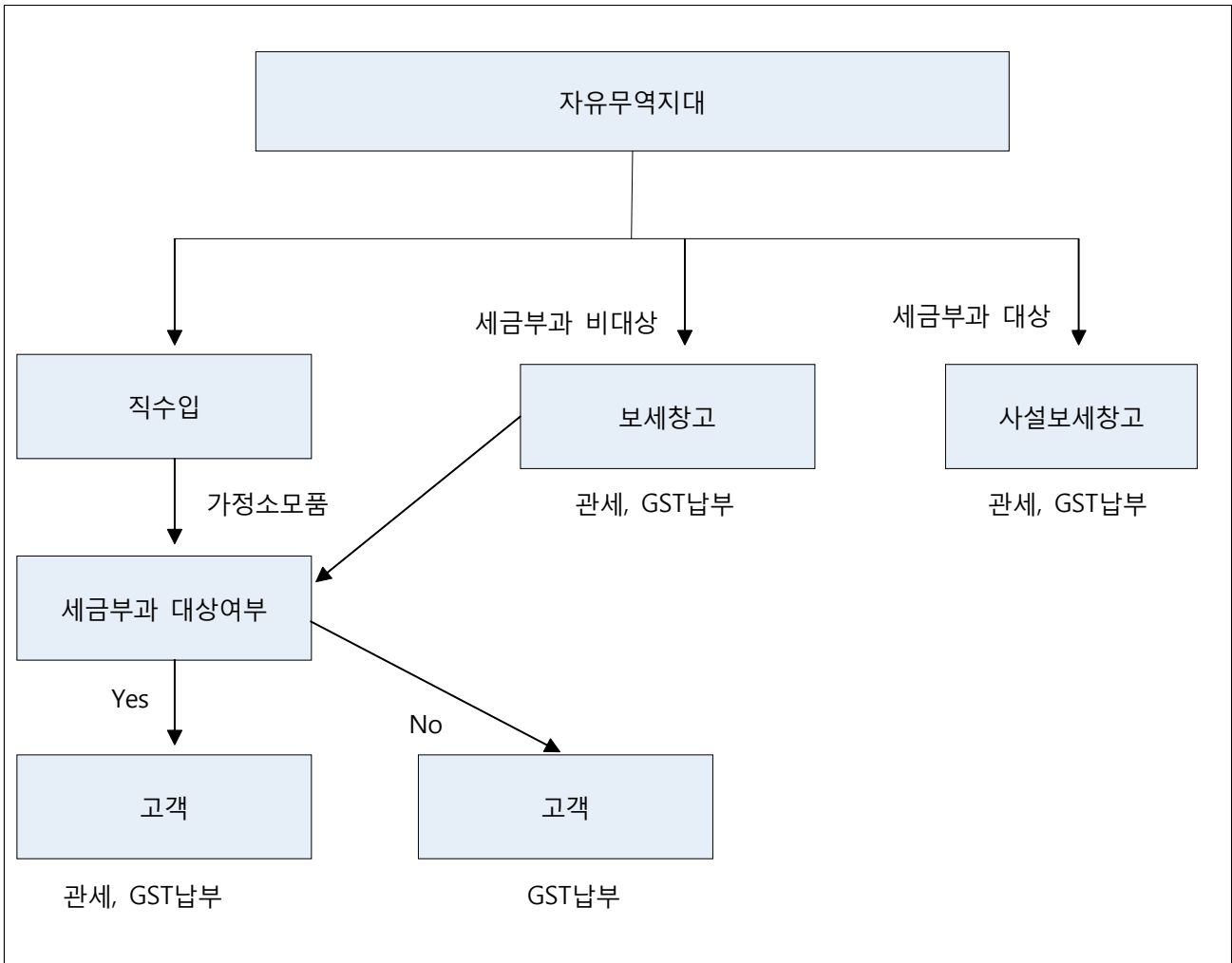
< 정식 통관 절차 >

1. 물품도착 / 신고 전 준비	2. 수입신고	3. 관세납부	4. 물품검사 및 반출
수입허가증 및 라이선스 확인	수입신고, 증빙서류 제출	신고서처리, 관세납부	검사대상물품 검사 물품 반출

출처 : www.globalwindow.org

- 물품반출 및 반입신고는 모두 무역자동화망(TradeNet)을 통해 이루어지며 관세 등 각종 세금, 부과금은 은행간 지로 망을 통해 전자적으로 결제됨. 세관은 반출입 화물에 대해 선별적으로 검사할 수 있음
- 세관은 필요한 경우 수입물품에 대해 검사를 수행함. 검사 대상이 된 수입 물품은 검사 후 이상이 없을 경우 반출이 허가됨. 싱가포르로 수출하는 종합인증 우수업체(AEO)는 수출시 한국 관세청으로부터 부여받은 AEO 인증번호를 싱가포르 관세청에 통보하면 검사비율 축소, 신속통관 등의 혜택을 받음

□ 수입 흐름도



출처 : www.globalwindow.org

□ 통관에 필요한 선적서류

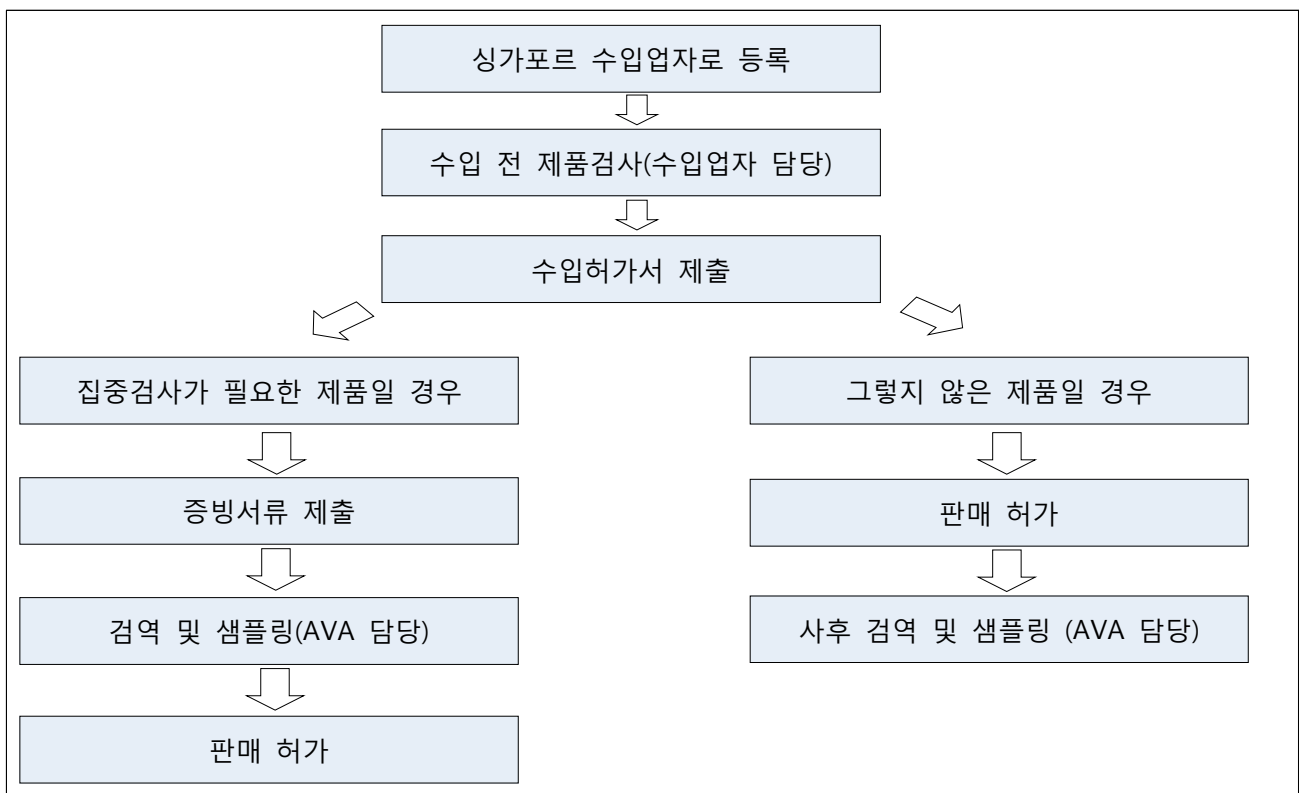
- 수입신고서는 TradeNet이라는 전자시스템을 통해 온라인으로 제출하며 컨테이너 화물(Containerised cargo)과 비컨테이너 화물(Conventional Cargo)로 구분되어 신고됨
- 통관에 필요한 선적서류는 상업송장(CI), 포장명세서(PL), 선하증권(BL) 혹은 항공화물 운송장(AWB) 그리고 기타 품목별 필요서류임. 컨테이너 화물의 경우, 수입 신고시에 컨테이너 번호를 제출해야 하며, 수입 신고시에는 통관을 위해 유효한 허가 내용이 제출되어야 함. 세관은 선박/항공기명, 원산지, 포장 수 및 포장 단위당 수

량, 운송 및 보험 비용 등과 같은 서류를 요구하고 있음

- 통관경비는 관세가 없는 품목의 경우 GST(CIF가격의 7%)외에 기타통관 수수료 약 50 싱가포르달러(건 당) 정도로 예상할 수 있음

□ 식품수입 흐름과 개요

- 수입규정에 따른 근거서류와 등록 절차를 숙지하고, 사전 검사가 필요한 품목 등은 제품 수출을 준비하는 과정에서 미리 서류작업을 준비해 시기가 늦어지지 않도록 주의해야 함. 소량이라도 5kg 이상 혹은 100 싱가포르 달러(약 9만원)를 초과하는 물품은 상업적인 수입으로 분류돼 수입허가가 필요함
- 식품, 식물의 위생에 대해 엄격한 검역을 실시하지만, 아시아 지역 물류운송의 허브에 걸맞는 발전된 시스템을 가지기 때문에 좋은 품질의 식품을 취급하는 기업이나 관련서류 준비를 미리 깔끔하게 할 수 있는 기업이라면 큰 어려움 없이 식품수출이 가능함. 또한 조금이라도 문제가 발생할 경우 자국민 보호를 위한 조치를 즉각 시행하기 때문에 사후 관리도 소홀히 하지 않도록 해야 함



출처 : www.globalwindow.org

VI 싱가포르 검역 정보

1. 검역 유의사항

- 싱가포르식품안전청(AVA)이 신선 과일 및 채소 검사를 간소화한다고 밝혀 채소, 과일 수출이 용이해질 것으로 판단
- 싱가포르식품안전청(AVA)은 모든 국가로부터의 최소 가공 채소와 과일 수입 검사 결과 제출을 검토, 식품 안전을 지키면서도 무역촉진을 할 수 있는 범위 내에서 식품 안전 검사 결과 의무 제출의 빈도를 줄이기로 결정
- 2012.5.1부터는 양파, 감자, 당근 같이 잎이 없는 최소 가공 야채의 수입에 화학 및 미생물 실험 보고서의 제출이 폐지, 하지만 최소 가공 과일과 상추, 양배추 같이 잎이 있는 채소의 경우 화학 및 미생물 실험 보고서를 6개월마다 제출해야 함
- 따라서 싱가포르에 채소나 과일을 수출하고자 하는 업체는 살충제 잔류물 (유기염소계 잔류농약, 유기인계 잔류농약, 디치오카바메이트, N-메틸카바메이트, 피레드roids) 화학검사보고서를 첨부해야 함
- 샐러드같이 바로 먹는 채소나 절단한 과일 같은 경우에는 과일 미생물 검사(일반 세균, 분원성대장균, 대장균)를 실시해야 함
- 모든 최소가공 잎이 있는 채소와 최소가공 과일 수입에 대한 허가는 일반 업무시간에 온라인으로 처리
- 검역비용

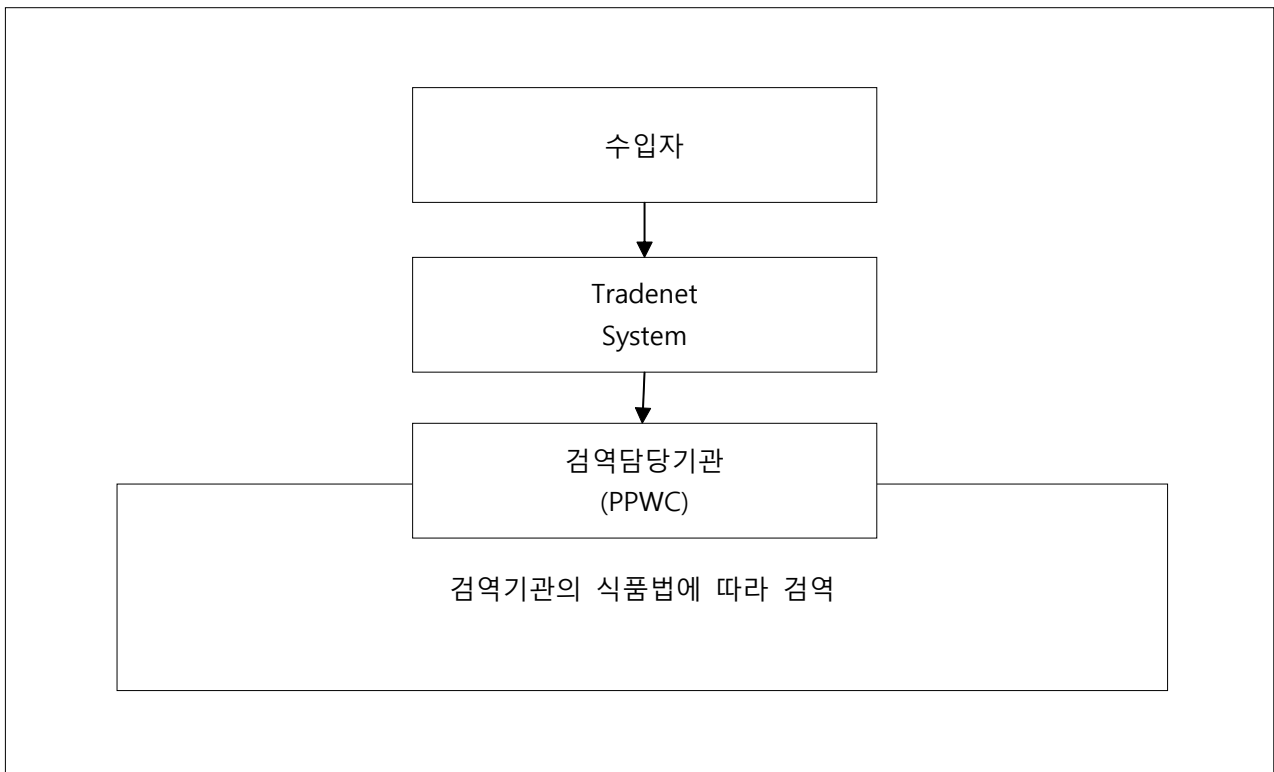
내 용	비 용	비 고
수입업자 신청	S\$ 21.50	처리기간 3일, 우편주소로 통보
수입업자 등록	무료	
어류 / 육류 수출입면허	S\$ 84.00 / 1년	처리기간 1일
신선 과일 / 야채 수출입면허	S\$ 378.00 / 1년	처리기간 1일

- 싱가포르 농수산물 식품 검역센터인 GIRO계좌로 거래를 할시, 아래의 표와 같은 금액이 할인됨

Type of food	Fees
Meat	100kg 당 SGD\$ 4.60 통조림 고기류는 검사 당 SGD\$77
Fish	검사 당 SGD\$3
Fresh fruit and vegetables	검사 당 SGD\$3

출처 : <http://www.ava.gov.sg>

2. 검역 절차



출처 : <http://www.ava.gov.sg>

- 먼저 수입자가 TradeNet Systems를 통해 Cargo Clearance Permit (CCP)을 받은 뒤 해당 제품 샘플을 검역 담당기관에 보내야 함

□ 현지 검역담당기관인 Pasir Panjang Wholesale Centre (PPWC) 검역기관에서는 식품법에 따라 검역을 하게 되며 검사가 완료되기 전까지는 해당제품을 판매해서는 안 됨

□ 보통 검사를 통과하지 못하는 경우는 아래 세가지 임

- 금지된 농약 성분이 검출 됐을 때

- 유해한 화학성분이 검출 됐을 때

- 식품법에 나와있는 기준치를 초과하는 농약의 잔여물이 검출 됐을 때

□ 식품류 수입관리 규정

- 자국에서 소비되는 식료품의 90% 이상을 수입에 의존하는 싱가포르의 자국으로 들어오는 물품의 위생과 안전에 민감할 수 밖에 없고, 현재 싱가포르에서는 국제적으로 통용되는 수입규정과 표준을 기초로 국내 상황 및 요건에 맞춰 수정된 식품규정을 만들어 사용 중이며, 그 중 싱가포르 내로 수입되는 모든 식품은 Sales of Food Act와 Food Regulations의 적용을 받고 있음

- 싱가포르 식품안전청인 AVA(Agri-food and Veterinary Authority)에서 모든 제조 수입식품, 어류, 육류, 가축류, 과일과 채소류에 대한 1차적인 검역을 담당하고, 탁송된 수입품의 검역은 AVA의 모니터링과 프로그램 검사를 통해 성분 분석을 수행하게 됨

- 탁송된 제품이 이 검역에서 탈락하게 되면 수입이 금지되며 AVA의 감독 하에 폐기 처분하는 원칙을 따르고 있음. 모든 가공 처리된 식품들은 식품안전청(AVA), 식품검역처(FCD)에 등록돼야 하며, 수입업체가 수입허락을 받기 위해서는 TradeNet System에 수입에 관한 등록을 해야 함

- 싱가포르의 음식 안전 요구사항은 HACCP(Hazard Analysis Critical Control Point Scheme)와 Codex의 국제표준에 맞춰져 있으며, 대부분의 싱가포르 F&B 공장은 EC 혹은 미국 FDA와 같은 외국의 식품관리 당국의 인증을 받음

□ 수입 서류

- 가격 결정 목적의 정보 외에도 세관은 선박/항공기명, 원산지, 포장 수 및 포장 단위당 수량, 운송 및 보험 비용 등과 같은 서류를 요구하고 있음
- 관세청 서류관련 안내 웹페이지: <http://www.customs.gov.sg/trade/trde2.html>
- 수입자 면허 신청서에 명시되어 있는 서류 목록
 - ① The original Import Certificate;
 - ② End-user declaration;
 - ③ Importer declaration;
 - ④ Letter on the Transfer of Ownership (if applicable);
 - ⑤ End-user Certificate or Statement (EUC/EUS);
 - ⑥ Export Licence (if applicable);
 - ⑦ Documents issued by your exporter or the relevant authority of the exporting country;
 - ⑧ Bill of lading or airway bill;
 - ⑨ Invoices issued in respect of the sale of the goods in respect of which the import certificate relates
- AVA에 수입자 등록 후, 수입업자는 제품 수입 전 품질관리검사를 위해 국가공인검사소로 제품테스트 요청
- 수입허가신청은 TradeNet 시스템을 통해 이루어지며, 정확한 HS코드와 제품 코드, 사업자 등록번호 필요. 추가적으로 제출해야 할 문서로는 원산지 위생증명서 및 검사소의 식품 분석 리포트
- 외교용/개인용/샘플용은 별도 등록이 필요 없지만, 이 외의 상품을 등록하지 않고 판매할 경우, 초기 적발 시 최고 S\$1,000이며 2회 이상 적발 시 S\$2,000의 벌금을 적용함

□ 수입업자 등록

- 싱가포르에서 식품을 수입하기 위해서는 Accounting and Corporate Regulatory Authority (ACRA, www.acra.gov.sg)에 사업자 등록을 하여야 함
- 사업자 등록하여 발급받은 Unique Entry Number (UEN)을 싱가포르 세관 (www.customs.gov.sg)에 등록하여야 함
- 수수료, 면허료 등의 지급을 위해서, 지로처리가 가능한 은행계좌를 가지고 있어야 함
- 싱가포르에 가공식품 (어류, 육류, 신선 과일 및 야채, 어류/육류가 함유된 식품 제외)을 수입하기 위해서는 수입업자 등록을 하여야 하며, 어류/육류 및 신선 과일/야채는 각각의 수출입 면허를 신청하여 승인을 받아야함

Ⅶ 싱가포르 라벨링 정보

□ 개요

- 「식품규정(2013)제 5장」에는 식품라벨링의 책임소재를 다음과 같이 구분하고 있음. 원산지 표시는 수입식품의 겉포장에 원산지가 「보이도록」 표시되어야 한다는 규정 이외에 특별한 요구는 없음

수입시점	책임소재 : 수입자 또는 수출자 표시언어 : 영어 요구되는 라벨링 : 상품명, 단위 및 중량, 수입자 상호,
판매시점	책임소재 : 판매자 표시언어 : 영어 요구되는 라벨링/ 최소요구 라벨링 : 제품명 또는 설명, 구성성분(상용된 모든 재료), 평균중량, 제조자 또는 유통자 상호 및 주소, 원산지, 포장일자 또는 유통기한

□ 기타 라벨링 내용

- 식품첨가제

- 식품규정에서 허용하는 총 227종의 식품첨가제와 관련하여, 그 허용수치를 초과하지 않았을 경우에는 별도의 표기를 필요로 하지 않음(허용되는 식품첨가제 및 수치는 : Food Regulations - Schedule 3, 4, 5, 6, 7 및 8에 기재)

- 영양정보 표시 - 규정양식

- 1개 포장당 제공횟수 표시
- 1회 제공량의 영양표시(열량 · 단백질 · 지방 · 탄수화물 · 기타영양소 표시)
- 1회 제공량당 영양소 표시

VIII 베트남 바이어 정보

※ 바이어 리스트는 별도 엑셀 파일로 작성하였습니다.

※참고자료

- GTA : <http://www.gtis.com/>
- 관세청 : <http://www.customs.go.kr>
- 구글 : <http://www.google.com>
- 글로벌윈도우 : <http://www.globalwindow.org>
- KATI : <http://www.kati.net>