



Cambodia

캄보디아사무소

한국식품 인기에 힘입어 활개치는 모방제품

가공식품 대부분 수입에 의존

캄보디아는 자국 생산품의 점유율이 10%에 불과할 정도로 자국내 생산 기반이 매우 저조한 국가이다. 가공식품을 비롯한 대부분의 기본 소비재를 수입에 의존하고 있으며, 한국은 주요 수입국 7위를 차지하고 있는데, 식품을 비롯한 다양한 품목을 한국으로부터 들여오고 있다.

| 2016 캄보디아 주요 수입국 순위 |

(단위: 백만불, %)

국가	수입액	비중
중국	4,551	36.8
태국	1,910	15.4
베트남	1,416	11.4
대만	702	5.7
싱가폴	565	4.5
홍콩	517	4.2
한국	439	3.5
인도네시아	247	3.5

2009년 캄보디아 시장에 첫 진출해 2017년 600억 원 이상의 성과를 거둔 박카스는 가격이 저렴하지 않음에도 불구하고, 질 좋고 건강한 제품이라는 프리미엄 포지셔닝에 성공한 케이스이다. 뚜레쥬르의 경우, 2012년 프놈펜에 처음 진출한 후 5년이 지난 현재, 프놈펜 시내에 30여개의 지점을 운영 중이다. 이밖에 세계적인 한식 프랜차이즈인 '본촌', 작년에 첫 진출한 '서래 갈매기'등도 지속적으로 지점을 확장해 나가는 추세다. 현지 물가에 비해 높은 가격대임에도 불구하고 현지인들의 큰 사랑을 받고 있다는 점에서, 한국 음식에 대한 선호도를 확인할 수 있다.

검증되지 않은 식품 다수 유통

캄보디아를 비롯한 동남아시아에 한국식품에 대한 선호도

가 증가하면서 한국제품의 모방제품이 중국 그리고 동남아 전역에서 생산 및 유통되는 부작용을 초래하고 있다. 검증되지 않은 원료를 사용해 건강 및 식품 위생에 위협을 받을 수 있고, 외국시장 점유율과 수출실적, 브랜드의 신뢰도에 타격을 입히는 모방식품 유통 문제는 원조제품의 매출액과도 직결되므로 현재 국내업계의 초미의 관심사가 되고 있다.

캄보디아 프놈펜에서 유통되고 있는 모방식품의 종류는 다음과 같이 분류할 수 있다.

▶ 패키지에 한글을 차용한 경우

이름부터 성분까지 패키지의 모든 정보를 한글로 작성, 마치 한국제품인 것처럼 가장한 제품들이 대형마트를 중심으로 유통되고 있다. 한국제품의 가격 프리미엄이 존재하는 것처럼, 이 제품들의 가격 또한 매우 높게 책정되어 판매되고 있다. 어색한 한글 단어의 조합으로 한국에서 생산된 제품이 아님을 쉽게 알아차릴 수 있으나, 한글을 잘 모르는 현지인에게는 혼란을 야기할 수 있으며 인기 한국 k-pop그룹 멤버의 사진을 도용하는 경우도 있어 초상권 침해문제도 불거지고 있다.

| 대형슈퍼마켓 커피 제품 |



'맛있는 요거르트 냄새', '맛있는 달콤한' 등의 어색한 한국어 문구와 인기 K-pop 그룹의 사진을 도용

▶ 인가제품의 맛과 컨셉을 모방한 경우

국내외에서 꾸준한 인기를 얻고 있는 스테디셀러 제품들의 컨셉과 맛을 모방한 제품들이 대형마트, 편의점을 중심으로 유통되고 있어 기존 제품과의 혼동을 불러일으키고 있다. 원조제품과 함께 DP되어 있는 경우가 많으며 기존 제품보다 훨씬 저렴한 가격으로 판매해 원조제품의 매출액에 타격을 줄 가능성이 크다.



S사에서 생산되는 매운볶음면의 맛과 컨셉을 그대로 모방한 제품. 원조제품 가격의 4분의 1에 가까운 파격적인 가격 프로모션 진행.

주로 베트남과 중국에서 생산

프놈펜 시내의 대형 슈퍼마켓 (이온몰, 럭키슈퍼마켓 외 4곳) 및 편의점, 재래시장 총 10곳을 조사한 결과, 현재 프놈펜에서 유통되고 있는 모방식품의 종류는 다음과 같다.

가장 많이 유통되고 있는 제품군은 제과였으며, 제조국은 베트남과 중국이 주를 이룬다. 프놈펜 시내 최대 규모의 대형 슈퍼마켓에 다수 입점해 있다.

독보적 품질로 현상황 타개

카피제품이 위협해오는 지금의 시장상황을 타개해 나가기 위해서는, 한국제품의 독보적인 품질유지와 브랜드 인지도 제고가 선행되어야 할 것이며 이와 함께 카피제품에 대한 단속과 제재가 이루어져야 한다. 최근 캄보디아 행정업무가 전산화 되는 등 변화가 시작되고 있다는 점에서, 앞으로 원산지 표기와 식품 위생법에 대한 캄보디아 정부의 단속이 강화 될 것으로 기대된다.

Key Point

차별화시킨 패키지의 변화로 돌파구 마련

- 무분별하게 시장을 어지럽히는 카피식품들 사이에서 한국제품의 경쟁력을 확보할 수 있는 방안 가운데 하나는 패키지의 변화를 들 수 있다. 매장 안에서 한 눈에 들어오는 신선한 패키지에 소비자에게 신뢰를 줄 수 있는 인증마크까지 부착한다면 카피제품들과의 확연한 차이점을 만들 수 있을 것으로 보인다. 구체적인 방안을 살펴보면 다음과 같다.

제품의 특성 강조

타국 수입제품에는 No sugar, Trans Fat free, Healthier choice, No.1 product in Europe 등 제품의 특성을 강조한 마크가 쉽게 눈에 띈다. 이처럼 소비자들에게 어필할 수 있는 제품의 긍정적인 특성을 크게 표기하는 것은, 제품에 대한 이해도를 높일 뿐만 아니라 타 제품과 비교하였을 때, 차별성을 부여한다.

원산지 표시 마크

정부차원에서 수출되는 모든 한국식품에, 제품의 원산지를 명확히 드러내는 원산지 표기 마크를 부착하는 것 또한 효과적일 것이다. 관련 법령과 제도를 정비 후 인증 시스템을 만들고, 공식 마크를 디자인해 부착하는 방식이다.

품질보장 마크

프놈펜 현지에 유통되고 있는 일본 제품의 경우 'NO.1 product in Japan', 'Premium quality in Japan' 등 일본에서 인증 받은 제품을 뜻하는 마크들을 쉽게 찾아볼 수 있다. 자국에서 이미 큰 사랑을 받고 있는 제품이라는 점은, 현지 소비자들에게 매력적인 소구점이다.