Fresh Fruit

세계로 뻗어나가는
한국의 신선농산물들을 만나보자!

Thailand
태국

Vietnam
베트남

Singapore
싱가포르

Cambodia
캄보디아

태국에서 인기있는 한국산 과일 Top3

코로나19로 태국산 과일 소비는 늘고 수입산 과일은 줄어

태국 과일시장 규모는 2020년 판매량 기준으로 전년대비 7% 성장한 7.8백만 톤규모로 매년 성장 중에 있으나 과일 수입량은 전년대비 1% 성장한 1,151천 톤 규모이다. 태국 수입과일의 40% 이상은 중국에서 수입되고 있으며 그 뒤로 베트남, 미국, 뉴질랜드, 호주 등이 있다.

작년 코로나19로 인해 태국산 과일 수출이 제한되자 태국 내 람부탄, 망고, 망고스틴, 파인애플 등과 같은 현지 과일의 공급이 늘어났고 현지 소비자들에게 태국 과일을 더 많이 소비하도록 장려하는 정부 노력으로 인해 현지과일에 대한 수요는 크게 증가했다. 반면에 코로나19로 인한 물류비 상승, 수입과일의 주요 판매처인 프리미엄 유통매장 등을 찾는 소비자가 크게 줄어들면서 특히 사과, 블루베리, 키위, 포도, 배 등 수입과일에 대한 시장 규모도 크게 감소했다.

코로나19로 인해 수입과일 시장이 축소되는 상황에서도 태국에서는 찾아보기 힘든 맛과 식감으로 태국 내 높은 인기를 보이며 수출 상승세에 있는 한국산 과일 Top3를 소개한다.

TOP 1 달콤한 향과 맛으로 태국인들의 입맛을 사로잡은 한국산 딸기

태국은 주로 호주, 한국, 뉴질랜드, 미국을 통해 딸기를 수입해 오고 있으며 태국 상무부 자료에 따르면 2020년 기준 태국 딸기 수입량은 전년대비 12% 감소한 198만 톤으로 16백만 달러 규모이다. 시장 점유율은 물량 기준으로 호주가 39%로 1위, 뒤를 이어 한국산 딸기가 33%를 차지하고 있다. 주요 수입국인 호주산 딸기는 무관세에 연중 생산이 가능하다는 장점으로 수입 딸기 시장점유율 1위를 유지하고 있다. 호주산과 더불어 미국산 딸기는 과육이 단단하고 색이 일정해 주로 식당, 카페 등에서 수요가 많은 편이다. 반면 일본산 딸기는 품질이 일정하고 고급스런 포장제품으로 고가에 판매되다 보니 프리미엄이라는 인식이 형성되어 주요 프리미엄 유통매장을 위주로 판매하는 고급화 전략을 택해 물량 기준 시장점유율 5위를 차지하고 있다.

한국산 딸기는 對 태국 주력 수출품목으로 경쟁이 치열한 태국 수입 과일시장에서 호주산, 미국산 대비 차별화된 맛과 품질로 프리미엄 과일로 인정받으며 성장 가도를 달리고 있다.

이제는 딸기시즌이 시작되는 11월이면 태국 내 대부분의 슈퍼마켓에서 한국산 딸기를 발견할 수 있다. 주요 수출품종인 매향, 설향뿐만 아니라 아리향, 금실, 죽향, 킹스베리 등 다양화된 소비자의 니즈에 맞춰 품종을 확대하고 발렌타인 선물용, 명절 포장 등 부가가치를 더해 판매되고 있다.

이러한 노력으로 전년도 코로나 위기와 해외 물류 대란으로 수출단가 및 물류비 상승, 수출시즌 물량의 감소 등의 악재에도 불구하고 한국산 딸기는 온라인 채널 판매 확대, 관세 절하 효과에 따른 수요 증가로 매년 최대 수출액을 달성하고 있다.

1

2

3

1 유통매장내 판매중인 한국 딸기
2 태국 TV 채널3 연계 딸기 홍보
3 인플루언서 킹스베리 홍보영상

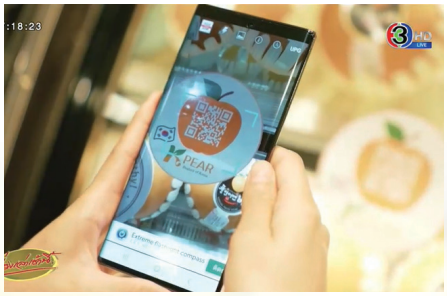
TOP 2 뛰어난 당도와 아삭아삭한 식감으로 태국 제사상에도 올라가는 한국 배

태국에서는 국경무역의 이점을 최대 활용하여 수입한 저렴한 중국산 배가 전체 시장의 대부분을 지배하고 있다. 태국 상무부 자료에 따르면 태국의 수입 배시장은 58백만 톤, 6백만 달러 규모로 이중 중국산은 저렴한 가격을 앞세워 프리미엄, 도매시장 등 태국 전역 유통망에 공급하고 있으며 물량기준으로 99.6%를 차지해 시장점유율 1위를 차지하고 있고 뒤를 이어 고급 이미지를 내세운 일본산과 경쟁하며 한국산이 시장점유율 2위를 차지하고 있다.

코로나19 등 안전성에 대한 우려, 프리미엄 과일의 수요 증가와 함께 한국산의 인기는 높아지고 있다. 특히 태국인들이 선호하는 당도가 높고 아삭한 식감에 과육의 크기가 커서 선물용이나 태국 화교들을 중심으로 제수용으로 구매가 많다. 이로 인해 중국산 대비 4~5배 높은 가격에도 불구하고 판매율이 높은 편이다. 다만 한국산 배의 인기가 높아짐에 따라 한국산 품종인 신고배를 중국에서도 생산하여 수출하고 있는데 외관상 한국산 신고배와 유사해 제품상의 스티커 및 라벨지를 한국어로 표기하여 판매하는 경우가 많아 문제가 되고 있다. 이에 맞서 한국산 배의 맛과 안전성을 내세운 홍보 및 원산지 확인 캠페인을 진행하는 등 소비자들이 믿고 한국산을 구매할 수 있도록 홍보활동을 펼치고 있다.

1

2

3


1 유통매장내 판매중인 한국 배
2 태국 TV 아침뉴스 연계 배 원산지 홍보 장면
3 QR코드로 원산지 정보 확인하는 소비자

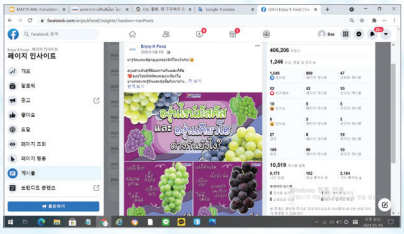
TOP 3 태국까지 소문난 프리미엄 청포도 샤인머스캣

한국에서 '망고 포도', '포도계의 샤넬'이라고 불리며 선풍적인 인기를 끌고 있는 샤인머스켓이 동남아 과일왕국인 태국에서도 고급 포도품종으로 인기를 얻고 있다. 태국 소비자들은 당도가 높으며 단단한 과육의 아삭한 식감, 씨가 없고 껍질째 먹을 수 있는 포도를 선호하는 경향이 있어 이런 특징을 잘 살린 한국 샤인머스캣이 태국 내 백화점, 고급 유통매장을 중심으로 판매되며 태국 사람들의 입맛을 사로잡고 있다. 특히, 드라마 등 한류 컨텐츠의 선호도가 높은 태국 특성상 연예인 및 유튜버들도 샤인머스캣 인기 행진에 가세하며 웹, 방송 등을 통해 관련 컨텐츠가 늘어나 샤인머스켓은 태국에서 '제2의 딸기'로 각광받고 있을 정도로 인기가 높다.

태국 수입 포도시장은 '20년 기준 147백만 달러로 수입 규모가 큰 과일 중 하나이다. 주요 수입국은 중국으로 수입 물량의 86%를 차지하고 있으며 그 뒤로 호주, 페루, 미국, 칠레 등이다. 중국산 포도의 경우 국경무역으로 적포도, 청포도 등 다양한 품종의 포도가 저가로 수입되어 도매시장을 통해 유통되고 있으며 백화점 및 고급 유통매장에는 호주, 미국, 칠레, 한국, 일본 등 고가의 프리미엄 품종의 포도가 유통되고 있다.

1

2

3


1 유통매장내 판매중인 한국 포도
2 프리미엄 유통매장 연계 샤인머스캣 등 한국과일 홍보
3 한국포도 SNS 홍보

주요 품종으로는 씨가 없고 진한 붉은색과 갈색을 띠며 당도가 높은 '크림슨 포도', 마녀 손가락이라는 별명을 가지고 있으며 모양이 길쭉하고 식감이 아삭한 '블랙 사파이어 포도' 등이 유통되고 있으며 공통적인 특징은 씨가 없고 아삭하며 당도가 높다는 것이다. 한국산 샤인머스캣의 경쟁국인 일본산의 경우 고품질&고가격 전략을 펼치며 프리미엄 유통매장을 중심으로 판매되고 있으며 개별 박스포장 등으로 선물용 수요가 높은 편이나 엄격한 품질 관리로 인해 유통되는 물량은 적은 편이다.

'20년 한국산 포도 對 태국 수출실적은 1.4백만 달러로 전년 동기대비 2배가 증가하며 역대 최대 수출실적을 달성하였다. 프리미엄 샤인머스캣 품종의 인기를 발판으로 머루포도, 거봉 등 신규품종 역시 유통매장으로 입점이 확대되며 수출이 증가하고 있으며 아직까지 태국 수입 포도시장에서 한국산의 점유율은 미미하지만 고품질 및 안전성, 가격 경쟁력을 강점으로 향후 프리미엄 포도 시장의 다크호스로 자리매김할 수 있을 것이라 전망된다.

Key Point

유로모니터에 따르면 태국의 과일시장 규모는 매년 확대 중에 있고 전년도에 비해 7% 증가한 7.8백만 톤 규모로 향후 매년 3% 성장세를 보여 2025년도 9백만 톤 규모로 확대될 것으로 예상된다.

태국 과일시장 규모 (판매량)

(단위 : 천톤)

구분	2015	2016	2017	2018	2019	2020	증감
전체	6,345	6,637	6,863	7,113	7,328	7,835	7%
사과	175	168	158	153	155	133	-14%
바나나	1,645	1,693	1,744	1,774	1,808	1,726	-5%
자몽	11	11	12	12	12	12	-3%
포도	125	149	139	144	151	139	-8%
키위	3	4	3	4	4	3	-14%
레몬, 라임	98	116	122	124	125	122	-3%
오렌지	616	631	654	669	684	633	-8%
배	42	43	48	39	36	27	-24%
파인애플	340	375	410	425	412	399	-3%
딸기	3	4	5	5	5	4	-14%
기타 과일	3,289	3,442	3,569	3,765	3,935	4,638	18%

자료 유로모니터

코로나19를 비롯한 여러 가지 악재 속 점점 좁아지는 수입과일 시장에서 뛰어난 맛과 품질로 한국산 과일의 인기는 지속적으로 상승하고 있는 추세로 그중 특히 태국인들에게 사랑받는 대표과일 3종의 인기요인에 대해 알아보았다. 변화하는 시장환경으로 오프라인 매장을 통해 맛과 신선도를 확인하고 구매하는 것이 아니라 이제는 온라인을 통한 홍보, 판매, 구매 중심으로 급격하게 변화하고 있다. 이러한 환경에 발맞춰 품질, 안전성, 원산지 등의 차별점을 적극 내세운 마케팅 적용을 통해 시장을 넓혀 나갈 수 있을 것으로 보인다.

한국산 신선농산물 중 베트남으로의 수출 유망품목 Top3

TOP 1 파프리카

파프리카는 농림축산식품부가 '08년부터 베트남과 검역 협상을 지속 추진하여 '20년 6월 협상을 완료하였으며 그에 따라 한국산 파프리카 생과실의 베트남 수출검역요령을 제정하여 '20년 8월 10일부터 시행 중에 있다. 관련 고시 제정 · 시행은 그동안 일본시장에 편중되어 있던 파프리카 수출이 베트남 시장으로 새롭게 진출하게 됨으로써 해외 신규시장 개척을 위한 발판을 마련하였다는데 의의가 있다.

* '19년 국산 파프리카 수출실적 : 91.5백만 달러(일본 91.2, 홍콩 0.2 등)

한국산 파프리카를 베트남으로 수출하기 위한 주요 요건으로는 베트남 수입허가서 발급, 온실 및 선과장 검역본부 사전 등록, 재배 중 병해충 종합관리, 식물검역관의 재배지 검역 및 수출검역 실시 등이다.

일반적으로 베트남 사람들은 식사 시에 양배추, 오이, 고추 등 채소를 곁들여 먹는 것이 보편화되어 있다. 그러나 파프리카의 경우는 아직 베트남 현지인들에게 알려져 있지 않은 채소류에 해당된다.

* '18년 최초 수입된 말레이시아산 파프리카 베트남 수출액 : 52천 달러

파프리카가 베트남인들에게 익숙하지 않은 채소인 이유는 서양에서는 'Sweet Pepper'라고 불리며 주식인 스프에 첨가되는 소스나 조미료로써 사용되고 있기 때문이다.

베트남의 경우 스프는 일반 가정 및 식당에서는 즐겨먹지 않는 음식이므로 파프리카 특유의 깊은 향이 베트남 현지음식의 기본 조미료인 피쉬소스 등과 어울리지 않아 선호되고 있지 않다. 그러나 파프리카는 베트남 현지인들이 좋아하는 단단한 식감을 가지고 있으며 단맛이 높아 시장 진입성이 높은 채소이기도 하다. 또한 MZ세대를 기점으로 생겨나고 있는 다양한 음식 레시피와 샐러드, 육류 · 생선볶음 등 기존 베트남 현지음식과의 높은 융합 가능성 등을 고려해볼 때 파프리카의 수출 가능성은 높을 것으로 전망된다.

Hàn Quốc sẵn sàng xuất khẩu ớt chuông sang Việt Nam

Bởi ADMIN 8/15/2020 5:30:25 PM

Share Tweet 0

베트남 언론 등에 소개된 한국산 파프리카 및 요리 레시피 (소고기파프리카볶음)

자료 Vinmailk, MSN Vietnam

TOP 2 무

무는 베트남 전역에 이르러 1년 내내 재배되고 있으며 보통 각 지역에서 재배된 무는 지역시장 또는 유통매장 등으로 바로 공급되는 경우가 많다. 베트남산 무는 한국산 또는 일본산 대비 길이가 길며 경도가 지나치게 부드러워 베트남인들이 즐겨먹는 생선, 육류 조림 · 볶음식의 요리 등에는 중국산 · 일본산 · 한국산 무가 주로 사용되는 편이며 베트남산은 주로 육수용으로만 사용되고 있다.

베트남 재래시장 등에서 흔히 볼 수 있는 무는 저렴한 가격으로 인하여 베트남산 외 중국산이 대다수이나, 중국산 무의 농약 수치가 높다는 인식이 자리잡고 있어 베트남 중 · 상류층들은 대형유통매장, 수입과채류 전문매장 등에서 한국산을 비롯한 일본산 무를 많이 구매하고 있다. 베트남 남부 호치민시에 위치한 한국산 무 수입바이어에 따르면 "베트남 가정에서 한국산 식품 특히, 김치에 대한 수요가 크게 증가하면서 시원하고 달달하며 맵지 않은 동치미 또한 베트남 현지인들의 관심이 많아진 추세"라고 전했다.

특히 한국산 무의 경우 베트남 현지생산 및 중국산 등 경쟁국 대비 당도가 높고 경도가 단단하여 과일처럼 섭취할 수 있어 현지인들에게 반응이 좋은 것으로 나타났다. 전체적인 품질 면에서 한국산 무가 현지생산 및 중국산 무에 비해 월등히 높다고 평가받아 베트남 중 · 상류층을 중심으로 호응을 받고 있으며 최근 들어 한국산 무의 가격이 낮아지면서 합리적인 가격경쟁력도 갖추게 되면서 앞으로 한국산 무의 수요는 꾸준히 증가할 것으로 예상되고 있다.

1

2

1 베트남으로 수입되는 한국산 무
2 베트남 달랏시에서 생산되는 베트남산 무

TOP 3 배추

베트남 현지인들이 가장 많이 먹는 음식으로는 쌀국수 외 베트남식 샤브샤브인 러우(Lau)를 손꼽을 수 있는데 러우의 경우 육류와 해산물 그리고 다양한 채소류를 한 냄비에서 끓인 후 건져먹는 보편화된 음식이다. 러우에서 가장 중요한 채소류는 배추로 배추 특유의 단맛으로 인해 국물의 맛을 더욱 높여주므로 이러한 까닭으로 배춧잎으로 쌈을 싼 배추쌈, 육류와 함께 볶아 먹는 배추볶음, 배춧국 등도 베트남 가정에서 흔히 찾아볼 수 있다. 이렇게 베트남에서 즐겨먹는 배추는 대부분 현지산이거나 중국산이지만 토지와 비료 등의 요인으로 인하여 조직이 무르고 수분이 많은 탓에 최근에는 단단한 외국산 배추를 선호하는 추세로 변화하고 있다.

현지 유통매장 관계자 및 한국산 배추 수입 바이어에 의하면, "코로나19로 인하여 외식 비중이 줄어들고 가정 내에서 식사를 해결하는 경우가 높아짐에 따라 라면 등의 식품과 잘 어울리는 한국식 김치를 찾는 수요가 늘어나고 있다"고 전했다. 다만, 한국식 김치를 제조하기 위해서는 배추의 수분 함량이 낮고 경도가 단단한 배추를 사용해야 하므로 현지에서 생산된 배추나 중국산 배추는 이에 적합하지 않아 한국산 배추를 찾는 소비자들이 증가하고 있는 추세다. 한국식 김치에 대한 수요 증가로 인해 베트남 현지 김치 생산공장은 활발히 운영되고 있으며 이에따라 한국산 배추의 수요는 지속적으로 증가할 전망이다.

1 베트남식 배추고기쌈
2 베트남식 배추볶음
3 베트남 국민 음식 샤브샤브 러우(Lau)
4 베트남식 배춧국

자료 Vnexpress, Tuoi Tre, NhandanVietnam.vn 등

Key Point 베트남 현지인들의 꾸준한 재래시장 이용, 저렴한 가격 등으로 인하여 베트남에서 소비되는 신선농산물은 중국산 또는 현지 생산품이 차지하고 있으나 식품 안전성에 대한 관심 확대, 한국산 김치 등의 수요 증가, 베트남 MZ세대의 새로운 먹거리에 대한 열망 등에 힘입어 한국산 신선농산물에 대한 수요가 확대되고 있는 실정이다. 이에 따라 '20년에는 신규 품목인 파프리카를 현지에서 흔히 접할 수 있는 음식들과 접목시킨 신규 레시피 등을 개발하여 진출하는 것을 고려해 볼 수 있겠다. 동시에 식품 안전성에 대한 관심이 확대되고 있는 베트남인들에게 품질 좋은 한국산 무, 배추와 같은 신선농산물에 대해 꾸준히 홍보한다면 그 수요가 꾸준히 증가할 것이다.

싱가포르에서 인기있는 한국 신선농산물 Top3

도시국가 싱가포르, 식품의 90%를 수입에 의존

도시국가인 싱가포르는 국가 전체 면적 중 농지 면적이 1% 미만으로 농지 규모가 매우 협소한 편으로 농업 발전에 어려움이 있다. 싱가포르는 식품의 90%를 수입하고 있을 정도로 식량 대외의존도가 매우 높으며 세계 식품시장의 수요와 공급의 변동에 매우 민감하여 현지에서는 식량 자급률 제고를 위하여 기술 도입, 장비 지원, 컨설팅 및 교육 등을 통해 생산량 증대를 위한 노력을 기울이고 있다.

싱가포르에서 직접 생산하는 품목으로는 엽채류, 달걀로 자급자족 능력 향상으로 생산량은 지속 증가하고 있으나 과실류는 전량 수입에 의존하고 있다. '20년 對 싱가포르 수출실적은 전년대비 18.3% 증가한 171.8백만 달러이며, 신선식품은 전체 수입의 25%에 해당하는 43.1백만 달러 수출을 기록했다. '21년 4월 기준 對 싱가포르 수출실적은 전년 동기대비 20% 증가한 71백만 달러이다.

싱가포르 주요 생산품목

(단위 : 톤)

품목	2015	2016	2017	2018	2019	CAGR 2015-2019
채소 전체	23,039	22,458	22,620	24,033	24,296	1.4%
엽채류	11,420	11,335	11,778	12,178	12,698	2.8%
기타 채소	11,619	11,123	10,842	11,855	11,598	-0.1%
달걀(백만 개)	421	452	521	488	528	6.4%

자료 : 싱가포르 통계청(DOS), 2020

TOP 1 싱가포르 최고 인기 과실류 딸기

한국산 딸기는 시장점유율 1위로 타 수입산에 비해 당도가 높고 맛있는 딸기로 인식되어 싱가포르 전역 대형유통매장을 비롯해 재래시장, 온라인 쇼핑몰 등 모든 온 · 오프라인 채널을 통해 손쉽게 구매가 가능하다. 싱가포르에서 판매되는 한국산 딸기의 80% 이상은 매향 딸기로 수확 시기가 빠른 설향 딸기가 먼저 공급되기도 한다. 최근에는 프리미엄 딸기 수요가 증가하면서 죽향, 메리퀸 등 품종이 다양화되고 있다.

한국산 딸기는 대중적인 인기를 얻고 있지만 프리미엄 딸기라는 인식은 미흡한 편으로 한국산 딸기의 프리미엄화를 추진 중에 있다. 싱가포르는 고급 다이닝 문화가 발달한 나라로 호레카(호텔 · 레스토랑 · 카페) 위주 디저트용 식재료로 일본산 딸기를 사용하고 있어 한국산 프리미엄 딸기로 대체를 하려는 시도가 이뤄지고 있다. '21년 싱가포르 인플루언서 연계 뉴미디어 마케팅 딸기 홍보사업을 계기로 죽향과 메리퀸(10.6톤)이 프리미엄 호레카 시장 진입에 성공하여 한국산 프리미엄딸기에 대한 홍보로 이어져 프리미엄 이미지를 구축할 수 있게 되었다.

싱가포르 딸기 판매

싱가포르 호레카 관계자 한국 딸기 시식 모습

싱가포르 딸기 수입 통계

구분	'18년			'19년			'20년			
	물량 (톤)	금액 (천불)	단가 (불/kg)	물량 (톤)	금액 (천불)	단가 (불/kg)	물량 (톤)	금액 (천불)	단가 (불/kg)	점유율 (%)
계	3,401	28,587	8.41	3,902	32,176	8.25	3,620	33,652	9.30	100.00
한국	1,118	11,713	10.47	1,440	13,729	9.53	1,249	14,026	11.23	41.68
미국	1,043	8,328	7.98	896	7,919	8.84	1,087	9,765	8.98	29.02
호주	699	3,577	5.12	967	5,296	5.47	775	4,786	6.17	14.22
일본	106	2,252	21.18	121	2,605	21.54	109	2,589	23.81	7.69
뉴질랜드	177	1,418	8.00	117	887	7.59	117	1,085	9.26	3.22

자료 GTA

TOP 2 샤인머스캣 중심의 고급 포도 수출 확대

싱가포르는 미국에서 가장 많은 포도(32.2%)를 수입하고 있으며 뒤를 이어 호주, 남아공, 이집트, 중국 순으로 포도를 수입하고 있다. 한국은 7위 수입 국가로 전체 수입시장의 3.4%를 차지한다. 한국에서 주로 판매되고 있는 캠벨 포도는 씨가 있고 껍질째 먹기 힘들며 신맛이 강해 싱가포르 소비자들로부터 호불호가 갈리는 편이다. 씨가 있는 포도의 경우 일본(거봉), 대만(거봉), 한국(거봉, 캠벨)으로부터 수입되고 있다.

한국산은 주로 알이 큰 거봉과 샤인머스캣 위주로 수입되고 있는데 수입단가는 평균치인 3.2달러에 비해 훨씬 높은 9.7달러에 형성되어 있다. 일본산의 경우 수입단가가 31 달러로 현지 일본교포 또는 상류층 소비자들을 제외하고는 일반 소비자들이 쉽게 구매하기엔 고가제품으로 분류되고 있다.

'20년 기준 對 싱가포르 포도 수출은 전년대비 32% 증가한 1.8백만 달러이며 싱가포르 포도 시장은 경쟁이 치열하여 품질 및 가격 등 철저한 관리가 필요할 것으로 예상된다. 1인당 국민소득 6만 달러의 고소득 국가임을 감안하여 프리미엄 시장을 타겟으로 샤인머스캣, 거봉 등의 고가, 고품질 제품의 집중 판매가 필요할 것이다.

2017년 최초 개소, 현지 최대 유통매장인 NTUC의 16개 매장과 최대 온라인몰인 라자다 레드마트에 입점하여 운영 중인 K-Fresh Zone에서 한국산 거봉 및 샤인머스캣 포도를 집중홍보 판매하고 있다. 올해는 Sheng Siong 매장에 신규 추가하여 한국산 포도 수출확대를 추진할 계획이다.

싱가포르 포도 수입 통계

구분	'18년			'19년			'20년			
	물량 (톤)	금액 (천불)	단가 (불/kg)	물량 (톤)	금액 (천불)	단가 (불/kg)	물량 (톤)	금액 (천불)	단가 (불/kg)	점유율 (%)
계	15,223	48,612	3.2	15,840	49,811	3.1	16,131	52,215	3.2	100.00
미국	5,272	17,034	3.2	3,877	13,707	3.5	4,262	16,810	3.9	32.19
호주	3,384	10,935	3.2	3,710	11,413	3.1	3,852	10,852	2.8	20.78
남아공	2,582	7,891	3.1	3,644	10,077	2.8	3,088	8,304	2.7	15.90
이집트	1,934	4,789	2.5	2,502	6,040	2.4	2,082	4,373	2.1	8.37
중국	243	350	1.4	622	1,260	2.0	1,276	3,732	2.9	7.15
일본	69	1,677	24.2	79	2,031	25.8	76	2,378	31.1	4.55
한국	209	1,529	7.3	144	1,353	9.4	185	1,789	9.7	3.43

자료 GTA

TOP 3 싱가포르인들이 즐겨 먹는 버섯

싱가포르는 전체 인구의 74%가 중국계로 구성되어 일반 가정 및 식당에서 버섯은 흔히 사용되는 식재료다. '20년 기준 싱가포르 버섯 수입은 28백만 달러로 중국에서 가장 많은 13백만 달러를 수입(32.2%)하였으며 뒤를 이어 말레이시아, 태국, 한국, 이탈리아 순으로한국은 4위 버섯 수입 국가로 전체 수입시장의 4.4%를 차지하고 있다.

한국에서 주로 수입하고 있는 버섯은 새송이버섯(881천 달러)과 팽이버섯(160천 달러)이다. 포도와 마찬가지로 K-Fresh Zone에서는 한국산 새송이버섯 및 팽이버섯을 집중홍보 판매하고 있으며 올해는 Sheng Siong 매장에 신규 추가하여 한국산 버섯류 수출을 확대, 추진 중에 있다.

싱가포르 버섯 요리 전문점 및 버섯 요리

자료 Tripadvisor

싱가포르 버섯 수입 통계

구분	'18년			'19년			'20년			
	물량 (톤)	금액 (천불)	단가 (불/kg)	물량 (톤)	금액 (천불)	단가 (불/kg)	물량 (톤)	금액 (천불)	단가 (불/kg)	점유율 (%)
계	8,677	23,852	2.7	9,235	24,821	2.7	10,253	28,025	2.7	100.00
중국	4,741	12,281	2.6	5,224	12,944	2.5	5,676	12,964	2.3	46.26
말레이시아	2,743	5,940	2.2	2,615	5,597	2.1	2,888	7,706	2.7	27.50
태국	716	1,873	2.6	621	1,671	2.7	588	1,699	2.9	6.06
한국	185	473	2.6	388	1,042	2.7	357	1,229	3.4	4.39
이탈리아	5	1,008	209.1	6	1,251	225.9	5	1,149	253.1	4.10

자료 GTA

Key Point 코로나19 펜데믹 이후 소비자들의 구매 성향이 가정간편식 및 건강식품 소비 증가로 변화하였다. 특히 건강에 좋은 신선농산물을 찾는 소비자들이 증가하면서 싱가포르 전체 딸기, 포도, 버섯 수입 또한 증가하였으며 한국산 신선농산물은 안정성과 품질면에서 현지 소비자들 사이에서 우수성을 인정받고 있어 딸기(14백만 달러, 2.0%↑), 포도(1.8달러, 53.8%↑), 버섯(1.2달러, 8.5%↑) 등은 '20년 수출실적이 증가하였으며 2021년에도 코로나19의 장기화가 예상됨에 따라 수출은 꾸준히 증가될 것으로 전망하고 있다.

캄보디아, 한국 신선농산물 인기품목 Top3

TOP 1 더 부드럽고 달콤한 한국산 딸기의 인기

캄보디아는 열대기후의 영향으로 망고, 망고스틴, 잭푸르트 등 다양한 열대과일이 생산 · 유통되고 있다. 하지만 딸기의 경우 현지에서 생산되지 않는 품목으로 희소성이 높은편으로 특히 한국산 딸기는 당도가 높고 과육이 부드러워 소비자들로부터 호기심과 인기를 끌고 있다. 캄보디아 내 딸기 수입현황을 살펴보면 인도네시아 및 베트남으로부터 주로 수입되는 것으로 나타났다. 한국 딸기의 경우 2016년 약 2만3천 달러에서 2019년 약 19만8천 달러로 8.6배 증가했지만 2020년에는 코로나19의 여파로 항공 물류비용이 증가함에 따라 수입액이 감소하였다. 하지만 태국, 베트남 등 인근 국가를 통해 핸드캐리 형태로 유입되는 딸기 수입액까지 고려한다면 현지에 수입되는 딸기 물량 및 수입액은 훨씬 더 높을 것으로 추정된다.

(단위 : 천 달러)

구분		2016	2017	2018	2019	2020
총계		1,558	1,499	1,973	2,402	1,367
1	인도네시아	211	322	706	1,213	281
2	베트남	798	712	665	499	261
3	미국	156	98	126	128	236
4	싱가포르	81	72	89	96	165
5	한국	23	35	97	198	135

자료 ITC Trade Map, HS CODE 0810 기준

현지 유통매장 내 판매되는 딸기의 원산지를 살펴보면 미국, 한국, 일본산이 대다수이다. 딸기의 경우 주로 100g당 2.76 달러에서 3.8 달러 선에서 판매되고 있다. 한국산 딸기의 경우 1팩(250g) 기준 7.9 달러의 높은 가격대로 판매되고 있지만 12월부터 5월까지 지속적으로 대형 유통매장에 유통 · 판매되는 점을 미루어보아, 한국 딸기를 찾는 현지 소비자들은 점점 늘고 있음을 알 수 있다.

자료 aT 캄보디아사무소 자체 조사

최근 캄보디아인들의 한국 방문이 늘어나면서 달콤한 한국산 딸기를 맛본 이들을 중심으로 현지에서는 비싼 가격에도 불구하고 종종 한국산 딸기를 소비하는 형태를 보이고 있다. 이들에 의하면 한국산 딸기의 경우, 미국산에 비해 신맛이 덜하고 더 달콤하며 일본산에 비해 가격은 저렴하다는 의견을 보이고 있다.

또한 최근 현지 카페 프랜차이즈를 중심으로 딸기를 활용한 신메뉴들이 속속 출시되고 있다. 현지 트렌드에 맞게 한국에서 인기를 증명한 딸기라떼를 비롯한 딸기빙수, 딸기주스, 딸기뷔페 등 딸기를 활용한 다양한 메뉴를 기획한다면 한국산 딸기의 대중화를 이루어낼 수 있을 것으로 보인다.

1

2

1 딸기 음료 메뉴
2 딸기 빙수 메뉴

자료 캄보디아 디앨리,
캄보디아 설빙 페이스북

TOP 2 인플루언서에게 인기 만점인 한국 포도

캄보디아에서 생산되는 포도는 과육이 작아 와인, 주스 등 가공식품의 원료로 많이 사용되며 신선포도의 경우 대부분 수입에 의존한다. 캄보디아 내 신선포도 수입현황을 살펴보면 미국산이 가장 많으며 다음으로는 남아프리카, 호주산이 차지하고 있다. 특히, 2016년부터 2020년까지 5년간 캄보디아 신선포도 수입액 총계의 약 50%를 미국 포도가 차지한 것으로 나타나고 있다. 한국 포도는 수입액 기준 9위로 현지 시장진출이 아직 미비한 실정이지만 딸기와 마찬가지로 국경을 맞닿은 태국, 베트남에서 육로를 통한 핸드캐리 형태의 수입이 진행되는 경우가 빈번하기에 이런 경로를 통한 수입까지 고려한다면 잠정적인 수입액은 더욱 높다고 볼 수 있다.

(단위 : 천 달러)

구분		2016	2017	2018	2019	2020
총계		1,086	1,043	1,206	1,168	1,136
1	미국	504	673	712	588	541
2	남아프리카	323	86	65	107	229
3	호주	73	28	136	86	140
4	베트남	39	41	34	102	78
5	싱가포르	100	74	68	135	45
9	한국	2	1	7	6	9

자료 ITC Trade Map, HS CODE 080610 기준

인플루언서에게 인기 만점인 한국 포도

미국

용량 640g
가격 9.84 달러
100g당 가격 1.55 달러

남아프리카

용량 880g
가격 6.95 달러
100g당 가격 0.79 달러

호주

용량 690g
가격 5.47 달러
100g당 가격 0.79 달러

스페인

용량 500g
가격 4 달러
100g당 가격 0.8 달러

일본

용량 600g
가격 35 달러
100g당 가격 5.83 달러

한국

용량 600g
가격 27.5 달러
100g당 가격 4.58 달러
(*프로모션가격)

자료 aT 캄보디아사무소 자체 조사

한국에서 주로 재배되는 포도품종인 '캠밸'은 신맛이 강하고 과육이 단단하지 않기에 현지 소비자들이 선호하지 않는다. 반면, 과육이 단단하며 크고 단맛이 강한 '거봉', '샤인머스캣' 등의 품종은 현지에서 높은 인기를 끌고 있다.

특히 샤인머스캣의 경우 높은 가격임에도 불구하고 '19년 기준 1인당 GDP가 약 1,600 달러인 캄보디아에서 꾸준한 수요가 있다는 것은 프리미엄 시장이 형성되어 있음을 의미한다.

또한 현지 인플루언서들이 최근 한국산 샤인머스캣에 관심을 가지고 활발하게 홍보함에 따라 한국 포도에 대한 관심도가 더욱 증대되고 있다. 이를 반영하듯 한국의 對캄보디아 포도 수출액의 경우 '20년 5만4천 달러로 '19년에 비해 약 63% 증가한 것으로 나타났다.

1 인플루언서 샤인머스캣 홍보 영상
2 인플루언서 샤인머스캣 라이브 스트리밍

자료 Mina, Neary Korea 유튜브

TOP 3 앞으로 시장진출이 기대되는 한국 단감

단감의 경우 이미 수요가 확보된 딸기, 포도시장에 비해 아직까지 현지 소비자들의 수요와 인지도가 낮은 편이나 수출이 유망한 품목이다. 단감은 캄보디아 내 거주하는 중국 소비자들이 많이 구입하며 유통매장에서는 주로 뉴질랜드산 및 중국산 단감이 꾸준하게 판매되고 있다. 현지 유통매장 내 뉴질랜드 단감의 경우 1개당 4.9 달러로 판매되고 있다. 한국산 단감의 경우, 중국산 단감보다 떫은 맛이 덜하고 더 달콤하다는 평가를 받고 있다. 실제 '21년 3월 기준 캄보디아로 수출된 한국 단감의 경우, 약 7만3천 달러의 수출액을 기록했는데 현지 소비자들에게는 생소한 과일이지만 향후 시장진출이 기대되는 품목 중 하나이다.

또한 망고, 파파야 등 말린 과일을 간식과 술안주로 즐겨 먹는 추세에 맞춰 감말랭이와 같은 감 가공식품 또한 현지 소비자들에게 거부감 없이 다가갈 수 있을 것이다.

말린 망고 제품

말린 파파야 제품

자료 Kirirom Food Production 페이스북

뉴질랜드 단감

자료 aT 캄보디아사무소 자체 조사, Premium Fruit By Marinet Mawin 페이스북

Key Point

캄보디아 소비자들의 과일 소비량은 2025년까지 연평균 2.1% 정도 꾸준히 증가할 것으로 보인다. 더불어 경제성장에 따른 소비자들의 구매력 또한 증가하여 신선과일 시장 또한 성장할 것으로 예측된다. 한국산 과일은 태국, 베트남산보다 품질은 높은 편이다. 비싸고 최고급으로 인식되는 일본산에 비하면 가격 경쟁력에 비해 품질은 다소 낮다는 인식이 있다. 올해 2월 한-캄보디아 자유무역협정(FTA)이 최종 타결되면서 한국산 딸기, 포도 등 과일에 부과되었던 관세가 철폐되어 캄보디아 시장 내 가격경쟁력을 확보하는데 한층 수월할 것으로 보인다. 따라서, 한국산 과일은 FTA를 활용하여 캄보디아 내 프리미엄 과일시장에 진출하는 전략이 필요할 것이다.

캄보디아 프리미엄 과일시장은 주로 과일전문점을 중심으로 발달해 있다. 과일전문점의 경우, 수입산 과일들을 선물용 고급포장으로 구성하고 SNS를 활용하며 신규 입점된 신선과일을 매일 홍보한다. 현재 한국산 과일은 일반 플라스틱 혹은 비닐 포장으로 판매되지만 과일전문점을 타겟으로 선물용 고급 포장을 활용한다면 가격경쟁력을 갖춘 프리미엄 과일로 입지를 다질 수 있을 것이다.

특히 캄보디아 내 콜드체인 시스템이 열악한 점을 고려하여, 포장 개발 시 과일의 신선도 유지를 위한 포장 처리기술 또한 강화시킬 필요가 있다. 또한 현지 소비자들의 페이스북 이용률이 높은 점을 고려하여 한국산 과일의 우수한 품질을 알리는 콘텐츠를 지속적으로 제작, 홍보한다면 보는 즐거움을 주는 동시에 한국산 과일의 우수성도 강조할 수 있을 것이다. 현재 캄보디아 바이어들의 한국 신선과일에 대한 수요가 늘고 있으므로 수출업체의 경우 식품박람회 혹은 aT 농식품 수출시장 다변화 사업인 '세일즈로드쇼' 바이어상담회 참여 등을 통해 지속적인 거래 알선기회를 모색해 볼 필요가 있다.

과일 전문점 딸기

과일 전문점 포도

자료 Fruit Hive 페이스북