



# Cambodia

호치민지사

## 지방도시로의 물꼬를 틀 ‘물 축제’

### ‘물 축제’ 방문객 대상 설문조사 실시

캄보디아의 물 축제(본옴톡, Bon Om Touk)는 농사와 고기잡이가 흥하는 6월-10월의 우기를 기념하는 현지 최대 규모의 축제이자 연휴다. 올해 5백만 명 이상이 방문한 물 축제의 100개 기념의 기업 홍보부스 중 과반수가 식품 홍보부스였으며, 5-6개의 한국기업도 현지인들로 구성된 식품 부스로 참가하여 방문객의 접근성을 높였다. 한국제품 공동 홍보부스를 운영한 aT 캄보디아사무소는 11월 10일부터 12일까지 방문객의 출신지와 한국 식품의 인지도에 대한 설문조사를 진행했다.

293명의 방문객 중 44%가 수도 프놈펜에서, 56%가 그 외 지방의 24개 주 중 20개 지역에서 방문했다. 46%가 페이스북 등 온라인 광고를 통해, 17%가 지인이나 가족을 통해 한국 식품을 접했으며, 61%의 방문객은 한국식품의 구매의사가 있었다.

설문 결과, 먼 거리에도 불구하고 여러 주에서 소비자들이 방문한 만큼 인구, 경제, 인프라가 발전하고 있는 지방도시를 중심으로 한국식품의 진출이 확대될 가능성이 보였다. 특히 씨엠립, 시하누크빌은 정부의 고속도로, 수로, 철도 개선 계획에 따라 향후 외부와의 연결성이 더욱 높아질 것으로 기대되어, 거점도시로서 진출 가능성을 인구·경제 등을 기준으로 조사했다.

### 지방도시들, 한국식품 진출가능성 엿보여

우선 씨엠립(Siem Reap)은 2018년 기준 약 14만 명이 거주해 5번째로 인구가 많은 도시다. 인구의 50% 이상이 관광업에 종사하는 주요 관광도시로, 타 지역에 비해 높은 인터넷 보급률이 금융 발전에 기여하고 있다. 최근 씨엠립 공항에 전자여권을 사용할 수 있는 자동출입국심사 게이트가 열려 현지 관광객이 증가할 전망이다.

한국-씨엠립 사이의 국제운송은 항공편이 유일하며, 그 외 국제운송은 태국을 통한 육로 운송이 빈번하고 주로 신선식품을 취급하지만 화물량이 많지 않은 편이다. 국내운송은 프놈펜에서 출발하는 버스 택배, 옹달 등으로 내륙 운송을 하나, 물량이 많지 않고 차량이 빈 상태로 돌아가기 때문에 왕복운임을 지불해야 한다. 대형 유통 매장의 경우 프놈펜 본사 창고에서 재고를 일괄 관리하며, 중대형 유통매장 중 한식당 20여개, 한인 마트 3개, 아시아 유통 마트 7개가 있어 한국 음식의 접근 가능성이 높다.

시하누크빌(Sihanoukville)은 2018년 기준 약 16만 명이 거주하여 3번째로 인구가 많다. 2019년 상반기 시하누크빌을 방문한 여행객 수는 75만 5천 명으로 동기간 대비 210% 상승

Angkor market



- 위치 | Sangkat Svay Dangkm, Krong Siem Reap
- 규모 | 2층 구조 대형 슈퍼마켓
- 특징 | 가장 유명한 슈퍼마켓, 다양한 수입품을 취급, 24시간 운영 Angkor mini mart 소유

The Heritage walk



- 위치 | NR6, Krong Siem Reap
- 규모 | 2018년 지은 메가 쇼핑몰
- 특징 | 씨엠립 최대 물, 식품매장 Noble premium mart 보유

Asia market



- 위치 | Sivatha Blvd, near Samdech Tep Vong Street, Siem Reap
- 규모 | 2014년 지은 대형 슈퍼마켓
- 특징 | 현지 식품부터 다양한 수입품까지 취급, 입지가 좋아 여행객 방문율 높음

했으며, China Road and Bridge Corporation(CRBC)가 20억을 투자하여 프놈펜-시하누크빌 간 고속도로를 착공하기 시작했다. 시하누크빌 국제항은 캄보디아에서 바다를 끼고 있는 유일한 항구로 대부분의 해상 무역이 이루어지는 곳이다. 컨테이너선과 벌크선의 국제운송 소요기간은 각각 20일, 14일 이내이며, 직항이 없고 베트남 항구에서 양하 및 선적을 거치는 컨테이너선의 소요기간이 더 길다. 국내운송은 2012년부터 프놈펜에서 시하누크빌까지 약 7시간이 소요되는 남부 철도노선 운송서비스가 운영되었다. 중대형 유통 매장중 한식당 10여 개, 아시아유동마트 6개가 있어 역시 한국음식의 접근 가능성이 높다. 현재 프놈펜에서 지방도시로의 유통 시, 약 15~18개 존재하는 지방 전문 유통 벤더를 주로 이용한다.



**온라인 홍보영상과 물 축제 이벤트 적극활용**

자동출입국심사게이트, 공공 와이파이, 정부의 관광도시 발전계획 등으로 꾸준히 늘어나는 현지 관광객을 노려 브랜딩, 패키징, 맛 측면의 현지화가 필요하다. 높은 인터넷 보급률을 이용해 온라인 매체의 홍보가 효과적이나, 여전히 높은 문맹률을 고려해 글보다 사진, 그림, 영상을 활용한 홍보 콘텐츠를 추천한다. 물 축제를 주요 지방도시 진출에 활용할 수도 있다. 물 축제는 지방에서 방문하는 소비자 대상의 전국적 홍보 기회이며, 젊은 관광객들에게 현지식품 트렌드나 한국식품의 인지도-선호도 조사 및 제품 판매도 가능하다. 향후 한국식품기업 참가 증가 시 통합 한국관을 개설한다면 큰 홍보효과가 기대된다. 구체적인 방안으로는, 현지인들이 많이 사용하는 페이스북에서 광고 및 이벤트를 홍보하고, 캄보디아사무소 홍보부스에서 반응이 좋았던 선물가방 등의 사은품 증정, 시식-시음행사 및 경품·원반 돌리기 등의 현장이벤트를 통해 한국식품의 인지도를 높이고 소비자의 참여를 유도하는 것이 좋겠다.

**LSH Cambodia**



- **규모** | 싱가포르, 대만, 유럽을 포함한 20여 개국 수입품을 취급하는 대규모 업체
- **특징** | 레스토랑과 유통 매장에서 음료, 신선식품, 냉동식품 등 다양한 품목 취급
- **홈페이지** | [www.lshcambodia.com](http://www.lshcambodia.com)

**AUS KHMER**



- **규모** | 대형 유통 매장, 호텔(소피텔 등)에 유통하는 대규모 업체
- **특징** | 주로 와인, 신선식품 취급
- **홈페이지** | [www.auskhmer.com](http://www.auskhmer.com)

**Goodhill Enterprise**



- **규모** | Brand distributor를 표방하는 싱가포르 계 기업이며 10여 개 브랜드 취급
- **특징** | 직접 지방에 있는 시장과 공급망을 관리
- **홈페이지** | [www.goodhill.com.kh](http://www.goodhill.com.kh)

**Unilever**



- **규모** | 세계적 대기업이며 캄보디아 내 도브, 바세린, 립톤 등 제품에 대한 독점권이 있음
- **특징** | 태국을 포함한 모든 인접국가 및 전국 유통망을 확보
- **홈페이지** | [www.unilever.com](http://www.unilever.com)

출처 : [www.nbcambodia.com](http://www.nbcambodia.com), [worldpopulationreview.com](http://worldpopulationreview.com), [www.phopick.com](http://www.phopick.com), [www.phnompenhpost.com](http://www.phnompenhpost.com), [www.google.co.kr/maps/place](http://www.google.co.kr/maps/place)