

2024 농식품 국가정보조사 싱가포르

2024.10.

 한국농수산물유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation
수출푸드테크정보부

1 국가 및 시장정보

1 국가 개황

- 1-1 국가 개관
- 1-2 경제지표
- 1-3 농업현황
- 1-4 FTA 체결현황

2 식품 시장규모

3 식품 소비규모

- 3-1 1인당 식품 소비액
- 3-2 1인당 식품 소비량

4 식품 시장전망

5 식품 수출현황

- 5-1 수출국
- 5-2 수출품목

6 식품 수입현황

- 6-1 수입국
- 6-2 수입품목

7 對싱가포르 한국산 수출현황

- 7-1 부문별 수출현황
- 7-2 수출품목

2 식품 유통현황

1 오프라인 유통현황

- 1-1 오프라인 유통채널 규모
- 1-2 오프라인 유통채널 매장 수
- 1-3 오프라인 유통채널 브랜드 점유율
- 1-4 주요 오프라인 유통채널

2 온라인 유통현황

- 2-1 온라인 유통채널 규모
- 2-2 온라인 유통채널 점유율 규모
- 2-3 주요 온라인 유통채널

3 유통채널 전망

3-1 오프라인 유통채널 전망

3-2 온라인 유통채널 전망

3 수출품목 및 소비트렌드

1 수출품목

- 1-1 수출품목 선정기준
- 1-2 한국산 수출품목

2 소비트렌드

4 수출절차

1 수출입절차

2 통관 및 검역제도

3 수출가능·불가능품목

- 3-1 수출가능품목
- 3-2 수출불가능품목

5 비관세장벽

1 라벨링제도

- 1-1 주요 라벨링 표기사항
- 1-2 라벨링 예시

2 인증제도

3 통관거부사례

4 비관세장벽 이슈

6 요약

1 보고서 소개

1 국가 및 시장정보

1.1 국가 개황

1.1.1 국가 개관

인구 (2024년 추정치)	6,028,459명, 전 세계 114위
민족구성 (2021년 추정치)	중국인 74.2%, 말레이인 13.7%, 인도인 8.9%, 기타 3.2%
언어 (2020년 추정치)	영어 48.3%, 중국어 29.9%, 기타 중국어 방언(호키엔어, 광둥어, 테오슈어, 학카어 포함) 8.7%, 말레이어 9.2%, 타밀어 2.5%, 기타 1.4%
종교 (2020년 추정치)	불교 31.1%, 기독교 18.9%, 이슬람교 15.6%, 도교 8.8%, 힌두교 5%, 기타 0.6%, 무교 20%
연령구조 (2023년 추정치)	0~14세: 14.6% (남성 455,536명/여성 424,969명) 15~64세: 71.1% (남성 2,157,441명/여성 2,126,799명) 65세 이상: 14.3% (2024년 추정) (남성 400,653명/여성 463,061명)
중위연령 (2024년 추정치)	전체: 39.4세, 전 세계 68위 남성: 38.0세 여성: 40.6세

*출처: CIA Factbook(2024.09.)

1.1.2 경제지표

실질GDP (2021년 달러 기준)	\$754.758십억 (2023년 추정치), 전 세계 35위 \$746.73 십억 (2022년 추정치) \$719.13 십억 (2021년 추정치)
실질GDP 성장률	1.08% (2023년 추정치), 전 세계 162위 3.84% (2022년 추정치) 9.69% (2021년 추정치)
1인당 실질GDP (2021년 달러 기준)	\$127,500 (2023년 추정치), 전 세계 2위 \$132,500 (2022년 추정치) \$131,900 (2021년 추정치.)

*출처: CIA Factbook(2024.09.)

1.1.3 농업현황

농업 GDP 비중 (2023년 추정치)	0%
주요 생산품 (2022년 추정치)	닭고기, 계란, 돼지고기, 채소, 오리, 시금치, 돼지 곱창, 돼지 지방, 양배추, 상추

*출처: CIA Factbook(2024.09.)

1.1.4 FTA 체결현황

<FTA 체결현황>

구분		내용
싱가포르의 체결현황 ¹⁾	기체결(발효)	TPSEP, 인도, 파나마, 요르단, ASEAN, 중국, 한국, 호주, 뉴질랜드, 인도, 홍콩, 미국, EFTA, 일본, 뉴질랜드, 페루, CPTPP, 코스타리카, EU, 대만, GCC, 터키, 영국, AFTA
우리나라와의 체결현황 ²⁾	발효	한-싱가포르 FTA, 한-ASEAN FTA, RCEP
	서명/타결	해당사항 없음
	협상 중	ASEAN 개선
	재개·개시·여건조성	해당사항 없음

1) 2024.01. 기준

2) 2024.09. 기준

*출처: 산업통상자원부 FTA 강국, KOREA(www.fta.go.kr)

1.2 | 식품 시장규모

1.2.1 식품 시장규모

개요

싱가포르 식품 시장은 2019년 107억 달러에서 연평균 2.8% 성장하여, 2023년 119억 달러로 증가했다.

육류

육류 시장규모는 2019년 31억 달러에서 연평균 5.5% 성장하여, 2023년 39억 달러로 증가했다. 2023년 육류 시장규모는 전체 식품 시장의 32.4%를 차지했다.

수산물

수산물 시장규모는 2019년 이후 최근 5년간 보합세로, 2023년 14억 달러 수준을 유지하고 있다. 2023년 수산물 시장규모는 전체 식품 시장의 11.6%를 차지했다.

낙농품

낙농품 시장규모는 2019년 11억 달러에서 연평균 1.6% 성장하여, 2023년 11억 달러로 증가했다. 2023년 낙농품 시장규모는 전체 식품 시장의 9.5%를 차지했다.

<싱가포르 품목별 식품 시장규모(2019~2023)>

(단위: 십억 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	10.7	10.8	10.9	11.3	11.9	100.0	5.2	2.8
육류	3.1	3.3	3.4	3.6	3.9	32.4	7.2	5.5
수산물	1.4	1.4	1.3	1.4	1.4	11.6	2.2	0.0
낙농품	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1	9.5	3.7	1.6
베이커리 및 곡물류	1.0	1.0	1.0	1.0	1.1	9.4	8.7	1.9
채소류	1.1	1.1	1.0	1.1	1.1	9.3	3.7	0.9
과일 및 견과류	0.9	0.9	0.9	0.9	1.0	8.0	4.4	1.4
스낵류	0.8	0.8	0.8	0.9	0.9	7.7	5.7	4.2
편의식품	0.6	0.6	0.5	0.6	0.6	4.9	3.6	0.9
소스 및 향신료	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	2.0	4.3	1.1
유지류	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	1.9	9.5	1.1
펫푸드	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	1.2	7.7	8.8
영유아식품	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	1.2	0.0	3.9
스프레드 및 당류	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	1.1	8.3	-1.8

*출처: STATISTA(2024.07.)

1.3 | 식품 소비규모

1.3.1 1인당 식품 소비액

개요

2023년 싱가포르의 1인당 식품 소비액은 2019년 약 1,822달러에서 연평균 2.1% 증가한 1,982달러로 집계되었다.

육류

2023년 육류 소비액은 2019년 1인당 약 530달러에서 연평균 4.9% 증가한 약 642달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 32.4%를 차지했다.

수산물

2023년 수산물 소비액은 2019년 1인당 약 235달러에서 연평균 0.6% 감소한 약 229달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 11.6%를 차지했다.

낙농품

2023년 낙농품 소비액은 2019년 1인당 약 180달러에서 연평균 1.1% 증가한 약 188달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 9.5%를 차지했다.

<싱가포르 품목별 1인당 식품 소비액(2019~2023)>

(단위: 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	1,822.0	1,830.0	1,835.0	1,896.0	1,982.0	100.0	4.5	2.1
육류	530.0	559.9	576.7	602.3	642.1	32.4	6.6	4.9
수산물	235.3	229.5	224.3	226.6	229.3	11.6	1.2	-0.6
낙농품	180.3	178.2	176.9	183.2	188.4	9.5	2.8	1.1
베이커리 및 곡물류	177.6	173.5	169.8	173.0	185.7	9.4	7.3	1.1
채소류	181.5	177.6	174.1	179.2	185.0	9.3	3.2	0.5
과일 및 견과류	153.4	150.4	147.7	152.0	157.3	7.9	3.5	0.6
스낵류	132.8	134.1	140.0	146.3	152.7	7.7	4.4	3.6
편의식품	94.9	92.8	90.9	94.3	96.2	4.9	2.0	0.3
소스 및 향신료	38.5	37.8	37.2	38.4	39.7	2.0	3.2	0.7
유지류	37.2	36.2	35.2	35.7	38.3	1.9	7.1	0.
영유아식품	21.2	21.4	22.1	22.6	23.0	1.2	1.8	2.1
펫푸드	16.6	17.3	20.0	21.9	22.8	1.2	4.2	8.3
스프레드 및 당류	23.1	21.6	20.4	20.8	21.7	1.1	4.3	-1.6

*출처: STATISTA(2024.07.)

1.3.2 1인당 식품 소비량

개요

2023년 싱가포르의 1인당 식품 소비량은 2019년 약 367kg에서 연평균 0.8% 감소한 약 355kg으로 집계되었다.

채소류

2023년 채소류 소비량은 2019년 1인당 약 84kg에서 연평균 1.8% 감소한 약 78kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 21.9%를 차지했다.

육류

2023년 육류 소비량은 2019년 1인당 약 57kg에서 연평균 3.0% 감소한 약 64kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 17.9%를 차지했다.

베이커리 및 곡물류

2023년 베이커리 및 곡물류 소비량은 2019년 1인당 약 60kg에서 연평균 1.5% 감소한 약 57kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 16.0%를 차지했다.

<싱가포르 품목별 1인당 식품 소비량(2019~2023)>

(단위: kg, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	367.1	367.1	345.9	345.7	354.9	100.0	2.7	-0.8
채소류	83.7	82.6	77.1	76.6	77.8	21.9	1.5	-1.8
육류	56.5	61.1	59.3	60.5	63.6	17.9	5.2	3.0
베이커리 및 곡물류	60.4	59.2	54.9	54.0	56.9	16.0	5.3	-1.5
낙농품	55.9	55.5	52.1	52.0	52.8	14.9	1.4	-1.4
과일 및 견과류	39.4	38.6	35.9	35.8	36.3	10.2	1.3	-2.0
스낵류	15.8	16.0	15.9	16.1	16.5	4.6	2.6	1.1
편의식품	14.3	14.1	13.1	13.1	13.1	3.7	0.0	-2.2
수산물	13.7	13.4	12.4	12.1	12.0	3.4	-0.7	-3.2
펫푸드	6.8	6.5	6.7	7.2	7.3	2.1	2.2	1.7
소스 및 향신료	7.4	7.3	6.8	6.8	6.9	1.9	0.6	-1.7
스프레드 및 당류	7.2	6.8	6.1	5.9	6.0	1.7	1.7	-4.2
유지류	5.5	5.4	5.0	4.8	5.1	1.4	5.0	-2.1
영유아식품	0.7	0.7	0.7	0.7	0.7	0.2	0.0	0.7

*출처: STATISTA(2024.07.)

1.4 | 식품 시장전망

1.4.1 식품 시장전망

개요

싱가포르 식품 시장규모는 2023년 이후 연평균 4.6% 성장하여, 2027년 143억 달러에 달할 전망이다.

육류

육류 시장규모는 2023년 이후 연평균 5.4% 성장하여, 2027년 48억 달러에 달할 전망이다.

수산물

수산물 시장규모는 2023년 이후 연평균 2.3% 성장하여, 2027년 15억 달러에 달할 전망이다.

베이커리 및 곡물류

베이커리 및 곡물류 시장규모는 2023년 이후 연평균 6.7% 성장하여, 2027년 15억 달러에 달할 전망이다.

<싱가포르 품목별 식품 시장규모 전망(2023~2027)>

(단위: 십억 달러, %)

구분	2023	2024	2025	2026	2027	비중 (27)	YoY (26/27)	CAGR (23/27)
전체	11.9	12.5	13.1	13.7	14.3	100.0	4.2	4.6
육류	3.9	4.1	4.3	4.5	4.8	33.4	5.1	5.4
수산물	1.4	1.4	1.4	1.5	1.5	10.6	1.3	2.3
베이커리 및 곡물류	1.1	1.2	1.3	1.4	1.5	10.2	6.6	6.7
낙농품	1.1	1.2	1.3	1.3	1.4	9.6	3.8	4.9
채소류	1.1	1.2	1.2	1.3	1.3	9.1	3.2	4.0
스낵류	0.9	1.0	1.0	1.1	1.1	7.8	4.7	4.8
과일 및 견과류	1.0	1.0	1.0	1.1	1.1	7.6	2.8	3.5
편의식품	0.6	0.6	0.6	0.6	0.6	4.4	1.6	2.1
유지류	0.2	0.3	0.3	0.3	0.3	2.1	7.1	6.9
소스 및 향신료	0.2	0.3	0.3	0.3	0.3	2.0	3.7	3.9
펫푸드	0.1	0.1	0.2	0.2	0.2	1.1	6.7	3.4
영유아식품	0.1	0.1	0.1	0.2	0.2	1.1	0.0	1.7
스프레드 및 당류	0.1	0.1	0.1	0.2	0.2	1.1	0.0	3.6

*출처: STATISTA(2024.07.)

1.5 | 식품 수출현황

1.5.1 수출국

개요

2023년 싱가포르의 식품 수출액은 약 135억 9,518만 달러로 전년 대비 7.2% 감소했다. 최근 5년간 수출액은 2019년 약 137억 637만 달러에서 연평균 0.2% 감소했다.

對한국 수출

한국으로의 식품 수출 비중은 2.3%로, 수출 상위 12위에 위치한다. 2023년 수출액은 전년 대비 17.8% 증가한 약 3억 781만 달러로 집계되었다. 한국으로의 식품 수출액은 2019년 이후 연평균 7.1% 증가하는 추세를 보인다.

주요 수출국

미국으로의 식품 수출 비중은 21.9%로, 2023년 수출액은 전년 대비 27.7% 감소한 약 29억 7,763만 달러로 집계되었다. 미국으로의 식품 수출액은 2019년 이후 연평균 1.2% 감소하는 추세를 보인다.

말레이시아로의 식품 수출 비중은 7.8%로, 2023년 수출액은 전년 대비 7.0% 감소한 약 10억 5,795만 달러로 집계되었다. 말레이시아로의 식품 수출액은 2019년 이후 연평균 2.7% 증가하는 추세를 보인다.

이 밖에도, 중국(7.1%), 태국(6.8%), 베트남(6.7%) 등으로 식품을 수출하고 있다.

<싱가포르 수출국 현황(2019~2023)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	13,706,374	12,807,272	14,362,948	14,654,296	13,595,179	100.0	-7.2	-0.2
1 미국	3,120,322	3,551,791	3,877,951	4,116,487	2,977,628	21.9	-27.7	-1.2
2 말레이시아	949,700	836,640	911,423	1,137,447	1,057,945	7.8	-7.0	2.7
3 중국	800,837	1,026,579	1,327,921	1,055,553	959,538	7.1	-9.1	4.6
4 태국	924,608	865,770	846,544	911,296	919,698	6.8	0.9	-0.1
5 베트남	1,369,590	869,395	1,055,430	825,186	913,587	6.7	10.7	-9.6
6 일본	901,554	845,338	945,546	968,697	882,192	6.5	-8.9	-0.5
7 인도네시아	595,554	638,686	785,415	912,111	876,523	6.4	-3.9	10.1
8 호주	819,410	753,983	836,543	823,275	810,307	6.0	-1.6	-0.3
9 필리핀	543,933	554,641	640,204	708,907	681,604	5.0	-3.9	5.8
10 홍콩	524,061	351,069	516,888	432,866	597,440	4.4	38.0	3.3
:								
12 한국	234,070	182,919	195,436	261,351	307,811	2.3	17.8	7.1

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)(2024.07.)

1.5.2 수출품목

개요

2023년 수출액 기준 **조제식료품, 포도즙증류주, 위스키류, 맥아추출물(기타), 발포성포도주** 등 순으로 큰 비중을 차지했다.

주요 수출품목

조제식료품 수출 비중은 40.3%로, 2023년 수출액은 전년 대비 19.6% 감소한 약 54억 7,669만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 1.4% 증가했다.

포도즙증류주 수출 비중은 8.8%로, 2023년 수출액은 전년 대비 26.6% 증가한 약 12억 197만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 1.0% 증가했다.

위스키류 수출 비중은 7.4%로, 2023년 수출액은 전년 대비 20.2% 증가한 약 10억 780만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 2.3% 증가했다.

맥아추출물(기타) 수출 비중은 4.0%로, 2023년 수출액은 전년 대비 11.1% 감소한 약 5억 4,396만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 17.1% 감소했다.

발포성포도주 수출 비중은 3.4%로, 2023년 수출액은 전년 대비 10.4% 증가한 약 4억 5,691만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 3.2% 증가했다.

이 밖에도, **주정음료(기타)(1.7%), 초콜릿(기타)(1.4%), 초콜릿(1.4%)** 등을 수출했다.

<싱가포르 수출품목 현황(2019~2023)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	13,706,374	12,807,272	14,362,948	14,654,296	13,595,179	100.0	-7.2	-0.2
1 조제식료품	5,173,579	5,798,884	6,430,706	6,810,035	5,476,692	40.3	-19.6	1.4
2 포도즙 증류주	1,153,501	855,597	1,248,331	949,738	1,201,966	8.8	26.6	1.0
3 위스키류	921,913	696,246	779,825	838,294	1,007,800	7.4	20.2	2.3
4 맥아 추출물(기타)	1,152,438	683,868	527,617	611,975	543,959	4.0	-11.1	-17.1
5 발포성 포도주	403,369	272,185	421,903	413,753	456,912	3.4	10.4	3.2
6 주정음료(기타)	89,964	87,744	114,578	124,345	227,345	1.7	82.8	26.1
7 초콜릿(기타)	155,014	162,058	170,680	196,438	193,629	1.4	-1.4	5.7
8 초콜릿	212,110	189,548	224,291	225,641	188,295	1.4	-16.6	-2.9
9 영유아 조제식료품	225,001	291,162	240,457	193,820	164,633	1.2	-15.1	-7.5
10 코코아 가루	100,873	111,930	128,705	145,400	157,577	1.2	8.4	11.8

*주: HS CODE(2106.90, 2208.20, 2208.30, 1901.90, 2204.10, 2208.90, 1806.90, 1806.20, 1901.10, 1805.00)

**출처: ITC Trademap(www.trademap.org)(2024.07.)

1.6 | 식품 수입현황

1.6.1 수입국

개요

2023년 싱가포르의 식품 수입액은 약 164억 6,605만 달러로 전년 대비 1.2% 감소했다. 최근 5년간 수입액은 2019년 약 127억 5,471만 달러에서 연평균 6.6% 증가했다.

대한국 수입

한국에서의 식품 수입 비중은 1.3%로, 수입 상위 15위에 위치한다. 2023년 수입액은 전년 대비 5.4% 감소한 약 2억 1,036만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 3.7% 증가했다.

주요 수입국

말레이시아에서의 식품 수입 비중은 18.0%로, 2023년 수입액은 전년 대비 9.3% 증가한 약 29억 5,810만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 10.8% 증가했다.

프랑스에서의 식품 수입 비중은 11.0%로, 2023년 수입액은 전년 대비 7.6% 증가한 약 18억 862만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 5.1% 증가했다.

이 밖에도, 중국(9.5%), 인도네시아(6.7%), 미국(6.7%) 등에서 식품을 수입하고 있다.

<싱가포르 수입국 현황(2019~2023)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)	
전체	12,754,714	13,074,158	15,342,003	16,671,672	16,466,048	100.0	-1.2	6.6	
1	말레이시아	1,965,654	1,987,549	2,322,088	2,707,382	2,958,102	18.0	9.3	10.8
2	프랑스	1,480,514	1,268,900	1,724,340	1,681,274	1,808,618	11.0	7.6	5.1
3	중국	1,101,759	1,196,229	1,406,933	1,641,544	1,569,962	9.5	-4.4	9.3
4	인도네시아	869,437	920,961	1,105,699	1,160,735	1,108,170	6.7	-4.5	6.3
5	미국	1,090,540	1,310,107	1,483,829	1,614,586	1,103,443	6.7	-31.7	0.3
6	호주	762,264	990,187	1,221,922	1,175,396	1,050,628	6.4	-10.6	8.4
7	영국	704,809	664,144	718,476	815,879	981,885	6.0	20.3	8.6
8	태국	623,353	682,689	672,985	734,945	809,558	4.9	10.2	6.8
9	브라질	433,666	492,582	507,262	662,659	590,303	3.6	-10.9	8.0
10	뉴질랜드	461,902	483,847	561,654	620,190	535,659	3.3	-13.6	3.8
:									
15	한국	181,857	167,773	257,441	222,374	210,355	1.3	-5.4	3.7

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)(2024.07.)

1.6.2 수입품목

개요

2023년 수입액 기준 **동·식물성 유지, 포도 증류주, 위스키류, 조제식료품, 소의 지방(기타)** 순으로 큰 비중을 차지했다.

주요 수입품목

동·식물성 유지 수입 비중은 8.9%로, 2023년 수입액은 전년 대비 6.1% 증가한 약 14억 6,199만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 40.1% 증가했다.

포도 증류주 수입 비중은 5.7%로, 2023년 수입액은 전년 대비 7.1% 증가한 약 9억 3,126만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 2.4% 증가했다.

위스키류 수입 비중은 5.3%로, 2023년 수입액은 전년 대비 17.3% 증가한 약 8억 6,475만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 8.1% 증가했다.

조제식료품 수입 비중은 4.5%로, 2023년 수입액은 전년 대비 2.2% 감소한 약 7억 3,467만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 4.8% 증가했다.

소의 지방(기타) 수입 비중은 3.7%로, 2023년 수입액은 전년 대비 18.4% 감소한 약 6억 1,556만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 696.2%의 높은 증가세를 보인다.

이 밖에도, **포도주(2ℓ 이하)(2.9%), 발포성 포도주(2.9%), 쌀(정미)(1.8%)** 등을 수입했다.

<싱가포르 수입품목 현황(2019~2023)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	12,754,714	13,074,158	15,342,003	16,671,672	16,466,048	100.0	-1.2	6.6
1 동·식물성 유지	379,461	588,471	1,046,857	1,378,320	1,461,993	8.9	6.1	40.1
2 포도 증류주	846,461	702,487	960,153	869,441	931,258	5.7	7.1	2.4
3 위스키류	634,198	568,266	621,071	737,414	864,751	5.3	17.3	8.1
4 조제식료품	609,801	648,132	750,724	750,922	734,673	4.5	-2.2	4.8
5 소의 지방(기타)	262	477,562	604,335	754,536	615,557	3.7	-18.4	696.2
6 포도주(2ℓ 이하)	273,532	273,597	443,741	439,092	484,840	2.9	10.4	15.4
7 발포성 포도주	342,792	262,040	403,019	399,655	475,391	2.9	19.0	8.5
8 쌀(정미)	218,069	278,520	235,037	222,093	288,864	1.8	30.1	7.3
9 절단한 냉동 닭고기	214,781	226,481	209,452	348,587	273,461	1.7	-21.6	6.2
10 냉동 돼지고기	192,174	256,824	245,177	231,305	267,215	1.6	15.5	8.6

*주: HS CODE(1518.00, 2208.20, 2208.30, 2106.90, 1502.90, 2204.21, 2204.10, 1006.30, 0207.14, 0203.29)

**출처: ITC Trademap(www.trademap.org)(2024.07.)

1.7 | 對싱가포르 한국산 수출현황

1.7.1 부문별 수출현황

개요

2023년 한국산 식품의 對싱가포르 수출액은 약 1억 8,637만 달러로 2019년 약 1억 4,522만 달러에서 연평균 6.4% 증가했다.

농산물

농산물 수출 비중은 75.4%로, 2023년 수출액은 전년 대비 4.2% 증가한 약 1억 4,054만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 4.1%의 증가세를 보인다.

축산물

축산물 수출 비중은 13.0%로, 2023년 수출액은 전년 대비 16.8% 감소한 약 2,422만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 109.6%의 증가세를 보인다.

수산물

수산물 수출 비중은 10.1%로, 2023년 수출액은 전년 대비 21.3% 감소한 약 1,880만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 0.2%의 감소세를 보인다.

임산물

임산물 수출 비중은 1.5%로, 2023년 수출액은 전년 대비 16.0% 증가한 약 281만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 15.7%의 감소세를 보인다.

<한국산 對싱가포르 부문별 수출현황(2019~2023)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	145,216	171,357	198,828	190,329	186,369	100.0	-2.1	6.4
농산물	119,443	143,471	154,286	134,905	140,536	75.4	4.2	4.1
축산물	1,255	5,392	20,943	29,101	24,224	13.0	-16.8	109.6
수산물	18,953	17,174	21,319	23,906	18,804	10.1	-21.3	-0.2
임산물	5,566	5,320	2,280	2,417	2,805	1.5	16.0	-15.7

*출처: KATI 농식품 수출정보(www.kati.net)(2024.07.)

1.7.2 수출품목

개요

2023년 한국의 對싱가포르 주요 수출 품목은 수출액 기준 **동식물성유지(기타), 신선 딸기, 조제식료품(기타), 라면, 혼합조미료** 등으로 나타난다.

2019년부터 2023년까지 연평균 수출성장률이 높은 품목에는 '조미김(63.5%↑)'과 '베이커리 제품(41.4%↑)' 등이 있다.

주요 수출품목

동식물성유지(기타) 수출 비중은 9.8%로, 2023년 수출액은 전년 대비 27.3% 감소한 약 1,823만 달러로 집계되었다. 2020년 이후 수출액은 연평균 108.1% 증가했다.

신선 딸기 수출 비중은 9.5%로, 2023년 수출액은 전년 대비 49.1% 증가한 약 1,776만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 6.6% 증가했다.

조제식료품(기타) 수출 비중은 8.8%로, 2023년 수출액은 전년 대비 8.1% 감소한 약 1,642만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 6.6% 증가했다.

라면 수출 비중은 5.1%로, 2023년 수출액은 전년 대비 11.9% 증가한 약 958만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 8.8% 증가했다.

혼합조미료 수출 비중은 3.2%로, 2023년 수출액은 전년 대비 3.4% 감소한 약 593만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 3.9% 감소했다.

<한국산 對싱가포르 수출품목 현황(2019~2023)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	145,216	171,357	198,828	190,329	186,369	100.0	-2.1	6.4
1 동식물성유지(기타)	0	2,024	16,861	25,070	18,227	9.8	-27.3	108.1
2 신선 딸기	13,740	14,040	15,047	11,910	17,763	9.5	49.1	6.6
3 조제식료품(기타)	12,725	20,899	21,326	17,862	16,417	8.8	-8.1	6.6
4 라면	6,844	9,374	9,192	8,563	9,582	5.1	11.9	8.8
5 혼합조미료	6,958	5,472	6,575	6,136	5,926	3.2	-3.4	-3.9
6 베이커리 제품	994	2,591	3,583	3,040	3,980	2.1	31.0	41.4
7 조미김	544	3,083	3,891	3,890	3,887	2.1	-0.1	63.5
8 소스 조제품(기타)	2,038	2,335	2,823	2,944	3,303	1.8	12.2	12.8
9 맥주	3,960	5,029	3,078	3,603	3,170	1.7	-12.0	-5.4
10 신선 포도	1,226	1,864	2,041	1,727	3,019	1.6	74.8	0.3

*주: HS CODE(1518.00-9090, 0810.10-0000, 2106.90-9099, 1902.30-1010, 2103.90-9030, 1905.90-1090, 2008.99-5010, 2103.90-9090, 2203.00-0000, 0806.10-0000)

**출처: KATI 농식품 수출정보(www.kati.net)(2024.07.)

2

식품 유통현황

2.1 | 오프라인 유통현황

2.1.1 싱가포르 오프라인 유통채널 규모

개요

2023년 싱가포르의 오프라인 식품 유통채널 규모는 2019년 77억 7,100만 싱가포르 달러에서 연평균 3.5% 성장한 89억 1,920만 싱가포르 달러로 집계되었다.

슈퍼마켓

2023년 슈퍼마켓의 규모는 2019년 35억 1,220만 싱가포르 달러에서 연평균 5.7% 성장한 43억 8,520만 싱가포르 달러로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널 규모의 49.2%를 차지했다.

소규모 식료품점

2023년 소규모 식료품점의 규모는 2019년 15억 740만 싱가포르 달러에서 연평균 0.1% 감소한 14억 9,840만 싱가포르 달러로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널 규모의 16.8%를 차지했다.

하이퍼마켓

2023년 하이퍼마켓의 규모는 2019년 10억 8,470만 싱가포르 달러에서 연평균 1.0% 성장한 11억 2,810만 싱가포르 달러로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널 규모의 12.6%를 차지했다.

<싱가포르 오프라인 식품 유통채널 규모(2019~2023)>

(단위: 백만 싱가포르 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	7,771.0	8,291.9	8,302.1	8,621.9	8,919.2	100.0	3.4	3.5
슈퍼마켓	3,512.2	4,590.9	4,531.8	4,420.6	4,385.2	49.2	-0.8	5.7
소규모 식료품점	1,507.4	950.1	1,098.0	1,378.6	1,498.4	16.8	8.7	-0.1
하이퍼마켓	1,084.7	1,364.5	1,259.4	1,141.9	1,128.1	12.6	-1.2	1.0
전문판매점	879.2	591.4	592.7	806.0	1,004.3	11.3	24.6	3.4
편의점	522.1	514.6	535.5	581.3	613.9	6.9	5.6	4.1
창고형 매장	158.1	193.0	176.8	173.2	171.8	1.9	-0.8	2.1
포코트리테일러	107.3	87.4	108.0	120.3	117.4	1.3	-2.4	2.3

*주: 전문판매점-식품·주류·담배만을 전문적으로 판매하는 매장, 포코트리테일러-주유소 내 위치한 소규모 매장

**출처: 「Retail in Singapore(2024.02.)」(유로모니터)

2.1.2 오프라인 유통채널 매장 수

개요

2023년 싱가포르의 오프라인 유통채널 매장 수는 2019년 3,914개에서 연평균 0.1% 성장한 3,937개로 집계되었다.

전문판매점

2023년 전문판매점 매장 수는 2019년 1,430개에서 연평균 0.5% 감소한 1,401개로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널 매장 수의 35.6%를 차지했다.

소규모 식료품점

2023년 소규모 식료품점 매장 수는 2019년 1,396개에서 연평균 0.8% 감소한 1,353개로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널 매장 수의 34.4%를 차지했다.

편의점

2023년 편의점 매장 수는 2019년 533개에서 연평균 1.7% 성장한 571개로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널 매장 수의 14.5%를 차지했다.

<싱가포르 오프라인 식품 유통채널 매장수(2019~2023)>

(단위: 개, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	3,914	3,851	3,837	3,891	3,937	100.0	1.2	0.1
전문판매점	1,430	1,380	1,359	1,388	1,401	35.6	0.9	-0.5
소규모 식료품점	1,396	1,346	1,323	1,340	1,353	34.4	1.0	-0.8
편의점	533	553	559	558	571	14.5	2.3	1.7
슈퍼마켓	355	371	387	403	414	10.5	2.7	3.9
포코트리테일러	184	186	192	186	182	4.6	-2.2	-0.3
하이퍼마켓	15	14	16	15	15	0.4	0.0	0.0
창고형 매장	1	1	1	1	1	0.0	0.0	0.0

*주: 전문판매점-식품·주류·담배만을 전문적으로 판매하는 매장, 포코트리테일러-주유소 내 위치한 소규모 매점

**출처: 「Retail in Singapore(2024.02.)」(유로모니터)

2.1.3 오프라인 유통채널 브랜드 점유율

① Sheng Siong

Sheng Siong Group Ltd의 유통채널 브랜드로, 전체 오프라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 14.8%로 집계되었다.

② FairPrice

NTUC FairPrice Co-operative Pte Ltd의 유통채널 브랜드로, 전체 오프라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 13.2%로 집계되었다.

③ Fairprice Xtra

NTUC FairPrice Co-operative Pte Ltd의 유통채널 브랜드로, 전체 오프라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 8.6%로 집계되었다.

④ FairPrice Finest

NTUC FairPrice Co-operative Pte Ltd의 유통채널 브랜드로, 전체 오프라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 7.5%로 집계되었다.

⑤ 7-Eleven

Seven & I Holdings Co Ltd의 유통채널 브랜드로, 전체 오프라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 6.1%로 집계되었다.

<싱가포르 오프라인 식품 유통채널 브랜드 점유율 순위(2020~2023)>

(단위: %)

구분	2020	2021	2022	2023	YoY (22/23)	CAGR (20/23)
1 Sheng Siong	15.8	15.5	15.0	14.8	-1.3	-2.2
2 FairPrice	16.5	15.6	13.6	13.2	-2.9	-7.2
3 Fairprice Xtra	11.4	10.4	9.0	8.6	-4.4	-9.0
4 FairPrice Finest	6.5	7.1	7.7	7.5	-2.6	4.9
5 7-Eleven	5.3	5.5	5.9	6.1	3.4	4.8
6 Cold Storage	-	5.2	4.7	4.5	-4.3	N/A
7 Giant	-	4.5	4.0	3.9	-2.5	N/A
8 Giant Super	-	2.7	2.7	2.5	-7.4	N/A
9 Warehouse Club	2.3	2.1	2.0	1.9	-5.0	-6.2
10 Prime	1.8	1.8	1.5	1.4	-6.7	-8.0

*출처: 「Retail in Singapore(2024.02.)」(유로모니터)

2.1.4 주요 오프라인 유통채널

	브랜드명	Sheng Siong	창립연도	1985년
	점유율	14.8%	브랜드 국적	싱가포르
	웹사이트	corporate.shengsiong.com.sg	매장 수	66개
	<ul style="list-style-type: none"> - Sheng Siong Group Ltd 산하 하이퍼 및 슈퍼마켓 브랜드 - 신선, 가공 등 다양한 종류의 식품뿐만 아니라 일반 가정용품 등을 판매 - 온라인 판매 사이트를 운영하는 옴니채널 방식 도입 - softess, happy family 등 식품 및 비식품 카테고리에서의 자체 브랜드(PB) 출시 - 홍보 및 판매 촉진 목적으로 자체 TV 프로그램 'The Sheng Siong Show'를 방송 			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처: 「Retail in Singapore(2024.02.)」(유로모니터), 싱가포르 Sheng Siong 홈페이지(corporate.shengsiong.com.sg)

	브랜드명	FairPrice	창립연도	1973년
	점유율	13.2%	브랜드 국적	싱가포르
	웹사이트	www.fairprice.com.sg	매장 수	105개
	<ul style="list-style-type: none"> - NTUC FairPrice Cooperative Pte Ltd(싱가포르전국노동자연합) 산하의 하이퍼 및 슈퍼마켓 브랜드 - 온라인 판매 사이트인 페어프라이스온(FairPrice On)을 함께 운영하는 옴니채널 방식 도입 - 다양한 종류의 식품뿐만 아니라 여러 생활용품을 함께 판매함 - 2020년, 비자(Visa)와 협업하여 인공지능 기반의 무인 매장 개점 			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처: 「Retail in Singapore(2024.02.)」(유로모니터), 싱가포르 FairPrice 홈페이지(www.fairprice.com.sg)

	브랜드명	Fairprice Xtra	창립연도	1973년		
	점유율	8%	브랜드 국적	싱가포르		
	웹사이트	www.fairprice.com.sg	매장 수	24개		
	<ul style="list-style-type: none"> - NTUC FairPrice Cooperative Pte Ltd(싱가포르전국노동자연합) 산하의 하이퍼마켓 브랜드 - 식료품, 생활용품, 전자제품, 의류 등 광범위한 카테고리의 제품 판매 - 국가 명절 기념 구조물 설치, 푸드코트 등 여러 즐길 거리를 제공함 - 대부분 매장은 늦은 시간까지 영업하는 경향이 있음 					
매장 사진						
	외부 전경		내부 매대 전경		내부 푸드코트	

*출처: 「Retail in Singapore(2024.02.)」(유로모니터), 싱가포르 Fairprice 홈페이지(www.fairprice.com.sg), Fairprice Xtra 소셜미디어 계정

	브랜드명	FairPrice Finest	창립연도	1973년	
	점유율	7.5%	브랜드 국적	싱가포르	
	웹사이트	www.fairprice.com.sg	매장 수	35개	
	<ul style="list-style-type: none"> - NTUC FairPrice Cooperative Pte Ltd(싱가포르전국노동자연합) 산하의 하이퍼마켓 브랜드 - 식료품, 가전제품, 생활용품 등 Fairprice 매장의 제품뿐만 아니라 유기농 과채류 및 와인 등 고급 수입식품을 판매 - 고급 칵테일 바, 지역 유명 카페 등 여러 음식점이 입점되어 있음 				
매장 사진					
	외부 전경		내부 전경		

*출처: 「Retail in Singapore(2024.02.)」(유로모니터), 싱가포르 FairPrice Finest 홈페이지(www.fairprice.com.sg)

	브랜드명	7-Eleven	창립연도	1927년
	점유율	6.1%	브랜드 국적	미국
	웹사이트	www.7-eleven.com.sg	매장 수	432개
	<ul style="list-style-type: none"> - Seven & I Holdings Co Ltd 산하 편의점 브랜드 - 즉석식품, 스낵 및 음료류, 위생용품, 화장품 등의 다양한 상품이 입점 - 데어리팜인터내셔널의 자사 브랜드인 메도우스(Meadows) 제품을 다수 구비함 - 컨비니스언스엣슈퍼마켓프라이스(Convenience at Supermarket Prices), \$1 균일가 이벤트 등과 같은 다양한 프로모션과 새해 행사 등을 진행함 - 2022년 7Café 컨셉 매장을 오픈하였음 			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	
				
		7Café 매장		

*출처: 「Retail in Singapore(2024.02.)」(유로모니터), 싱가포르 7-Eleven 홈페이지(www.7-eleven.com.sg)

■ 2.2 | 온라인 유통현황

2.2.1 온라인 유통채널 규모

개요

2023년 싱가포르의 온라인 식품 유통채널 규모는 전년 대비 11.5% 증가한 5억 910만 싱가포르 달러, 2019년 이후 연평균 24.4%의 증가세를 보인다.

<싱가포르 온라인 식품 유통채널 규모(2019~2023)>

(단위: 백만 싱가포르 달러, %)

2019	2020	2021	2022	2023	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
212.6	363.9	398.9	456.5	509.1	11.5	24.4

*출처: 「Retail in Singapore(2024.02.)」(유로모니터)

2.2.2 온라인 유통채널 브랜드 점유율

① Shopee Marketplace

Sea Ltd의 유통채널 브랜드로, 전체 온라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 26.2%로 집계되었다.

② Lazada Marketplace

Alibaba Group Holding Ltd의 유통채널 브랜드로, 전체 온라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 9.4%로 집계되었다.

③ NTUC FairPrice

NTUC FairPrice Co-operative Pte Ltd의 유통채널 브랜드로, 전체 온라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 9.1%로 집계되었다.

④ Amazon

Amazon.com Inc의 유통채널 브랜드로, 전체 온라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 8.8%로 집계되었다.

⑤ Amazon Marketplace

Amazon.com Inc의 유통채널 브랜드로, 전체 온라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 5.0%로 집계되었다.

<싱가포르 온라인 식품 유통채널 브랜드 점유율 순위(2020~2023)>

(단위: %)

구분	2020	2021	2022	2023	YoY (22/23)	CAGR (20/23)
1 Shopee Marketplace	15.3	23.9	26.9	26.2	-2.6	19.6
2 Lazada Marketplace	10.0	8.9	9.4	9.4	0.0	-2.0
3 NTUC FairPrice	8.7	8.7	8.7	9.1	4.6	1.5
4 Amazon	6.8	7.9	8.5	8.8	3.5	9.0
5 Amazon Marketplace	4.0	4.3	4.6	5.0	8.7	7.7
6 RedMart	5.0	4.4	4.7	4.9	4.3	-0.7
7 Qoo10 Marketplace	11.7	8.5	4.9	4.0	-18.4	-30.1
8 Lazada	1.5	1.3	1.4	1.3	-7.1	-4.7
9 TikTok Shop Marketplace	-	-	0.4	1.3	225.0	N/A
10 Cold Storage	-	1.0	0.9	0.6	-33.3	N/A

*출처: 「Retail in Singapore(2024.02.)」(유로모니터)

2.2.3 주요 온라인 유통채널

	사이트명	Shopee	운영업체	Sea Ltd
	점유율	26.2%	웹사이트	shopee.sg
	<ul style="list-style-type: none"> - Sea Ltd에서 운영하는 B2C 전자상거래 플랫폼 - 건강보조식품, 스낵류, 캔디류, 건조식품 등의 다양한 식료품과 의류, 가전, 식기류 등의 비식품 제품군까지 다양하게 판매 - 판매자와의 실시간 채팅 기능을 통해 가격협정, 대량 구매 등의 판매 협상이 가능함 - 식료품 업체와의 파트너십, 휴일 기간 특별 할인, 은행 및 카드사 제휴 등 다양한 프로모션 상시 제공 			
사진				
	사이트 화면		사이트 내 식품 카테고리	

*출처: 「Retail in Singapore(2024.02.)」(유로모니터), 싱가포르 Shopee 홈페이지(shopee.sg)

	사이트명	Lazada	운영업체	Alibaba Group Holding Ltd
	점유율	9.4%	웹사이트	lazada.sg
	<ul style="list-style-type: none"> - Alibaba Group Holding Ltd에서 운영하는 B2C 전자상거래 플랫폼 - 식료품, 항공권, 의류, 건강제품, 가전제품, 생활용품 등 다양한 카테고리의 제품을 판매함 - 생일 할인, 휴가 프로모션 등 신규고객 유입 목적의 마케팅을 시행함 - 브랜드 정품관인 '라즈몰(Laz Mall)' 카테고리 존재함 			
사진				
	사이트 화면		사이트 내 식품 카테고리	

*출처: 「Retail in Singapore(2024.02.)」(유로모니터), 싱가포르 Lazada 홈페이지(lazada.sg)

	사이트명	NTUC FairPrice	운영업체	NTUC FairPrice Cooperative Pte Ltd
	점유율	9.1%	웹사이트	www.fairprice.com.sg
	<ul style="list-style-type: none"> - NTUC FairPrice Cooperative Pte Ltd에서 운영하는 B2C 전자상거래 플랫폼 - 농식품, 가정용품, 유아용품, 와인 등 다양한 제품을 판매함 - 집으로 배송받거나 원하는 Fairprice 매장에서 원하는 시간대에 픽업이 가능함 - \$1 특가, 주간 및 당일 핫딜 할인 등 다양한 프로모션 상시 진행함 - 식품 및 비식품 카테고리에서의 자체 브랜드(PB)를 출시함 			
사진				
	사이트 화면		사이트 내 식품 카테고리	

*출처: 「Retail in Singapore(2024.02.)」(유로모니터), 싱가포르 NTUC FairPrice 홈페이지(www.fairprice.com.sg)

■ 2.3 | 유통채널 전망

2.3.1 오프라인 유통채널 전망

개요

싱가포르의 오프라인 식품 유통채널 규모는 2023년 89억 1,920만 싱가포르 달러에서 연평균 0.6% 성장하여 2027년 91억 4,300만 싱가포르 달러에 이를 것으로 전망된다.

슈퍼마켓

슈퍼마켓의 규모는 2023년 43억 8,520만 싱가포르 달러에서 연평균 1.2% 성장하여 2027년 46억 530만 싱가포르 달러에 이를 것으로 전망된다.

소규모 식료품점

소규모 식료품점의 규모는 2023년 14억 9,840만 싱가포르 달러에서 연평균 1.3% 성장하여 2027년 15억 7,730만 싱가포르 달러에 이를 것으로 전망된다.

하이퍼마켓

하이퍼마켓의 규모는 2023년 11억 2,810만 싱가포르 달러에서 연평균 4.7% 감소하여 2027년 9억 2,950만 싱가포르 달러에 이를 것으로 전망된다.

<싱가포르 오프라인 식품 유통채널 전망(2023~2027)>

(단위: 백만 싱가포르 달러, %)

구분	2023	2024	2025	2026	2027	비중 (27)	YoY (26/27)	CAGR (23/27)
전체	8,919.2	8,962.7	8,959.6	9,037.7	9,143.0	100.0	1.2	0.6
슈퍼마켓	4,385.2	4,424.7	4,462.3	4,532.3	4,605.3	50.4	1.6	1.2
소규모 식료품점	1,498.4	1,520.5	1,540.1	1,558.9	1,577.3	17.3	1.2	1.3
하이퍼마켓	1,128.1	1,079.2	991.8	948.8	929.5	10.2	-2.0	-4.7
전문판매점	1,004.3	1,026.8	1,039.3	1,051.3	1,063.3	11.6	1.1	1.4
편의점	613.9	623.8	637.3	651.8	666.7	7.3	2.3	2.1
창고형 매장	171.8	169.2	168.2	172.4	177.1	1.9	2.7	0.8
포코트리테일러	117.4	118.5	120.6	122.2	123.8	1.4	1.3	1.3

*주: 전문판매점-식품·주류·담배만을 전문적으로 판매하는 매장, 포코트리테일러-주유소 내 위치한 소규모 매장

**출처: 「Retail in Singapore(2024.02.)」(유로모니터)

2.3.2 온라인 유통채널 전망

개요

싱가포르의 온라인 식품 유통채널 규모는 2023년 이후 5년간 연평균 4.7% 성장하여, 2027년 6억 1,190만 싱가포르 달러에 이를 것으로 전망된다.

<싱가포르 온라인 식품 유통채널 전망(2023~2027)>

(단위: 백만 싱가포르 달러, %)

2023	2024	2025	2026	2027	YoY (26/27)	CAGR (23/27)
509.1	539.2	566.1	587.7	611.9	4.1	4.7

*출처: 「Retail in Singapore(2024.02.)」(유로모니터)

3

수출품목 및 소비트렌드

3.1 | 수출품목

3.1.1 수출품목 선정기준

<수출품목 선정 지표 기준>

1. 직전년도 한국산 식품 수출규모
2. 직전년도 한국산 식품 수출성장률
3. 현지 소비 이슈에 부합하는 품목
4. 현지 시장에서 수요 증가 등 성장 가능성을 보유한 품목

3.1.2 한국산 수출품목

① 딸기(수출상위 품목)

열대 기후로 딸기 재배가 어려운 싱가포르에서는 딸기의 소비가 적은 편이었으나 최근 싱가포르에서 딸기가 '고급 과일'이라는 인식이 생기며 딸기 소비가 확대되고 있다.

특히 한국산 딸기가 싱가포르에서 높은 품질의 과일로 인식되고 있으며 현지 소비자에게 좋은 반응을 얻고 있다. 이에 따라 한국 신선 딸기의 對싱가포르 수출액은 2023년 약 1,776만 달러로 2022년 대비 49.1% 증가하였으며 2019년 이후 연평균 6.6% 증가하는 추세를 보인다.

싱가포르에서 스노우베리, 금실 등 다양한 품종의 한국산 딸기가 판매되고 있으며 소비자에게도 그 품질을 인정받고 있다. 한국산 딸기의 인지도가 높아지자 싱가포르의 버블티 브랜드 LiHo에서는 2019년부터 계절 한정 메뉴로 한국산 딸기를 사용한 K-Strawberry 음료 시리즈를 출시하고 있으며 소비자들에게 매해 좋은 반응을 얻고 있다.

싱가포르에서 한국산 딸기와 경쟁하고 있는 일본산 딸기는 프리미엄 과일 이미지를 구축하고 있다. 과실을 안전하게 운송할 수 있도록 난좌용기, 완충재 등 다양한 포장재를 활용하고 있으며 지역의 캐릭터를 활용한 포장재 디자인도 눈에 띈다.



*출처: 이슈별조사보고서, 한국·일본산 프리미엄 딸기 주력 수출시장 조사, 한국농수산물유통공사

▶ 출처

2022.09.08. 이슈별조사보고서, 한국·일본산 프리미엄 딸기 주력 수출시장 조사, 한국농수산물유통공사
LiHO S'pore launches new Strawberry Cold Foam series to all stores from March 4, Great Deals Singapore

LiHo's beloved K-Strawberry series specials are back from Feb 14, just in time to gift to your Valentine, Hungry go where

Premium Korean Strawberries Showcased in Singapore, In Chef Mode

"과즙에 중독됐다" 싱가포르서 과일의 왕은 'K딸기',

② 라면(수출상위 품목)

싱가포르에서 간편하고 빠르게 섭취할 수 있는 인스턴트 라면의 소비가 증가하고 있다. 글로벌 시장조사기관 유로모니터(Euromonitor)에 따르면 싱가포르 라면 시장규모는 2023년 9,950만 싱가포르달러로 2019년 이후 연평균 5.02% 성장했다.

최근 한류 콘텐츠의 인기로 힘입어 싱가포르에서 한국 라면의 인지도가 높아지고 있다. 이에 2023년 對싱가포르 라면 수출액은 약 1,776만 달러로 전년 대비 11.9% 증가했으며, 2019년 이후 연평균 8.8% 증가하는 추세를 보인다. 한국 라면 제조기업은 '뚝얌라면' 등 현지화된 제품을 출시하며 현지 소비자에게 좋은 반응을 얻고 있으며, 싱가포르의 젊은 소비자에게 인기가 많은 외식 프랜차이즈와 협업해 자사 제품 및 브랜드 홍보에 적극적으로 나서고 있다.

최근 싱가포르 소비자의 건강에 대한 인식이 높아져 건강한 라면 제품의 수요가 증가하는 추세이다. 이에 싱가포르에서도 건강한 라면 제품의 출시가 이어지고 있다. 현지 라면 브랜드 Koka에서는 통곡물면을 사용한 라면을 출시했으며 일본 라면 브랜드 Myojo는 채식라면을 출시했다. 이 외에도 저지방 및 저염 라면, 건면(비유탕면) 라면 등이 출시되며 건강하게 라면을 소비하고자 하는 수요에 부합하고 있다.



*출처: 해당 브랜드 홈페이지, Fairprice

▶ 출처

2024.04.12. 해외시장동향, [싱가포르] 농심, 싱가포르 젊은 세대 공략 마케팅 추진, 한국농수산물유통공사

농심 '신라면 뚝얌' 태국 이어 싱가포르 출격...동남아 공략 시동, The Guru

한국 아이돌 고마워요... 싱가포르 대형마트에서 벌어진 일, 오마이뉴스

Top 10 Instant Noodle Brands in Singapore That Will Satisfy Your Cravings, Kazenaire

③ 커피(수출상위 품목)

싱가포르에서는 간편하게 준비해 섭취할 수 있는 인스턴트 커피의 소비가 증가하는 추세이다. 글로벌 시장조사기관 스타티스타(Statista)의 자료에 의하면 2023년 싱가포르 인스턴트 커피 시장규모는 14억 9,000만 달러로 집계되었으며, 이후 2028년까지 연평균 4.4%의 성장률을 보일 전망이다.

건강하게 커피를 마시고자 하는 수요가 증가하며 무설탕, 저당 커피 선호도가 높아지고 있으며 더 나아가 체중 감량을 돕는 성분이 추가되거나 이 외 기능성을 함유한 커피 제품에 대한 관심도 증가하고 있다. 또한 프리미엄 커피나 스페셜티 커피 등 고급 커피를 즐기는 소비자가 늘어나며 이를 간편하게 마실 수 있는 캡슐커피가 소비되고 있다. 더 나아가 싱가포르 커피시장에 진출한 말레이시아 커피 브랜드에서는 할랄인증을 받은 무설탕 인스턴트 커피를 출시해 무슬림 소비자의 수요를 충족시키고 있다. 이렇듯 최근 싱가포르에서는 다양한 소비자의 요구에 부합하기 위한 제품이 출시되며 시장이 세분화되는 추세이다.

싱가포르에 진출한 한국 카페 프랜차이즈가 증가하며 한국식 인스턴트 커피의 인기가 상승하고 있다. 이에 2023년 한국산 인스턴트 커피의 對싱가포르 수출액은 전년 대비 69% 증가한 58만 6,600달러로 집계되었다. 싱가포르 소비자는 한국 커피의 디자인과 품질, 맛을 높게 평가하고 있는 것으로 나타났다.

		
한국산 인스턴트커피	Super 할랄 인증, 무설탕 인스턴트 커피	캡슐커피

*출처: Lazada, Fairprice

▶ 출처

2024.01.30. 품목별조사보고서, 2023 싱가포르 커피믹스 (시장분석형), 한국농수산물유통공사
The Big Read in short: What's driving Singapore's coffee craze?, Today
Instant Coffee, Statista

④ 음료(수출상위 품목)

글로벌 시장조사기관 유로모니터(Euromontior)에 따르면 싱가포르 외식업계의 성장, 음료 기업들의 적극적인 홍보에 힘입어 음료의 수요가 증가하고 있는 것으로 나타났다. 이에 글로벌 시장조사기관 스탯이스타(Statista)에 따르면, 싱가포르 음료 시장규모는 2019년 이후 연평균 5.4% 증가해 2023년 10억 달러로 집계되었다.

싱가포르에서 한국 문화의 영향력이 커지며 한국 음료의 인지도가 높아졌다. 이에 2023년 한국산 음료의 對싱가포르 수출액은 149만 7,700달러로 2019년 이후 연평균 9.3% 성장했다. 싱가포르에서는 식혜, 배도라지, 오미자 같은 한국적인 음료, 과일 맛 탄산음료, 어린이용 음료 등 다양한 한국산 음료가 판매되고 있다.

2016년 이후 싱가포르 정부는 자국민의 건강 증진을 위해 음료의 설탕 함유량에 따른 등급제를 시행하고 있다. 또한 싱가포르 건강진흥위원회는 2023년 9월부터 국민의 설탕 소비를 줄이기 위해 '기본 세팅을 덜 달게(Siu Dai by Default)' 하자는 캠페인을 시행해 외식업계에 기존 소비되던 가당 음료 제품을 저당이나 무가당으로 제공할 것을 권고하고 있다.

정부 정책의 영향으로 싱가포르 소비자 사이에서 무가당, 저칼로리 등 건강한 음료의 수요가 증가하고 있으며, 이에 싱가포르에서는 무가당 음료가 활발하게 출시되고 있다. 싱가포르 시장에 진출한 일본 식음료 브랜드 Pokka는 무가당, 제로 칼로리의 레몬 및 복숭아 맛 아이스티를 출시하였고, 현지 음료 브랜드 Curated Culture에서는 무가당, 저칼로리 이온 음료 Recover Tangy Citrus를 출시했다.

		
Pokka의 무설탕 음료	Curated Culture의 무설탕 저칼로리 이온 음료	무설탕 레몬 맛 아이스티

*출처: Fairprice, 해당 제품 브랜드 홈페이지

▶ 출처

2024.07.19. 해외시장동향, [싱가포르] 현지 식품 규제에 따른 음료 트렌드 변화, 한국농수산물유통공사 '미식의 도시' 싱가포르 사료잡은 K-푸드, OBS 뉴스

More low-sugar level beverages sold as grading system rolls out on Dec 30, Channel News Asia
Soft Drinks in Singapore, Euromonitor

⑤ 김(수출상위 품목)

싱가포르에서 김은 영양 성분이 풍부한 건강식품이라는 인식이 형성되어 있으며, 부담 없이 즐길 수 있는 건강간식으로 소비되고 있다. 특히 한국산 김은 다른 수입산 제품 대비 맛과 풍미 측면에서 높은 평가를 받고 있다. 또한 한국산 김은 고품질일 뿐만 아니라 안전하다는 인식이 형성되어 있어 지속적으로 수요가 발생하고 있다.

한국 조미김은 주로 스낵으로 인식되어 소비되고 있으며, 고급 이미지를 확보해 프리미엄 선물용 등으로도 소비되고 있다. 한국 김에 대한 우호적인 인식이 형성되어 한국 김의 對싱가포르 수출은 지속적으로 증가하는 추세이다. 2023년 한국 조미김의 對싱가포르 수출액은 약 388만 달러로 집계되었으며 2019년 이후 연평균 63.5% 증가했다. 싱가포르에서 판매되는 한국산 김은 주로 조미김 위주이며, 이 외에도 김자반이나 김스낵이 간식용으로 판매되는 것으로 나타났다.

한국산 외에도 싱가포르에서는 조미김이나 김스낵 형태의 제품이 주로 판매되고 있다. 최근에는 다양한 미식 경험을 추구하고 이색적인 맛 경험을 선호하는 소비자 요구에 부합하기 위해 다양한 맛의 조미김이 출시되고 있다. 현지 스낵 브랜드 The Golden Duck에서는 달걀맛 김 스낵을 출시했으며, 태국의 유명 김스낵 브랜드 Tao Kae Noi는 싱가포르에서 톰얌맛 김 스낵을 출시했다.

		
한국산 조미김	태국산 톰얌 맛 김스낵	한국산 김스낵

*출처: Cold Storage, Fair Price

▶ 출처

2022.09.28. 품목별조사보고서, 2022 싱가포르 김(김스낵) 보고서(소비자분석형), 한국농수산물유통공사 Grocery Dry – Seaweeds, Nature's Glory

3.2 | 소비트렌드

① 싱가포르 실버 경제와 고령친화식품

2023년 싱가포르 인구의 약 5분의 1은 65세 이상의 인구로 구성되었으며, 2030년까지 싱가포르의 고령인구는 전체 인구의 4분의 1수준으로 증가할 것이라고 싱가포르 정부는 밝혔다. 이처럼 고령화가 가속화되며 싱가포르에서는 노년층 소비자를 공략하는 '실버 경제'가 떠오르고 있다.

싱가포르의 베이비붐 세대는 전 세대에 비해 더 높은 수준의 교육을 받았고, 경제적으로 더 여유가 있으며, 자기 자신에게 더 많은 경제적 투자를 할 의향이 있는 것으로 나타났다. 싱가포르 시티뱅크의 보고서에 따르면 싱가포르에서 65세 이상의 소비자의 소비 규모가 가장 빠르게 증가하고 있으며, 이들은 소비 시 '건강'을 제일 중요한 가치로 여기고 있는 것으로 나타났다.

싱가포르 식품업계에서도 노년층 소비자들을 겨냥한 제품을 개발 및 출시했다. 싱가포르 스타트업 젠틀푸드(GentleFoods)에서는 음식을 삼키는데 어려움을 느끼는 소비자를 위해 국제연하장애규정식이(IDDSI) 기준을 준수한 식품을 개발하였으며, 단순히 섭취가 쉬운 제품이 아닌 영양과 외관까지 신경 쓴 제품을 판매한다. 또 다른 현지 스타트업 Kosmode Helath에서는 당뇨 환자를 위해 탄수화물을 제외하고 단백질과 식이섬유를 사용해 만든 면을 개발했다.



젠틀푸드의 닭고기 도시락



Kosmode Helath의 당뇨 환자용 면

*출처: 해당 제품 브랜드 홈페이지

▶ 출처

Targeting the elderly population, GentleFoods make food swallow-free, Meet Global
As Singapore's aging population grows, businesses are courting older consumers, CNBC
Nourishing the Elderly: The Importance of Soft Foods and Nutritious Meals Delivery in Singapore, Gentle Foods

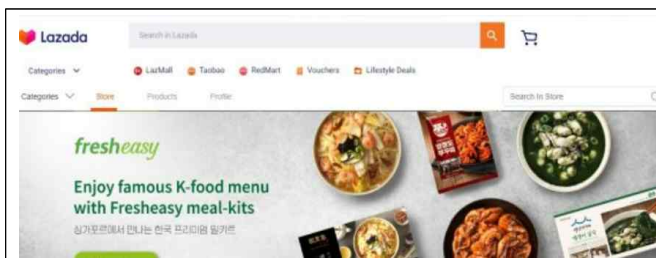
Food and ageing: A hunger for pleasure (Straits Times Premium), DukeNUS

② 싱가포르 즉석조리식품 인기 증가

식품 편의성을 중시하는 소비자가 늘어나며 즉석조리식품에 대한 수요가 증가하는 추세이다. 더 나아가 최근 지속되는 경기 불황으로 소비자들은 지출을 줄이기 위해 외식을 줄이고 집에서 간편히 먹을 수 있는 식품에 관심을 보이고 있다. 글로벌 시장조사기관 스타티스타(Statista)에 따르면 2023년 싱가포르 즉석조리식품 시장은 4억 달러의 규모에 달하였으며, 이후 2028년까지 연평균 2.4%의 안정적인 성장세를 이어나갈 전망이다.

싱가포르에서 즉석조리식품은 특히 바쁜 라이프 스타일을 영위하는 근로자나, 청년, 1인 가구 소비자에게 많은 인기를 얻고 있다. 이들은 집에서 요리하는데 시간을 할애하기 힘들어 간편하고 빠르게 섭취할 수 있는 즉석 조리 식품을 구매하는 것으로 나타났다. 이에 현지 식품 브랜드 CP에서는 간단하게 조리해 한 끼 식사를 해결할 수 있는 레디밀(Ready Meal) 제품을 다수 출시해 시장 수요에 대응했다.

더 나아가 손질된 식재료를 한 팩에 담아 소스와 조리법을 제공해 조리 편의성을 높인 밀키트의 수요도 증가하는 추세이다. 이에 한국 밀키트 전문기업 프레시지는 싱가포르 시장에 진출해 떡볶이, 어묵탕, 낙지볶음과 같은 밀키트 메뉴를 출시했다. 싱가포르 시장에 공급하는 밀키트 제품을 다양화하기 위해 현지 제조공장을 보유한 식품제조업체와 위탁생산을 위한 업무협약을 체결했고, 싱가포르에서 운영하는 식료품 배달 플랫폼인 '푸드판다(foodpanda)'에서도 밀키트를 판매하고 있다.



싱가포르 전자상거래 플랫폼에 입점한 한국 밀키트



CP의 냉동 도시락

▶ 출처

2024.01.24. 이슈조사보고서, 홍콩 신선 과일 및 싱가포르 즉석조리식품 시장 분석, 한국농수산물유통공사

Ready-to-Eat Meals – Singapore, Statista

Ready-To-Eat Meals in Singapore Market Size & Share Analysis - Growth Trends & Forecasts (2024 – 2029), Mordor Intelligence

③ 싱가포르, 건강한 간식 인기

글로벌 시장조사기관 유로모니터(Euromonitor)에 따르면 2023년 싱가포르 간식 시장규모는 8억 7,150만 달러로 집계되었으며, 이후 연평균 3.6% 성장해 2027년에는 10억 440만 달러에 이를 것으로 전망된다.

싱가포르 소비자의 건강에 대한 인식이 높아지며 무가당, 고단백, 저염 등 건강을 고려한 제품에 대한 수요가 증가하고 있다. 특히 이러한 트렌드는 싱가포르 젊은 소비자 사이에서 높게 나타나고 있다. 이러한 소비 흐름에 발맞춰 현지 식품업체도 저당, 저칼로리 등 건강한 간식과 소포장 간식 제품을 출시하고 있다. 글로벌 샌드위치 프랜차이즈 서브웨이 싱가포르에서는 설탕 함유량을 40% 줄인 저당 민트 초콜릿 칩 쿠키를 출시했다.

또한 먹는 양을 조절할 수 있고 대용량 제품 대비 저렴한 소용량 간식의 수요가 증가하는 추세로, 싱가포르 제약사 세인홀(Sainhall)에서는 과일로 만든 무염, 저칼로리, 고섬유질의 소포장 과자 DeepFruit을 출시했다.

또한 싱가포르 정부에서도 소비자들이 건강에 더 이로운 제품을 선택하는데 도움이 될 수 있도록 '건강한 선택 기호(Healthier Choice Symbol)' 캠페인을 진행 중이다. 해당 캠페인은 식품에 무가당, 저염, 저칼로리 등의 사항을 '건강한 선택 기호'로 표시해 소비자가 쉽게 인식할 수 있도록 유도하고 있다.

		
Healthier Choice 표기 스낵	싱가포르 서브웨이 저당 민트 초코칩 쿠키	세인홀의 DeepFruit

▶ 출처

2024.07.26. 해외시장동향, [싱가포르] 간식 시장현황 및 소비트렌드, 한국농수산물유통공사
The Impact of Consumer Food Choices on Singapore's F&B Growth., Kadence

④ 싱가포르 대체 단백질 제품군 확대

싱가포르 소비자의 건강 및 환경에 대한 인식이 높아지며 식물성 대체육 등 대체 단백질 소비가 증가했다. 2023년 글로벌 여론조사기관 Yougov에서 진행한 조사 결과에 따르면 싱가포르 소비자의 3분의 1 이상이 육류 소비를 줄이고 있는 것으로 나타났다.

현지 소비자의 식물성 대체육 수요가 증가하며 기존 가공육 제조사들도 식물성 대체육 상품을 개발하는 추세이다. 통조림 치킨 카레로 잘 알려진 브랜드 Amoy Canning의 Amocan은 2023년 9월에 콩 단백질을 기반으로 한 신제품을 출시했다. 또한 2022년 대체육 식품을 전문적으로 판매하는 식물성 정육점 Love Handle도 등장하며 채식주의자 및 유연한 채식주의자인 플렉시테리언(Flexitarian) 소비자에게도 좋은 반응을 얻었다.

2024년 2월 3일 싱가포르 이슬람종교위원회(MUIS)에서는 무슬림의 동물성 배양육 섭취가 허용된다는 지침을 발표하였으며, 배양육의 고기 세포가 이슬람에서 허용하는 동물에서 유래되고 제조 과정에서 비할랄 성분이 혼합되지 않는다면 할랄 식품으로 간주한다고 표명했다. 또한 배양육이 전통적인 농업 및 어업과 비교해 환경 보호 및 지속가능성이 높다고 판단하였으며 앞으로 관계기관과 협의해 배양육에 대한 할랄 인증 지침을 개발할 예정이라고 밝혔다.

또한 싱가포르는 세계 최초로 대체 단백질인 솔레인의 식품 사용을 승인했고, 이에 2024년 1월 솔레인을 함유한 초콜릿 제품이 시중에서 판매되었다. 이외에도 2024년 7월 싱가포르식품청이 식용 곤충 및 곤충 제품의 수입을 허용하며 싱가포르의 대체 단백질 시장의 제품군이 확대되고 있다.

▶ 출처

2024.07.22. 해외시장동향, [싱가포르] 식용 곤충 및 곤충 제품의 수입 허용, 한국농수산물유통공사

2024.02.20. 해외시장동향, [싱가포르] 이슬람 종교 위원회(MUIS), 동물성 배양육에 대한 지침 발표, 한국농수산물유통공사

2024.02.02. 해외시장동향, [싱가포르] 비건 소비자를 겨냥한 대체 단백질 첨가 초콜릿 출시, 한국농수산물유통공사
'Meat' S'pore's first plant-based butcher: Love Handle on changing the butcher and deli scene, Vulcan Post

AMOCAN (Plant Based), Amoy Canning

⑤ 싱가포르 소비자, 플라스틱 사용 감소를 위해 노력 중

플라스틱으로 인한 환경 오염이 심각해지며 싱가포르 소비자 사이에서 일회용 포장재에 대한 경각심이 높아지고 있다. 2023년 실시된 Rakuten Insight의 설문조사 결과에 따르면 싱가포르 소비자의 52%가 제품 구매 시 친환경 또는 지속 가능한 포장재를 중요하게 생각한다고 응답한 것으로 나타났다. 2023년 싱가포르에서는 일회용 봉투에 장당 5센트의 의무적 구매비용을 도입하였으며, 이에 따라 실제 슈퍼마켓의 플라스틱 봉투 사용량이 80% 감소한 것으로 나타났다.

또한 식품 배달 앱 FoodPanda 싱가포르는 현지 스타트업 BarePack과 협력해 음식 배달 시 사용할 수 있는 재사용 식품 포장 용기를 출시했으며 이를 통해 일회용품 사용을 줄이고 있다. 2018년부터 글로벌 패스트푸드 프랜차이즈 KFC와 버거킹은 싱가포르에서 플라스틱 빨대의 사용을 중지했으며, 이후 맥도날드에서도 동참했다. 이들은 빨대가 필요 없는 음료 뚜껑을 사용하고, 소포장 소스 대신 소스바에서 소비자가 직접 필요한 만큼 소스를 받아 가는 방식으로 변경했으며 냅킨, 종이봉투에 재활용지를 사용하고 있다.



싱가포르 슈퍼마켓의 재사용 장바구니 사용 독려 포스터



BarePack의 재사용 식품용기

▶ 출처

Importance to consumers that purchased goods are sustainable and environmentally-friendly in Singapore as of December 2023, Statista

Seven in ten Singaporeans have started carrying shopping bags since supermarkets began charging them, Yougov Commentary: Singapore has seen less plastic bag usage. Why not the same for food containers?, Channel News Asia

Foodpanda Singapore Partners With BarePack To Bring Reusable Packaging For Food Deliveries, Green Queen Eco-Friendly Takeaway Essentials That Every Singaporean Needs To Dabao In Style — Reusable Lunch Bags, Cute Containers & Cups, 8days

Have fast-food chains in Singapore become more sustainable after ditching straws?, CNA

4

수출절차

4.1 | 수출입절차

프로세스	상세내용	주체
품목별 수입요건 파악	· 수출 품목에 대한 싱가포르의 위생기준, 검역 요건, 포장 및 라벨링 요건 등 관련 요건을 사전에 파악	국내 수출업체
수출신고 및 운송수단 선적	· 관세청 UNI-PASS 시스템을 통해 전자적으로 세관에 제반서류 제출 · 제출서류: ①수출신고서 ②상업송장 ③포장명세서 등 · 수출신고 완료 후 '수출신고필증'이 교부되며, 수출신고가 수리된 날로부터 30일 내에 운송수단에 선적 완료	국내 수출업체
수입 라이선스 취득	· 싱가포르 수입업체는 싱가포르 식품청에 라이선스 취득 필요 · 육류, 달걀 수입 시 생산업체는 사전에 라이선스 취득 필요	싱가포르 수입업체
수입신고	· 온라인으로 제반서류를 싱가포르 세관에 제출 · 제출서류: ①상업송장 ②선하증권 ③포장명세서 ④화물통관 허가서 ⑤원산지 증명서(필요 시) ⑥검역증명서(필요 시) 등	싱가포르 수입업체
관세 납부	· 일반적으로 식품 수입 시 무관세가 적용되나, 주류의 경우 관세 납부	싱가포르 수입업체
수입검사	· 싱가포르 식품청에 온라인으로 수입식품 검사 신청 · 수입검사 시행 시 화물통관 허가증, 건강증명서 및 관련 서류, 검사 대상 제품 제출 필요	싱가포르 수입업체
물품 반출	· 물품 반출 가능	싱가포르 수입업체

4.2 | 통관 및 검역제도

① 국내 수출 통관 절차

▶ 수출 전 준비사항

품목별 수입요건 파악	<ul style="list-style-type: none"> ● 수출 품목에 대한 싱가포르 위생기준·검역 요건·포장 및 라벨링 등 관련 요건을 사전에 파악 필요 · 일반 사전포장식품, 신선 농산물, 축산물 제품 등에 요구되는 위생기준·라벨링·식품첨가물 규정 등 수입요건이 상이하므로, 국내 수출업체는 원활한 수출을 위해 품목별 수입요건을 사전에 파악해야 함
원산지증명서 발급	<ul style="list-style-type: none"> ● 싱가포르 수출 시 한-싱가포르 및 한-아세안 FTA 또는 RCEP 협정을 활용하고자 하는 수출업체는 사전에 원산지 증명서 발급 필요 · FTA 관세율, RCEP 관세율을 활용할 경우 원산지증명서 제출 필수 · 대한상공회의소 및 세관을 통해 수출물품의 선적이 완료되기 전까지 기관발급을 신청해야 하며, 한-아세안 FTA 활용 시 선적일로부터 3영업일 이내에 신청한 경우 선적 완료 전 발급 신청한 것으로 간주함

▶ 국내 수출통관 절차

수출신고	<ul style="list-style-type: none"> ● 수출업체는 상업송장, 포장명세서 등을 기반으로 수출신고서 작성 후 관세청 UNI-PASS를 통해 수출신고 필수 · 수출신고는 수출업체(화주)와 수출업체를 대신하는 관세사·관세법인·통관취급법인·완제품제공자 명의로 신고할 수 있음 · 접수 결과에 따라 ①서류 심사 후 수리 ②현품 검사 후 수리 ③자동수리로 구분해 수출통관 진행 <p style="text-align: center;"><수출신고 수리 유형></p> <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 30%;">· 서류 심사 후 수리</td> <td>실제 신고내용과 수출신고 근거 서류상의 일치 여부 확인</td> </tr> <tr> <td>· 현품 검사 후 수리</td> <td>우범성이 높은 물품을 대상으로, 수출신고 물품 외 은닉 물품 여부, 신고사항과의 일치 여부를 확인</td> </tr> <tr> <td>· 자동 수리</td> <td>세관의 심사 없이 자동 수리 후 수출신고필증 발급</td> </tr> </table> <ul style="list-style-type: none"> · 수출신고 수리 후 수출업체는 '수출신고필증'을 수령함 · 수출업체(화주)는 관세법에 따라 ①수출신고필증 ②수출품 가격결정에 관한 자료 ③수출거래관련 계약서 및 이에 갈음하는 서류 ④반송신고필증 등을 수리일로부터 3년간 보관해야 함 	· 서류 심사 후 수리	실제 신고내용과 수출신고 근거 서류상의 일치 여부 확인	· 현품 검사 후 수리	우범성이 높은 물품을 대상으로, 수출신고 물품 외 은닉 물품 여부, 신고사항과의 일치 여부를 확인	· 자동 수리	세관의 심사 없이 자동 수리 후 수출신고필증 발급
· 서류 심사 후 수리	실제 신고내용과 수출신고 근거 서류상의 일치 여부 확인						
· 현품 검사 후 수리	우범성이 높은 물품을 대상으로, 수출신고 물품 외 은닉 물품 여부, 신고사항과의 일치 여부를 확인						
· 자동 수리	세관의 심사 없이 자동 수리 후 수출신고필증 발급						
수출검역	<ul style="list-style-type: none"> ● 싱가포르 수입업체가 요구하는 경우 수출검역 신청 필요 · 싱가포르 수입업체가 수출검역을 요구할 경우 농림축산검역본부에 수출검역을 신청해야 함 · 수출검역 신청 시 수출검사신청서 및 제반 서류를 제출해야 함 						

<수출검역 신청 시 제출 서류>	
식물검역	①수출식물검사신청서 ②검사대상식물명세서(수출검사 대상품목이 2개 이상인 경우) ③수입허가증명서(상대국의 사전허가가 필요한 경우) ④수출검역요령에 명시된 수입국 요구사항을 준수했음을 증명하는 서류(수입국이 검사증명서에 부기를 요구할 경우)
축산물검역	①수출 검사신청서 ②선적관련 서류 ③수출상대국 요구사항(상대국의 요구사항이 있는 경우)
<ul style="list-style-type: none"> · 수출검역은 수출 상대국의 검역요건 적합 여부를 검사함 · 수출식물검역은 일반적으로 신청인이 희망하는 장소·시간에 실시하며, 수출축산물검역의 경우 검역시행장으로 지정된 장소에서 진행됨 · 수출검역 결과 합격 시 검역증명서가 교부되며, 불합격 시 신청자가 소독하거나 선별한 후 재검역을 신청할 수 있음 	
운송수단 선적	<ul style="list-style-type: none"> ● 수출업체는 수출신고 수리일로부터 30일 내에 선박 등 운송수단에 적재 필요 · 단, 최대 1년 이내 범위에서 적재 기간 연장이 가능함

②싱가포르 수입제도 및 통관·검역 절차

▶ 싱가포르 수입통관·검역 절차

수입 라이선스 취득	<ul style="list-style-type: none"> ● 싱가포르 수입업체는 수입 라이선스 취득 필요 · 싱가포르 식품청의 라이선스 취득 또는 등록이 필요함 · 수입요건 확인 후 수입 라이선스를 취득해야 함 · 육류, 달걀, 어류, 신선 과일 및 채소는 반드시 라이선스 취득 필요
수입신고	<ul style="list-style-type: none"> ● 싱가포르 수입신고는 온라인 신고가 가능함 · 전자통관시스템(TradeNet)을 통해 온라인으로 신고할 수 있음 · 컨테이너 화물과 비컨테이너 화물을 구분하여 수입신고함 · 제출 서류는 다음과 같음 <div style="text-align: center; border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 10px 0;"> <p style="text-align: center;"><싱가포르 수입신고 제출서류></p> <ol style="list-style-type: none"> ①상업송장 ②선하증권 ③포장 명세서 ④화물통관 허가서 ⑤원산지 증명서(필요 시) ⑥검역 증명서(필요 시) </div>
관세납부	<ul style="list-style-type: none"> ● 일반적으로는 무관세가 적용되나 일부 항목에서의 관세 납부 필요 · 일반적으로 주류 등을 제외한 식품에는 무관세가 적용되나, 상품 및 서비스세(GST)를 납부해야 함 · Inter-Bank GIRO를 통해 싱가포르 세관에 납부함
수입검역	<ul style="list-style-type: none"> ● 일반적으로 모든 식품이 수입검사 대상에 해당 · 싱가포르 식품청의 온라인 시스템(SFA Inspection & Laboratory e-services)을 통해 수

	<p>입식품 검사 신청이 가능함</p> <ul style="list-style-type: none"> · 식품 검사 시 화물통관 허가증, 건강증명서 및 관련 서류, 검사 대상 제품 등을 제출해야 함 · 검사 결과, 요건을 충족하지 못하는 제품은 반송 또는 폐기 처분되며 경우에 따라 수출이 중지될 수 있음 <p>● 싱가포르 식품청은 위생증명서 요구 등 품목별 수입 요건을 규정</p> <ul style="list-style-type: none"> · 육류의 경우 식품청이 승인한 국가 및 시설에서만 수입하고 있으며 육류 수입 시 수출국에서 발행한 위생증명서 첨부을 요구하고 있음 · 난류의 경우 승인된 시설 및 농장에서 생산된 제품만 수입하며 수입일 7일 이내에 발급된 위생증명서 첨부을 요구함 · 신선 농산물의 경우 금지된 농약을 사용하지 않아야 하며 국제식품규격위원회(CODEX)의 잔류물질허용 기준을 충족한 경우에만 수입 가능함 · 식수, 유아용 시리얼 및 조제분유, 가공 과일 및 채소 등의 가공식품의 경우 수출국 식품 당국의 적절한 감독하에 제조되어야 하며 일부 품목의 경우 이를 증명하는 서류가 첨부되어야 함 · 위 품목에 해당하지 않는 경우에도 HACCP 인증서, GMP 인증서, 위생증명서, 수출증명서, 제조공장 면허 등을 요구할 수 있음
<p>물품 반출</p>	<p>● 검사 결과 이상이 없는 경우 반출 허가</p>

■ 4.3 | 수출가능·불가능 품목

4.3.1 수출가능품목

농산물	<ul style="list-style-type: none"> - 곡 류 : 쌀(백미, 현미, 흑미), 보리, 밀, 수수, 콩, 팥, 녹두, 옥수 - 과실류 : 감(단감), 감귤, 밤, 복숭아, 배, 사과, 유자, 참다래, 포도, 망고 - 채소류 : 무, 당근, 배추, 양배추, 고추, 파프리카, 피망, 브로콜리, 오이, 호박, 수박, 참외, 멜론, 딸기, 토마토, 가지, 고구마, 감자 - 종자류 : 가지, 고추, 당근, 무, 멜론, 브로콜리, 배추, 상추, 수박, 양배추, 양파, 오이, 참외, 토마토, 파, 호박 - 버섯류 : 느타리, 만가닥, 송이, 새송이, 양송이, 영지, 표고, 팽이 - 절화류 : 국화, 글라디올러스, 난초, 백합, 심비디움, 장미, 카네이션, 튤립, 팔레놉시스 - 화훼류 기타(재배매체 포함) : 국화, 글라디올러스, 난초, 백합, 선인장(접목 선인장), 심비디움, 장미, 철쭉속, 카네이션, 튤립 - 묘목류: 딸기묘
-----	--

*출처: 2023 수출검역 요건, 농림축산검역본부

4.3.2 수출불가능품목

농산물	- 주요 신선·건조 농산물 중 수출이 금지되어 있는 품목은 없음
-----	-------------------------------------

*출처: 2023 수출검역 요건, 농림축산검역본부

5.1 | 라벨링 제도

5.1.1 주요 라벨링 표기사항



라벨 표기사항 (항목)	· 제품명 · 원재료명 · 순중량	· 원산지 · 수입업체 및 유통업체 정보 · 영양정보	· 사용방법 · 기타
라벨 표기사항 (가이드)	표기 언어	<ul style="list-style-type: none"> 영어를 원칙으로 하며, 영어로 표기된 정보와 어긋나지 않고 규정을 위반하지 않는다면 외국어 병기가 가능함 	
	제품명	<ul style="list-style-type: none"> 식품의 일반적인 이름 혹은 적절한 일반적인 이름을 사용할 수 없는 경우엔 소비자에게 정보 전달 목적으로 상품의 설명을 라벨에 명시해야 함 브랜드 이름, 상표 이름, 복잡한 이름, 판매 이름 혹은 영어가 아닌 이름은 제품명으로 간주하지 않음 	
	원재료명	<ul style="list-style-type: none"> 식품에 사용된 모든 성분 목록은 중량 기준 내림차순으로 표기하며, 물은 포함되어있음을 나타낼 필요 없음 성분명은 특징적인 이름 혹은 설명을 의미함 두 가지 이상의 성분으로 만들어진 원재료가 포함되어 있을 경우, 해당 혼합물 혹은 부산물의 적절한 명칭을 표기해야 함 	
	순중량	<ul style="list-style-type: none"> 제품의 순중량은 절대값으로 표시 액상 식품의 경우 ml, L를 이용한 부피, 고형 식품의 경우 g 또는 kg을 이용한 무게를 표기. 반고체·점성 식품의 경우엔 부피 혹은 무게 중 하나로 표현 통조림과 같이 액체를 포장한 식품의 경우 순중량 및 배출된 식품 중량을 함께 표기 	
	원산지	<ul style="list-style-type: none"> 수입 식품의 경우 제품의 원산지와 더불어 수출국의 식품사업체 이름과 주소를 반드시 표기 	
	수입업체 및 유통업체 정보	<ul style="list-style-type: none"> 수입 식품의 경우 현지 수입업체, 유통업체 혹은 대리인의 이름과 주소를 라벨에 반드시 표기 	
	유통기한	<ul style="list-style-type: none"> 'Use by', 'Expiry date', 'Best before' 혹은 'Sell by'로 표기 최소 3mm 이상의 글씨로 영구적으로 표기 혹은 양각되어야 함 부패하기 쉽거나 유통기한이 짧은 상품, 시간 경과에 따른 품질 변화 및 오염 가능성이 높은 제품 그리고 유아용 제품들에 한해 의무적으로 표기 	
	영양정보	<ul style="list-style-type: none"> 영양·건강 강조표시 제품에 한해서, 100g(혹은 100ml) 또는 제품 1회 제공량당 영양소 함량에 대한 정보를 필수적으로 기입 열량, 단백질, 지방, 탄수화물, 영양 강조표시 또는 건강 강조표시의 	

		<p>대상이 되는 영양소 등에 관한 정보를 표시해야 함</p> <ul style="list-style-type: none"> • 소금, 나트륨, 칼륨, 또는 이들 중 두가지 이상에 대한 영양 강조표시를 포함하며 그 외 다른 영양소에 대한 영양 강조표시를 포함하지 않는 경우 나트륨 및 칼륨 이외의 영양소에 대한 언급은 생략 가능
	사용방법	<ul style="list-style-type: none"> • 사전 포장제품의 조리법, 사용방법, 그림 및 설명을 라벨에 표기 가능
	기타	<ul style="list-style-type: none"> • 스티커 라벨은 제품에 단단히 부착되어 있으며 다른 필수 정보를 가리지 않는다면 허용됨. 단, 기존의 라벨과 다른 정보를 포함해선 안 되며, 유통기한을 변조하는 것은 금지됨

*출처: KATI농식품수출정보

5.1.2 라벨링 예시

가공육류


라벨링 사진																																																															
																																																															
표기항목	표기내용																																																														
명칭	Tender Chicken Breast	부드러운 닭가슴살																																																													
성분목록	<ul style="list-style-type: none"> -Chicken Breast -Seasoning Garlic & Rosemary(Maltodextrin, Starch, Garlic, Salt Sugar, Rosemary, Parsley Flakes, Yeast Extract, Modified Starch, Onion, Natural Ravcuring, Black Pepper, Paprika, INS 500(ii), INS 551, INS 415) -Modified Starch -Dextrose Monohydrate -Garlic Paste -Salt -Acidity Regulator(INS 262(i), INS365 INS 260) -Flavour Enhancer(NS 640) -Sugar -INS 621 -D-Xylose -INS 325 -INS 551 	<ul style="list-style-type: none"> -닭가슴살 -간장 마늘과 로즈마리(말토덱스트린, 전분, 마늘 소금, 설탕, 로즈마리, 파슬리 플레이크, 호모 추출물, 변성 전분, 양파, 천연 케어링, 후추, 파프리카, INS 500(ii), INS 551, INS 415) -변성 전분 -감미료 -간장 페이스트 -소금 -산도 조절제(INS 262(i), INS365 INS 260) -감미료(NS 640) -설탕 -INS 621 -D 자일로스 -INS 325 -INS 551 																																																													
순중량	90g																																																														
유통기한	Exp 09/08/2023	유통기한 2023년 8월 9일까지																																																													
보관방법	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="3">Nutritional Information</th> </tr> <tr> <td colspan="3">Serving Package:1</td> </tr> <tr> <td colspan="3">Serving Size: 90g(1 bag)</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Per serving</td> <td>per 100g</td> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Energy</td> <td>108kcal (412kJ)</td> <td>120kcal (504kJ)</td> </tr> <tr> <td>Protein</td> <td>20.8g</td> <td>23.1g</td> </tr> <tr> <td>Total fat</td> <td>2.0g</td> <td>2.2g</td> </tr> <tr> <td>-Saturated Fat</td> <td>0.6g</td> <td>0.7g</td> </tr> <tr> <td>-Trans fat</td> <td>0g</td> <td>0g</td> </tr> <tr> <td>Cholesterol</td> <td>86mg</td> <td>95mg</td> </tr> </tbody> </table>		Nutritional Information			Serving Package:1			Serving Size: 90g(1 bag)				Per serving	per 100g	Energy	108kcal (412kJ)	120kcal (504kJ)	Protein	20.8g	23.1g	Total fat	2.0g	2.2g	-Saturated Fat	0.6g	0.7g	-Trans fat	0g	0g	Cholesterol	86mg	95mg	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="3">영양정보</th> </tr> <tr> <td colspan="3">제공 포장:1</td> </tr> <tr> <td colspan="3">제공량: 90g(1 bag)</td> </tr> <tr> <td></td> <td>1회 제공량당</td> <td>100g당</td> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>열량</td> <td>108kcal (412kJ)</td> <td>120kcal (504kJ)</td> </tr> <tr> <td>단백질</td> <td>20.8g</td> <td>23.1g</td> </tr> <tr> <td>총 지방</td> <td>2.0g</td> <td>2.2g</td> </tr> <tr> <td>-포화지방</td> <td>0.6g</td> <td>0.7g</td> </tr> <tr> <td>-트랜스지방</td> <td>0g</td> <td>0g</td> </tr> <tr> <td>콜레스테롤</td> <td>86mg</td> <td>95mg</td> </tr> </tbody> </table>	영양정보			제공 포장:1			제공량: 90g(1 bag)				1회 제공량당	100g당	열량	108kcal (412kJ)	120kcal (504kJ)	단백질	20.8g	23.1g	총 지방	2.0g	2.2g	-포화지방	0.6g	0.7g	-트랜스지방	0g	0g	콜레스테롤	86mg	95mg
Nutritional Information																																																															
Serving Package:1																																																															
Serving Size: 90g(1 bag)																																																															
	Per serving	per 100g																																																													
Energy	108kcal (412kJ)	120kcal (504kJ)																																																													
Protein	20.8g	23.1g																																																													
Total fat	2.0g	2.2g																																																													
-Saturated Fat	0.6g	0.7g																																																													
-Trans fat	0g	0g																																																													
Cholesterol	86mg	95mg																																																													
영양정보																																																															
제공 포장:1																																																															
제공량: 90g(1 bag)																																																															
	1회 제공량당	100g당																																																													
열량	108kcal (412kJ)	120kcal (504kJ)																																																													
단백질	20.8g	23.1g																																																													
총 지방	2.0g	2.2g																																																													
-포화지방	0.6g	0.7g																																																													
-트랜스지방	0g	0g																																																													
콜레스테롤	86mg	95mg																																																													

	Carbohydrate	1.7g	1.9g	탄수화물	1.7g	1.9g
	-Total sugar	0g	0g	-총 당	0g	0g
	Dietary Fibre	1.2g	1.3g	식이섬유	1.2g	1.3g
	Sodium	355mg	394mg	나트륨	355mg	394mg
원산지	Country Origin: Product of Thailand			원산지: 태국		
제조회사	Produced By: BETAGRO MF DELI Co. Ltd			제조사: BETAGRO MF DELI Co. Ltd		
주소	333 Mu 5, Chong Sarika, Phatthananihom, Lopburi 1522C Thailand			333 Mu 5, Chong Sarika, Phatthananihom, Lopburi 1522C 태국		
수입·유통사	Imported By: CS Tay foods Pte Ltd			수입사: CS Tay foods Pte Ltd		
주소	64 Woodlands Terrace, Woodlands East Industrial Estate			64 Woodlands Terrace, Woodlands East Industrial Estate		
보관 방법	Storage Condition: Keep Refrigerator at 0-4°C			보관 시: 0-4°C에서 냉장 보관		

■ 5.2 | 인증제도

① MUIS 할랄 인증

싱가포르는 무슬림 인구의 안전한 할랄 식품 섭취를 위해 할랄 인증제도를 도입했다. 할랄 품질경영시스템(Hal-MQ)을 중심으로 할랄 식품에 대해 심사하고, 음식이나 식품관련 산업의 성격에 따라 7종류의 할랄 인증이 가능하다. MUIS에서 인증제도를 관리하며, 산하 Warees Halal기관에서 시험 및 인증서 발급의 실질적 업무를 담당한다.

인증명	MUIS 할랄 인증	인증로고	
발행·검사기관	· 국내 인증대행기관 · Warees Halal	필수 여부	권장
목적	무슬림 인구의 안전한 할랄 식품 섭취를 위해 도입		
취득절차	온라인 신청 → 신청 수수료 지급 → 서류심사 및 현장 실사 → 승인 및 인증서 발급 → 정기 감사/사후관리		
필요서류	업체별로 상이		

▶ 자세한 내용은 자료 참조: 「2023 농식품 해외인증·등록정보종합가이드」(한국농수산물유통공사)

■ 5.3 | 통관거부사례

정보원에서 제공하지 않음

■ 5.4 | 비관세장벽 이슈

[라벨링]

한국 식품 수출 시 주의해야 하는 포장 전면(FOP)의 영양 라벨 표시 기준 종합(4)

식품 포장의 앞면에 기호, 색상 코드, 기타 그래픽 형식을 사용하여 필수 영양소의 정보를 표시하는 포장 전면(FOP, Front of Package) 영양 라벨 제도는 국가마다 표시 대상, 영양 성분의 종류, 표시 방식 및 의무 적용 여부가 다르다. 이에 한국의 주요 식품 수출 대상국 중 싱가포르와 인도네시아의 포장 전면(FOP) 영양 라벨링 제도 시행 현황을 정리하여 제공했다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=98964&menu_dept2=35&menu_dept3=427&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=3&srchWord=%EC%8B%B1%EA%B0%80%ED%8F%AC%EB%A5%B4&page=1&srchGubun=427

[규정·제도]

가금류 및 가금류 제품 수입 조건 개정(2024년 8월 28일 시행)

2024년 8월 28일, 싱가포르 식품청(SFA)은 가금류 제품의 수입 조건을 개정하여 발표했다. 수입업체는 가금류 및 가금류 제품을 SFA 승인을 받은 공급원에서만 수입할 수 있으며, 수출국에서 발급한 현행 수의학 건강 인증서가 필요하다는 점은 기존과 동일하다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=101016&menu_dept2=35&menu_dept3=427&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=3&srchWord=%EC%8B%B1%EA%B0%80%ED%8F%AC%EB%A5%B4&page=1&srchGubun=427

[규정·제도]

한국산 가금류 수입 재개(2024년 8월 2일)

싱가포르식품청(SFA)은 무역 회람을 통해 열처리되지 않은 한국산 가금류 및 가금류 제품에 대한 임시 수입 제한 조치를 2024년 8월 2일부로 해제하고, 무역을 재개한다고 발표했다. 이는 2024년 5월 22일 발표되었던 한국산 제품의 수입 제한 조치를 해제한 것으로 2024년 8월 2일 이후 한국에서 생산된 열처리되지 않은 가금류 및 가금류 제품(달걀 포함)을 싱가포르로 수출이 가능하다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=100834&menu_dept2=35&menu_dept3=427&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=3&srchWord=%EC%8B%B1%EA%B0%80%ED%8F%AC%EB%A5%B4&page=1&srchGubun=427

[규정·제도]

식용 곤충 및 곤충 제품의 수입 허용

싱가포르 식품청(SFA)은 2024년 7월 8일, 『식용 곤충 및 곤충 제품의 수입 지침서』를 발표했다. 해당 공문을 통해 싱가포르 식품청은 식용 곤충 및 곤충 제품을 수입하기 위한 절차와 수입 승인된 곤충 목록을 설명하고 있다. 해당 사항은 2024년 7월 8일 공표 즉시 발효된다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=100653&menu_dept2=35&menu_dept3=427&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=3&srchWord=%EC%8B%B1%EA%B0%80%ED%8F%AC%EB%A5%B4&page=1&srchGubun=427

[규정·제도]

한국산 가금류 및 가금류 제품 수입 재개(2024년 4월 26일)

싱가포르 식품청(SFA)은 열처리되지 않은 한국산 가금류 및 가금류 제품(달걀 포함)에 대한 임시 수입 제한을 2024년 4월 26일부로 해제하고, 무역을 재개한다는 공문을 게시했다. 이는 2023년 12월 19일 발표되었던 한국산 제품의 수입 제한 조치를 해제한 것으로, 2024년 4월 26일 이후 한국에서 생산된 열처리되지 않은 가금류 및 가금류 제품(달걀 포함)을 싱가포르로 수출할 수 있다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=100096&menu_dept2=35&menu_dept3=427&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=3&srchWord=%EC%8B%B1%EA%B0%80%ED%8F%AC%EB%A5%B4&page=1&srchGubun=427

[규정·제도]

비즉석섭취식품 기준 추가 개정안 공개(2024년 3월 4일 시행)

싱가포르 식품청(SFA)은 2023년 9월 4일 싱가포르 정부 관보에 비즉석섭취식품 미생물 표준에 관한 규정인 「2023년 식품(개정 3호) 규정」을 공개했다. 미생물적 기준을 준수해야 하는 식품의 범위를 확대하고 세부 규정을 발표했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=98582

[규정·제도]

2023년 7월 19일부터 한국산 가금류 및 가금류 제품 수입 재개

싱가포르 식품청(SFA)은 일시 수입 제한 조치를 적용했던 한국산 가금류 및 가금류 제품(달걀 포함)의 수입을 2023년 7월 19일부로 재개한다는 무역안내문을 게시했다. 이는 2022년 11월 7일 발표되었던 한국산 가금류 및 가금류 제품의 수입 제한 조치를 해제한 것이다. 이에 따라 한국은, 2023년 7월 19일 이후 생산된 가금류 및 가금류 제품(달걀 포함)을 싱가포르로 수출할 수 있다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=98280

[규정·제도]

영아용 곡류제품의 수입 전 규제조치에 대한 신규 자발적 계획 도입(2023년 3월 27일)

신규 자발적 계획(Voluntary Scheme)에 따른 수입업체는 수입 허가 신청 중 모든 화물에 대한 아플라톡신 B1 검사 관련 실험실 보고서 제출이 면제되었다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=97417&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=3&srchGubun

[규정·제도]

비즉석섭취식품의 미생물 기준을 변경하는 식품 규정 개정 초안 공개

싱가포르 식품청은 《식품 규정안(the Food Regulations)》 35조 미생물 기준(Microbiological standards) 조항에 비즉석섭취식품(Non-RTE)의 새로운 미생물 기준을 추가하는 《2023 식품 규정 개정 초안(비즉석섭취식품 미생물 기준)(Draft Food (Amendment No. Y) Regulations 2023 (Non-RTE Micro Standards))》을 공개했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

http://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=97281

[규정·제도]

2023년 말부터 즉석제조음료에 적용되는 뉴트리그레이드(Nutri-Grade) 요건 확대

싱가포르 보건부는 2023년 말부터 싱가포르의 특정 판매 환경에서의 즉석제조음료에 뉴트리그레이드(Nutri-Grade) 라벨링 요건 및 광고 금지 사항이 확대 적용될 예정이다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=97190&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=4&srchGubun

[규정·제도]

유아용 시리얼 제품에 사전 수입 통제 조치 도입 예정

싱가포르 식품청(SFA)은 수입 유아용 시리얼 제품의 사전 수입 통제 조치(pre-import control measures)로 공급업체 등록 관련 조치를 도입할 예정이라고 밝혔다. 사전 수입 통제 조치에 추가되는 공급업체 등록 관련 조치는 식품 안전 관리 및 보증 프로그램을 시행하는 식품 공급업체 (제조업체/생산업체)를 싱가포르 식품청에 등록하는 것으로, 해당 제도를 활용할 경우 아플라톡신 B1(Aflatoxin B1) 검사 보고서를 포함한 수입 허가 신청 서류를 제출하지 않아도 된다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=96861

[위생·안전]

<식품 규정 2022(수의약품 잔류물)>의 개정 초안 공고

싱가포르 식품청(SFA)은 《식품 규정 2022(수의약품 잔류물)(Food Regulations 2022(Veterinary drug residues))》의 일부 내용을 개정하는 초안을 공고했다. 해당 초안에는 “수의약품”의 정의 및 식품 내 잔류 수의약품에 대한 최대 잔류한계 기준(MRL) 설정, “항생제” 용어의 수정사항 및 “니신” 성분 조항의 변경 사항이 포함되어 있으며, 2023년 2월까지 이에 대한 의견을 수취했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

http://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=96793

[규정·제도]

한국의 일부 지역 가금류 및 가금류 제품 수입 잠정 중단

싱가포르 식품청은 고병원성 조류인플루엔자 H5N1가 발생한 한국 일부 지역에서 생산된 가금류 및 가금류 제품의 수입을 2022년 10월 17일부터 잠정 중단한다고 발표했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=96465&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=5&srchGubun

[라벨링]

식품별 세부 라벨 표시 규정 삭제 제안

싱가포르 식품청(SFA)은 «식품 판매 규칙»에서 식품 유형별 상세 라벨 표시 기준을 규정하는 '제품 식별 기준' 규정 항목(제5장 39조~260조)을 삭제하는 개정안을 공고했다. 해당 조치는 2단계로 진행되며, 1단계 조치사항은 2022년 4분기 이내에 완료될 예정이며 2단계는 2023년을 목표로 한다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=96303&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=5&srchGubun

[규정·제도]

식용 곤충의 수입 허용 및 수입 요건에 대한 의견 수렴 제안

싱가포르 식품청(SFA)은 식용 곤충 및 사료용 곤충의 수입을 허용하고, 해당 제품의 수입 및 현지 생산/가공 요건에 대한 공개 의견 수렴안을 공고했다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=96304