



2021

해외시장 맞춤형조사

No. | 202111-29
품목 | 건강즙(Healthy Juice)
HS CODE | 2202.99-9000
국가 | 싱가포르(Singapore)
구분 | 시장분석형

Contents

I. 요약	04
II. 시장규모	
1. 싱가포르 약초 및 건강보조식품 시장규모	06
2. 싱가포르 기타 약초 및 전통 건강보조식품 시장규모	07
3. 싱가포르 약초 및 건강보조식품 시장점유율	08
4. 싱가포르 건강즙 수입규모	09
5. 한국 건강즙 수출규모	10
III. 소비 제품 특징 및 이슈	
1. 건강즙 성분 1위는 ‘홍삼’, ‘갈랑가’와 ‘달팽이’는 거의 없어	13
2. 건강즙 경쟁브랜드, 한국 브랜드가 대부분	14
3. ‘병’, 건강즙 패키징 빈출 1위, ‘파우치’와 ‘스틱’은 각 2, 3위	15
4. 홍보문구 1위 ‘항산화’, 그 외 뷰티 관련 홍보문구도 다수	16
5. 싱가포르 건강즙 진출 컨셉	17
IV. 유통채널 특징	
1. 싱가포르 건강즙 유통채널 비교	19
2. 싱가포르 건강즙 유통채널 특징	20

Contents

V. 온·오프라인 유통채널

- | | |
|--------------------------|----|
| 1. 싱가포르 건강즙 주요 온라인 유통채널 | 24 |
| 2. 싱가포르 건강즙 주요 오프라인 유통채널 | 30 |

VI. 진입장벽

- | | |
|------------------------|----|
| 1. 싱가포르 건강즙 통관 및 검역 절차 | 37 |
| 2. 싱가포르 건강즙 사전등록 | 38 |
| 3. 싱가포르 건강즙 품질 인증 | 40 |
| 4. 싱가포르 건강즙 라벨링 | 41 |
| 5. 싱가포르 건강즙 성분 및 유해물질 | 48 |

VII. 수입·유통업체 인터뷰

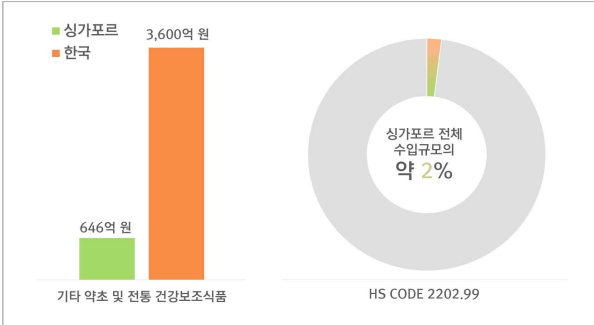
- | | |
|--|----|
| Interview ① 더 뷰티 네이션(The Beauty Nation) | 53 |
| Interview ② 더 서플먼트 웨어하우스(The Supplement Warehouse) | 55 |
| Interview ③ 윈주룽(Wing Joo Loong) | 57 |

VIII. 시사점

- | | |
|--------|----|
| ※ 참고문헌 | 61 |
|--------|----|

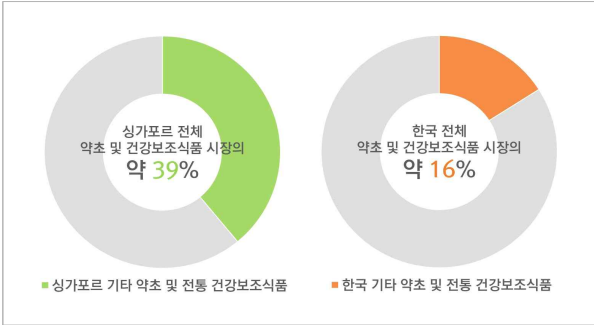
Summary

■ 주요 분석



	싱가포르	한국
약초 및 건강보조식품 시장규모	1,649억 원	2.3조 원
기타 약초 및 전통 건강보조식품 시장규모	646억 원	3,600억 원
	수입액	점유율
싱가포르 對한국 HS CODE 2202.99 수입 현황	34억 원	2%

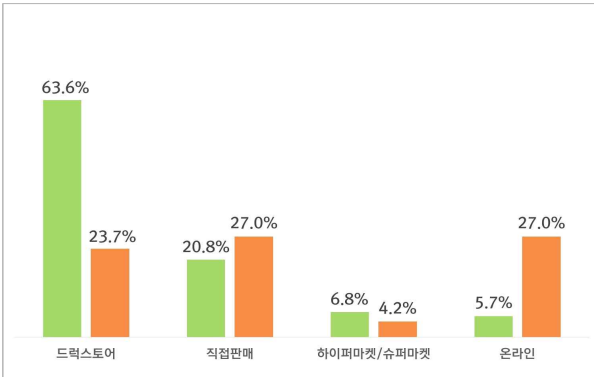
■ 시장점유율



■ 소비 특징



■ 유통채널



드럭스토어	<ul style="list-style-type: none"> 코로나19로 외출이 줄어들자 소비자들이 기존 드럭스토어 구매 제품을 하이퍼마켓/슈퍼마켓에서 식료품과 함께 구매하는 경향
아시안마트/한인마트	<ul style="list-style-type: none"> 주요 아시안마트/한인마트 업체, 돈돈돈키 및 이마트
온라인	<ul style="list-style-type: none"> 2020년 싱가포르 온라인 채널의 주요 특징은 오프라인 소매점의 온라인 진출 활성화 및 면역력 관련 건강기능식품의 온라인 소비시장 성장

■ 진입장벽

인증/사전등록	필수 인증 없음. 수입업체 사전등록 필수
라벨링	영어 표기 필수, 외국어 병기 가능. 영양 또는 건강 강조표시를 포함한 제품만 영양정보 패널 표기 필수
성분/유해물질	식품첨가물/유해물질/알레르겐

■ 수입·유통업체 평가

갈랑가 및 달팽이 원료	<ul style="list-style-type: none"> 홍삼의 대체재로 고려되는 갈랑가는 트레이닝 관련 카테고리에서 수요 예상 달팽이 진액은 탕에 포함될 수 있을 것
고객사 제품 피드백	<ul style="list-style-type: none"> 다소 비싼 편에 속하나, 진액 제품의 가격은 대체로 고가이기 때문에 다른 제품과 비교하여 극도로 비싼 것은 아니라는 의견도 존재 HACCP, 할랄, FDA, USDA 유기농 인증 추천
유통경로 및 홍보	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 및 오프라인 채널을 통한 마케팅 추천 판촉을 통한 오프라인 마케팅 건강보조제품의 경우, 스테미너를 중점으로 마케팅

■ 요약

Point 01.	<ul style="list-style-type: none"> 향후 5년(2021-25년)간 싱가포르 기타 약초 및 전통 건강보조식품 시장 연평균 5% 성장 전망 코로나19의 영향으로 싱가포르 내 온라인 소비시장 성장
Point 02.	<ul style="list-style-type: none"> 첨가물 없이 한국산 달팽이 진액과 태국산 갈랑가를 저운추출한 건강즙이라는 점을 강조 싱가포르 소비자, 고객사 제품의 파우치 포장과 FDA 인증 선호. 가격은 현지 수입유통업체에서 취급하는 제품에 비해 다소 높거나 다른 진액 제품 대비 월등히 비싼 편은 아니라는 피드백 공존

II. 시장규모

1. 싱가포르 약초 및 건강보조식품 시장규모
2. 싱가포르 기타 약초 및 전통 건강보조식품 시장규모
3. 싱가포르 약초 및 건강보조식품 시장점유율
4. 싱가포르 건강즙 수입규모
5. 한국 건강즙 수출규모

1. 싱가포르 약초 및 건강보조식품 시장규모

싱가포르 국가 일반 정보¹⁾

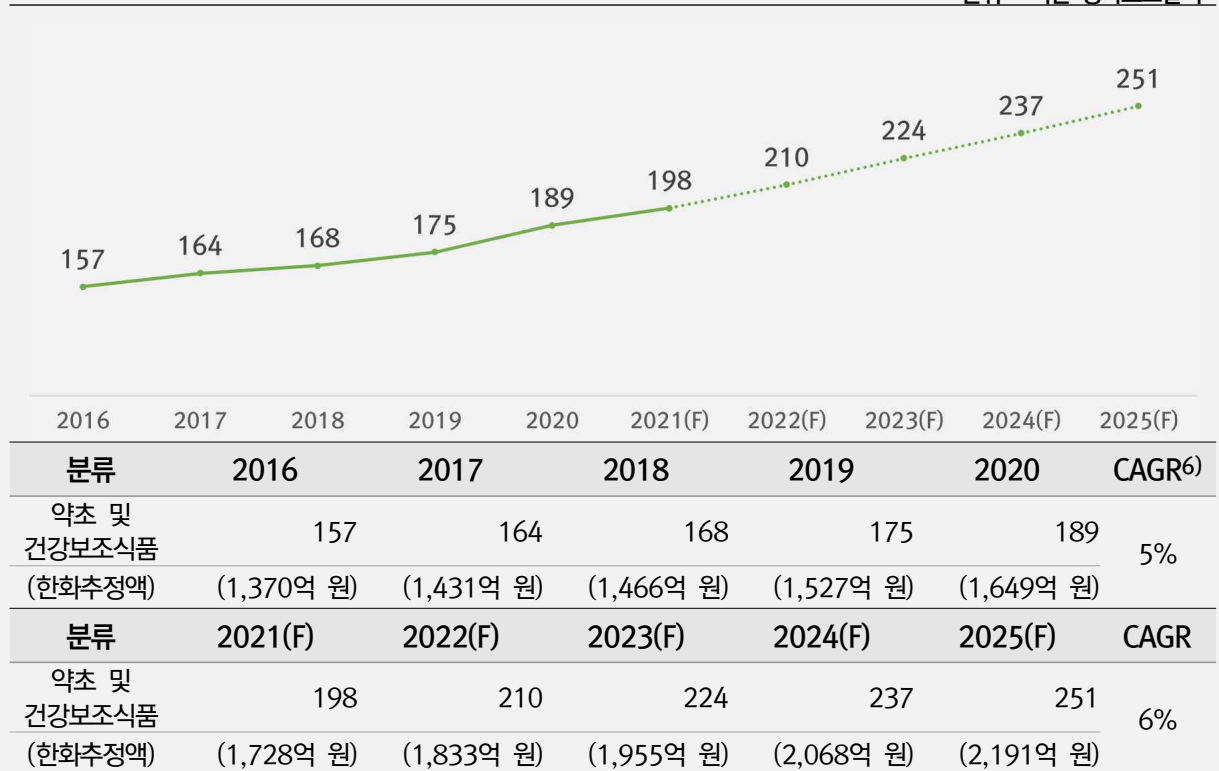
면적	718km ²
인구	577만 명
GDP	3,400억 달러
1인당 GDP	58,902달러

▶ **싱가포르 약초 및 건강보조식품 시장, 최근 5년 연평균성장률 5%**
2020년 기준 싱가포르 약초 및 건강보조식품 시장규모는 전년 대비 8% 증가한 약 1,649억 원으로, 약 2조 2,650억 원을 기록한 한국 시장규모의 약 7% 수준인 것으로 확인됨²⁾

▶ **싱가포르 약초 및 건강보조식품 시장, 향후 지속적 성장 전망**
싱가포르 약초 및 건강보조식품 시장규모는 향후 5년(2021-25년)간 연평균 6%의 성장률을 기록하여, 2025년 기준 약 2,191억 원의 시장규모를 달성할 것으로 전망됨. 이는 싱가포르 내 고령화의 가속화와 젊은 소비자의 수요 증가 등 약초 및 건강보조식품에 대한 수요 증가 예상치가 반영된 수치임³⁾

[표 2.1] 싱가포르 '약초 및 건강보조식품' 시장규모⁴⁾⁵⁾

단위 : 백만 싱가포르달러



자료: 유로모니터(Euromonitor)

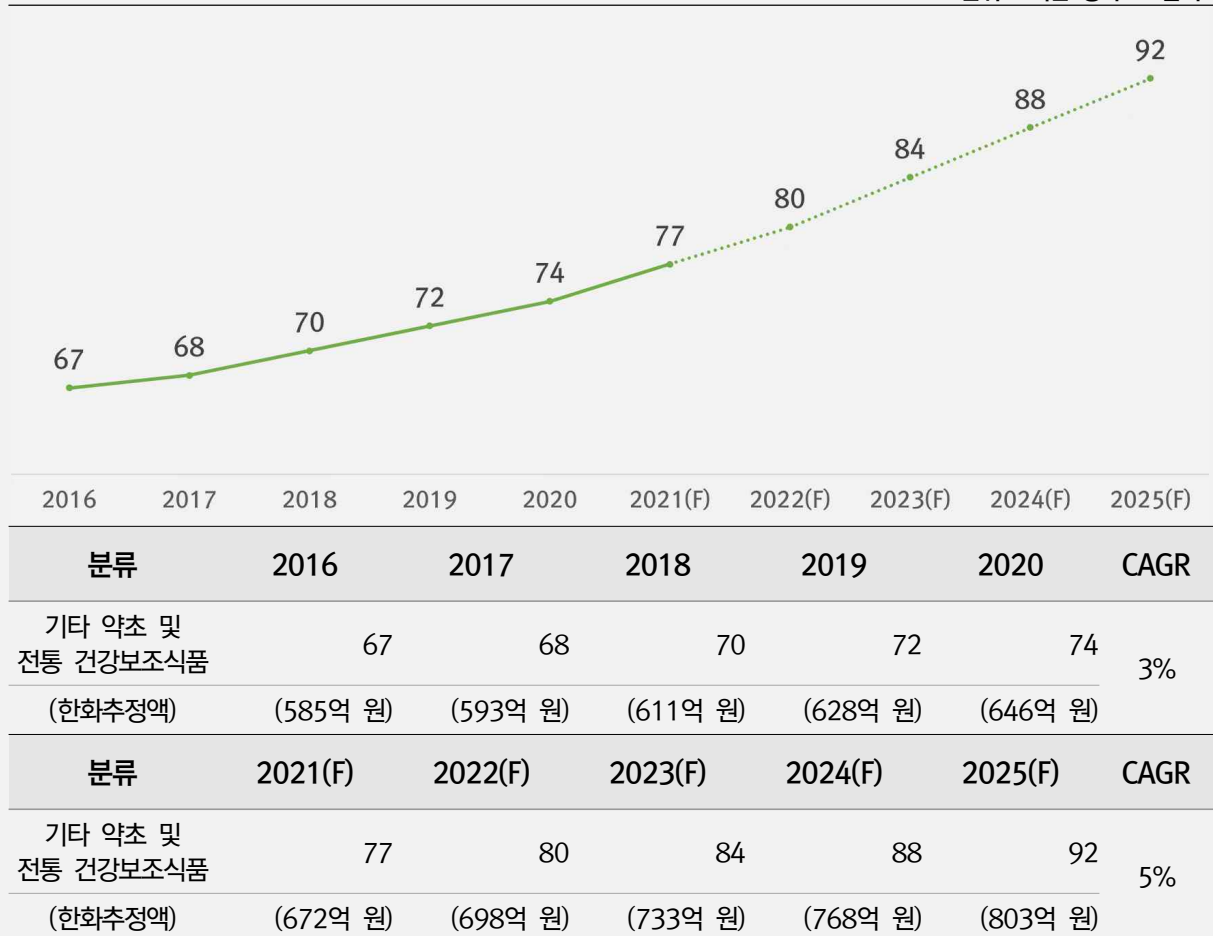
1) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2020
 2) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Dietary Supplements in Singapore Country Report」, 2021.10
 3) 조사제품 '건강즙은 당뇨, 신장질환, 골다공증 등 각종 질병에 대한 면역력 강화 및 혈액순환 개선의 효능이 있는 보양 제품임. 이에 제품의 성질과 종류에 따라 '기타 약초 및 전통 건강보조식품' 시장규모와 상위품목인 '약초 및 건강보조식품'의 시장규모를 조사함
 4) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨
 5) 1싱가포르달러=872.72원(2021.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)
 6) 연평균성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

2. 싱가포르 기타 약초 및 전통 건강보조식품 시장규모

- ▶ **싱가포르 기타 약초 및 전통 건강보조식품 시장규모, 한국의 18% 수준**
2020년 기준 싱가포르 기타 약초 및 전통 건강보조식품 시장규모는 약 646억 원으로, 약 3,600억 원을 기록한 한국 시장규모의 18% 수준인 것으로 나타남. 최근 5년(2016-20년)간 연평균성장률은 3%로 집계됨
- ▶ **싱가포르 기타 약초 및 전통 건강보조식품 시장, 향후 성장 가속화 전망**
싱가포르 기타 약초 및 전통 건강보조식품 시장은 향후 5년(2021-25)년간 연평균성장률 5%를 기록하여, 2025년 기준 약 803억 원의 규모를 달성할 것으로 예상됨⁷⁾

[표 2.2] 싱가포르 '기타 약초 및 전통 건강보조식품' 시장규모⁸⁾

단위 : 백만 싱가포르달러



자료: 유로모니터(Euromonitor)

7) 자료: 제약산업정보포털, 「싱가포르 코로나19 이후 뉴노멀, 뉴트라슈티컬이 뜬다」, 2020.06

8) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

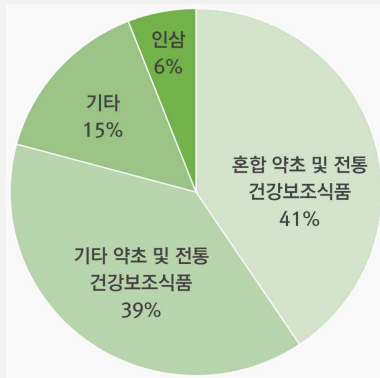
3. 싱가포르 약초 및 건강보조식품 시장점유율

▶ **싱가포르, ‘기타 약초 및 전통 건강보조식품’ 점유율 39%로 2위**
 고객사 건강증이 속하는 ‘기타 약초 및 건강보조식품’의 상위 시장 구성을 비교하기 위하여 싱가포르와 한국의 ‘약초 및 건강보조식품’ 시장의 점유율을 조사함. 싱가포르 약초 및 건강보조식품 시장(약 1,649억 원)과 한국 동일 시장(약 2조 2,650억 원)의 세부 시장을 비교하였을 때, 싱가포르 ‘기타 약초 및 전통 건강보조식품’의 점유율은 39%로 세부 시장 중 점유율 2위를 차지함. 반면, 한국은 ‘인삼’이 57%의 점유율로 압도적인 1위를 차지하였으며, ‘기타 약초 및 건강보조식품’은 16%로 3위를 기록하는 등 양국의 ‘약초 및 건강보조식품’ 세부 시장 구성이 상이한 것으로 나타남⁹⁾¹⁰⁾
 한편, 시장조사업체 닐슨의 조사에 따르면, 싱가포르 소비자의 88%는 글로벌 브랜드의 비타민 및 건강보조식품을 선호하는 것으로 조사된 바 있음. 싱가포르 내 한류 확산에 따라 한국산 제품의 인지도가 높아지고 있는 가운데, 간편하게 복용할 수 있는 제품의 수요가 커질 것으로 전망됨¹¹⁾

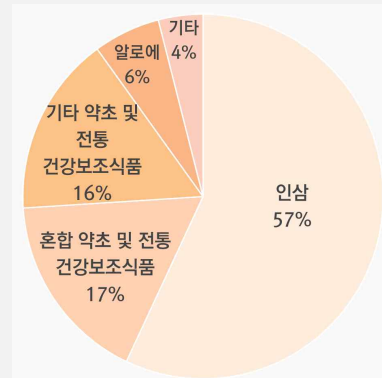
[표 2.3] 2020년 싱가포르, 한국 ‘약초 및 건강보조식품’ 시장점유율¹²⁾

단위 : 백분율(%)

싱가포르 약초 및 건강보조식품 세부 시장



한국 약초 및 건강보조식품 세부 시장



약초 및 건강보조식품

분류	알로에	혼합 약초 및 전통 건강보조식품	인삼	기타 약초 및 전통 건강보조식품	기타 ¹³⁾
싱가포르	-	41	6	39	15
한국	6	17	57	16	4

자료: 유로모니터(Euromonitor)

9) 유로모니터상 싱가포르 약초 및 건강보조식품 시장(약 1,649억 원)과 한국 약초 및 건강보조식품 시장(2조 2,650억 원)의 시장점유율을 나타냄

10) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Dietary Supplements in Singapore Country Report」, 2021.10

11) 자료: 닐슨(Nielsen)

12) 점유율은 소수점 첫째 자리에서 반올림한 값으로, 총합이 100.0%에서 ±1% 오차가 발생할 수 있음

13) 기타에는 크랜베리, 에키네이샤, 달맞이꽃유, 마늘류, 은행잎 추출액, 서양고추니들이 포함됨

4. 싱가포르 건강즙 수입규모

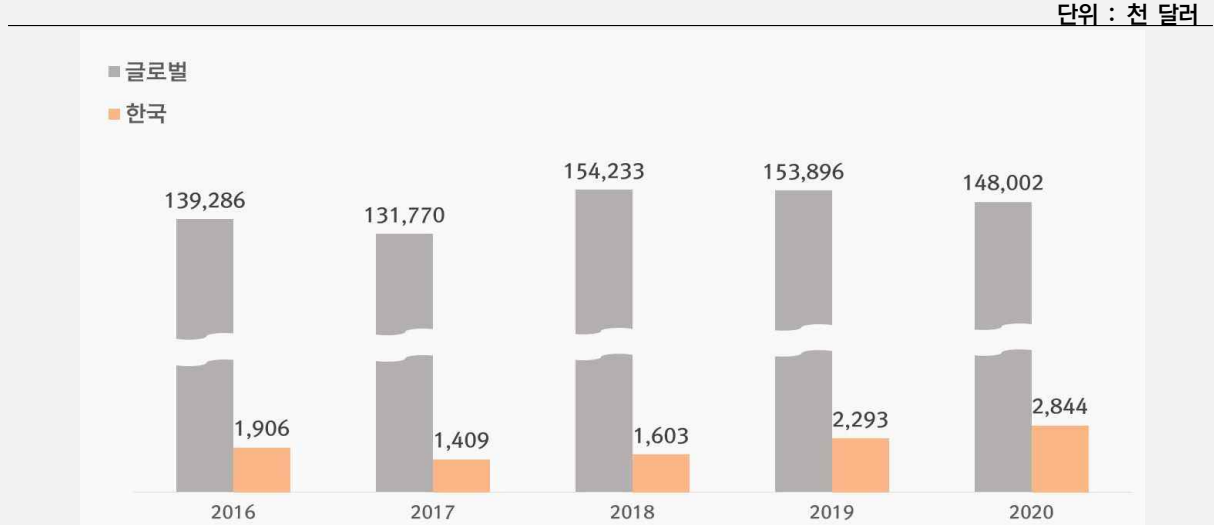
HS CODE 2202.99

조사제품 '건강즙은 설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물(광천수와 탄산수를 포함한다)과 그 밖의 알코올을 함유하지 않은 음료(제 2009호의 과일 주스와 채소 주스는 제외한다)로 규정된 제 2202에 속하며, 이에 기타에 해당하는 HS CODE 2202.99 을 지표로 선정함

▶ **싱가포르 HS CODE 2202.99 對글로벌 수입액, 연평균 2% 증가**
2020년 기준 싱가포르 HS CODE 2202.99¹⁴⁾ 품목의 對글로벌 수입액은 전년 대비 4% 감소한 약 1,754억 원을 기록함. 싱가포르의 해당 HS CODE 품목의 최근 5년(2016-20년)간 연평균성장률은 2%를 기록하는 등 수입규모가 완만하게 증가하는 추세인 것으로 나타남

▶ **싱가포르 HS CODE 2202.99 對한국 수입액, 점유율 2%**
2020년 기준 싱가포르 HS CODE 2202.99 품목의 對한국 수입액은 전년 대비 24% 증가한 약 34억 원으로, 글로벌 수입액 가운데 점유율 2%로 11위를 차지함. 글로벌 수입액 점유율 1위 국가는 말레이시아(약 920억 원, 52%)였으며, 2위 태국(약 198억 원, 11%), 3위 호주(약 120억 원, 7%) 순인 것으로 나타남

[표 2.4] 싱가포르 HS CODE 2202.99 수입규모¹⁵⁾¹⁶⁾¹⁷⁾



분류	2016	2017	2018	2019	2020	CAGR
싱가포르 對글로벌 수입액	139,286	131,770	154,233	153,896	148,002	2%
(한화추정액)	(1,651억 원)	(1,562억 원)	(1,828억 원)	(1,824억 원)	(1,754억 원)	
싱가포르 對한국 수입액	1,906	1,409	1,603	2,293	2,844	11%
(한화추정액)	(23억 원)	(17억 원)	(19억 원)	(27억 원)	(34억 원)	

자료 : ITC(International Trade Centre), HS CODE 2202.99 기준

14) HS CODE 2202.90은 2017년 개정에서 무알코올성 맥주에 대한 품목 분류를 별도로 제공하기 위하여 2022.91과 2202.99로 소분류화 됨. 따라서 고객사 건강즙에 해당하는 무알코올성 음료의 2016-17년의 수입규모는 HS CODE 2202.90을 기준으로 작성함

15) 자료 : ITC(International Trade Centre)

16) 1달러=1,185.20원(2021.10.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

17) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

5. 한국 건강즙 수출규모

● HS CODE 2202.99-9000

조사제품 '건강즙에 해당하는 HS CODE 2202.99-9000(기타)의 한국 對글로벌, 對싱가포르 수출 규모를 통해 수출 수요를 확인함

▶ 한국 HS CODE 2202.99-9000 수출액, 연평균성장률 2%

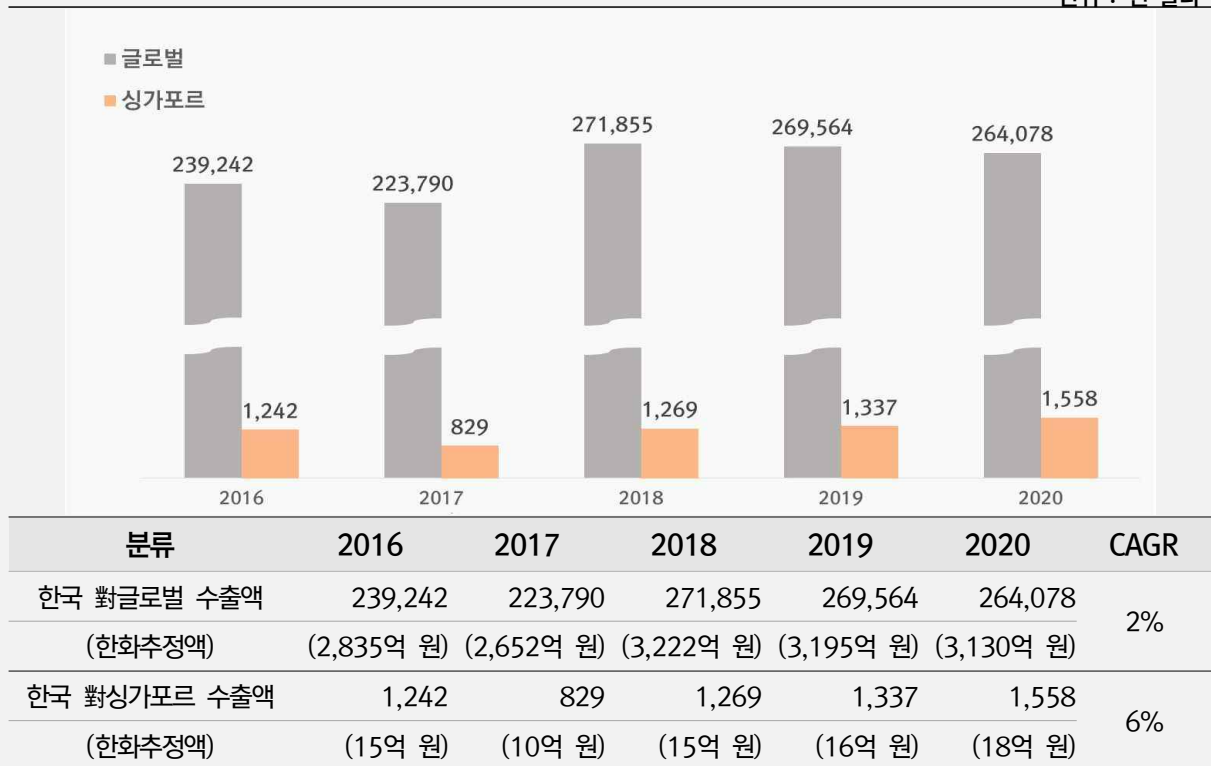
2020년 기준 한국 HS CODE 2202.99-9000¹⁸⁾ 품목의 對글로벌 수출액은 전년 대비 2% 감소한 약 3,130억 원을 기록함. 2018년 기준 전년 대비 약 21% 증가한 이후 매년 감소세인 것으로 나타났으며, 최근 5년(2016-20년)간 연평균성장률은 2%를 기록함

▶ 한국 HS CODE 2202.99-9000 수출액, 對싱가포르 점유율 '1%'

2020년 기준 한국 HS CODE 2202.99-9000 품목의 對싱가포르 수출액은 전년 대비 17% 증가한 약 18억 원으로, 전체 13위를 기록함, 최근 5년(2016-20년)간 對싱가포르 수출액은 연평균 6% 성장하며 꾸준한 상승세를 보임, 한편, 수출액 기준 1위 국가는 미국으로, 약 862억 원의 수출액으로 전체의 28%를 차지함. 뒤이어 2위는 중국(약 634억 원, 20%), 3위는 베트남(약 373억 원, 12%) 순으로 확인됨

[표 2.5] 한국 HS CODE 2202.99-9000 수출규모¹⁹⁾²⁰⁾

단위 : 천 달러



자료 : KATI농식품수출정보, HS CODE 2202.99-9000 기준

18) HS CODE 2202.90은 2017년 개정에서 무알코올성 맥주에 대한 품목 분류를 별도로 제공하기 위하여 2022.91과 2202.99로 소분류화 됨. 따라서 고객사 건강즙에 해당하는 무알코올성 음료의 2016년의 수출규모는 HS CODE 2202.90-9000을 기준으로 작성함

19) 자료 : KATI농식품수출정보(www.kati.net)

20) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

III. 소비 제품 특징 및 이슈

1. 건강즙 성분 1위는 '홍삼', '갈랑가'와 '달팽이'는 거의 없어
2. 건강즙 경쟁브랜드, 한국 브랜드가 대부분
3. '병', 건강즙 패키징 빈출 1위, '파우치'와 '스틱'은 각 2, 3위
4. 홍보문구 1위 '항산화', 그 외 뷰티 관련 홍보문구도 다수
5. 싱가포르 건강즙 진출 컨셉

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 싱가포르 온라인매장 입점 건강즙 정보 수집

- 데이터 수집 키워드 : 건강즙(extract drink)
- 데이터 수집량 : 366건
- 데이터 수집원 : 싱가포르 온라인매장

▶ 싱가포르 온라인매장 입점 건강즙 특징 분석

- 데이터 분석 항목
 - ① 성분 ② 경쟁브랜드
 - ③ 패키징 ④ 홍보문구

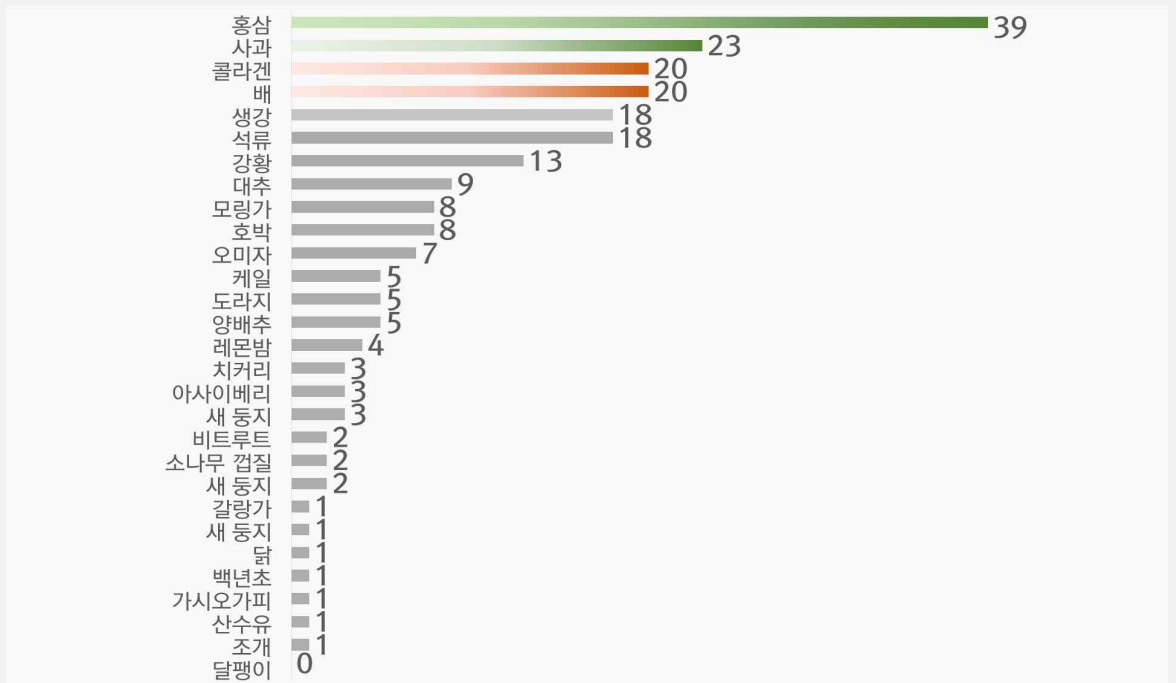
항목	키워드 (국문/영어)		빈도	키워드 (국문/영어)		빈도
성분	홍삼	red ginseng	39	생강	ginger	18
	사과	apple	23	갈랑가	galanga	1
	콜라겐	collagen	20	닭	chicken	1
	배	pear	20	달팽이	snail	0
경쟁브랜드	GNM	GNM	16	이비채	Ebiche	1
	정관장	Cheong Kwan Jang	7	벌크서플먼트	Bulk Supplements	1
	누사퓨어	NusaPure	3	리파	ReFa	1
	파인 재팬	Fine Japan	2	푸드요	Food Yo	1
	윤선애 선인장	Yunseonae Cactus	2	일건식	Ilgunsik	1
	문경미소	Mungyeong Miso	2	정삼원	JungSamWon	1
패키징	병	bottle	38	빨대	straws	1
	파우치	pouch	26	(-)	(-)	(-)
	스틱	stick	24	(-)	(-)	(-)
홍보문구	항산화	antioxidant	52	맛있는	delicious	22
	유기농	organic	31	혈액 순환	blood circulation	16
	K-푸드	K-food	26	노화 방지의	anti aging	14
	K-뷰티	K-beauty	26	면역력 강화	boost immunity	4

1. 건강즙 성분 1위는 ‘홍삼’, ‘갈랑가’와 ‘달팽이’는 거의 없어

- ▶ ‘홍삼’, 싱가포르 건강즙 성분 관련 빈출 키워드 1위
 - ‘홍삼’ 키워드 39건으로 다른 상위권 키워드와 큰 격차로 1위
 - ‘홍삼’ 원문 추적 결과, 관련 상품은 모두 한국산
- ▶ ‘콜라겐’ 키워드 20건으로 3위
 - 원문 추적 결과 대다수 상품이 피부 개선 효능을 중점으로 홍보
- ▶ ‘갈랑가’, ‘달팽이’ 키워드는 거의 없어
 - ‘갈랑가’ 키워드 1건, ‘달팽이’ 키워드는 발견되지 않음
 - ‘갈랑가’ 원문 추적 결과, 인도산 건강차로 ‘갈랑가’가 주요 성분은 아님

1위 홍삼		3위 콜라겐		22위 갈랑가	
					
브랜드	이비채	브랜드	리파(ReFa)	브랜드	링크 내추럴(Link Natural)
용량	70mlx21포	용량	480ml	용량	10ml
가격	\$45.71(39,892원) ²¹⁾	가격	\$135.00(117,817원)	가격	\$3.47(3,028원)

[표 3.1] 싱가포르 판매 건강즙 성분 관련 키워드



자료: 싱가포르 온라인매장 판매 제품 내 ‘건강즙’ 관련 게시물 366건 분석

2. 건강즙 경쟁브랜드, 한국 브랜드가 대부분

▶ ‘GNM’ 키워드, 16건으로 압도적 1위

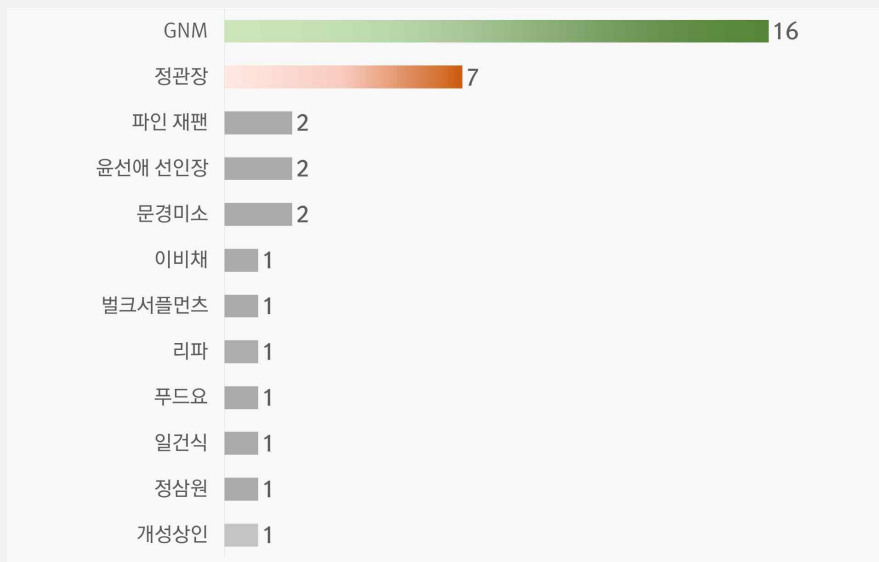
- 2위 키워드인 ‘정관장’에 비해 키워드 수 2배 이상
- 쇼피(Shopee), 쿠팡(Qoo100) 검색 결과, 마늘즙, 호박즙, 포도즙, 배즙 등 다양한 상품 판매 중

▶ 대다수 제품이 한국 브랜드

- 표 3.2 키워드 중 ‘파인 재팬(Fine Japan)’, ‘벌크서플먼트(BulkSupplements)’, ‘리파(ReFa)’, ‘푸드요(Food Yo)’ 제외 모두가 한국 브랜드
- 추출물을 이용해 캡슐 제품을 제조하는 외국 브랜드도 있으나 즙 형태의 제품이 발견되지 않은 브랜드는 제외함

1위 GNM		2위 정관장		3위 파인 재팬	
					
제품명	몽모랑시 타트체리	제품명	홍삼정 에브리타임	제품명	강향 간 추출물
용량	70mlx30포	용량	10mlx5포	용량	50mlx6병
가격	\$50.99(44,500원)	가격	\$29.07(25,370원)	가격	27,620원

[표 3.2] 싱가포르 판매 건강즙 경쟁브랜드 관련 키워드



자료: 싱가포르 온라인매장 판매 제품 내 ‘건강즙’ 관련 게시물 366건 분석

21) 1싱가포르달러=872.72원(2021.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

3. ‘병’, 건강즙 패키징 빈출 1위, ‘파우치’와 ‘스틱’은 각 2, 3위

▶ ‘병’ 키워드 38건으로 1위

- ‘병’ 원문 추적 결과 외국 브랜드의 제품이 많으나, 정관장의 ‘활기력’과 같은 한국산 제품도 존재

▶ ‘파우치’ 키워드 26건으로 2위

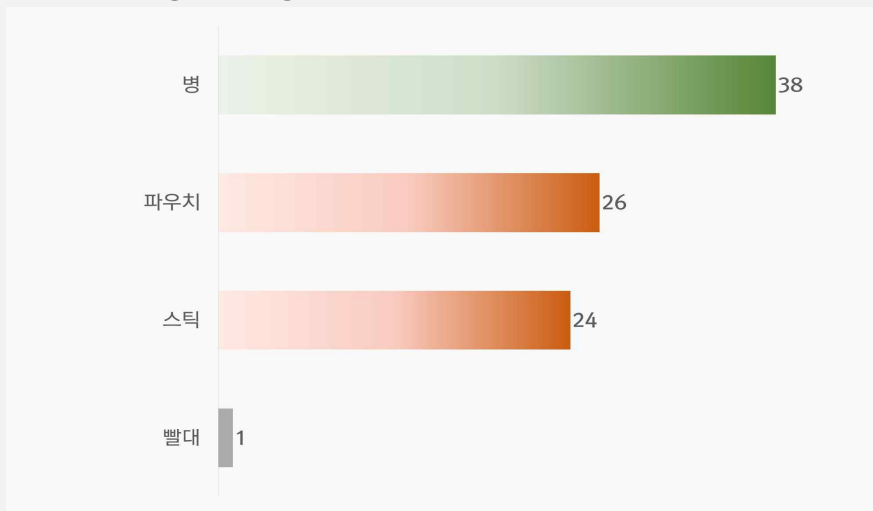
- ‘파우치’는 캡이 있는 파우치와 캡이 없는 파우치 두 종류
- 대부분 파우치 제품은 캡이 없는 파우치에 포장
- 캡이 있는 파우치에 포장한 제품은 푸드요(Food Yo)의 ‘새 둥지 드링크’ 등

▶ 파우치에 ‘빨대’를 같이 포장한 구기자즙 1개 발견

- 원문 추적 결과 30ml용량의 파우치에 수량에 맞게 빨대를 함께 포장한 제품 발견

1위 병		2위 (캡이 없는) 파우치		2위 (캡이 있는) 파우치	
					
제품명	6000mg 콜라겐 드링크	제품명	품격있는 호박즙	제품명	새 둥지 드링크
브랜드	무술(魔束)	브랜드	GNM	브랜드	푸드요(Food Yo)
가격	8병/\$73.00(63,708원)	가격	90mlx30팩/\$52.99(46,245원)	가격	500mlx4팩/\$8.64(7,540원)

[표 3.3] 싱가포르 판매 건강즙 패키징 관련 키워드



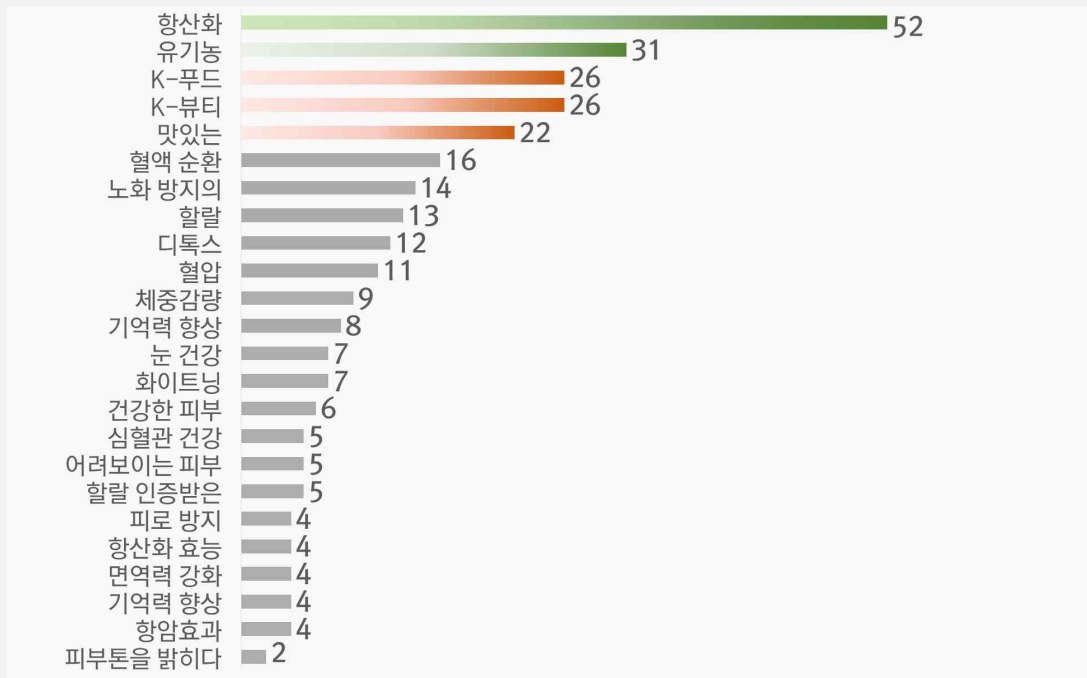
자료: 싱가포르 온라인매장 판매 제품 내 ‘건강즙’ 관련 게시물 366건 분석

4. 홍보문구 1위 ‘항산화’, 그 외 뷰티 관련 홍보문구도 다수

- ▶ ‘항산화’ 키워드 52건으로 홍보문구 관련 빈출 1위
 - 세포의 노화 과정과 그에 대한 예방법과 관련하여 자주 등장하는 키워드인 ‘항산화’가 압도적 1위
 - 관련 제품은 홍삼이 많으나, 이외에도 다양한 건강즙 ‘항산화’ 효능 홍보
- ▶ 뷰티와 피부 관련한 홍보문구 다수 발견
 - 뷰티 관련 문구 중 ‘K-뷰티’가 키워드 26건으로 최다 빈출
 - 그 외 ‘화이트닝’, ‘건강한 피부’, ‘어려보이는 피부’ 등 발견
- ▶ 고객사 주력 홍보문구인 ‘혈액 순환’ 16건, ‘면역력 강화’ 4건
 - ‘혈액 순환’은 6위로 상위권이나 ‘면역력 강화’ 키워드는 많지 않음

1위 항산화		2위 유기농		4위 K-뷰티	
					
제품명	6년근 고려홍삼농축액 스틱	제품명	품격있는 유기농 케일사과즙	제품명	순수한 포도즙
브랜드	정원삼	브랜드	GNM	브랜드	GNM
가격	10gX30포/\$23.49(20,500원)	가격	90mlx30팩/\$52.99(46,245원)	가격	90mlx30팩/\$62.99(54,972원)

[표 3.4] 싱가포르 판매 건강즙 홍보문구 관련 키워드



자료: 싱가포르 온라인매장 판매 제품 내 ‘건강즙’ 관련 게시물 366건 분석

5. 싱가포르 건강즙 진출 컨셉

- ▶ **컨셉 ① _ 콜라겐보다 효능이 뛰어나고 항산화에 도움을 주는 건강즙**
 - 건강즙 성분 빈출 3위인 ‘콜라겐’과 비교하여 고객사 제품의 강점 강조
 - 홍보문구 중 최다 빈출인 ‘항산화’를 이용한 어필

- ▶ **컨셉 ② _ 홍삼보다 피로 회복에 효과적인 1포의 정성 건강 엑기스**
 - 성분 중 1위인 홍삼보다 피로 회복 효능과 영양적 성분이 우수한 점 강조
 - 진액을 한 포에 담아 잊지 않고 챙겨 먹을 수 있는 간편성 어필

- ▶ **컨셉 ③ _ 하루 1-3포 섭취 시 항산화와 면역력 강화에 탁월한 진액**
 - 항산화와 면역력 강화에 효과적인 20여 가지 한방 재료에 대한 상세설명
 - 덜어먹는 제품과 비교하여 휴대가 간편하고 잊지 않고 챙겨 먹을 수 있는 파우치 포장 제품의 장점 강조

성분	패키징	홍보문구	결합 키워드 발생량	제품 컨셉
콜라겐	(-)	항산화	7건	→ [콜라겐] 보다 효능이 뛰어나며 태국의 인삼이라 불리는 갈랑가를 듬뿍 넣어 미네랄 성분이 가득하고 [항산화] 작용을 돕는 와우진액 플러스
홍삼	파우치	(-)	7건	→ 영양분이 풍부한 달팽이와 20여가지 한방재료를 배합해 [홍삼] 보다 피로 회복과 영양 공급 효능이 뛰어난 와우진액 [파우치] 에 1포씩 개별 포장해 휴대도 간편
(-)	파우치	항산화	3건	→ 하루 1~3 [포] 아침, 저녁 공복에 섭취 시 [항산화] 와 면역력 강화에 도움을 주는 와우진액
석류	(-)	K-뷰티	2건	→ 20여가지 한방재료를 배합해 에스트로겐 호르몬 성분 함유로 여성들에게 인기가 많은 [석류] 보다 혈액순환과 피부 개선에 도움을 주는 [K-뷰티] [K-푸드] 와우진액
(-)	스틱	노화 방지	2건	→ 항산화 작용과 혈액 순환에 도움을 주어 [노화방지] 에 탁월한 엑기스를 [1봉의 스틱] 에 담아 휴대하기 간편한 와우진액

★ 결합 키워드 발생량 : 성분/패키징/홍보문구 키워드가 동시 출현한 제품 등록 수를 의미함

IV. 유통채널 특징

1. 싱가포르 건강즙 유통채널 비교
2. 싱가포르 건강즙 유통채널 특징

1. 싱가포르 건강즙 유통채널 비교

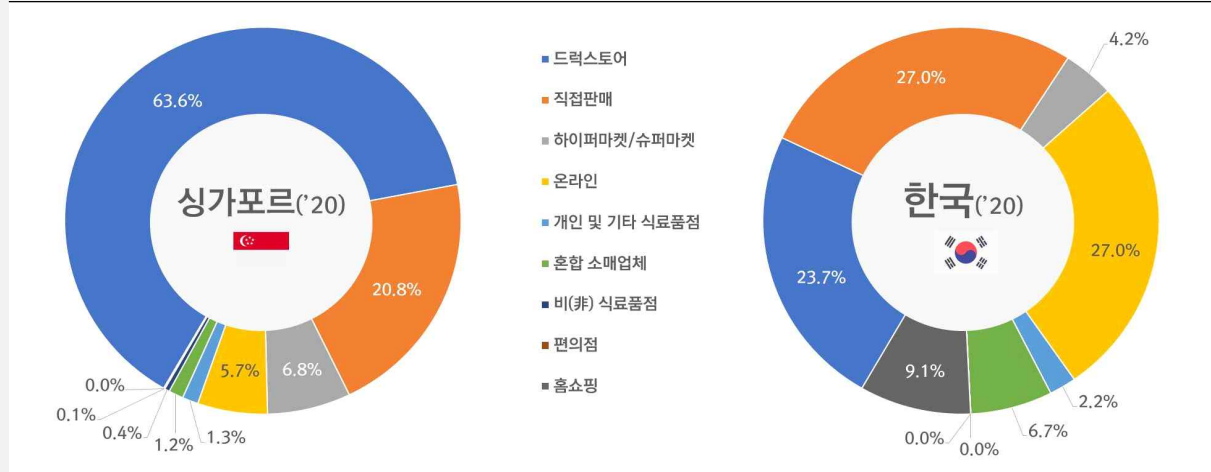
▶ 싱가포르 ‘드럭스토어’ 및 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’ 점유율, 한국 대비 높아

2020년 싱가포르 ‘비타민 및 건강보조식품’ 유통채널 중 ‘드럭스토어’는 싱가포르에서 63.6%를 점유한 반면에 한국에서는 23.7%에 그침. ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’의 점유율은 싱가포르에서 6.8%, 한국에서 4.2%로 싱가포르의 점유율이 약 2%p 높았음. ‘개인 및 기타 식료품점’을 통한 유통은 싱가포르와 한국 모두에서 3% 미만의 점유율을 차지함. ‘직접판매’의 점유율은 싱가포르가 20.8%, 한국에서 27.0%로 한국이 약 6%p 더 높게 나타남. ‘혼합 소매업체’와 ‘홈쇼핑’을 통한 유통은 한국에서만 유의미하게 이뤄진 것으로 집계됨

▶ 싱가포르 건강즙 온라인 시장, 아직 발전단계

2020년 싱가포르 ‘비타민 및 건강보조식품’의 ‘온라인’ 유통채널 점유율은 5.7%로 한국의 27.0% 대비 낮아 싱가포르의 건강즙 온라인 소비시장은 아직 발전 단계인 것으로 나타남

[표 4.1] 싱가포르 건강즙 소매유통채널 점유율



싱가포르 및 한국 소매유통채널 점유율²²⁾²³⁾ 비교²⁴⁾

싱가포르	유형	한국
63.6%	드럭스토어	23.7%
20.8%	직접판매	27.0%
6.8%	하이퍼마켓/슈퍼마켓	4.2%
5.7%	온라인	27.0%
1.3%	개인 및 기타 식료품점 ²⁵⁾	2.2%
1.2%	혼합 소매업체 ²⁶⁾	6.7%
0.4%	비(非) 식료품점	0.0%
0.1%	편의점	0.0%
0.0%	홈쇼핑	9.1%

자료: 유로모니터(Euromonitor)

22) 2020년 기준, 싱가포르 및 한국 ‘비타민 및 건강보조식품(Vitamins and Dietary Supplements)’의 소매유통채널 점유율임

23) ‘건강즙’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 ‘비타민 및 건강보조식품(Vitamins and Dietary Supplements)’의 정보를 확인함

24) 각 점유율은 소수점 둘째 자리에서 반올림한 값으로, 총합이 100.0%에서 ±1% 오차가 발생할 수 있음

25) 본 보고서에서 개인 및 기타 식료품점은 아시안마트/한인마트를 포괄함

26) 본 보고서에서 혼합 소매업체는 백화점을 포괄함

2. 싱가포르 건강증 유통채널 특징

1) 드럭스토어

가디언의
K-Beauty 플래그십 스토어



사진자료: 가디언

▶ 싱가포르 주요 드럭스토어 업체, 데어리팜인터내셔널

싱가포르 주요 드럭스토어 업체 데어리팜인터내셔널은 2020년 싱가포르 드럭스토어 전체 매출액 20억 8,800만 싱가포르달러(약 1조 8,222억 원)의 21.1%를 점유했으며, 산하에 가디언(guardian) 1개 브랜드를 두고 있음. 왓슨스퍼스널케어스토어즈(Watson's Personal Care Stores)는 2020년 전체 매출액의 19.8%를 점유했으며 왓슨스(watsons) 1개 브랜드를 보유함

▶ 소비자 구매 패턴에 발맞춘 매장 운영 형태 선보여²⁷⁾

코로나19로 외출 빈도수가 줄어들자 소비자들은 기존에 드럭스토어에서 구매하던 제품들을 하이퍼마켓/슈퍼마켓 등의 유통채널에서 식료품과 함께 구매하는 경향을 보임. 드럭스토어 업계의 매장 운영방식도 이러한 소비자 행동 변화에 알맞은 형태로 변화함. 먼저, 슈퍼마켓과 드럭스토어 브랜드를 모두 보유한 데어리팜인터내셔널은 보유 브랜드 자이언트 내에 가디언 매장을 개설함. 최근에는 외출 자제 경향이 줄어들며 뷰티 전문 업체가 다시금 성장세를 보일 것으로 예상되는 가운데, 가디언이 한국 브랜드를 중심으로 한 플래그십 스토어를 오픈했다는 점도 주목할 필요가 있음

[표 4.2] 싱가포르 주요 드럭스토어 업체

순번	기업명	드럭스토어 매출액 점유('20) ²⁸⁾	산하 주요 브랜드
1	데어리팜인터내셔널 (Dairy Farm International)	21.1%	가디언(guardian)
2	왓슨스퍼스널케어스토어즈 (Watson's Personal Care Stores)	19.8%	왓슨스(watsons)
3	엔티유씨헬스케어 (NTUC Healthcare)	6.5%	유니티(Unity)
4	세포라싱가포르 (Sephora Singapore)	4.7%	세포라(Sephora)
5	혹쿠아그룹 (Hockhua Group)	3.3%	혹쿠아토닉(Hockhua Tonic)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

27) 유로모니터(Euromonitor), 「Health and Beauty Specialist Retailers in Singapore Country Report」, 2021.02

28) 싱가포르 드럭스토어 점유율 부문 상위 5개 기업

2) 아시안마트/한인마트

▶ **싱가포르 주요 아시안마트/한인마트, 돈돈돈키와 이마트**

싱가포르 주요 아시안마트/한인마트 업체에는 돈돈돈키(DON DON DONKI)와 이마트(Lee Mart)가 있음. 돈돈돈키는 현재 싱가포르 전역에 오프라인 매장 11개를 운영하고 있으며, 이마트는 5개 매장을 운영 중임. 또한, 돈돈돈키와 이마트를 포함한 아시안마트/한인마트 업체 대부분은 배송 서비스를 제공하고 있음

[표 4.3] 싱가포르 주요 아시안마트/한인마트

순번	기업명	설립연도	매장 수('20)	홈페이지
1	돈돈돈키 (DON DON DONKI)	2017년	11개	dondondonki.com/sg
2	이마트 (Lee Mart)	2009년	5개	leemart.sg
3	솔마트 (Solmart)	2002년	4개	solmart.com.sg
4	메이디야 (Meidi-Ya)	1980년	2개	meidi-ya.com.sg

자료: 각 기업 홈페이지

3) 온라인

▶ **싱가포르 주요 온라인 유통채널, 쇼피 및 아마존**

싱가포르 주요 온라인 유통채널 쇼피(Shopee)는 2020년 약 3,730만 달러(약 442억 원²⁹⁾)의 매출을 기록함. 아마존(Amazon)은 동기간 약 9,280만 달러(약 1,100억 원)의 매출을 기록함. 이외 주요 유통채널로는 중국 온라인 유통채널 선두기업인 알리바바(Alibaba)가 약 90%의 지분을 소유한 라자다(Lazada), 지마켓(Gmarket)과 이베이(eBay)의 합작회사인 지오시스(Giosis)가 운영하는 큐텐(Qoo10) 등이 있음

▶ **온라인 소비에 익숙한 싱가포르 소비자 맞춤형 마케팅 필요³⁰⁾³¹⁾**

빠른 인터넷 속도 및 국제 배송 허브 등 다양한 이유로 이전부터 높은 이용률과 꾸준한 성장세를 보였던 싱가포르 온라인 소비시장은 코로나19의 영향으로 2020년 기준 전년 대비 약 53% 증가함. 또한, 오프라인 소매점의 온라인 진출 활성화 및 면역력 관련 건강기능식품의 온라인 소비시장 성장³²⁾이 2020년 온라인 채널의 주요 특징으로 보임
싱가포르 내 온라인 유통은 옴니채널형 운영의 대표적 예시인 대형마트 인터넷 몰과 온라인 B2C 플랫폼으로 나누어짐. 전자의 대표적인 예는 페어프라이스의 페어프라이스온(FairPrice On), 후자의 대표적인 예는 쇼피임. 또한, 싱가포르 소비자들은 높은 소득에 비해 제품 가격에 민감한 경향을 보여 프로모션 기간에 할인된 가격에 제품을 구매하는 쇼핑 습관을 지니고 있으므로, 해당 시기에 쇼핑이 집중된다는 점에 유념할 필요가 있음

[표 4.4] 싱가포르 주요 온라인 유통채널

순번	기업명	온라인 유통채널 매출액('20)	산하 주요 브랜드
1	씨 (Sea)	약 3,730만 달러 (약 442억 원)	쇼피 (Shopee)
2	알리바바 (Alibaba)	약 339억 1,700만 위안 (약 6조 2,095억 원)	라자다 (Lazada)
5	아마존 (Amazon)	약 9,280만 달러 (약 1,100억 원)	아마존 (Amazon)

자료: 스탯스타(Statista), 시밀러웹(SimilarWeb), 이커머스디비(ecommerceDB)

29) 1달러=1,185.20원(2021.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

30) 농식품수출정보(KATI), 「싱가포르 온라인 시장 분석 및 한국식품 진출 확대방안 보고서」, 2020.09

31) 유로모니터(Euromonitor), 「E-Commerce in Singapore Country Report」, 2021.02

32) 일레로 쇼피에서는 홍삼을 포함한 허브 및 전통 보조 식품(Herbs&traditional supplements) 특별 판매전을 진행함

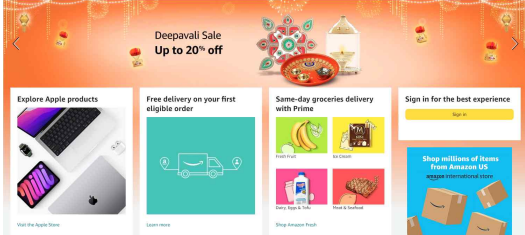
V. 온·오프라인 유통채널

1. 싱가포르 건강증 주요 온라인 유통채널
2. 싱가포르 건강증 주요 오프라인 유통채널

1. 싱가포르 건강즙 주요 온라인 유통채널 ① 아마존

기업 기본 정보	기업명	아마존(Amazon)			
	홈페이지	www.amazon.sg			
	업태	온라인 종합 쇼핑몰			
	개요	방문횟수(최근 1개월)	700만 회		
		앱다운로드수('20)	500만 회		
매출('20)		약 9,280만 달러(약 1,100억 원 ³³⁾)			
운영방식	온라인마켓				

매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	정관장(CheongKwanJang), 허벌굿니스(Herbal Goodness)
		해외 판매	해외배송 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색

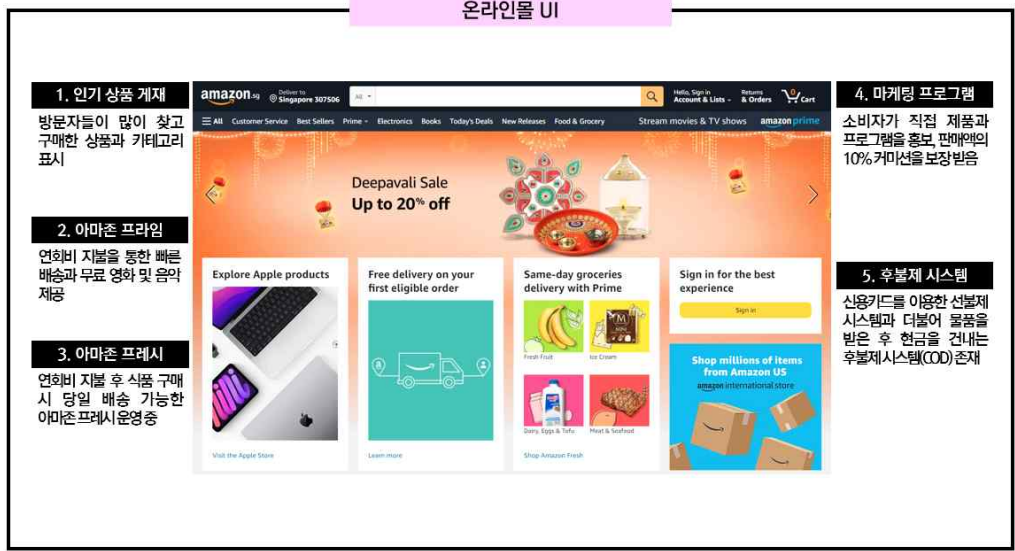
주요 프로모션 정보		
	기프트 카드 제공, 휴일 기간 특별 할인, 은행 및 카드사 제휴 등 다양한 프로모션 상시 제공	

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 직접 등록 및 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 하단 'Sell on Amazon' 클릭 후 'Start Selling' 클릭 - 아마존 싱가포르 웹사이트 회원가입 혹은 로그인 - 등록 시 필요한 정보 <ul style="list-style-type: none"> 공급자 정보 (회사명, 회사 홈페이지 주소, 국가, 담당자명, 연락처, 이메일 등) 결제 정보 (신용카드 정보) 공급 제품 정보 (UPC/EAN 보유 여부, 제품 종류, 예상 매출액, 판매 입고량 등) - 아래 주소에서 문의사항 입력 가능 (sell.amazon.com.sg/contact-us) • 평가 기준 <ul style="list-style-type: none"> - 아마존 행동강령 준수 - 아마존 PB 브랜드 공급업체일 경우 공인검사기관에서 TPI(Third Party Inspection) 혹은 아마존 자체 검사 결과 통해 품질 기준 충족 인증
-------------	---------------------	--

자료: 아마존(Amazon) 싱가포르, 시밀러웹(SimilarWeb), 센서타워(Sensortower)

사진 자료: 아마존(Amazon) 싱가포르

온라인몰 UI ①



세부 검색 중 제조국가를 특정해서 검색 가능
영어 언어 지원, 한국에서 해외 아마존 이용 가능

온라인몰 UI ②



품목별, 가격별, 배송시간별로 검색 가능
평점, 구매율, 후기 개수별로 제품 정렬 가능

자료: 아마존(Amazon) 싱가포르
사진 자료: 아마존(Amazon) 싱가포르

33) 1달러=1182.50원(2021.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

입점 제품 상위 7개 제품 리스트(구매 순위 기준) ³⁴⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격 ³⁵⁾	용량	이미지
1	건강즙	정관장 (CheongKwanJang)	코리안진생 엑스트랙드링크 (Korean Ginseng Extract Drink)	한국	32.76싱가포르달러 (약 2만 8,590원)	50ml * 20개입	
2	건강즙	허벌굿니스 (Herbal Goodness)	과유사리프 엑스트랙 (Guayusa Leaf Extract)	미국	30.06싱가포르달러 (약 2만 6,233원)	354ml	
3	건강즙	썬클로렐라 (Sun Chlorella)	썬클로렐라와일드선 엘루테로엑스트랙드링크 (Sun Chlorella Wild Sun Eleuthero Extract Drink)	영국	207.19싱가포르달러 (약 18만 818원)	1L	
4	건강즙	강원인삼 (Gangwoninsam)	코리안레드진생 엑스트랙골드 (Korean Red Ginseng Extract Gold)	한국	61.45싱가포르달러 (약 5만 3,628원)	50g	
5	건강즙	슬로푸드 (Slow food)	코리안페어진저앤벌룬플라워 엑스트랙리퀴드 (Korean Pear, Ginger and Balloon Flower Extract Liquid)	한국	28.32싱가포르달러 (약 2만 4,715원)	12ml * 10개입	
6	건강즙	정관장 (CheongKwanJang)	코리안진생엑스트랙필 (Korean Ginseng Extract Pill)	한국	91.75싱가포르달러 (약 8만 72원)	168g	
7	건강즙	하나나이아 (Hana Naia)	하와이안커피베리 /커피푸르츠엑스트랙 (Hawaiian Coffeeberry /Coffee fruit Extract)	미국	55.58싱가포르달러 (약 4만 8,505원)	30ml	


자료: 아마존(Amazon) 싱가포르

사진 자료: 아마존(Amazon) 싱가포르

34) 조사일(2021.11.07.) 기준 아마존(Amazon) 싱가포르 건강즙 카테고리 평점 상위 7개 제품 리스트

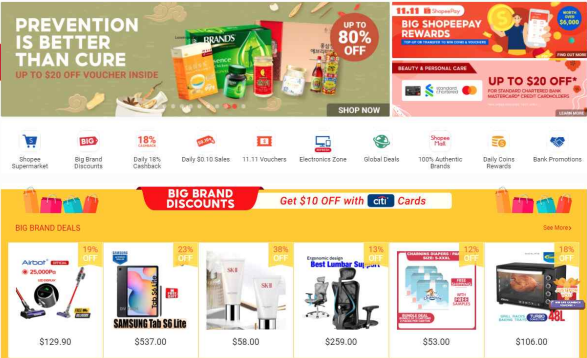
35) 1싱가포르달러=872.72원(2021.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

② 쇼피

기업 기본 정보	기업명	쇼피(Shopee)		
	홈페이지	shopee.sg		
	업태	온라인 종합 쇼핑몰		
	개요	방문횟수(최근 1개월)	1,500만 회	
		앱다운로드수('20)	3만 회	
매출('20)		약 3,730만 달러(약 442억 원)		
운영방식		온라인마켓		

매장 운영정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	헬스원(Healthone), 문경미소(Mungyeong Miso)
		해외 판매	일부 국가 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색

주요 프로모션 정보



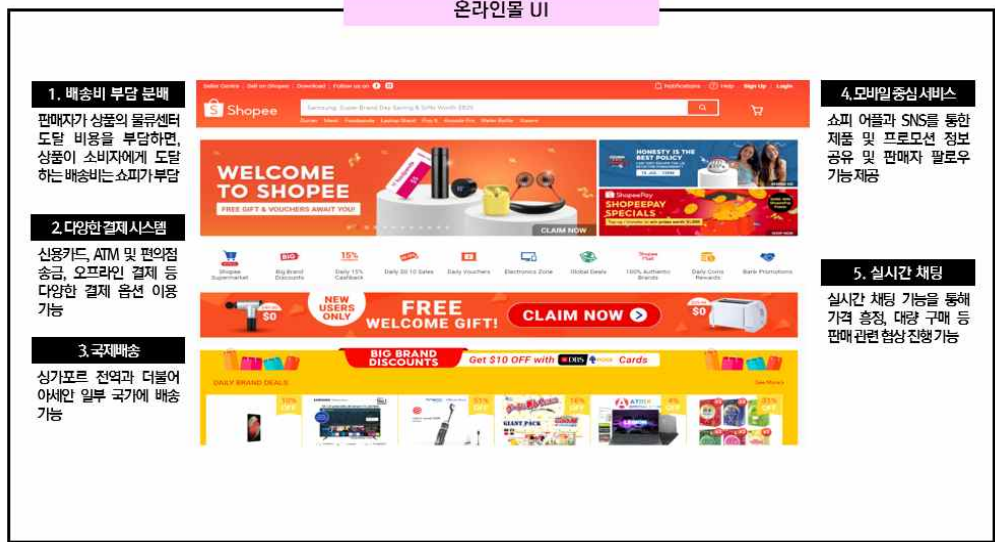
식품업체와 파트너십, 휴일 특별 할인, 은행 및 카드사 제휴 등 다양한 프로모션 상시 제공

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 왼쪽 상단 'Sell on Shopee' 클릭 - 하단의 'Sign up as a Shopee Mall Seller' 클릭 - 등록 시 필요한 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (이름, 연락처, 주소, 우편번호, 회사 홈페이지, 제품 카테고리, 브랜드 로고, 온라인 판매 경험 등) ② 싱가포르 사업 허가서 ACRA(Accounting and Corporate Regulatory Authority) ③ 허가서 (Letter of Authorization) • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +65-6206-6610
-------------	---------------------	---

자료: 쇼피(Shopee), 시밀러웹(SimilarWeb), 센서타워(Sensortower)

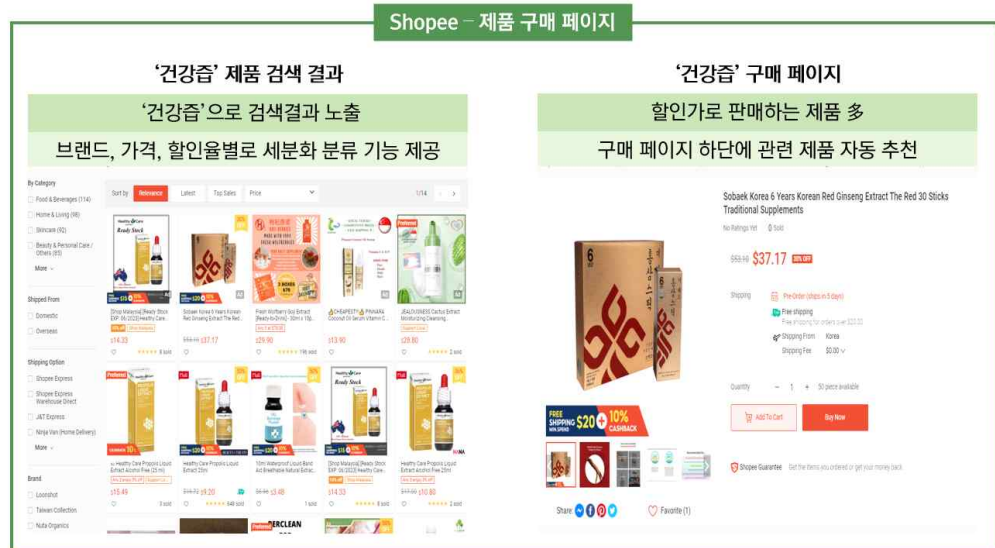
사진 자료: 쇼피(Shopee)

온라인몰 UI ①



세부 검색 중 제조국가를 특정해서 검색 가능
영어 언어 지원

온라인몰 UI ②



품목별, 브랜드별, 배송시간별로 검색 가능
평점, 구매율, 후기 개수별로 제품 정렬 가능

자료: 쇼피(Shopee)
사진 자료: 쇼피(Shopee)



입점 제품 상위 7개 제품 리스트(구매 순위 기준) ³⁶⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	건강즙	헬스원 (Healthone)	프레시울프베리 고지엑스트랙 (Fresh Wolfberry Goji Extract)	중국	29.9싱가포르달러 (약 2만 6,094원)	30ml * 10개입	
2	건강즙	문경미소 (Mungyeong Miso)	오미자미소 (Omija Miso)	한국	28.99싱가포르달러 (약 2만 5,300원)	100g * 10개입	
3	건강즙	푸드요 (Food Yo)	노스탈지드링크 (Nostalgic Drink)	싱가포르	8.64싱가포르달러 (약 7,540원)	500ml * 4개입	
4	건강즙	지앤엠코리아 (GNM Korea)	100%코리안프리미엄 오가닉캐비지엑스트랙 (100% Korean Premium Organic Cabbage Extract)	한국	52.99싱가포르달러 (약 4만 6,245원)	90ml * 30개입	
5	건강즙	가화원 (Gahwawon)	프리미엄벨플라워루트앤페어 벌룬플라워엑스트랙드링크 (Premium Bellflower Root & Pear Balloonflower Extract)	한국	29.99싱가포르달러 (약 2만 6,172원)	70ml * 21개입	
6	건강즙	이르함 (Irham)	두리안엑스트랙 (Durian Extract)	말레이시아	39.72싱가포르달러 (약 3만 4,664원)	500ml	
7	건강즙	디아이콘 미얀마 (The Icon Myanmar)	붐파이베리 (Boom Fiberry)	미얀마, 태국	28.9싱가포르달러 (약 2만 5,221원)	15g * 7개입	

자료: 쇼피(Shopee)

사진 자료: 쇼피(Shopee)

36) 조사일(2021.11.07.) 기준 쇼피 건강즙 조사 카테고리 평점 상위 제품 리스트

2. 싱가포르 건강즙 주요 오프라인 유통채널 ① 가디언

기업 기본 정보	기업명	가디언(guardian)			
	기업구분	드럭스토어			
	홈페이지	www.guardian.com.sg			
	위치	홍콩(Hongkong)			
	규모	매출액('20)	약 4억 4,057만 싱가포르달러(약 3,845억 원)		
		기타 규모	• 매장 수('21): 113개		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 캄보디아, 인도네시아, 베트남 등 동남아시아 5개국에서 매장 운영 중 • 자사 홈페이지 통해 뷰티 및 건강 관련 지식 제공 • 다양한 자체 제작 상품 판매 중 • 2019년 CJ올리브영과 업무 협약을 맺고, 현재 가디언 내 입점하여 판매 중 				
소비자 정보	타겟 소비자	성별	여성	직업	학생·직장인·주부
		연령대	20·30대	소득수준	중산층
방문매장 정보	영업시간	10:00~22:00			
	주소	50 Jurong Gateway Rd., #B1-16/17 Jem., Singapore 608549			
	상권	역 바로 옆 쇼핑몰 내에 입점하였으며, 규모도 비교적 큰 편으로 유동인구 많음			
	VMD	취급 브랜드	브랜드(BRAND'S), 뉴문(New Moon)		
		진열 방식	카테고리별 진열		
매장 전경	 				
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 페이지 하단 메뉴의 Contact us 클릭 - 필요 정보 기입 후 제출(guardian.com.com-sg/contact-us) - 홈페이지 기입 정보 (담당자명, 이메일 주소, 연락처, 문의 내용) • 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호, 이메일 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +65-6-891-8100 - 이메일: customerservice@guardian.com.sg 			

자료: 가디언(guardian)

사진 자료: 가디언(guardian) 현지 매장 방문 조사, 인사이드리테일아시아(Inside Retail Asia)

② 왓슨스

기업 기본 정보	기업명	왓슨스(watsons)			
	기업구분	드럭스토어			
	홈페이지	www.watsons.com.sg			
	위치	홍콩(Hongkong)			
	규모	매출액('20)	약 4억 1,342만 달러(약 3,608억 원)		
	기타 규모	• 매장 수('21): 100개			
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1841년 홍콩에서 설립되었으며, 중국, 터키, 러시아 등 25개국에서 약 1만 5,000개 매장 운영 중 • 매장에서는 약 6,000개, 온라인몰에서는 약 8,000개 제품 판매 중 • 온라인몰 주문 후 오프라인 매장 픽업 서비스 제공 중 			
소비자 정보	타겟 소비자	성별	여성	직업	학생·직장인·주부
		연령대	20·30대	소득수준	중산층



방문매장 정보	영업시간	10:00~22:00		
	주소	17 Petir Rd., #B2-61/62/63 Hillion Mall, Singapore 678278		
	상권	역 바로 옆에 위치한 쇼핑몰 내에 입점하여 유동인구 많음		
	VMD	취급 브랜드	브랜드(BRAND'S), 키노히미츠(Kinohimitsu)	
		진열 방식	카테고리별 진열	
매장 전경				

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - A.S. WATSON 기업 홈페이지 접속 - 상단 메뉴 'Suppliers & Partners'의 'Becoming A.S. Watson Suppliers' 클릭하여 입점 절차 확인 - 왓슨스 공급업체 포털에서 'Apply here' 클릭하여 필요 정보 기재 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (회사명, 회사 이메일, 담당자 연락처, 기업정보, 사업자등록증, 설립연도, 주거래처, 제조시설 정보 등) ② 공급 제품 정보(브랜드명, 브랜드 정보, 제품명, 제품 샘플 등) ③ 참고자료(회사소개서, 카탈로그 등) • 등록 조건 <ul style="list-style-type: none"> - A.S. Watson 품질 보증 승인 • 문의사항 연락처(본사; 입점 관련 사항은 본사로 직접 문의) <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +65-6337-3433 - 이메일: grouppr@aswatson.com
----------	---------------	---

자료: 왓슨스(watsons)

사진 자료: 왓슨스(watsons) 현지 매장 방문 조사

매대37) 제품 배치 현황

주력 입점 제품



가디언과 왓슨스에서는 액체 형태의 건강보조식품을 한 곳에 모아 진열해두고 있음. 종류는 체력 증진을 위한 에센스오브피쉬와 같은 제품 또는 콜라겐 등 다양하며, 원산지 또한 다양함. 할인이 적용되는 상품의 경우 별도로 표기함


자료: 가디언(guardian), 왓슨스(watsons) 현지 매장 방문 조사
사진 자료: 가디언(guardian), 왓슨스(watsons) 현지 매장 방문 조사

37) 본 표 내부의 매대 사진은 모두 왓슨스(watsons) 매장의 매대임

입점 제품 리스트								
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지	매장
1	건강즙	의안상 (Eu Yan Sang)	에센스오브치킨 (고지베리스&레드데이츠) (Essence of Chicken (Goji berries & Red Dates)) *구기자 및 대추	말레이시아	22.9싱가포르 달러 (약 1만 9,985원)	420g		가디언 (guardian)
2	건강즙	의안상 (Eu Yan Sang)	에센스오브치킨 (트래디셔널) (Essence of Chicken (Traditional))	말레이시아	19.9싱가포르 달러 (약 1만 7,367원)	420g		
3	건강즙	의안상 (Eu Yan Sang)	에센스오브피쉬 (트래디셔널) (Essence of Fish (Traditional))	말레이시아	20.5싱가포르 달러 (약 1만 7,891원)	420g		
4	건강즙	뉴문 (New Moon)	에센스오브피쉬워드 아메리칸진생&코디셉스 (Essence of Fish with American Ginseng & Cordyceps) *인삼 및 동충하초	말레이시아	18.9싱가포르 달러 (약 1만 6,494원)	544g		
5	건강즙	브랜드 (BRAND'S)	에센스오브치킨 워드탕케이 (Essence of Chicken with Tangkwei) *안젤리카 뿌리	말레이시아	22.5싱가포르 달러 (약 1만 9,636원)	408ml		
6	건강즙	브랜드 (BRAND'S)	에센스오브치킨 (Essence of Chicken)	말레이시아	19.95싱가포르 달러 (약 1만 7,411원)	408ml		왓슨스 (watsons)
7	건강즙	키노히미츠 (Kinohimitsu)	버스트업 (Bust Up) *파파야 및 푸에라리 아리미피카 뿌리	대만	39.9싱가포르 달러 (약 3만 4,822원)	5000g		
8	건강즙	브랜드 (BRAND'S)	푸룬에센스 (Prune Essence)	태국	14.9싱가포르 달러 (약 1만 3,004원)	252ml		
9	건강즙	브랜드 (BRAND'S)	에센스오브치킨 워드코디셉스 (Essence of Chicken with Cordyceps) * 동충하초	말레이시아	22.5싱가포르 달러 (약 1만 9,636원)	408ml		

자료: 가디언(guardian), 왓슨스(watsons) 현지 매장 방문 조사
사진 자료: 가디언(guardian), 왓슨스(watsons) 현지 매장 방문 조사

③ 솔마트

기업 기본 정보	기업명	솔마트(Solmart)	
	기업구분	아시안마트/한인마트	
	홈페이지	www.solmart.com.sg	
	위치	싱가포르(Singapore)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('21): 4개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 2002년 설립되었으며, 한국 제품 및 한국 김치 등 한국 식품 전문 판매 • 한국에서 1~4주 간격으로 제품을 수입하여 판매 진행 중 • 배송 서비스 제공 중 • 2020년 11월 일회용 유자차 할인행사 진행 	




매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> • 신선식품, 차(茶)류, 간편식품, 스낵류, 유제품, 육류, 해산물, 냉동식품 등
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> • 한국 제품만 판매함
	매장 전경	 

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일, 매출액, 주요 고객 등) ② 공급 제품 정보 (주요 시장, 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그) • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +65-6467-4028 - 팩스: +65-6463-3509 - 이메일: solmart.info@gmail.com
---------------------	------------------------------	---

자료: 솔마트(Solmart)

사진 자료: 솔마트(Solmart)

④ 돈돈돈키

기업 기본 정보	기업명	돈돈돈키(Don Don Donki)	
	기업구분	아시안마트/한인마트	
	홈페이지	www.dondondonki.sg	
	위치	도쿄(Tokyo)	
	규모	매출액('18) 약 2억 7,005만 달러(약 3,201억 원) 기타 규모 • 매장 수('21): 11개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 일본 유통업체 팬퍼시픽인터내셔널홀딩스(PPIH)의 동남아 타겟 유통 체인으로, 싱가포르, 태국, 홍콩 등에서 매장 운영 중 매장 내 푸드 코트에서 다양한 일본 음식 서비스 		
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> 스낵류, 조리식품, 소스류, 즉석식품, 신선식품, 생활용품, 문구류, 잡화류 등 	
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> 일본산 제품, 저렴한 제품, 젊은 소비자를 대상으로 한 제품 	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 홈페이지를 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 상단 'Help' 클릭 - 'Contact' 클릭 후 필요한 정보 기입하여 제출 - 홈페이지 기입 정보(담당자명, 이메일 주소 등) 이메일을 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일, 매출액, 주요 고객 등) ② 공급 제품 정보 (주요 시장, 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량 등) ③ 참고자료(회사소개서, 카탈로그) 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: support.sg@dondondonki.com (싱가포르 본사) 팬퍼시픽인터내셔널홀딩스(PPIH)의 타 자회사에서 제품의 수입 및 수출 통괄 <ul style="list-style-type: none"> - 기업명: 팬퍼시픽인터내셔널트레이딩(Pan Pacific International Trading) - 전화번호: +81-3-3271-1120 	

자료: 돈돈돈키(Don Don Donki)
사진 자료: 돈돈돈키(Don Don Donki)

VI. 진입장벽

1. 싱가포르 건강증 통관 및 검역 절차
2. 싱가포르 건강증 사전등록
3. 싱가포르 건강증 품질 인증
4. 싱가포르 건강증 라벨링
5. 싱가포르 건강증 성분 및 유해물질

1. 싱가포르 건강즙 통관 및 검역 절차³⁸⁾

▶ 싱가포르 건강즙 수출 시 통관 절차별 참고사항

싱가포르는 주류, 담배, 자동차, 석유 제품을 제외한 모든 수입품에 대하여 관세를 부과하지 않음. 다만 모든 수입 물품은 CIF(Cost, Insurance and Freight)의 7%³⁹⁾를 상품 및 서비스 세금(GST, Goods & Service Tax)으로 납부해야 함. 또한, 해상 및 항공으로 수입되는 모든 물품은 경제 자유 구역(FTZ, Free Trade Zones)을 거쳐 싱가포르로 반입될 수 있음

[표 6.1] 싱가포르 건강즙 통관 검역 절차



자료: 관세청, 싱가포르 관세청, 싱가포르 식품청(SFA)

38) 해당 내용은 국가 상황에 따라 변동 가능하니 최신 내용을 확인 부탁드립니다.

39) 싱가포르 정부는 2018년 예산안에서 2025년까지 GST를 9%까지 올릴 계획을 밝힘

2. 싱가포르 건강증 사전등록

▶ 싱가포르 건강증, 수입업체 사전등록 必

싱가포르에서 식품을 수입하기 전에 싱가포르 식품청(SFA, Singapore Food Agency)에 수입업체 면허 취득 또는 등록을 사전에 완료해야 함. 고객사 건강증은 일반 가공식품에 해당하여 면하는 별도로 필요하지 않으며 등록의 대상에 속함. 추가로, 온라인 홈페이지를 통해 수입 허가를 신청하여 통관 허가증(CCP)을 발급받아야 함

[표 6.2] 싱가포르 수입업체 사전등록 정보

등록 정보	
사전 준비 사항	<ul style="list-style-type: none"> • 사업자 등록번호(UEN, Unique Entity Number) 발급 - 싱가포르 기업청(ACRA, Accounting and Corporate Regulatory Authority) 등록 및 사업자 등록번호(UEN, Unique Entity Number) 발급 - 싱가포르 세관에 사업자 등록번호(UEN)를 등록하고 활성화해야 함 • 수입 물품 확인 - 수입 물품이 싱가포르 관할 당국의 통제 대상 상품인지 확인. 싱가포르 관세청 홈페이지에서 HS 코드 또는 CA 제품 코드를 이용하여 검색 가능 - HS 코드 분류에 대한 상담이 필요한 경우, 공식 분류 판정 신청 가능 - 비용은 제품당 85싱가포르 달러임 • Inter-Bank GIRO(IBG) 계정 생성 - 싱가포르 관세청과 식품청에 Inter-Bank GIRO(IBG)를 신청해야 함. 싱가포르 관세청에 해당 신청서를 작성하여 송부 - 싱가포르 식품청에 GIRO 계정을 유지하지 않을 경우, 승인이 정지될 수 있음
등록 절차	<ul style="list-style-type: none"> • GoBusiness Licensing 홈페이지를 통해 신청서 제출 • GIRO 또는 온라인 전자 결제를 통해 비용 납부 • TradeNet 시스템을 통해 등록 번호 확인
비용	<ul style="list-style-type: none"> • 일반 가공식품 수입업체의 사전등록 무료
소요 기간	<ul style="list-style-type: none"> • 1영업일
갱신	<ul style="list-style-type: none"> • 싱가포르 식품청에서 만료 2개월 전에 이메일 또는 문자로 갱신 안내문을 전송 • GoBusiness Licensing 홈페이지를 통해 갱신 신청서 제출 • 식품 리콜에 대비하여 식품 리콜 플랜 준비 - 첫 갱신 시점, 그리고 2년마다 식품 리콜 플랜이 요구됨 • GIRO 또는 온라인 전자 결제를 통해 비용 납부 • 싱가포르 식품청에서 이메일을 통해 갱신 완료 알림 전송

자료: 싱가포르 식품청(SFA)

[표 6.3] 싱가포르 수입 허가 절차

절차

- 수입업체 사전등록 또는 면허 번호, 제품 및 HS 코드 준비
- 기관 코드(Establishment Code) 확인
 - 한국의 기관 코드는 KR999999
- 싱가포르 식품청에서 수입 제품 코드(Product Code) 확인
- TradeNet을 통해 수입 허가 신청
 - 해당 과정에서 받은 고유 참조번호(Unique Reference Number) 확인
 - 필요한 경우 TradeNet을 통해 추가 서류 제출
 - 실험 보고서 또는 위생 증명서가 필요할 수 있음
 - 반드시 허가 신청 기간 내에 서류 제출을 완료해야 함
- 싱가포르 관세청과 식품청의 승인 이후, 화물 통관 허가증(CCP, Cargo Clearance Permit)을 발급받음
 - 해당 허가증은 싱가포르 식품청 수입 허가증의 역할도 수행함
- 화물 통관 허가증 및 사본 인쇄
 - 국경 검문소, 검역 등의 과정에서 해당 문서 필요
- 수입 수수료 지불
- 수입 식품 한 건당 수수료 부과
- GIRO 계정을 통해 비용 납부

자료: 싱가포르 식품청(SFA)

3. 싱가포르 건강증 품질 인증

▶ **싱가포르 건강증, 적용받는 필수 인증 無**

싱가포르로 수입되는 식품 중 특정유형 제품은 수출국 관할 당국의 적절한 감독하에서 제조되었거나 싱가포르 식품청에 적용 가능한 품질 보증 프로그램을 지니고 있음을 증명해야 하지만 이 외의 경우에는 싱가포르 식품청의 심사에 따라 규제 서류를 제출해야 함. 모든 수입 가공식품은 입국 시 샘플 검사 대상임

[표 6.4] 싱가포르 건강증 인증 취득 정보

취득 정보	
인증이 필수인 품목	<ul style="list-style-type: none"> 포장된 미네랄 및 식용 물과 얼음, 코코넛 밀크, 간 코코넛, 나시 르막, 영유아용 시리얼 및 분유, 육지 달팽이, 최소한으로 가공된 과일 및 채소, 저온 살균 우유, 전통 구움과자(kueh ku도), 자른 사탕수수, 월병 해당 유형의 식품은 위생적인 조건하에서 생산되었다는 인증서가 필요함
기타 품목	<ul style="list-style-type: none"> 위 아홉 가지 유형 이외의 식품도 인증 서류를 유지하고 싱가포르 식품청에서 요청 시 서류를 제출해야 함
적용 가능한 인증 예시	<ul style="list-style-type: none"> HACCP (Hazard Analysis Critical Control Point) 인증서 GMP (Good Manufacturing Practices) 인증서 건강 증명서 (수출국 식품 관할 당국 및 동물 검역 당국이 발행한 문서) 수출 증명서 (수출국 식품 관할 당국 및 동물 검역 당국이 발행한 문서) 공장 등록증 (수출국 규제 기관에서 발행한 문서)

자료: 싱가포르 식품청(SFA)

4. 싱가포르 건강증 라벨링

[표 6.5] 싱가포르 건강증 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	1. 표기 언어	<ul style="list-style-type: none"> • 영어로 표기해야 함 • 영어로 표기된 정보와 상충되지 않으며 규정을 위반하지 않는다면 외국어 병기 가능함
	2. 상품명	<ul style="list-style-type: none"> • 소비자에게 식품의 실제 특징을 알려주기 위하여 식품의 일반적인 이름, 적절한 일반적인 이름을 사용할 수 없는 경우에는 상품의 설명을 라벨에 명시해야 함 • 브랜드 이름, 상표 이름, 복잡한 이름, 판매 이름, 또는 영어가 아닌 이름은 위의 상품 설명에 포함되지 않음
	3. 원재료명	<ul style="list-style-type: none"> • 식품에 사용된 모든 성분 목록을 중량의 내림차순으로 표기해야 함. 즉, 가장 먼저 나열된 성분은 식품에서 가장 많은 부분을 차지함 • 성분명은 일반적인 이름 또는 설명이 아니라 특징적인 이름 또는 설명을 의미하며, 성분의 진정한 특성을 잠재 구매자에게 알려줘야 함 • 식품에 물이 포함되어 있음을 나타낼 필요는 없음 • 두 가지 이상의 성분으로 만들어진 원재료를 포함하는 경우, 해당 구성 성분의 적절한 명칭을 나타내야 함 • 알레르기 반응을 유발할 수 있는 성분은 ‘contain(포함함)’이라는 설명을 이용하여 제품의 라벨에 해당 성분을 포함하고 있음을 명확하게 표기해야 함 • 아스파탐을 함유하는 제품은 ‘페닐케톤뇨제: 페닐알라닌을 함유함(PHENYLKETONURICS: CONTAINS PHENYLALANINE)’ 또는 이와 같은 의미의 경고를 명시해야 함
	4. 순중량	<ul style="list-style-type: none"> • 일반적으로 제품의 순중량은 절대값으로 표시해야 하며, 값 범위를 넘어서는 안됨 • 액체 식품의 경우에는 밀리리터(mL) 또는 리터(L)를 이용한 부피, 고형 식품의 경우에는 그램(g) 또는 킬로그램(kg)을 이용한 무게, 반고체 또는 점성 식품의 경우에는 무게 또는 부피, 그리고 통조림과 같이 액체로 포장된 식품의 경우 순중량 및 배출된 식품의 중량도 표기해야 함
	5. 원산지	<ul style="list-style-type: none"> • 수입 식품의 경우 제품의 원산지를 라벨에 반드시 표기해야 함 • 원산지와 함께 수출국의 제조업체, 포장업체 등과 같은 식품 사업체의 이름과 주소 또한 라벨에 표기해야 함

자료: 싱가포르 식품청(SFA)

[표 6.5] 싱가포르 건강증 라벨링

<p>라벨 필수 표시 사항 및 기준</p>	<p>6. 수입업체 및 유통업체 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> 수입 식품의 경우, 현지 수입업체, 유통업체, 또는 대리인의 이름과 주소를 라벨에 반드시 명시해야 함 이는 제품이 소비자에게 가능한 공중 보건 및 안전 문제가 발생했을 때 식품 리콜을 위해 사용될 수 있음
<p>라벨 선택 표시 사항 및 기준</p>	<p>7. 유통기한</p> <ul style="list-style-type: none"> 식품 제조업체는 유통기한의 설정 및 개봉되지 않은 식품의 안전 및 안전 보장을 해야 함 유통기한 표시는 부패하기 쉽거나 유통기한이 짧은 제품, 시간이 지남에 따라 품질이 저하될 수 있는 제품, 오염되기 쉬운 제품, 유아용 식품 등 특정 사전포장 식품에 대해서는 반드시 표시 ‘Use by’, ‘Expiry date’, ‘Best before’ 또는 ‘Sell by’ 등으로 표기할 수 있음 최소 3mm이상의 글씨로 영구적으로 표시되거나 양각되어야 함 식품 사업자는 식품에 유통기한을 표시할 책임이 있으며, 특정한 보관 조건이 있는 경우에는 반드시 라벨에 명확한 보관 조건을 명시해야 함
	<p>8. 영양정보 패널</p> <ul style="list-style-type: none"> 영양 또는 건강 강조표시를 포함한 제품인 경우에만 필수임 영양 정보 패널은 소비자에게 100g(액체 식품의 경우에는 100mL) 또는 제품 1회 제공량당 식품의 영양소 함량에 대한 정보를 제공함 ‘1회 제공량’과 ‘패키지당 제공량’은 영양소가 1회 기준으로 표시된 경우에만 요구됨 열량(kcal, kJ, 또는 둘 다), 단백질(g), 지방(g), 탄수화물(g), 영양 강조표시 또는 건강 강조표시의 대상이 되는 영양소(g) 등에 관한 정보를 표시해야 함 소금, 나트륨, 칼륨, 또는 이들 중 두 가지 이상에 대한 영양 강조표시를 포함하며 그 외 다른 영양소에 대한 영양 강조표시를 포함하지 않는 경우, 나트륨 및 칼륨 이외의 에너지 또는 영양소에 대한 언급은 패널에서 생략할 수 있음
	<p>9. 추천 사용방법</p> <ul style="list-style-type: none"> ‘레시피(Recipe)’ 또는 ‘추천 사용방법(Serving Suggestion)’ 등의 단어를 이용하여 사전 포장제품의 레시피, 사용방법, 그림 설명 등을 라벨에 포함할 수 있음 제품이 특정 식품 성분을 포함한다는 것을 암시하는 그림 설명은 제품의 내용물을 정확하게 표현해야 함

자료: 싱가포르 식품청(SFA)

[표 6.5] 싱가포르 건강증 라벨링

<p>라벨 선택 표시 사항 및 기준</p>	<p>10. 영양 강조표시 및 건강 강조표시</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 식품에 대한 모든 영양 및 건강 강조표시는 반드시 과학적 증거에 근거하여 진실되며 검증 가능해야 함 • 영양 강조표시는 ‘고섬유질’, ‘저지방’, ‘무설탕’ 등과 같이 식품에 영양적 특성이 있음을 나타내는 것임 • 건강 강조표시는 식품의 소비와 건강 사이에 관계가 있음을 나타냄 <ul style="list-style-type: none"> - 신체의 성장, 발달 및 정상적인 기능에 대한 영양소의 건강 효과를 설명하는 영양소 기능 강조표시 - 전반적인 건강한 식단으로써 음식을 섭취할 때 질병이나 건강 관련 상태가 발생할 위험이 감소함을 설명하는 질병 위험 감소 강조표시 - 다른 식품 구성 성분의 건강 효과를 설명하는 기타 기능 강조표시
<p>일반 사항</p>	<p>11. 라벨링 관련 일반 사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 라벨은 모든 식품의 패키지의 눈에 잘 띄는 위치에 읽기 쉽도록 안전하게 부착해야 함 • 스티커 라벨이 제품에 단단히 부착되어 있으며 다른 필수 정보를 가리지 않는다면 허용됨 • 스티커 라벨을 사용할 경우 기존의 라벨과 다른 정보를 포함하지 않아야 하며, 특히 유통기한을 변조하는 것은 금지됨 • 식품 기업이 식품 라벨 및 광고 측면에서 싱가포르의 식품 규정을 준수하도록 지원하기 위해 싱가포르 식품청에서는 식품 라벨 컨설팅 서비스를 제공하고 있음. 지정된 4개 기관에서 사전 검토가 가능하며 비용은 제공 서비스에 따라 상이함⁴⁰⁾
	<p>12. 제품 광고에 금지되는 사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 일반 가공식품에 제품의 성질, 안정성, 품질, 순도, 종량, 원산지 등을 나타내기 위해 거짓되거나 오해를 불러일으킬 수 있는 내용은 따로 명시되지 않는 한 라벨과 광고에 허용되지 않음 • 치료 또는 예방 조치를 위한 사용, 한 사람의 의학적 조언으로 해석될 여지가 있는 내용, 인체에 영향을 미치는 질병이나 상태를 예방, 완화 또는 치료에 도움이 된다는 주장, 식품 섭취로 건강이나 신체 상태가 개선된다는 내용은 금지됨

자료: 싱가포르 식품청(SFA)

40) 싱가포르 식품청(SFA), <https://www.sfa.gov.sg/food-information/labelling-packaging-information/labelling-guidelines-for-food-importers-manufacturers>

▶ 싱가포르 건강즙 라벨 샘플



[앞면 라벨링]

[뒷면 라벨링]

[앞면 - 영문]

[앞면 - 국문]

- ① Brand's
- ② Essence of Chicken Original
- ③ Made for Singapore
- ④ Fat Free, Cholesterol Free, No added sugar
- ⑤ Net Content : 6 bottles x 68mL

- ① 브랜드
- ② 닭고기 에센스
- ③ 싱가포르 생산
- ④ 무지방, 콜레스테롤 제로, 무설탕
- ⑤ 내용량 : 6 병 x 68mL

[뒷면 - 영문]

[뒷면 - 국문]

- ① Brand's
- ② Unlocking Greatness
- ③ Essence of Chicken Original
- ④ Fat Free, Cholesterol Free, No added sugar

- ① 브랜드
- ② 위대함 해제
- ③ 닭고기 에센스
- ④ 무지방, 콜레스테롤 제로, 무설탕



[옆면 1 라벨링]

[옆면 2 라벨링]

[옆면 1 - 영문]

[옆면 1 - 국문]

- ① BRAND'S Essence of Chicken is an extract of fine quality of Chicken in an easily digestible form. It is hygienically processed under high temperature to give it its unique flavour and air tight sealed to preserve its freshness.
- ② BRAND'S Essence of Chicken is free of fats and cholesterol and it does not contain any preservatives.
- ③ This product may be consumed straight from the bottle at room temperature, chilled or warm according to one's preference. Alternatively, warm water can be added to drink it as a soup with all its goodness retained. Keep in cool dey place and avoid direct sunlight for best quality. Consume immediately upon opening
- ④ Take it daily, anytime, anywhere as part of balanced diet

- ① 브랜드의 에센스 오브 치킨은 우수한 품질의 치킨 추출물을 소화가 잘되는 형태로 추출한 제품입니다. 고온에서 위생적으로 가공하여 고유의 맛을 내고 밀폐하여 신선도를 유지합니다.
- ② 브랜드의 치킨 에센스는 지방과 콜레스테롤이 없으며 방부제가 전혀 들어있지 않습니다.
- ③ 이 제품은 기호에 따라 차게 또는 따뜻하게 상온에서 병에서 직접 섭취할 수 있습니다. 또는 따뜻한 물을 첨가하여 모든 장점을 그대로 유지한 수프처럼 마실 수 있습니다. 서늘한 곳에 보관하고 직사광선을 피하면 최상의 품질을 유지할수 있습니다. 개봉 즉시 섭취하세요.
- ④ 균형 잡힌 식단의 일환으로 언제 어디서나 매일 섭취하세요.

⑤ Nutrition Information

Serving Per Package	6	
Serving Size	68ml (1 bottle)	
	per serving	per 100ml
Energy	22kcal	32kcal
Protein	5.4g	7.9g
Total Fat (Saturated Fat/ Trans Fat)	0g	0g
Cholesterol	0mg	0mg
Carbohydrates	0mg	0mg
Total Sugar	0g	0g
Dietary Fibre	0g	0g
Sodium	47mg	70mg

⑥ Contains 25% lower sodium compared to regular soup or broth

⑦ Ingredients :
- Essence of Chicken 99.7%,
- Caramel (Natural Sauce) 0.3%

⑧ No Fats. No Cholesterol. No Added Preservatives

⑨ Imported By :
- BRAND'S Suntory Asia
- 18 Cross Street #12-01/08 Cross Street Exchange, Singapore 048423

⑩ Manufactured by :
- BRAND'S Suntory (M) Sdn Bhd under licence from Suntory Beverage & Food Asia Pte Ltd

⑤ 영양 정보

패키지당 제공갯수	6	
1회 제공량당	68ml (1 bottle)	
	1회 제공당	100ml당
에너지	22kcal	32kcal
단백질	5.4g	7.9g
총 지방 (포화지방/ 트랜스지방)	0g	0g
콜레스테롤	0mg	0mg
탄수화물	0mg	0mg
총 설탕	0g	0g
식이섬유	0g	0g
나트륨	47mg	70mg

⑥ 일반 수프나 육수에 비해 나트륨 함량이 25% 낮음

⑦ 재료명 :
- 닭고기 에센스 99.7%,
- 카라멜(천연소스) 0.3%

⑧ 지방 없음. 콜레스테롤 없음. 방부제 무첨가

⑨ 수입업체 :
- 브랜드 선토리 아시아
- 18 Cross Street #12-01/08 Cross Street Exchange, Singapore 048423

⑩ 생산업체 :
- 선토리 음료 & 식품 아시아로부터 인증받은 브랜드 선토리

[옆면 2 - 영문]

- ① Other interesting way of consuming BRAND'S Essence of Chicken
- Chicken & Black Fungus with BRAND'S Essence of Chicken
- Ingredients :
 - 1) 2 Pieces of chicken thigh meat, cut into cubes and marinate with salt, sesame oil and corn flour
 - 2) 2 black fungus cut into bite size
 - 3) 1 knot of ginger, shredded
 - 4) 2 cloves of garlic, sliced and fried till golden brown
 - 5) 1 bottle of BRAND'S'S Essence of Chicken
- Methods : Placen marinated chicken, ginger and fungus in plate. Steamed Chicken until tender and soft. Pour BRAND'S Essence of Chicken and serve.

[옆면 2 - 국문]

- ① 브랜드의 치킨 에센스를 맛있게 먹는 또 다른 방법
- 브랜드의 치킨 에센스를 곁들인 치킨과 목이버섯
- 재료 :
 - 1) 닭다리살 2조각을 썰어 소금, 참기름, 옥수수 가루로 재워주세요.
 - 2) 한입 크기로 자른 목이 버섯 2개
 - 3) 잘게 썬 생강 1개
 - 4) 마늘 2쪽, 얇게 썰어 황금빛 갈색이 될 때까지 구워주세요.
 - 5) 브랜드 치킨 에센스 1병
- 방법 : 접시에 절인 닭고기, 생강, 버섯을 담습니다. 부드럽고 부드러워질 때까지 닭고기를 찌세요. 브랜드의 에센스 오브 치킨을 붓고 접시에 담으세요.

5. 싱가포르 건강증 성분 및 유해물질

▶ 식품첨가물

싱가포르 식품청은 식품첨가물을 특정한 기술상의 기능을 위하여 식품에 의도적으로 추가되는 화학적 물질이라고 설명함. 싱가포르에서 유통되는 식품에 포함된 첨가물은 반드시 사용 전에 안전 평가를 받아야 하며, 사용량은 싱가포르 식품 규제인 식품판매법(Sale of Food Act)에서 규정한 기준치를 준수해야 함. 해당 규정에 따르면, 식품첨가물은 기술상 타당한 이유가 있고 해당 첨가물의 사용이 소비자의 오해를 일으키지 않아야 하며, 소비자의 건강을 위협하지 않아야 함. 추출가공식품에 적용되는 싱가포르 식품첨가물 기준 중 일부는 하기 표와 같음. 자세한 규정 및 기준치는 싱가포르 식품청 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인할 수 있음

[표 6.6] 추출가공식품에 적용되는 싱가포르 식품첨가물 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	최대허용량	식품 유형
1	린덴	Lindane	Codex EMRLs (Extraneous MRL) 적용	추출가공식품
2	부분 가수분해 리시틴	Partially hydrolysed lecithin	GMP; 효능을 발휘하는 최저 용량 ⁴¹⁾	
3	L-메틸엽산칼슘	Calcium L-methylfolate	GMP; 효능을 발휘하는 최저 용량 ⁴²⁾	
4	필로퀴논	Phylloquinone	GMP; 효능을 발휘하는 최저 용량 ⁴³⁾	
5	메나퀴논	Menaquinone (Vitamin K2)	GMP; 효능을 발휘하는 최저 용량 ⁴⁴⁾	
6	인산염	Phosphates	GMP; 효능을 발휘하는 최저 용량	
7	프로필파라벤	Sodium propyl para-hydroxybenzoate	사용금지	

자료: 싱가포르 식품청(SFA), KATI농식품수출정보

41) 유효제 및 안정제로 사용하는 경우 이외에는 사용을 금지함

42) 엽산 영양 보충제로 사용하는 경우

43) 비타민 K1 영양 보충제로 사용하는 경우

44) 비타민 K2 영양 보충제로 사용하는 경우

▶ **유해물질**

싱가포르 식품청은 식품안전법에 의하여 어떤 방식으로든 식품에 추가되는 외부 물질, 독성 물질, 살충제, 중금속, 진균독소 등의 정의 및 기준치를 규정하고 있음. 하기 표는 수출가공식품에 적용되는 싱가포르 유해물질 기준을 분석한 결과 중 일부임. 더 자세한 규정 및 기준치는 싱가포르 식품청의 ‘식품판매법(Sale of Food Act)’에서 확인할 수 있음

[표 6.7] 수출가공식품에 적용되는 싱가포르 유해물질 기준

순번	유해물질명	영문명	기준치	식품유형
1	수은	Mercury	0.05ppm	수출가공식품
2	주석	Tin	250.00ppm	
3	카드뮴	Cadmium	0.20ppm	
4	안티모니	Antimony	1.00ppm	
5	멜라민	Melamin	2.50ppm	
6	아플라톡신 B1	Aflatoxin B1	5.00ppb	
7	총 아플라톡신	Aflatoxins, total (B1, B2, G1, G2)	5.00ppb	
8	항생제 잔류물 또는 그 분해 산물	Antibiotic residues or degradation products	불검출	
9	디엘드린	Dieldrin	Codex EMRLs (Extraneous MRL) 적용	
10	엔드린	Endrin		
11	헵타클로드	Heptachlor		

자료: 싱가포르 식품청(SFA), KATI농식품수출정보

▶ 알레르겐

싱가포르는 식품 안전에 대하여 정부와 산업, 그리고 소비자가 공유하는 공동 책임이라고 설명하고 있음. 싱가포르 식품판매법에 따라 신체의 과민 반응을 유발할 수 있는 성분을 포함한 사전 포장 식품은 반드시 제품 포장의 라벨에 해당 알레르기 유발물질을 표기해야 함. 하기 표는 싱가포르 식품청이 규정하는 알레르겐 필수 표기 성분 목록임. 고객사 제품에는 싱가포르로 식품 수출 시 라벨에 반드시 표기해야 하는 알레르겐 성분이 포함되지 않은 것으로 확인됨

[표 6.8] 고객사 건강증 알레르겐 성분 분석

순번	표시 의무 여부	대상
1	의무	글루텐을 함유한 곡물
2	의무	갑각류 및 갑각류 제품
3	의무	달걀 및 달걀 제품
4	의무	어류 및 어류 제품
5	의무	땅콩, 대두 및 그 제품
6	의무	우유 및 유제품(유당 포함)
7	의무	견과류 및 견과류 제품
8	의무	10mg 이상의 아황산염 농축물


자료: 싱가포르 식품청(SFA)

Ⅶ. 수입·유통업체 인터뷰

Interview ① 더 뷰티 네이션(The Beauty Nation)

Interview ② 더 서플먼트 웨어하우스(The Supplement Warehouse)

Interview ③ 윙주룽(Wing Joo Loong)

싱가포르(Singapore) 인터뷰 대상 선정 인터뷰 대상 기업체 선정 · 제조업체 ○ · 유통업체 ○	더 뷰티 네이션 (The Beauty Nation)	더 서플먼트 웨어하우스 (The Supplement Warehouse)	윙주룽 (Wing Joo Loong)
	업태 ▶ 제조업체	유통업체	유통업체
	취급 ▶ 		
	건강보조식품	건강보조식품	홍삼정
사진 자료: 더 뷰티 네이션, 더 서플먼트 웨어하우스, 윙주룽 제품 판매 페이지			

싱가포르(Singapore) 수입유통업체, 유통업체 인터뷰 요약			
고객사	원료 및 가격 피드백	추천 유통채널	치킨 에센스 수요
더 뷰티 네이션 (The Beauty Nation) ----- 제조업체	<ul style="list-style-type: none"> · 갈랑가, VitroMan 브랜드에 적합 · 달팽이 점액, Miri 브랜드에 적합 · 가격은 높은 편 	<ul style="list-style-type: none"> · 온라인 오프라인 모두 가능 · 중장년층 타겟팅 적합 	<ul style="list-style-type: none"> · 찾는 고객 아직 없어
더 서플먼트 웨어하우스 (The Supplement Warehouse) ----- 유통업체	<ul style="list-style-type: none"> · 갈랑가, 체력증진 관련 카테고리에서 수요 예상 · 달팽이 점액, 수요예측 어려워 · 가격대 높은 편 	<ul style="list-style-type: none"> · 건강 관리에 관심이 있는 소비자 타겟팅 · 스테미나 증진 강조 필요 	<ul style="list-style-type: none"> · 수요 없는 편
윙주룽 (Wing Joo Loong) ----- 유통업체	<ul style="list-style-type: none"> · 갈랑가, 수요 예측 어려워 · 달팽이 점액, 당 종류로 포함 가능해 보여 · 제시된 가격에 판매 가능할 것으로 예상 	<ul style="list-style-type: none"> · 온라인과 오프라인 유통 모두 가능 · 오프라인 판촉 전략 추천 	<ul style="list-style-type: none"> · 꾸준히 찾는 품목 · 진액 프리미엄 치킨 에센스 제품 판매량 많아
(*) 현지 경쟁품 취급 제조업체, 유통업체 인터뷰 3개사			

Interview ① 더 뷰티 네이션(The Beauty Nation)

45)

●

더 뷰티 네이션
(The Beauty Nation)

- 유형: 제조업체
- 업체 특징:
 - 2004년 싱가포르에 설립된 식품 및 건강 보조제 제조업체
 - 간편하게 섭취할 수 있는 캡슐형, 알약형 제품 취급 중
 - 다양한 오프라인 및 온라인 채널을 통해 제품 유통 중

담당자 정보

Area Manager



더 뷰티 네이션(The Beauty Nation) Area Manager

Q. 싱가포르에서 인기 있는 한국산 혹은 아시아산 건강즙 원료는 무엇인가요?

저희 업체는 노니(Morinda), 삼지구엽초(Epimedium), 삼부커스(Sambucus), 자바, 히비스커스 등 각종 허브 상품을 취급하고 있으며, 대체로 판매량이 많은 편입니다. 그러나 딱히 중복되는 성분이 없어 어떤 품목이 인기가 있는지 말씀드리기는 어렵습니다.

Q. 고객사 제품 원료에 대한 피드백이 있나요?

갈랑가(Galangga)는 효능 검토 결과, 현재 저희 업체에서 취급하는 비트로맨(Vitroman) 브랜드에 적합할 것으로 보이며, 달팽이 점액 또한 해당 브랜드 또는 미리(Miri) 브랜드에 적합할 것으로 보입니다.

Q. 치킨 에센스가 인기 재료인 것으로 알고 있는데 사실인가요?

지금까지는 치킨 에센스를 찾는 고객은 없는 것으로 알고 있습니다. 싱가포르 소비자들이 인삼 제품은 많이 찾는 편이며, 대부분 인삼을 특화해서 판매하는 업체를 통해 구매하는 편입니다.

Q. 고객사 제품이 속하는 '약초 및 건강보조식품' 제품은 드렉스토어를 통한 유통이 가장 활발한데, 따로 추천하는 유통채널이 있나요?

오프라인 및 온라인 모두 유통이 가능합니다. 다만, 주변 국가에 특정 금액 이상 구매 시 무료배송을 지원하는 서비스가 있어 온라인을 통한 루트를 추천합니다. 특히, 온라인몰을 통한 중장년층을 타겟으로 판매하는 것이 적합해 보입니다.

Q. 고객사 제품 가격 및 인증에 대한 피드백이 있나요?

가격만을 놓고 비교하였을 때, 고객사 제품은 저희 업체가 유통하고 있는 제품들에 비해 비싼 것으로 보입니다. 하지만 현재 보유하고 있는 제품들은 알약 형태 또는 통으로 유통되어 고객사 제품과 비교가 어렵습니다. 그리고 수입제품의 경우에는 소비자들이 FDA 인증을 받은 제품을 더 선호하는 경향이 있습니다.

Interview ② 더 서플먼트 웨어하우스 (The Supplement Warehouse)

46)



더 서플먼트 웨어하우스
(The Supplement Warehouse)

- 유형: 유통업체
- 업체 특징:
 - 2003년 싱가포르에 설립된 스포츠 보충제 전문 유통업체
 - 주로 미국산 또는 캐나다산 프로틴 및 비타민 판매 중
 - 자사 오프라인 및 온라인 매장을 통한 제품 유통

담당자 정보

Retail Executive

더 서플먼트 웨어하우스(The Supplement Warehouse) Retail Executive

Q. 싱가포르에서 인기 있는 건강증 원료와 제품 형태는 무엇인가요?

싱가포르에서는 천연성분을 이용한 복합 제품들이 인기가 많으며, 최근 키토 다이어트 관련 영양성분에 대한 수요가 있습니다. 또한, 싱가포르 소비자들은 캡슐이나 알약, 캔디류 등 간편하게 섭취할 수 있는 건강보조식품을 선호하는 경향이 있습니다.

Q. 고객사 제품 원료에 대한 피드백 및 예상 수요는 어떤가요?

갈랑가(Galanga)는 스테미너를 위한 트레이닝 관련 카테고리에서 수요가 있는 것으로 보이며, 달팽이 점액의 수요에 대해서는 예측하기가 어렵습니다.

Q. 싱가포르 수출 시 라벨링과 관련된 사항은 어떻게 처리하나요?

현재 저희 업체가 보유하고 있는 제품군들 대부분이 미국산이며, 영문으로 표기된 미국 기준의 영양성분표로 표기되어 수입되기 때문에 라벨링과 관련된 사항에 대해서는 알 수 없습니다.

Q. 고객사 제품이 속하는 '약초 및 건강보조식품' 제품은 드럭스토어를 통한 유통이 가장 활발한데, 따로 추천하는 유통채널이 있나요?

저희 업체는 운동 및 건강관리를 하는 고객들이 주로 찾기 때문에, 스테미너를 증진시키는 점을 중점적으로 마케팅하는 방안을 추천합니다. 특히, 웨이트 리프팅 스폰서를 한 정보를 광고에 활용하는 것 또한 가능할 것으로 보입니다.

Q. 치킨 에센스가 인기 재료인 것으로 알고 있는데 사실인가요?

인삼 제품의 경우 현재 판매되고 있는 제품 중 미국 인삼(American Ginseng)의 성분이 들어가 있는 제품의 인지도가 높은 편입니다. 저희 업체 제품은 운동 관련 보충제이기 때문에, 업체 특성상 치킨 에센스에 대한 수요는 없는 편입니다.

Q. 고객사 제품 가격 및 인증에 대한 피드백이 있나요?

고객사 제품은 사용횟수를 고려하더라도 저희 업체가 보유 중인 제품군과 비교하여 가격대가 높은 편입니다. 인증으로는 FDA 인증과 USDA 유기농 인증을 취득하는 것을 추천합니다.

Q. 제품 홍보시 효능과 관련된 홍보는 어느 정도까지 가능한가요?

저희 업체는 효능에 관한 사항을 웹사이트에 등재하는 정도로 하고 있습니다.

Interview ③ 왕주룽(Wing Joo Loong)

47)

왕주룽 (Wing Joo Loong)

- 유형: 유통업체
- 업체 특징:
 - 1959년 싱가포르에 설립된 유통업체
 - 한국 정관장 브랜드의 싱가포르 독점 유통업체
 - 약초, 효소 음료 등 다양한 제품 판매 중
 - 정관장 에브리타임과 같은 간편 개별포장 제품, 치킨 에센스 진액 제품 인기
 - 현지 오프라인 업체, 자사 온라인 홈페이지를 통한 판매

담당자 정보

Brand & Marketing
Manager



왕주룽(Wing Joo Loong) Brand & Marketing Manager

Q. 고객사 제품 원료에 대한 피드백 및 예상 수요는 어떤가요?

한국 홍삼에 대한 인지도가 높고 해당 제품을 찾는 현지 고객이 많습니다. 홍삼의 대체재로 고려되는 갈랑가에 대한 수요 예측은 어려우나, 달팽이 접액의 경우 탕에 포함될 수 있을 것으로 보입니다.

Q. 제품 홍보시 효능과 관련된 홍보는 어느 정도까지 가능한가요?

효능과 관련된 정보 등재와 상품 발송 시 브로슈어를 통한 광고가 가능합니다.

Q. 고객사 제품이 속하는 '약초 및 건강보조식품' 제품은 드렉스토어를 통한 유통이 가장 활발한데, 따로 추천하는 유통채널이 있나요?

온라인 및 오프라인 채널을 통한 마케팅이 가능할 것으로 보이며, 특히 오프라인 매장이 많은 강점을 이용하여 판촉을 통한 마케팅도 효율적일 것으로 생각합니다.

Q. 치킨 에센스가 인기 재료인 것으로 알고 있는데 사실인가요?

기본적으로 싱가포르 내에서 홍삼 관련 제품의 인지도가 높은 편이며, 치킨 에센스 역시 꾸준히 찾는 품목입니다. 치킨 에센스는 농도가 낮은 제품과 진액 제품이 있는데, 현재 인기 있는 치킨 에센스는 농도가 짙은 프리미엄 진액 제품입니다.

Q. 고객사 제품 가격 및 인증에 대한 피드백이 있나요?

저희 업체는 저렴한 제품부터 260싱가포르 달러(한화 약 226,907원⁴⁸)가 넘는 고가의 제품들까지 다양한 제품을 취급합니다. 고객사 제품의 수요가 있는 경우에는 현재 가격에서 충분히 판매할 수 있을 것으로 보입니다. 보통 진액 제품의 가격이 고가로 책정되어 고객사 제품이 다른 제품에 비해 월등히 비싸다고 생각하지는 않습니다. 인증은 HACCP과 할랄(HALAL) 인증을 취득하는 것을 추천합니다.

47) 사진자료: 왕주룽(Wing Joo Loong) 홈페이지

48) 1싱가포르달러=872.72원(2021.10.01. KEB 하나은행 매매기준율 적용)

VIII. 시사점

Export Insights

시장수요

싱가포르
기타 약초 및 전통
건강보조식품 시장,
연평균 5% 성장 예상



싱가포르의 2020년 기타 약초 및 전통 건강보조식품 시장규모는 약 646억원으로 한국 시장의 약 18% 수준이나, 향후 5년(2021년-25년)간 연평균 5%의 성장률을 달성할 것으로 전망됨. 싱가포르 내 고령화의 가속화와 젊은 소비자의 수요 증가 등으로 인해 약초 및 건강보조식품 전체 시장 또한 향후 지속적으로 성장할 것으로 보임

싱가포르와 한국의 약초 및 건강보조식품 세부시장을 살펴보면, 한국 내 기타 약초 및 전통 건강보조식품 시장은 16%로 비교적 낮은 점유율을 보인 반면에 싱가포르 내 동 시장은 39%로 점유율 2위를 차지함. 또한, 싱가포르 소비자의 88%는 글로벌 브랜드의 비타민 및 건강보조식품을 선호한다는 조사 결과가 존재하며, 싱가포르 내 한류 확산에 따라 한국산 제품에 대한 인지도가 높아지고 있음. 현지 유통업체 인터뷰에서 싱가포르 소비자에게 천연 성분을 이용한 복합 제품이나 각종 허브 상품의 수요가 많다는 것을 확인함. 또한, 홍삼의 대체재로 고려되는 갈랑가에 대한 수요 예측은 어려우나 트레이닝 관련 카테고리에서 수요가 있을 것으로 보이며, 달팽이 점액의 경우에는 탕에 포함시킬 수 있을 것으로 보인다고 언급함

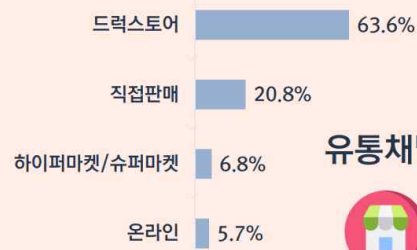


소비 특징



싱가포르 온라인 건강증 홍보문구 키워드

싱가포르 온라인 쇼핑물에 판매 중인 건강증 제품의 홍보문구 분석 결과, 노화 방지 관련 키워드가 빈출함. '항산화'와 '노화 방지'가 각각 1위와 7위를 차지함. '디톡스', '체중감량' 등의 뷰티 관련 키워드와 'K-푸드', 'K-뷰티'와 같은 한류 관련 키워드도 찾아볼 수 있음. 홍보 키워드 분석 결과, 건강증 포지셔닝 시 노화 방지와 한국의 뷰티 및 음식에 대한 관심이 높은 싱가포르 소비자의 특성을 고려할 필요가 있음. 스포츠 보충제 전문 현지 수입유통업체는 건강관리 및 스테미너를 중점으로 제품을 홍보하는 방안을 추천하였음. 한류와 관련하여, 싱가포르 온라인 쇼핑물에서 판매되는 경쟁브랜드 중 빈출 상위권을 차지한 제품 대다수가 GNM, 정관장, 윤선애 선인장 등 한국 브랜드 제품인 것으로 확인됨



유통채널



싱가포르 건강증 유통채널 점유율

싱가포르 건강증 시장의 유통채널 확인 결과 드럭스토어 점유율이 한국 대비 약 40%p 높은 63.6%를 차지하며 가장 큰 유통채널인 것으로 확인됨. 코로나19의 영향으로 외출이 줄어들자, 싱가포르 소비자들은 기존에는 드럭스토어에서 구매하던 제품을 하이퍼마켓/슈퍼마켓에서 식료품 등과 함께 구매하는 경향을 보임. 싱가포르 주요 드럭스토어 업체인 데어리팜인터내셔널은 산하 슈퍼마켓 브랜드인 자이언트 내에 드럭스토어 가디언 매장을 개설하여 이러한 변화에 발빠르게 대응함. 최근 가디언이 한국 브랜드를 중심으로 한 플래그십 스토어를 오픈했다는 점도 주목할 만 함. 싱가포르 건강증 시장의 온라인 채널 점유율은 5.7%로 한국 대비 그 비중이 낮아, 싱가포르의 건강보조식품 온라인 소비시장은 아직 발전 단계에 있는 것으로 보임. 다만, 2020년 싱가포르 온라인 소비 시장은 코로나19의 영향으로 전년 대비 약 53% 증가하며 빠른 성장세를 보였음. 현지 유통업체는 오프라인 매장 유통 및 판촉을 통한 마케팅을 추천하였음



Export Insights

수출 확대 전략



첨가물이 들어가지 않은
한국산 제품 강조 필요

싱가포르의 기타 약초 및 건강보조식품 시장은 향후 연평균 5% 성장이 예상되며, 싱가포르의 HS CODE 2202.99 對한국 수입액 또한 최근 증가하는 추세임. 싱가포르 온라인 쇼핑몰에서 판매 중인 제품의 홍보문구 분석 결과, 'K-푸드'와 'K-뷰티'가 빈출 키워드 상위권을 차지하며 싱가포르 내 한류 및 한국산 제품에 대한 인식을 확인함. 따라서 제품 홍보 시 고객사 건강증이 첨가물 없이 달팽이 진액과 태국의 인삼이라 불리는 갈랑가를 함유한 한국산 제품임을 강조할 수 있음. '항산화', '혈액 순환', '노화 방지'의 키워드 등도 온라인 홍보문구 상위 키워드에 등장한 것을 고려하여 고객사 제품의 주요 원재료인 한국산 달팽이와 태국산 갈랑가의 효능을 강조할 수 있음. 고객사만의 레시피와 저온 추출 방식을 통해 해당 원재료의 손실을 낮춘 점 또한 현지 소비자에게 매력적인 구매 요인으로 작용할 수 있을 것으로 기대됨



[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 유로모니터(Euromonitor), 「Dietary Supplements in Singapore Country Report」, 2021.10
2. 제약산업정보포털, 「싱가포르 코로나19 이후 뉴노멀, 뉴트라슈티컬이 뜬다」, 2020.06
3. 유로모니터(Euromonitor), 「Health and Beauty Specialist Retailers in Singapore Country Report」, 2021.02
4. 유로모니터(Euromonitor), 「E-commerce in Singapore Country Report」, 2021.02
5. 농식품수출정보(KATI), 「싱가포르 온라인 시장 분석 및 한국식품 진출 확대방안 보고서」, 2020.09
6. 싱가포르 식품청(SFA), 「식품판매법(Sale of Food Act)」, 2021
7. 싱가포르 국세청(IRAS), 「IRAS s-Tax Guide」, 2021

■ 참고 사이트

1. 유로모니터(Euromonitor) (www.portal.euromonitor.com)
2. 국제무역센터(International Trade Center) (www.trademap.org)
3. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
4. 제약산업정보포털 (www.khidi.or.kr)
5. 쇼피(Shopee) (www.shopee.sg)
6. 쿠팡(Qoo10) (www.qoo10.sg)
7. 센서타워(Sensortower) (www.sensortower.com)
8. 시밀러웹(SimilarWeb) (www.similarweb.com)
9. 스태티스타(Statista) (www.statista.com)
10. 이커머스데이터베이스(ecommerceDB) (ecommercedb.com)
11. 아마존(Amazon) (www.amazon.sg)
12. 가디언(guardian) (www.guardian.com.sg)
13. 왓슨스(watsons) (www.watsons.com.sg)
14. 솔마트(Solmart) (www.solmart.com.sg)
15. 돈돈돈키(Don Don Donki) (www.dondondonki.sg)
16. 인사이드리테일아시아(Inside Retail Asia) (www.insideretailasia.com)
17. 관세법령정보 포털 (www.unipass.customs.go.kr)
18. 통합 무역정보 서비스 (www.tradenavi.or.kr)
19. 싱가포르 관세청 (www.customs.gov.sg)
20. 싱가포르 식품청(SFA) (www.sfa.gov.sg)
21. 싱가포르 온라인 법령(SSO) (sso.agc.gov.sg)
22. 싱가포르 국세청(IRAS) (www.iras.gov.sg)
23. 더 뷰티 네이션(The Beauty Nation) 홈페이지 (<https://www.thebeautynation.com/>)
24. 더 서플먼트 웨어하우스(The Supplement Warehouse) 홈페이지 (<https://tsw.com.sg/>)
25. 윈주룽(Wing Joo Loong) 홈페이지 (<https://wjl.com.sg/>)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2021.11.26

본 보고서 내용의 전부 또는 일부에 대한
무단전재 및 재배포는 저작권법에 의하여 금지되어 있습니다.
본문 내용 중 문의사항이나 개선할 사항에 대해서는
aT 한국농수산물유통공사로 연락하여 주시기 바랍니다.

Copyright 2021 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea