



# MINI Market Report

국가	싱가포르
제품	건조과일칩

주관사 : aT 한국농수산물유통공사

## CONTENTS

<b>I. 싱가포르 마케팅 방안</b> .....	<b>1</b>
1. 현지 시장 특징 .....	1
2. 현지 시장 진출 TIP .....	2
<b>II. 싱가포르 시장 정보</b> .....	<b>4</b>
1. 수입 동향 .....	4
2. 소비트렌드 .....	6
3. 관세 현황 .....	7
<b>III. 싱가포르 가격 정보</b> .....	<b>10</b>
<b>IV. 싱가포르 유통 정보</b> .....	<b>17</b>
1. 유통 구조 .....	17
2. 주요 유통업체 현황 .....	19
<b>V. 싱가포르 바이어 정보</b> .....	<b>22</b>

※ 참고 자료

## ※ 조사 개요 및 일정 ※

### 1. 조사 개요

- 조사 국가 : 에코우인터내셔널
- 조사제품 : 건조과일(사과, 배, 딸기 등)칩(Dried Fruit Chip)
- 조사 항목
  - 시장동향 : 건조과일칩 싱가포르 시장규모, 소비자 동향
  - 가격동향 : 경쟁사제품명 및 판매가격
  - 유통동향 : 유통회사명
  - 바이어 발굴 : 취급바이어소개
  - 마케팅 방안 : 제품 포지셔닝

### 2. 조사 일정

STEP	내용	완료일
조사 신청	- 미니조사 신청서 접수	8월 21일
조사 착수	- 조사국가/제품/항목 확인, 조사 담당자 배정	8월 25일
1차 정보수집	- 싱가포르 시장/가격/유통 국내외 정보 수집	9월 12일
중간 보고서 작성	- 싱가포르 시장/가격/유통 중간보고서 작성	9월 12일
2차 정보 수집	- 현지 바이어 구축 및 TM - 가격, 시장 등 정보 보강, 마케팅방안 최종 작성	9월 18일
최종 보고서 작성	- 완료 보고서 작성 및 송부	9월 19일

# 싱가포르 마케팅 방안

## 1. 현지 시장 특징

### □ 건조과실 수입 감소

- 싱가포르는 2013년 총 1,083만 5,172 달러 규모의 「건조한 과실」을 수입하였으며 이는 전년 대비 2% 정도 소폭 감소한 수치임
- 특히, 한국으로부터 23만 4,187 달러규모의 「건조한 과실」 수입하였고, 이는 전년 대비 32.55% 감소한 수치

### □ 다양한 건조과일칩 판매

- 건조과일칩은 싱가포르 온라인 상으로 활발히 판매 되고 있고, 사과, 파인애플, 바나나, 배, 딸기, 포도, 망고 등 다양한 종류의 건조과일칩 제품이 있음

### □ 한국 식품에 우호적인 편입

- 싱가포르 국민 설문조사 결과, 싱가포르 현지 식품문화가 외국식품으로 인해 다양화 되는 것에 대해 87%의 사람이 우호적으로 응답
- 외국 가공식품 유통 소매점을 이용하는 소비자 중 23% 정도가 한국과 일본 제품을 구매한다고 응답한 것에서 한국 가공식품에 대한 싱가포르 현지의 안정적인 선호도 감지

### □ 고급화 · 웰빙 트렌드 확산

- 싱가포르 가공식품시장의 최신 트렌드 중 「고급화」와 「웰빙」은 한국 제품에도 적용되는 요소로 현지 대형 마트에서 한국 과일류는 프리미엄 상품으로 취급하고 있

기 때문

- 싱가포르 국민은 식자재 원산지 중요도에 대한 설문조사에서 약 82%가 원산지에 대해 중요하게 생각한다고 응답했는데, 싱가포르에서 한국산에 대한 인식은 「웰빙」이 가장 강력하므로, 건강식품 이미지 극대화

□ 소포장, 날개 포장 선호

- 연중 30도가 넘는 열대성 기후 때문에 식품부패 방지위해 소포장 및 날개 포장을 선호하고 있음
- 또한, 여성의 사회활동 확대 및 핵가족화 등의 영향으로 편의성이 중시되고 있는 점도 소포장 및 날개 선호 확대에 일조하고 있음

□ 인증받은 제품에 대한 강한 신뢰

- 건강에 대한 선호도가 강해짐에 따라 HCS, HSS, HIS 등 식품인증에 관심이 확대되고 있음

## 2. 현지 시장 진출 TIP<sup>1)</sup>

□ 동남아시아 허브로서 현지 시장 특성 감안 필요

- 싱가포르는 중계무역이 발달한 나라로 비즈니스의 신뢰를 중시하고 글로벌 네트워크가 발달한 나라답게 단순히 싱가포르 시장만을 바라보고 수출을 할 수도 있지만 주변의 다른 동남아 국가들로의 진출에 상대적으로 용이
- 특히 화교자본이 유통이나 제조업을 장악하고 있는 동남아를 상대로 교역을 한다면 회상의 본거지인 싱가포르는 최적의 거점이 될 수 있음
- 다민족 국가답게 다양한 인종과 계층을 대상으로 한 테스트베드 역할을 하여 7,000여 다국적기업이 싱가포르를 아시아 지역본부로 삼고 있는 현실도 우리 수출기업들에게도 기회 요인이 될 것

1) 한국무역협회 싱가포르 지부장 인터뷰 기사 활용

- 최근 몇 년 사이에 불어닥친 한류의 영향으로 한국에 대한 좋은 이미지가 생성되어 한국산 제품에 대한 선호도가 많이 올라가 있는 상태
- 하지만 작년부터 시작된 엔저로 인해 싱가포르를 포함하여 동남아 지역에서 이미 자리를 잡은 일본 상품들의 더 적극적인 가격 공세가 예상됨에 따라 일본 제품과 직접 경쟁을 해야 하는 품목을 수출하는 기업들에게는 위협요인이 될 가능성이 높음

□ 온라인 마켓플레이스 활용한 현지 진출 필요

- 인구 530만명의 싱가포르는 시장규모는 작은 편이나 인터넷 쇼핑물 이용율은 세계 최고 수준
- 이미 잘 갖춰진 비즈니스 환경과 IT 기반 하에 싱가포르가 동남아 온라인 쇼핑의 교두보로서의 역할을 할 수 있다는 점이 중국의 타오바오, 일본의 라쿠텐과 같은 세계적 전자상거래 기업들을 끌어들이며 싱가포르는 동남아의 온라인 마켓플레이스 허브자리를 노리는 강자들의 격전장이 됨
- 인터넷의 발달로 새롭게 등장한 Cross-border 무역거래를 잘 활용한다면 직접 각국의 바이어를 찾던 영업형태에서 벗어나, 우리 중소기업들이 위험 부담을 줄이며 손쉽게 세계 소비자들을 상대로 직접 물건을 팔 수 있게 되어 새로운 기회의 장이 될 것이라고 판단

# II 싱가포르 시장 정보

## 1. 수입 추이

- 싱가포르는 식품의 90% 이상을 수입에 의존하는 절대수입국임
- 건조과일칩(Dried Fruit Chip)은 품목분류상 「당류에 의해 보존된 식물의 야채 과일 너트 과일 껍질 & 기타의 부분품」으로 분류되며, 가장 근접한 HS CODE 「8013」으로 파악되었음

< HS CODE >

HS코드명	품명 [대한민국(2014년)]
	한글
8013	건조한 과실(제0801호 내지 제0806호에 해당하는 것을 제외한다)과 이 류의 견과류 또는 건조한 과실의 혼합물 (Fruit, dried, other than that of headings 08.01 to 08.06; mixtures of nuts or dried fruits of this Chapter)

출처 : 관세청 (<http://www.customs.go.kr/>)

- HS CODE 「8013」에 대한 싱가포르 수입 추이
  - 싱가포르는 2013년 총 1,083만 5,172 달러 규모의 「건조한 과실」을 수입하였고, 주요 수입국으로는 미국, 중국, 태국, 터키, 말레이시아 등이 있음
  - 싱가포르는 미국으로부터 가장 많은 「건조한 과실」을 수입하였고, 2013년 316만 4,940 달러 규모의 수입을 하였으며, 이는 전년대비 12.17% 증가한 수치임
  - 미국에 이어 2위로는 중국으로, 2013년 279만 5,127 달러 규모의 「건조한 과실」 수입을 하였고, 이는 전년대비 16.84% 감소한 수치임
  - 3위는 태국으로, 2013년 115만 6,411 달러 규모의 「건조한 과실」을 수입하였고, 이는 전년대비 29.15% 증가한 수치임

- 홍콩은 8위로 2012년 13만 9,612 달러에서 2013년 32만 2302 달러로, 전년대비 130.86% 가장 많은 증가를 보였음
- 한국은 9위로, 2013년 23만 4,187 달러규모의 「건조한 과실」 수입하였고, 이는 전년대비 32.55% 감소한 수치임

Singapore Import Statistics					
Commodity: 0813, Fruit, Dried, Nesoi (Other Than Those Of Headings 0801 To 0806); Mixtures Of Nuts Or Dried Fruits Of This Chapter					
Calendar Year: 2012 - 2013					
Partner Country	United States Dollars		% Share		% Change
	2012	2013	2012	2013	2013/2012
World	11,018,420	10,835,172	100.00	100.00	- 1.66
1 United States	2,821,466	3,164,940	25.61	29.21	12.17
2 China	3,361,014	2,795,127	30.50	25.80	- 16.84
3 Thailand	895,410	1,156,411	8.13	10.67	29.15
4 Turkey	846,333	775,062	7.68	7.15	- 8.42
5 Malaysia	714,944	660,140	6.49	6.09	- 7.67
6 Taiwan	445,248	594,784	4.04	5.49	33.58
7 India	280,891	403,372	2.55	3.72	43.60
8 Hong Kong	139,612	322,302	1.27	2.97	130.86
<b>9 Korea South</b>	<b>347,226</b>	<b>234,187</b>	<b>3.15</b>	<b>2.16</b>	<b>- 32.55</b>
10 Australia	129,194	95,131	1.17	0.88	- 26.37

출처 : GTA (<http://www.gtis.com/>)



## 2. 식품 관련 소비 트렌드

### □ 고급 제품 선호

- 2013년에 이어 2014년에도 Nestle, Kraft Foods 등의 글로벌 유명 브랜드 상품이 우수한 품질과 소비자 접근성으로 싱가포르 가공식품시장의 안정적인 성장세를 주도하나, 경쟁 브랜드와의 고급 기능성 제품 경쟁이 심화
- 싱가포르 소비자의 구매력 향상으로 인해 고급 제품에 대한 선호도가 증가하고 있는 가운데, 2013년 사치품의 구매가 4%의 성장을 기록하며 8억9000만 달러의 성장치를 보였으며, 현재에도 싱가포르인의 바쁜 일상생활로 인해 고급 제품의 충동구매 또한 증가 추세임

### □ 소포장, 날개 포장을 선호

- 연중 30도가 넘는 열대성 기후여서 식품의 부패를 방지하기 위해 소포장·날개포장을 선호하고, 여성의 사회생활, 가정규모의 축소화 등의 이유로 편의성이 증시되어 (반)조리 식품의 소비가 두드러짐
- 주요 구성원인 화교는 달콤하고 기름지며 씹기 부드러운 음식을 좋아하나, 최근 건강에 대한 관심증가로 저지방·저당·저염 식품으로 트렌드가 변화
- 말레이계는 할랄에 따라 음식을 선택하기 때문에 음식 자체의 맛보다는 추가해서 먹는 소스를 중시
- 대부분의 소비자들이 식품안전과 위생을 중요하게 여겨 영양정보, 안전, 위생기준이 명확하게 기입된 라벨링을 확인하고 구입

### □ HCS, HSS, HIS 정부가 인증하는 제품에 대한 강한 신뢰

- 유기농 및 건강식품에 대한 선호도가 강해 정부가 인증하는 「Healthier Choice」 마크에 대해 국민의 70%가 인지하고, 건강식품 구입 시 69%가 확인

- Healthier Choice 마크 : 지방 및 포화지방, 나트륨 함유량 등을 낮추고 식이섬유와 칼슘, 통곡물 함유량 등을 높인 식품에 부착

		
<p>유제품, 시리얼, 과일과 채소, 해산물, 고기와 가금류, 계란과 계란제품, 음료, 소스, 스낵 등 11 가지 카테고리에 적용</p>	<p>칩류와 아이스크림류에 부착하는 인증</p>	<p>칩류와 아이스크림류에 부착하는 인증</p>

□ 웰빙 트렌드 확산

- 건강과 웰빙에 대한 높은 관심

- 싱가포르 건강 진흥원에 따르면 싱가포르 국민의 비만율이 2004년 7% 이후로 지속적으로 증가해 10%를 훌쩍 넘기며 비만을 중요 질병으로 인식
- 이에 건강한 식품 선택을 장려하기 위해 Healthier Choice Symbol 로고를 만들어 사용하고 이후 소비자의 건강에 대한 인식이 높아지며 싱가포르 가공식품 소비의 트렌드가 됨

- 싱가포르 가구당 자녀의 수가 1~2명으로 적어짐에 따라 부모가 꼼꼼히 제품의 품질을 따져보는 경향 증가

- 특히 영아자녀를 둔 부모는 유아식품 박람회나 인터넷을 통한 조사로 좋은 재료의 고급 제품을 구입하려는 성향이 있음

- 유기농 빵, 유아식품, 유제품 등이 이 분야의 성장을 주도해 나갈 것임

- 건강에 중점을 둔 가공식품 또한 마찬가지로 소형 포장 편의제품이 증가

- Nestle Singapore Pte Ltd, Yakult Pte Ltd. 등의 기업이 소비자의 요구를 충족시키기 위해 새로운 상품을 출시함

□ 스낵류 성장, 다양한 용도로 소비

- 간식류의 성장률은 평균 3%대를 보이고 있으며, 약 300여 개의 과자류 제조업체가 있어 소비량의 50~55%를 자국 생산으로 충당
- 1인당 과자 소비량이 동남아시아에서 태국 다음으로 2위를 기록하고 있고, 구매층 또한 골고루 퍼져 있으며, 간식 목적 외에 식사대용, 영양소 보충, 명절 선물용 등 다양한 용도로 소비

□ 농수산물식품의 온라인 판매 연평균 35.5%

- 인터넷 시장규모가 약 7,700억 원에 달하며 식품, 전자기기 등 상품 카테고리별 전문 쇼핑몰이 발달
- 품목별 매출을 보면 1순위 의류, 2순위 식품류이며, 농수산물식품의 온라인 판매가 연평균 35.5%. 대부분의 소비자들이 식품안전과 위생을 중요하게 여겨 영양정보, 안전, 위생기준이 명확하게 기입된 라벨링을 확인하고 구입

□ 아시아 시장 확대를 위한 허브시장

- 2012년 기준 외국인 관광객수 1,450만명, 1년 관광수입 231억 싱가포르 달러 (SGD)로 아시아의 소비와 유통 트렌드를 주도하는 관광·쇼핑 명소이기 때문에 향후 아시아시장 확대를 위한 허브시장으로서의 역할이 기대되는 시장

### 3. 관세 현황

HS CODE	내용	관세율
0813	건조한 과실(제0801호 내지 제0806호에 해당하는 것을 제외한다)과 이 류의 견과류 또는 건조한 과실의 혼합물 (Fruit, dried, other than that of headings 08.01 to 08.06; mixtures of nuts or dried fruits of this Chapter)	0 %

출처 : 관세청(<http://www.customs.go.kr/>)

- 동남아시아의 허브국가이자 자유무역의 강력한 지지자로 특별한 무역장벽이 존재하지 않음
- 식품의 절대 수입국가로서 식품에 대한 수입관세가 없으며, 다만 주류, 담배류 등에 대해 높은 관세를 부과하고 있음
- 진입장벽으로는 육류 및 계란류에 대한 엄격한 생산업체 인증제도, 수산물 중 생굴에 대한 엄격한 인허가제도, 수입신고서에 국제통일상품분류번호(HS코드) 이외에 별도의 관세청 제품번호(Product Code)를 기재해야 하는 점 등이 있음
- 육류, 육류함유제품 및 계란 등과 동물성식품에 대해서는 질병확산 방지를 이유로, AVA가 실시하여 승인한 생산자로부터의 수입만 허용하고 있음

□ 관세청 제품번호 (Product Code)

- 싱가포르의 국제통일상품분류인 HS Code 이외에, 모든 수입신청서에 자국의 관세청 제품번호를 기재하도록 하고 있음. 관세청 제품번호는 수입제품의 담당관청 및 표본조사, 수시조사, 전량조사 등의 검역방법 등에 대한 분류의 신속화를 통한 통관절차의 신속화를 목적으로 하고 있어, 특이사항이 없는 물품의 경우 1~2일 이내에 통관이 완료된다는 장점을 가지고 있으나, 제품번호의 오기 등으로 통관절차가 지연될 수 있다는 단점이 있어 주의가 요구됨
- 싱가포르 관세청에서 운영하는 안내사이트(TradeExchange)를 통해 개별 HS번호에 해당되는 제품번호를 확인할 수가 있으며, AVA에서는 식품류와 관련된 제품번호 안내를 별도로 제공하고 있음

## ▣ 싱가포르 가격 정보

---

### □ 싱가포르 온라인 매장 가격 조사개요




- 본 가격조사는 FairPrice, Cold Storage, SHENGSIONG, GIANT로 대표되는 싱가포르 대형유통매장 중 FairPrice, Giant, Qoo10의 온라인 가격 정보를 수집하였음
- 건조과일칩은 싱가포르 온라인 상으로 활발히 판매 되고 있고, 사과, 파인애플, 바나나, 배, 딸기, 포도, 망고 등 다양한 종류의 건조과일칩이 있음
  - 가격대는 적게는 개당 USD 1~2 판매 되고 있고, 많게는 개당 USD 7~8 판매되고 있음

### □ 싱가포르 온라인 매장 판매 현황

- Qoo10 온라인 가격 현황

업체명	Bare Fruit	Bare Fruit	Bare Fruit
제품 이미지			
제품명	Bare Fruit 100% Organic, Gluten Free, Bake-Dried Apples, Fuji, 14 oz	Bare Fruit Gluten Free Apple Chips, Sea Salt Caramel, 2.2 Ounce (Pack of 12)	Bare Fruit Natural Gluten Free Crunchy Baked Apple Chips, Fuji Red, 0.53-Ounce Bags (Pack of 24)
가격	SGD 60.8	SGD 77.9	SGD 67.7
	USD 47.93	USD 61.41	USD 53.37

출처 : <http://www.qoo10.sg/>

업체명	Bare Fruit	Seneca	Seneca
제품 이미지			
제품명	Natural Gluten Free Crunchy Baked Apple Chips, (Pack of 24)	Original Apple Chips - 2.5 oz. bag, 12 per case	Seneca Sour Apple Apple Chips, 2.5-Ounce Bags (Pack of 12)
가격	SGD 72.5	SGD 62.9	SGD 61.8
	USD 57.15	USD 49.59	USD 48.72

출처 : <http://www.qoo10.sg/>

업체명	nurturme	nurturme	nurturme
제품 이미지			
제품명	Yum-A-Roo s Tropical Twist Banana, Mango and Pineapple Dried Fruit & Veggie Bites, 0.75 oz, (Pack of 6): Feeding Ingredients	Yum-A-Roo s Happy Harvest Pea, Sweet Corn and Apple Dried Fruit & Veggie Bites, 0.75 oz, (Pack of 6): Feeding Ingredients	Yum-A-Roo s Caribbean Crop Pea, Banana and Pineapple Dried Fruit & Veggie Bites, 0.75 oz, (Pack of 6): Feeding Ingredients
가격	SGD 65.5	SGD 69.5	SGD 65.5
	USD 51.64	USD 54.79	USD 51.64

출처 : <http://www.qoo10.sg/>

업체명	Good Health	Brothers-ALL-Natural	Good Health
제품 이미지			
제품명	Good Health Crispy Apple Chips, Original, 2.5-Ounce Bags (Pack of 12)	Fuji Apple Crisps, 0.35-Ounce Bags (Pack of 24)	Cinnamon Apple, 2.5-Ounce (Pack of 12)
가격	SGD 74	SGD 74.2	SGD 80.9
	USD 58.34	USD 58.49	USD 63.78

출처 : <http://www.qoo10.sg/>

- Fair Price 온라인 가격 현황

업체명	Delmonte	7D	JOY
제품 이미지			
제품명	Sun Dried Raisins 340G	Dried Mangoes 100G	Dried Mangoes 200G
가격	SGD 4.15	SGD 3.5	SGD 5.15
	USD 3.27	USD 2.76	USD 4.06

출처 : <http://www.fairprice.com.sg/>

업체명	7D	Harvest	Harvest
제품 이미지			
제품명	Dried Mangoes 200G	Fields Dried Pitted Prunes 100G	Fields Dried Cranberries 70G
가격	SGD 5.9	SGD 2.15	SGD 2.15
	USD 4.65	USD 1.69	USD 1.69

출처 : <http://www.fairprice.com.sg/>






업체명	Harvest	Ocean Spray	Delmonte
제품 이미지			
제품명	Fields Dried Apricot 90G	Craisins Dried Cranberries - Origl 170G	Premium Cranberries 170G
가격	SGD 2.15	SGD 4.95	SGD 4.45
	USD 1.69	USD 3.9	USD 3.51

출처 : <http://www.fairprice.com.sg/>

업체명	Origins	Origins	Origins
제품 이미지			
제품명	Healthfood Black Raisins 250G	Healthfood Golden Raisin 250G	Healthfood Organic Cranberries 250G
가격	SGD 3.85	SGD 3.95	SGD 10.7
	USD 3.04	USD 3.11	USD 8.44

출처 : <http://www.fairprice.com.sg/>

- Giant 온라인 가격 현황

<b>업체명</b>	7D	FIRST CHOICE	FIRST CHOICE
<b>제품 이미지</b>			
<b>제품명</b>	Dried Mangoes 200g	Dried Cranberries 75g	Dried Apricots 250g
<b>가격</b>	SGD 5.7	SGD 3.05	SGD 5.7
	USD 4.49	USD 2.4	USD 4.49

출처 : <https://giantonline.com.sg>

<b>업체명</b>	FIRST CHOICE	FIRST CHOICE	TONG GARDEN
<b>제품 이미지</b>			
<b>제품명</b>	Dried Mango 200g	Dried Prunes 120g	Sun Gift Dried Cranberries 110g
<b>가격</b>	SGD 5.5	SGD 3.05	SGD 4.25
	USD 4.34	USD 2.4	USD 3.35

출처 : <https://giantonline.com.sg>

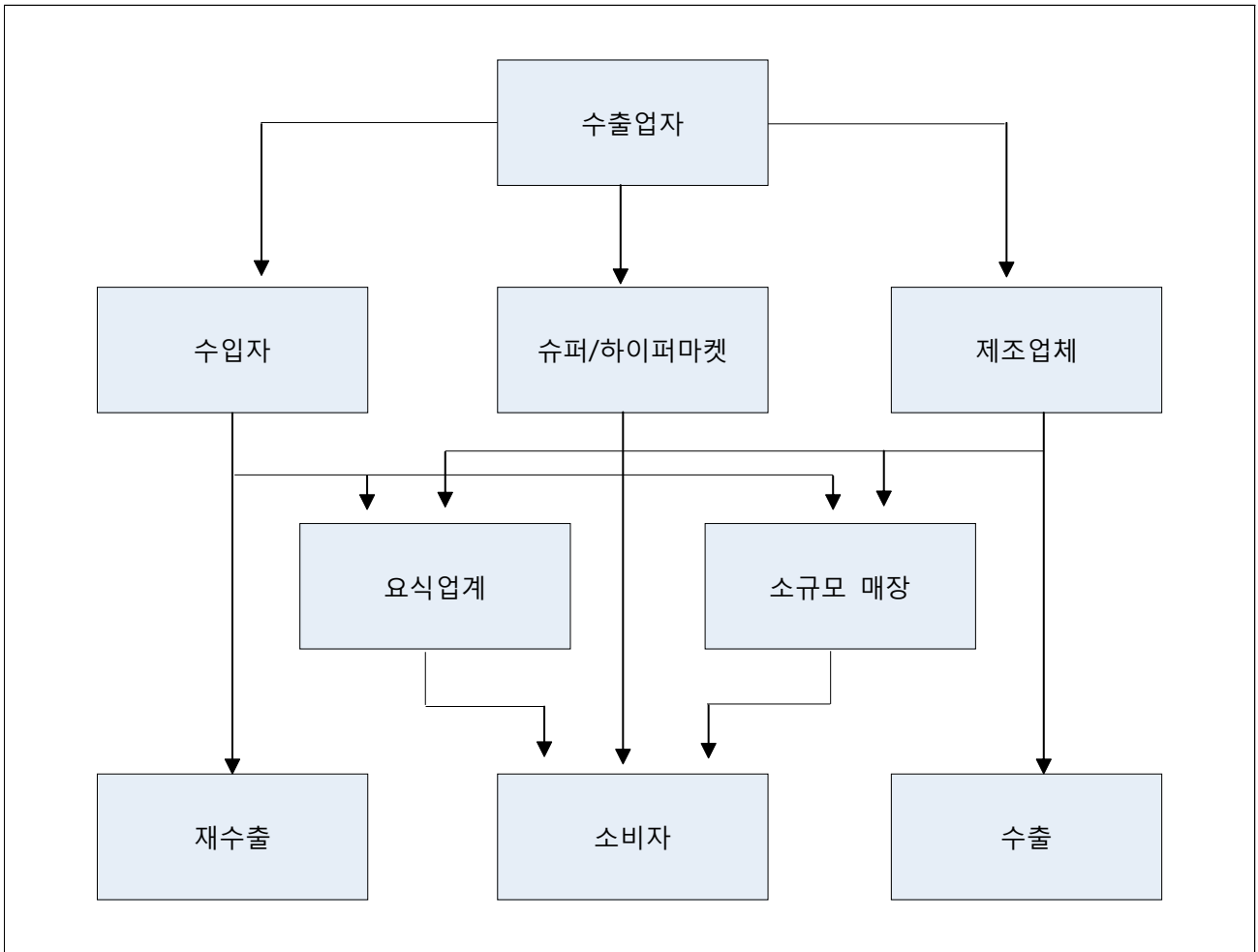
<b>업체명</b>	TONG GARDEN	TONG GARDEN	TONG GARDEN
------------	-------------	-------------	-------------

<p>제품 이미지</p>			
<p>제품명</p>	<p>Sun Gift Dried Figs 130g</p>	<p>Sun Gift Dried Guava 150g</p>	<p>Sun Gift Dried Mango 150g</p>
<p>가격</p>	<p>SGD 3.5</p>	<p>SGD 3.5</p>	<p>SGD 4.5</p>
	<p>USD 2.76</p>	<p>USD 2.76</p>	<p>USD 3.55</p>

출처 : <https://giantonline.com.sg>

## IV 싱가포르 유통 정보

### 1. 식품 유통 구조



출처 : KITA(www.kati.net)

□ Import-Retailer-Consumer로 유통단계가 단순

- 싱가포르의 유통구조는 타 동남아 국가에 비해 단순한 편으로, 국토가 넓지 않기 때문에 대부분 「Import-Retailer-Consumer」의 단순한 단계로 지역별 중간 유통업체 (Distributor)를 두는 경우가 거의 없음

□ 현대식 유통채널이 전체 식품매출의 60%, 전통적 유통채널이 40% 점유

- 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 편의점 등 현대적인 대형유통업체가 전체 식품매출의 약 60%를, 소규모 개인점포와 「Wet Market」으로 불리는 지역 재래시장 등이 나머지 40%를 점유
- 현대식 유통채널 중에는 슈퍼마켓, 하이퍼마켓, 편의점 순. 최근에는 온라인 쇼핑을

통한 식품 구매율도 높아지고 있는 추세

□ 납품 벤더의 노력 없이는 대형유통업체 입점 어려워

- 대형유통업체의 경우 입점 품목에 대한 머천다이징 활동(재고관리, 프로모션 등)을 납품 벤더(현지 수입업체)를 통해 하며 입점 품목에 대한 관리, 판매증대 등을 도모하는 경향이 강하며, 납품 벤더의 이러한 노력 없이는 입점 자체가 현실적으로 어렵고, 입점되었다 해도 단 시일 내에 방출
- 특정 상품에 대해서 대형유통업체가 국외 제조업체/수출업체로부터 직접 수입을 하기도 하지만, 주로 PB상품, 일부 신선 농산물 계약재배 형태 계약에 국한됨
- 1품목-1벤더 형태보다는 다품목-1벤더 운영을 선호하고 주로 카테고리별, 수입국별 등으로 납품 벤더를 운영하고 있음. 대형유통업체 주요 납품 벤더들은 연말 등 특정 시기에 펀딩 형태로 제품의 마케팅 비용을 부담하는 것이 통상적인 관례임. 유통 업체별 중앙 집합지가 있는 경우에도, 품목에 따라서는 매장별 Order, Delivery를 요구하는 경우도 있음

□ 싱가포르 대형유통업체 납품을 위한 납품 벤더의 필수조건

준비사항	관련기관	비고
싱가포르 등록 업체	ACRA(싱가포르 사업자등록 기관)	Major brand를 가진 다국적기업도 싱가포르에 사무실/배송시설 유지
수입허가서	AVA(싱가포르 수입검역 기관)	수입허가는 싱가포르에 사업자 등록을 가진 업체만 가능
품질 검사	해당 유통 업체	신선식품은 Freshness 검사, 가공식품은 유통기한 검사

출처 : ACRA, AVA

## 2. 주요 유통업체 현황

□ 주요 대형 유통 업체

	매장수	Finest 10개점, xtra 5개점, supermarket 96개점
	특 징	싱가포르 유통부분 1위 / 정부 물가정책 적극 참여(국영 슈퍼마켓 성격 강함) / 지역별 소득별 고객계층에 따른 점포형태 다양화 / 연매출액 2,134백만달러
	고객층	모든 계층
	매장수	Market Place(고급) 7개점, Cold Storage 48개점
	특 징	고급 수입식품 다수 취급/ 고급스러운 매장 / Daliy Farm Gtoup 계열
	고객층	중산층
	매장수	Giant 9개점
	특 징	중저가 상품 위주 취급 / 넓은 매장 공간 확보 Daily Farm Group 계열
	고객층	중산층
	매장수	Supermarket 33개점
	특 징	저가 상품 위주 취급 / 외곽 주거단지 위치 / 연매출액 462백만 달러
	고객층	중산층 이하
	매장수	68개점(Giant로 통합 - Giant hyper7, Giant super39, GiantExpress stores 22)
	특 징	편의점 형태의 소규모 슈퍼 / 연매출액 264백만 달러
	고객층	모든계층

출처 : KATI(www.kati.net)

일본계 유통업체

	매장수	Supermarket 1개점
	특징	일본계 슈퍼마켓으로 일본제품은 일본으로부터 직수입, 나머지 제품은 싱가포르 로컬 벤더를 통한 소싱. 일본 식품 다수 입점
	고객층	중산층 이상
	매장수	Supermarket 1개점
	특징	일본계 이세탄 백화점 내 입점한 고급 식품전문매장
	고객층	중산층 이상

출처 : KATI (www.kati.net)

□ 유통채널 별 특성

- 백화점 및 쇼핑센터는 관광객이 많이 모이는 오차드 로드, 마리나베이, 선택 인근에 많이 분포되어 있으며, 나머지는 내국인들의 거주지역에 위치해 있음. 최근에는 거주지역을 중심으로 생성된 대규모 쇼핑몰들의 수준이 높아지면서 역으로 오차드 로드 지역의 소비층을 흡수하는 현상도 벌어지고 있다고 함. 보통 여러 쇼핑센터, 백화점들이 한데 모여 거대한 상가 군을 이루고 있음
- 식료품 및 생활용품 유통업체로는 FairPrice, ColdStorage, ShengSiong 등이 대표적이며 대규모 체인형태로 전국 어느지역을 가나 쉽게 찾을 수 있고 이중 FairPrice를 운영하는 NTUC와 Cold Storage를 운영하는 데어리팜그룹은 대형 하이퍼마트 부문에도 진출해 있음
- 또한 가구, 가전 등 특정 상품군을 중심으로 유통을 진행하고 있던 IKEA, Harvey Norman 등도 점차 식품, 생활용품 등으로 상품군을 점차 다양화, 대형화 하고 있음
- 업체 간 경쟁도 그만큼 치열해, 2012년에는 15년간 싱가포르 중심부에서 사업을 운영하던 까르푸가 철수하기도 하였음
- 싱가포르는 초현대식 쇼핑 센터와 재래 시장이 공존. 보통 싱가포르 하면 초현대식 건물의 휘황 찬란한 백화점들을 연상하지만, 시내 곳곳에는 우리나라의 재래시장과

비슷한 형태의 시장들도 자리 잡고 있고, 재래시장은 주로 HDB아파트 인근지역을 끼고 형성돼 있음(HDB아파트는 싱가포르 정부가 공급하는 공공주택이며 한국의 주공아파트 같은 개념에 해당함. 싱가포르 국민의 80%이상이 HDB에 거주)

- 현지 유통업 진입에 대한 특별한 제한이 없기 때문에 외국자본이 대형 백화점을 중심으로 대거 진출해 있는 상황이며 특히 일본계 백화점의 진출이 두드러지고 있음
- 일본계 백화점의 경우 1970~80년대부터 진출이 활발하였는데, 2000년을 전후로 대부분 철수하였지만, 현재까지 남아있는 업체들은 소매 유통부분의 대표주자로서 입지를 굳히고 있음
- 남아있는 일본계 유통업체로는 다카시마야(TAKASHIMAYA), 소고(SOGO), 이세탄(ISETAN), 세이유(SEIYU) 등을 들 수 있으며, 영국계 유통조직은 ROBINSON, COURTS 등이 대표적임

## **V** 싱가포르 바이어 정보

---



※ 바이어 리스트는 별도 파일로 첨부하였습니다.

※ 참고자료

- GTA : <http://www.gtis.com/>
- 관세청 : <http://www.customs.go.kr/>

- qoo10 : <http://list.qoo10.sg/>
- FairPrice : <http://www.fairprice.com.sg/>
- Giant : <https://giantonline.com.sg>
- KITA : [www.kati.net](http://www.kati.net)
- google : [www.google.com](http://www.google.com)