

2024 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202410-35
품목 | 알가공품(Processed Egg Products)
HS CODE | 0408.99-9000
국가 | 싱가포르(Singapore)



CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 조사

I. 요약

1. 요약	04
-------	----

II. 시장규모

1. 싱가포르 유제품 및 계란 시장규모	06
2. 싱가포르 기타 유제품 및 계란 시장규모	07
3. 싱가포르 알가공품 수입규모	08

III. 시장트렌드

1. 싱가포르 소비 트렌드	11
2. 싱가포르 간편조리식품 시장 동향	12
3. 싱가포르 다이어트 식품 시장 동향	13
3. 싱가포르 소비자 마케팅 전략	14

IV. 유통채널

1. 싱가포르 알가공품 유통채널 점유율	
2. 싱가포르 알가공품 주요 유통채널	



CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 조사

V. 진입장벽

1. 싱가포르 알가공품 통관 및 검역 절차	23
2. 싱가포르 알가공품 품질 인증	26
3. 싱가포르 알가공품 라벨링	28
4. 싱가포르 알가공품 성분 및 유해물질	33

VI. 수입·유통업체 인터뷰

1. 페어프라이스(FairPrice)	37
2. 성송(Sheng Siong)	39
3. 프라임슈퍼마켓(Prime Supermarket)	41

※ 참고문헌	43
--------	----

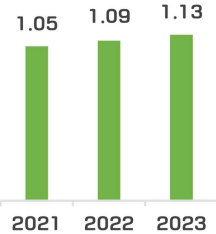


싱가포르 알가공품 시장

시장 현황

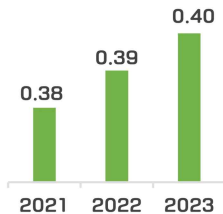
유제품 및 계란 시장규모

단위 : 십억 달러



기타 유제품 및 계란 시장규모

단위 : 십억 달러

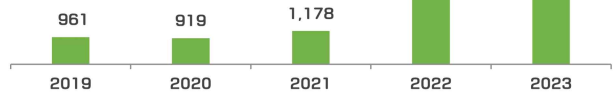


수출입 현황

수출입 현황 (HS CODE 0408.99 기준)

■ 싱가포르 전세계

단위 : 천 달러



국가별 수입규모



시장 트렌드

이슈 분석

소비 트렌드

싱가포르 소비자, 구매력 향상 및 지속가능·친환경 중시 제품 수요 증가

간편조리 식품 시장

간편조리식품 시장, 건강 트렌드와 정책 바탕으로 다양한 브랜드의 제품 판매 중

다이어트 식품 시장

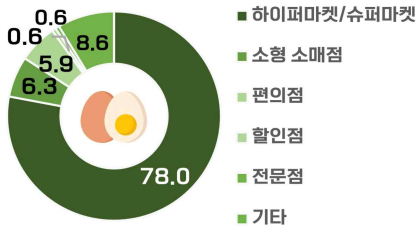
비만 인구 증가와 건강 관심 확대로 건강 및 웰니스 식품의 수요 증가

마케팅 전략

대규모 할인 프로모션 및 소셜미디어 마케팅 캠페인으로 소비 촉진

주요 유통채널

유통채널 점유율



통관 및 제도

수출 통관 유의사항

세금
한·싱가포르 FTA 협정세율 0%

사전 준비
가금류 제품 수입 조건 확인
STP 제도 활용 시 통관 혜택
싱가포르 식품청 사전 등록

권장 인증

FSSC 22000

ISO 22000

HACCP

유의사항

라벨 필수 표기사항
제품명, 원재료명, 순종량, 원산지, 수입업체 및 유통업체 정보, 유통기한, 영양정보, 추천 사용 방법 등

수입유통업체 인터뷰

인터뷰 대상 :

FairPrice

SHENG SIONG LINE

PRIME SUPERMARKET

Point 01.

시장수요 싱가포르에서 메추리알 제품은 주요 소비 품목은 아니지만, 건강하고 간편한 간식을 찾는 소비자들 사이에서 점차 주목받고 있음
인증 및 규제 싱가포르 식품청(SFA)의 규정을 준수해야 하며, HACCP 인증으로 소비자 신뢰를 얻을 수 있음
유통채널 대형 슈퍼마켓 내 간편식 코너와 스낵 코너에 배치하고, 온라인 플랫폼에서 제품 접근성을 강화하는 것을 권장함

Point 02.

가격 피드백 싱가포르 시장에서 주로 판매되는 일본 및 중국산 알가공품의 가격과 비교하였을 때 고객사 제품은 합리적인 가격대이나, 일부 가성비를 중시하는 소비자에게는 높은 가격일 수 있음. 따라서, 약 1.5싱가포르달러 내외의 범위에서 가격을 정하는 것을 권장함
홍보 전략 제품의 독특한 맛과 간편함을 강조하며, 소비자들 사이에서 새로운 간식을 경험할 수 있도록 유도하는 것이 좋음

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

II 시장규모



1. 싱가포르 유제품 및 계란 시장규모
2. 싱가포르 기타 유제품 및 계란 시장규모
3. 싱가포르 알가공품 수입규모

1. 싱가포르 유제품 및 계란 시장규모

싱가포르 국가 일반 정보¹⁾

면적	734.3km ²
인구	592만 명
GDP	5,014억 달러
GDP (1인당)	8만 4,734달러

▶ 싱가포르 2023년 유제품 및 계란 시장규모 1.48조 원²⁾³⁾⁴⁾

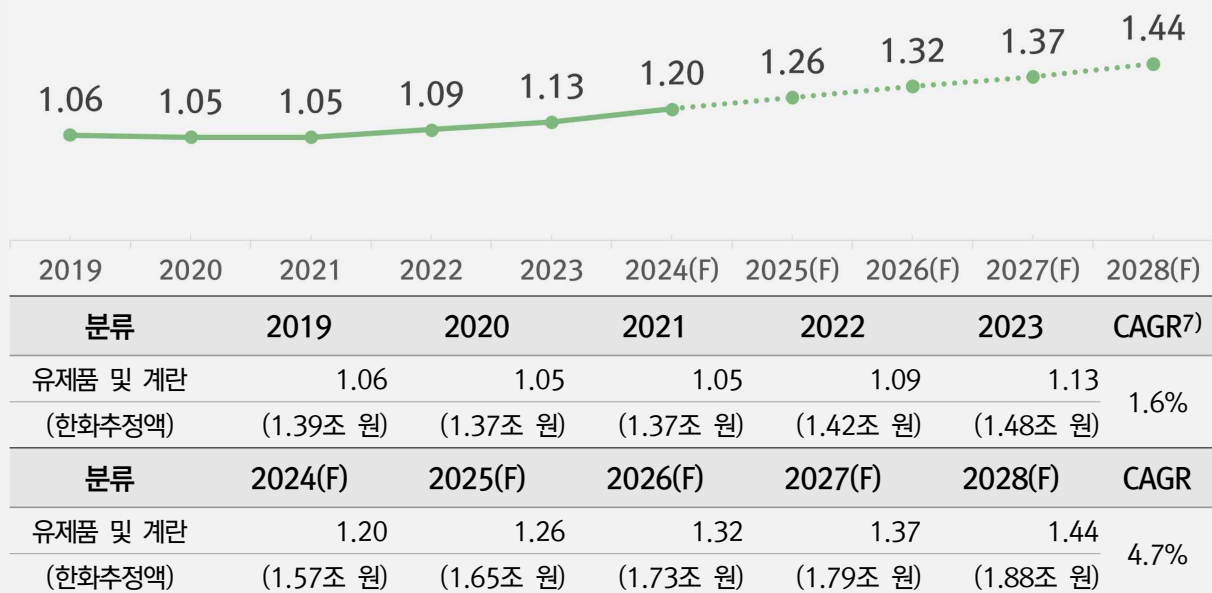
싱가포르의 유제품 및 계란 시장규모는 2023년 기준 1.48조 원으로 집계되었으며, 이는 최근 5년(2019-23년)간 연평균 1.6%씩 증가한 수치임. 싱가포르의 유제품 및 계란 시장은 같은 해 14.2조 원 규모로 집계된 한국 유제품 및 계란 시장의 약 10% 수준의 규모를 가진 것으로 확인됨

▶ 싱가포르 유제품 및 계란 시장, 향후 연평균 4.7% 성장 전망

싱가포르의 유제품 및 계란 시장은 향후 5년(2024-28년)간 연평균 4.7%씩 성장하여 2028년에는 1.88조 원 규모에 이를 것으로 예측됨. 싱가포르의 유제품 및 계란 시장은 2021년까지 코로나19와 글로벌 공급망 위기 등으로 인해 그 성장세가 주춤한 모습을 보임. 그러나 이후 2년(2022-23년) 모두 전년 대비 약 4% 성장하며 뚜렷한 성장세를 형성하는 데 성공했으며, 이러한 성장세는 당분간 지속될 것으로 전망됨

[표 2.1] 싱가포르 유제품 및 계란 시장규모⁵⁾⁶⁾

단위 : 십억 달러



자료: 스태티스타(Statista)

1) 자료: 외교부 홈페이지

2) 자료: 스태티스타(Statista), 'Dairy Product & Eggs - Singapore', 2024.10

3) 스태티스타에 따르면, '유제품 및 계란(Dairy Product & Eggs)'은 우유와 우유 대체품, 그리고 닭, 오리, 메추리 등 가축에서 생산된 계란을 포함함

4) 조사제품 '알 가공품'의 제품 유형을 고려해 '기타 유제품 및 계란(Other Dairy Product & Eggs)'과 상위 시장인 '유제품 및 계란' 시장을 조사함

5) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

6) 1달러=1,306.90원(2024.10.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

7) 연평균 성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

2. 싱가포르 기타 유제품 및 계란 시장규모

▶ 싱가포르 2023년 기타 유제품 및 계란 시장규모 5,228억 원⁸⁾⁹⁾

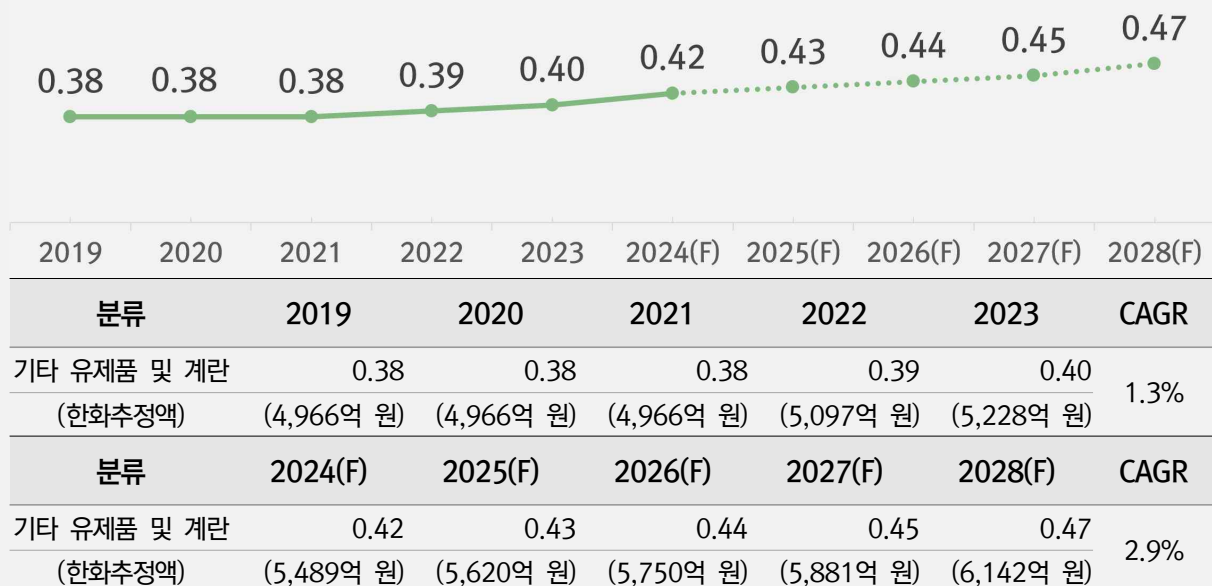
2023년 기준 싱가포르의 기타 유제품 및 계란 시장규모는 5,228억 원으로 집계되었으며, 이는 최근 5년(2019~23년)간 연평균 1.3%씩 증가한 수치임. 싱가포르의 기타 유제품 및 계란 시장은 같은 해 12.4조 원 규모로 집계된 한국의 기타 유제품 및 계란 시장의 약 4% 수준의 규모를 가진 것으로 파악되어, 기타 유제품 및 계란 시장이 전체 유제품 및 계란 시장에서 차지하는 비중이 한국에 비해 비교적 적은 상황임

▶ 싱가포르 기타 유제품 및 계란 시장, 향후 연평균 2.9% 성장 전망

싱가포르의 기타 유제품 및 계란 시장은 향후 5년(2024~28년)간 연평균 2.9%씩 성장하여 2028년에는 6,142억 원 규모에 이를 것으로 예측됨. 그간 뚜렷한 변화 없이 유지된 싱가포르의 기타 유제품 및 계란 시장 역시 최근 악재 해소로 인한 증가세가 관찰되었으며, 향후 5년간 지난 5년에 비해 높은 성장률을 보일 것으로 기대됨

[표 2.2] 싱가포르 기타 유제품 및 계란 시장규모

단위 : 십억 달러



자료: 스탯ISTA(Statista)

8) 자료: 스탯ISTA(Statista), 'Other Dairy Product & Eggs - Singapore', 2024.10

9) 스탯ISTA에 따르면, '기타 유제품 및 계란(Other Dairy Product & Eggs)'은 가축의 우유로 만든 기타 제품과 달걀 이외의 가축의 알을 포함함

3. 싱가포르 알가공품 수입규모

HS CODE 0408.99

해당 장에서 조사제품 알가공품은 HS CODE 0408.99로 분류됨. HS CODE 제0408호의 품명은 '새의 알과 알의 노른자위'이며, HS CODE 0408.99의 품명은 '기타'로 확인됨

▶ HS CODE 0408.99 싱가포르의 對글로벌 수입액, 34억 원

2023년 기준 HS CODE 0408.99 품목에 대한 싱가포르의 對글로벌 수입액은 34억 원으로 집계됨. 해당 품목에 대한 싱가포르의 對글로벌 수입액은 지난 5년(2019-23년)간 연평균 27.9%씩 증가한 것으로 확인되었으며, 특히 2022년에 전년 대비 111% 증가라는 높은 증가폭을 기록함

▶ HS CODE 0408.99 싱가포르의 對한국 수입액, 미집계

해당 품목에 대한 싱가포르의 對한국 수입액은 조사 기간인 최근 5년(2019-23년)간 집계되지 않음. 한편, 해당 품목에 대한 싱가포르의 국가별 수입액은 2023년 기준 1위 말레이시아(26억 원), 2위 인도(4억 원), 3위 미국(3억 원) 순으로 집계되어, 인접국인 말레이시아로부터의 수입이 전체의 4분의 3가량을 담당하고 있는 것으로 확인됨

[표 2.3] 싱가포르 HS CODE 0408.99 수입규모

단위 : 천 달러



자료: ITC(International Trade Centre)

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

III 시장트렌드



1. 싱가포르 소비 트렌드
2. 싱가포르 간편조리식품 시장 동향
3. 싱가포르 다이어트 식품 시장 동향
4. 싱가포르 소비자 마케팅 전략

1. 싱가포르 소비 트렌드

▶ 싱가포르 소비자 구매력 더욱 향상될 전망

싱가포르의 소비시장은 큰 변화를 겪고 있음. 글로벌 시장조사 기관 스탯이스타(Statista)에 따르면, 2022년 싱가포르의 총 소매 판매액은 472억 4,000만 싱가포르달러(47조 9,297만 원¹⁰⁾)로, 이는 코로나19 이전 수준을 넘어선 것으로 나타났다. 싱가포르인을 대상으로 한 ‘얼마나 자주 쇼핑을 하는가’ 라는 설문조사에서 응답자 중 약 21.6%가 한 달에 한 번 쇼핑한다고 응답했으며, 한 번도 쇼핑하지 않는다고 응답한 비율은 4.8%에 불과했음. 2023년 연말 소비 계획 설문조사에 따르면, 싱가포르 국민 중 36%가 총 100-500싱가포르달러(10만 1,460원-50만 7,300원) 규모의 지출을 계획하고 있으며, 1,000싱가포르달러(101만 4,600원) 이상을 지출할 예정이라고 응답한 비율도 5%로 나타났다. 2024년에는 싱가포르 경제 성장률이 상승하고, 물가가 안정되면서 소비자들의 구매력이 향상될 것으로 전망됨

▶ 싱가포르 소비자, 지속가능성과 친환경성에 큰 가치 매겨

싱가포르에서는 지속 가능한 포장에 대한 수요가 증가하고 있음. 비즈니스 타임즈(Business Times)의 조사에 따르면, 응답자의 95%가 지속 가능한 포장을 갖춘 제품을 구매하려는 경향이 있는 것으로 조사됨. 특히, 지속 가능한 포장을 선택할 때 가격을 가장 중시하는 것으로 나타났으며, 응답자의 53%는 가격이 더 비싸지 않다면 지속 가능한 포장 제품을 구매할 것이라고 응답함. 이는 친환경 제품 구매 트렌드가 더욱 인기를 얻고 있음을 보여줌. 특히, 싱가포르 정부가 친환경 및 탄소 중립을 목표로 한 그린 플랜과 같은 정책들을 발표하면서, 소비자들 사이에서 지속 가능성과 친환경성에 대한 인식이 높아지고 있음. 이에 따라 제품과 포장에 친환경적인 방식을 도입한 브랜드는 환경을 생각하는 소비자들 사이에서 큰 관심을 끌고 있음¹¹⁾

10) 1싱가포르달러=1,014.60원(2024.10.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

11) KOTRA해외시장뉴스, ‘싱가포르 소비자 트렌드와 마케팅 전략’, 2023.12

2. 싱가포르 간편조리식품 시장 동향

▶ 싱가포르 간편조리식품 시장, 2027년까지 연평균 성장률 2.26%

싱가포르의 간편조리식품 시장규모는 2022년 4,930만 싱가포르달러(500억 1,978만 원)를 기록했으며, 2027년까지 연평균 2.26%의 성장률을 보일 것으로 전망됨. 최근에는 단순히 한 끼를 해결하기보다는 맛과 건강을 동시에 고려한 제품들이 출시되고 있음. 이처럼 건강한 간편조리식품의 등장은 식습관 개선을 위한 싱가포르 정부의 정책이 영향을 미친 것으로 보임. 싱가포르 건강증진위원회(HPB, Health Promotion Board)는 나트륨 섭취 문제 해결을 위해 향후 5년간 나트륨 섭취량을 15% 줄이겠다는 목표를 발표한 바 있음

▶ 싱가포르, 다양한 브랜드의 간편조리식품 판매

싱가포르의 간편조리식품 시장은 해외 브랜드와 로컬 브랜드 간의 치열한 경쟁 구도가 형성되어 있음. 로컬 브랜드로는 나르시서스(Narcissus), 여스(Yeo's), 셰프인박스(Chef-in Box), 페어프라이스(Fairprice) 등이 잘 알려져 있음. 해외 브랜드로는 매기(Maggi)와 세븐셀렉트(7-Select), CP, 구룽(Gulong), 산리모(San Remo) 등이 있으며, 국내 브랜드로는 비비고가 진출해 있음. 최근 한식의 인기가 높아지면서 세븐일레븐(7-Eleven)에서는 5싱가포르달러(5,073원) 미만의 가격으로 도시락, 잡채, 찜닭, 김치볶음밥, 짜장면 등 저렴한 한국 간편조리식품이 판매되고 있음. 시장조사 기관 유로모니터(Euromonitor)에 따르면, 간편조리식품의 95%가 오프라인 매장에서 판매되고 있는 것으로 나타났음. 이렇듯 싱가포르 소비자들은 진열대에서 새로운 브랜드를 찾아보거나 기존 브랜드와 비교하며 쇼핑을 즐기고, 유통기한, 원재료 목록, 영양 정보를 꼼꼼히 확인하기 위해 오프라인 매장을 선호하는 것으로 나타남¹²⁾

[그림 3.1] 싱가포르에서 판매 중인 간편조리식품



자료: 아마존(Amazon)

12) KOTRA해외시장뉴스, '싱가포르 간편조리식품 시장 동향', 2023.05

3. 싱가포르 다이어트 식품 시장 동향

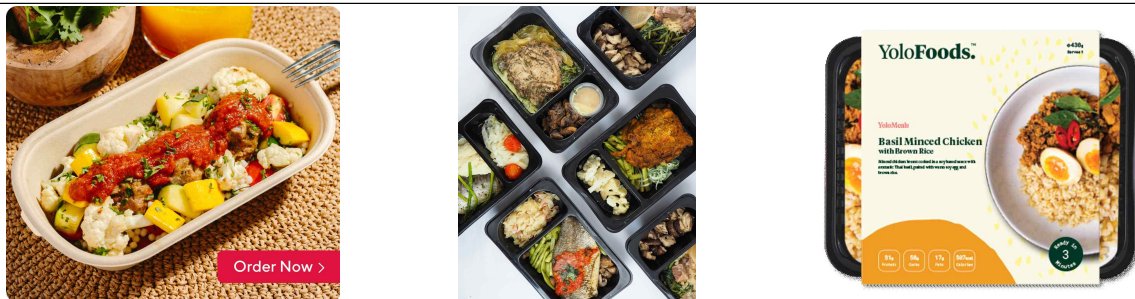
▶ 싱가포르, 비만 인구 증가로 건강 및 웰니스 식품 인기

싱가포르에서는 패스트푸드 소비 증가와 운동 부족으로 인해 비만 인구가 빠르게 늘고 있음. 싱가포르 국민 건강조사(National Health Survey)에 따르면, 싱가포르의 비만율은 2004년 6.9%에서 2017년 8.9%로 증가했음. 이처럼 체중 증가로 인한 성인병 우려가 커지고, 코로나19로 인해 면역력 증진 등 건강 보호의 중요성이 높아지면서 웰빙과 건강식품에 대한 관심이 지속적으로 증가하고 있음. 유로모니터의 조사에 따르면, 2021년 기준 건강 및 웰니스 포장 식품로 매출은 2억 4,200만 싱가포르달러(2,455억 3,320만 원)를 기록함. 온라인 플랫폼을 통한 소비도 비슷한 양상을 보였으며, 디지털 소비자를 대상으로 한 구매 패턴 조사에서 39%가 건강과 웰빙을 최우선 과제로 꼽았음

▶ 간편하고 쉽게 구할 수 있는 식품 인기

싱가포르 정부는 건강한 생활습관을 장려하기 위해 ‘건강 식사 프로그램(Healthier Dining Programme)’을 도입함. 이 프로그램은 500칼로리 이하의 식사에 건강 기호를 표시하고, 건강한 식사를 제공하는 식당에는 재정적 인센티브를 제공함. 하지만 편리성과 저렴한 가격으로 인해 여전히 정크푸드를 선호하는 싱가포르 소비자가 많은 추세임. 특히 학생들과 직장인들은 슈퍼마켓이나 편의점에서 쉽게 구할 수 있는 인스턴트 식품을 선호하는 경향이 있음. 따라서 건강하고 간편하게 섭취할 수 있는 음식의 소비를 늘리기 위해서는 접근성을 높이고 합리적인 가격대를 형성하는 것이 주요할 것으로 보임¹³⁾

[그림 3.2] 싱가포르에서 판매 중인 간편조리식품



자료: 뉴트리션키친(Nutrition Kitchen), 키토메이(Ketomei), 옴로푸드(YOLO Foods)

13) KOTRA해외시장뉴스, '다이어터 주목! 싱가포르 다이어트 식품 시장동향', 2021.06

4. 싱가포르 소비자 마케팅 전략

▶ 싱가포르 할인 프로모션 ‘더블 디짓 세일즈 데이’

싱가포르의 전자상거래 플랫폼과 오프라인 매장에서는 11월 11일과 12월 12일 등 같은 숫자가 반복되는 날에 맞춰 할인 프로모션을 진행하는 ‘더블 디짓 세일즈 데이(Double-Digit Sales Day)’ 마케팅이 보편화되고 있음. 비즈니스타임즈(Business Times)의 조사에 따르면, 쇼피(Shopee)는 2023년 11월 11일 할인 프로모션 기간 동안 기록적인 성과를 올린 것으로 나타났음. 이처럼 더블 디짓 세일즈 데이는 쇼핑을 원하는 싱가포르 국민들에게 중요한 날로 자리잡고 있음. 또한, 더블 디짓 세일즈 데이에서 제공하는 할인 및 프로모션 혜택을 누리기 위해 전자상거래 플랫폼을 이용하는 소비자도 증가하고 있으며, 해당 기간 동안 싱가포르 소비자의 약 40%가 판매되고 있음. 소비자들은 큰 폭의 가격 할인이나 독점 번들, 기간 한정 혜택 등을 기대하고 있으며 기업들은 반짝 세일이나 이메일 프로모션 등의 마케팅을 펼치고 있음

▶ 소셜미디어를 통한 프로모션과 캠페인 주요

전자상거래 플랫폼을 통한 소비가 증가함에 따라 소셜미디어 마케팅의 중요성도 커지고 있음. 특히, 더블 디짓 세일즈 데이 기간 동안 소셜미디어를 통한 프로모션 캠페인, 깜짝 세일, 한정 공지, 인플루언서 마케팅 등이 효과적으로 작용하고 있음. 예를 들어, 싱가포르의 틱톡(TikTok)은 더블 디짓 세일즈 데이 기간 동안 인플루언서를 통해 제품을 홍보하며, 재미있는 음악과 짧고 강렬한 동영상으로 소비자의 구매 욕구를 자극하고 있음. 이러한 소셜미디어 마케팅은 사용자와의 소통을 통해 이벤트에 대한 기대감을 조성하는 데 효과적임¹⁴⁾

[그림 3.3] 2024년 쇼피 ‘더블 디짓 세일즈 데이’ 프로모션



자료: 쇼피(Shopee)

14) KOTRA해외시장뉴스, ‘싱가포르 소비자 트렌드와 마케팅 전략’, 2023.12

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

IV 유통채널

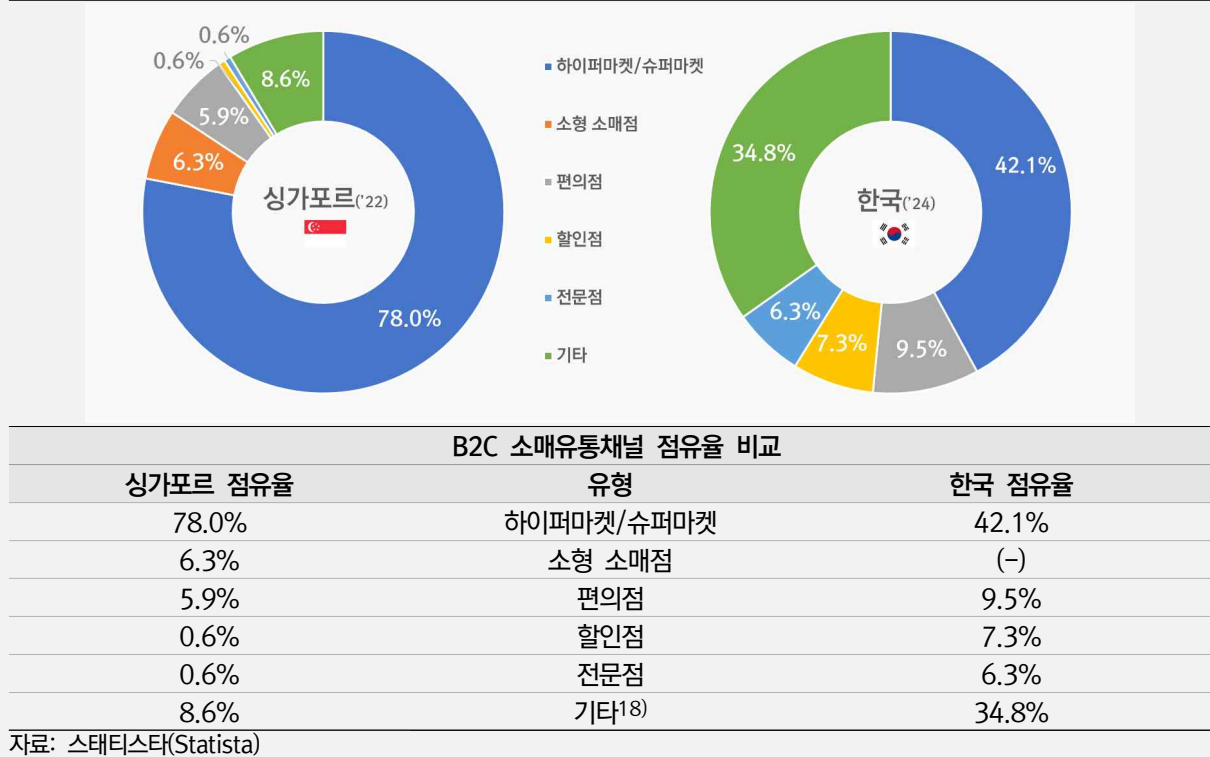


1. 싱가포르 알가공품 유통채널 점유율
2. 싱가포르 알가공품 주요 유통채널

1. 싱가포르 알가공품 유통채널 점유율

▶ **싱가포르 유제품 및 계란 유통채널, ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’이 1위**
 2022년 기준 싱가포르 내 알가공품을 비롯한 유제품 및 계란 유통채널 중 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’이 78.0%의 점유율로 유제품 및 계란 유통의 대부분을 담당하는 것으로 확인됨. 2위는 8.6%의 ‘기타’, 6.3%의 ‘소형 소매점’과 5.9%의 ‘편의점’이 뒤를 이었음. 한국의 경우 식료품 유통채널 중 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’이 42.1%로 1위, ‘기타’ 채널이 34.8%로 2위, ‘편의점’ 채널이 9.5%로 3위로 집계됨. 싱가포르는 하이퍼마켓과 슈퍼마켓, 24시 편의점 등이 밀도 높게 입지해 있으며, 동남아 주변국과 비교했을 때 물류 효율이 높은 첨단 유통 인프라가 비교적 잘 갖춰진 것으로 평가받음. 유제품 및 계란을 가공한 제품의 경우 그 신선도 보존을 위해 냉장 유통이 발달한 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’이 유통의 대부분을 담당하고 있으나, 상온 유통이 가능한 제품의 경우 더 다양한 선택지를 고려할 수 있을 것으로 보임

[표 4.1] 싱가포르 및 한국 알가공품 B2C 소매유통채널 점유율 비교¹⁵⁾¹⁶⁾¹⁷⁾



15) 해당 장에서 ‘알가공품’ 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 ‘유제품 및 계란(Dairy Product & Eggs)’과 ‘식료품(Grocery)’의 유통채널 정보를 각각 조사함

16) 자료: 스탯티스타(Statista), ‘Retail Sales Channels of Dairy Products & Eggs - Singapore’, 2024.10

17) 자료: 스탯티스타(Statista), ‘Grocery shopping by store type in South Korea as of September 2024’, 2024.10

18) ‘기타’는 온라인, 드럭스토어 등을 포함함

2. 싱가포르 알가공품 주요 유통채널 ① 페어프라이스

기업 기본 정보	기업명	페어프라이스(FairPrice)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.fairprice.com.sg	
	위치	싱가포르 전역	
	규모	매출액('23) ¹⁹⁾ • 44억 1,700만 싱가포르달러(약 4조 4,815억 원 ²⁰⁾) 기타 규모 • 매장 수('24): 100개 이상	
	기업 요약	• 1973년 설립된 싱가포르 최대의 슈퍼마켓 브랜드 • 페어프라이스그룹(FairPrice Group)은 슈퍼마켓 형태의 페어프라이스와 함께 하이퍼마켓, 프리미엄 슈퍼마켓, 온라인 쇼핑몰 등 다양한 형식의 매장을 운영함 • 일부 매장은 24시간 운영되기도 함 • 사회적 책임을 위한 지역 사회 프로그램 활동 관련 홍보 활동을 활발히 함	
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 가공식품, 건강식품, 음료류, 주류, 즉석식품, 소스류 등	
	선호 제품	• 품질이 보장된 합리적인 가격의 식료품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 입점 문의 - 그룹 홈페이지 접속(www.fairpricegroup.com.sg) - 페이지 하단 'Contact Us' 접속 후 문의 작성해 제출 - 문의 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호, 이메일, 매출액 등) ② 공급 제품 정보(주요 시장, 브랜드 이름, 제품 이름, 포트폴리오, 가격 등) ③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 - 전화번호: +65-6888-1888(본사) - FAX: +65-6397-4001	

자료: 페어프라이스(FairPrice), 페어프라이스그룹(FairPrice Group)

사진 자료: 페어프라이스그룹(FairPrice Group)

19) 모기업인 페어프라이스그룹(FairPrice Group) 전체 매출액

20) 1싱가포르달러=1,014.60원(2024.10.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

2. 싱가포르 알가공품 주요 유통채널 ② 콜드스토리지

기업 기본 정보	기업명	콜드스토리지(Cold Storage)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	coldstorage.com.sg	
	위치	싱가포르 전역	
	규모	매출액('23) ²¹⁾ • 약 33억 달러(약 4조 3,128억 원 ²²⁾) 기타 규모 • 매장 수('24): 49개	
	기업 요약	• 1903년에 설립된 싱가포르 고급 슈퍼마켓 체인 브랜드 • 제품이 비교적 높은 가격대이나 싱가포르 내에서 높은 점유율을 보유하고 있음 • 거대 유통기업 디에프아일리테일그룹(DFI Retail Group)이 소유 및 운영함 • 슈퍼마켓, 하이퍼마켓, 편의점, 온라인 쇼핑몰 등 다양한 형태의 매장이 존재함	
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 가공식품, 건강식품, 음료류, 주류, 소스류, 향신료 등	
	선호 제품	• 프리미엄 수입 식료품, 유기농 제품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 - 문의 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호, 이메일, 매출액 등) ② 공급 제품 정보(주요 시장, 브랜드 이름, 제품 이름, 포트폴리오, 최소 주문 수량 등) ③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그) • 문의사항 연락처 - 이메일: DFIcontactus@DFIretailgroup.com(데어리팜인터내셔널) coldstorage.sg@dfiretailgroup.com(콜드스토리지) - 전화번호: +65-6891-8100	

자료: 콜드스토리지(Cold Storage), 로켓리치(RocketReach), 디에프아일리테일그룹(DFI Retail Group)

사진 자료: 콜드스토리지(Cold Storage), 하틀랜드몰(Heartland Mall), 더스트레이츠타임즈(The Straits Times)

21) 모기업 디에프아일리테일그룹(DFI Retail Group)의 식품 부문 글로벌 매출액

22) 1달러=1,306.90원(2024.10.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

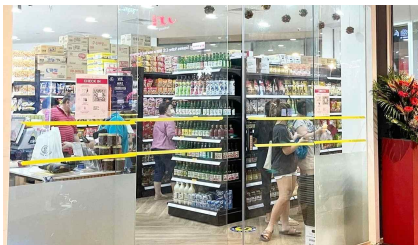
2. 싱가포르 알가공품 주요 유통채널 ③ 돈돈돈키

기업 기본 정보	기업명	돈돈돈키(Don Don Donki)		
	기업구분	아시안마트		
	홈페이지	www.dondondonki.com/sg		
	위치	싱가포르 전역		
	규모	기타 규모 • 매장 수('24): 17개		
	기업 요약	- 일본 생활용품 브랜드 돈키호테(Don Quijote)와 아피타(Apita) 브랜드를 전개하고 있는 글로벌 리테일 기업 팬퍼시픽리테일매니지먼트(Pan Pacific Retail Management)의 해외 진출 브랜드 - 생활용품, 식료품, 장난감, 화장품, 의약품 등 판매 제품 취급 범위가 매우 넓음 - 싱가포르 외에도 말레이시아, 홍콩, 태국 등에 진출해 있음		
매장정보	입점 가능 품목	식품, 음료류, 생활용품, 위생용품, 화장품, 장난감, 의약품 등		
	선호 제품	소비자의 수요에 맞는 제품, 아시아 국가의 제품		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 홈페이지 또는 무선 연락을 통한 입점 문의 (www.ppihgroup.com/form/pc/index.php?fn=1191) - 입력 정보 ① 담당자 정보(담당자 이름, 이메일) ② 문의 내용 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호, 이메일, 매출액 등) ② 공급 제품 정보(주요 시장, 브랜드 이름, 제품 이름, 포트폴리오, 최소 주문 수량 등) ③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그) - 문의사항 연락처 - 전화번호: 매장별 연락처 홈페이지 참조(www.dondondonki.com/sg)		

자료: 돈돈돈키(Don Don Donki)

사진 자료: 돈돈돈키(Don Don Donki), 구글맵(Google Maps)

2. 싱가포르 알가공품 주요 유통채널 ④ 샤인코리아

기업 기본 정보	기업명	샤인코리아(Shine Korea)		
	기업구분	한인마트		
	홈페이지	www.shinekorea.com.sg		
	위치	싱가포르 전역		
	규모	기타 규모 • 매장 수('24): 13개		
	기업 요약	• 한국 제품을 중심으로 다양한 아시아 제품을 판매하는 한인마트 • 4,000개 이상의 제품군을 보유하고 있음 • 온라인 플랫폼을 운영 중이며, 80싱가포르달러(81,168원) 이상 구매 시 무료배송 서비스를 제공함 • 페이스북과 인스타그램 공식 계정을 통해 신상품 출시 및 할인 프로모션 정보를 공유하고 있음		
매장정보	입점 가능 품목	• 스낵류, 음료류, 향신료, 소스류, 조미료, 주방용품 등		
	선호 제품	• 한국산 가공식품, SNS상에서 인지도가 높은 한국 제품		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지 또는 이메일 및 전화 통한 입점 문의 (www.shinekorea.com.sg/contact-us) - 입력 정보 ① 회사 및 담당자 정보(담당자 이름, 회사명, 국가, 전화번호, 이메일) ② 문의 내용 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호, 이메일, 매출액 등) ② 공급 제품 정보(주요 시장, 브랜드 이름, 제품 이름, 포트폴리오, 최소 주문 수량 등) ③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그) • 문의사항 연락처 - 이메일: nya01@singlong.com, admin@singlong.com - 전화번호: +65-6284-5254		

자료: 샤인코리아(Shine Korea)

사진 자료: 샤인코리아(Shine Korea)

2. 싱가포르 알가공품 주요 유통채널 ⑤ 세븐일레븐

기업 기본 정보	기업명	세븐일레븐(7-Eleven)	
	기업구분	편의점	
	홈페이지	www.7-eleven.com.sg	
	위치	싱가포르 전역	
	규모	매출액('23) ²³⁾ • 약 33억 달러(약 4조 3,128억 원) 기타 규모 • 매장 수('24): 400개 이상	
	기업 요약	1927년 미국 텍사스(Texas)에서 시작되어 현재 일본의 세븐앤아이홀딩스(7 & i Holdings)가 소유한 세계 최대 편의점 브랜드 - 싱가포르에는 1988년 처음 진출했으며, 현재 콜드스토리지 등을 운영하는 디에프아이리테일그룹이 라이선스를 얻어 싱가포르 내에서 운영 중임 - 한국과 마찬가지로 대부분이 유동인구가 많은 지역에서 24시간 운영됨	
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 가공식품, 건강식품, 음료류, 주류, 즉석식품 등	
	선호 제품	• 글로벌 인지도가 높은 브랜드의 제품, 독점 유통이 가능한 제품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 홈페이지를 통한 입점 문의 - 홈페이지 하단 'Contact Us(문의)'란 작성해 제출 - 문의 시 필요한 일반적 정보 - 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호, 이메일, 매출액 등) - 공급 제품 정보(주요 시장, 브랜드 이름, 제품 이름, 포트폴리오, 가격 등) - 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그 등) - 문의사항 연락처 - 전화번호: +65-6891-8000 - 이메일: 7eleven.sg@dfiretailgroup.com	

자료: 세븐일레븐(7-Eleven), 디에프아이리테일그룹(DFI Retail Group)

사진 자료: 위키피디아(Wikipedia), 리테일아시아(Retail Asia)

23) 모기업 디에프아이리테일그룹(DFI Retail Group)의 식품 부문 글로벌 매출액

2. 싱가포르 알가공품 주요 유통채널 ⑥ 치어스

기업 기본 정보	기업명	치어스(Cheers)	
	기업구분	편의점	
	홈페이지	cheers.com.sg	
	위치	싱가포르 전역	
	규모	매출액('23) ²⁴⁾ • 44억 1,700만 싱가포르달러(약 4조 4,815억 원) 기타 규모 • 매장 수('24): 160개 이상	
	기업 요약	1998년 설립되어 싱가포르 최대의 소매 유통기업 중 하나인 페어프라이스그룹(FairPrice Group)이 운영하는 편의점 브랜드 - 페어프라이스 슈퍼마켓과의 물류 시스템 공유로 폭넓은 제품을 저렴하게 유통함 - 한국과 마찬가지로 대부분이 유동인구가 많은 지역에서 24시간 운영됨 - 일부 매장을 통해 완전 무인 시스템을 시범 운영 중임	
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 가공식품, 건강식품, 음료류, 주류, 즉석식품 등	
	선호 제품	• 현지 선호도가 높은 제품, 독점 유통이 가능한 제품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 홈페이지를 통한 입점 문의 - 홈페이지 하단 'Contact Us(문의)' 접속 'webform' 하이퍼링크 접속 후 문의 내용 작성해 제출 - 문의 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호, 이메일, 매출액 등) ② 공급 제품 정보(주요 시장, 브랜드 이름, 제품 이름, 포트폴리오, 가격 등) ③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그 등) - 문의사항 연락처 - 전화번호: +65-6380-5858	

자료: 치어스(Cheers), 페어프라이스그룹(FairPrice Group)

사진 자료: 치어스(Cheers), 더스트레이츠타임즈(The Straits Times)

24) 모기업인 페어프라이스그룹(FairPrice Group) 전체 매출액

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

V 진입장벽



1. 싱가포르 알가공품 통관 및 검역 절차
2. 싱가포르 알가공품 품질 인증
3. 싱가포르 알가공품 라벨링
4. 싱가포르 알가공품 성분 및 유해물질

1. 싱가포르 알가공품 통관 및 검역 절차²⁵⁾

▶ 싱가포르 알가공품 수출 통관 단계별 주요사항

싱가포르로 식품 수출 시, 통관과 관련된 기관은 싱가포르 식품청(SFA: Singapore Food Agency), 싱가포르 관세청(Singapore Customs) 등이 있음. 싱가포르는 일반적으로 수입되는 모든 물품에 대해서 상품 및 서비스세(GST: Goods & Service Tax)를 부과하지만, 주류, 담배, 자동차, 석유 제품을 제외한 수입품은 무관세 적용 대상임. 싱가포르는 식료품의 90% 이상을 수입에 의존하고 있어서 식품의 위생과 안전에 민감한 편이므로 라벨링 표기 사항, 수입검사 기준 등을 사전에 파악하여 철저한 대비가 필요할 것으로 보임

[표 5.1] 싱가포르 알가공품 통관 검역 절차



자료: 관세청, 싱가포르 관세청

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

▶ 싱가포르 알가공품, 가금류 및 가금류 제품 수입 조건 확인 必

2024년 싱가포르 식품청(SFA)은 수입 식품 안전을 위해 가금류 제품의 수입 조건을 개정하여 발표함. 수입업체는 가금류 및 가금류 제품은 SFA 승인을 받은 공급원에서만 수입할 수 있으며, 수출국에서 발급한 현행 수의학 건강 인증서가 필요함. 싱가포르 가금류 및 가금류 제품 수입 조건의 주요 수정 사항은 하기 표와 같음. 한국은 고병원성 조류 인플루엔자(HPAI) 발병 지역으로 수입 중단 및 재개 조치가 빈번하게 발생하는 편임. 따라서 가금류 및 가금류 제품을 수출하는 수출 기업은 싱가포르 식품청(SFA)의 관련 발표를 지속적으로 모니터링 해야 함

[표 5.2] 싱가포르 가금류 및 가금류 제품 수입 조건

싱가포르 가금류 및 가금류 제품 수입 조건 (주요 개정 사항)

- 고병원성 조류 인플루엔자(HPAI) 바이러스 감염은 수출국에서 신고해야 함
- 수출국은 수출 전 12개월 동안 HPAI 바이러스 발생 사실이 없어야 함. HPAI가 발생한 경우 최근 28일 동안 HPAI가 발생하지 않았거나 제품의 바이러스를 비활성화하기 위해 충분한 열처리를 거친 경우에만 수출 가능하고, WOAH 육지 동물 건강 코드에 따라 발병이 증명되어야 함
- 해당 국가가 HPAI 백신을 사용하지 않거나, 사용하는 경우: 가금류 제품은 수출국 관할 당국의 승인을 받은 백신으로 조류 인플루엔자 바이러스를 접종한 가금육을 원료로 사용해야 함. 또한, 사용된 백신이 생백신이 아니어야 하며, WOAH 기준을 충족해야 함
- 수출국에서 태어나고 자란 동물에서 얻은 원육이어야 함
- 원육은 사후 검사, 감염성 및 전염성 질병이 없는 것으로 확인된 동물에서 얻어야 함
- 싱가포르 식품청이 수출을 위해 승인한 시설에서 공식 수의학 감독하에 위생적인 조건에서 도축, 가공, 포장, 보관되어야 함
- 방부제 및 기타 유해할 물질로 처리되지 않아야 함
- 인간 소비에 적합성이 확인되어야 하며, 수출 전 오염 방지를 위한 예방 조치를 취해야 함
- 레토르트 가공육 제품(예: 통조림 고기)은 평균 수온에 도달할 때까지 열처리(멸균 값이 Fo3 이상인 멸균 과정)되고, 밀폐 용기에 담겨 상온 보관이 안정적으로 가능해야 함
- 병원균 감소 처리(PRTs)는 염장(salted), 양념(marinated), 보존(preserved) 및 다른 형태의 가공을 거치지 않은 생고기에만 처리 가능함. 시설은 최대 5% 소량까지 싱가포르 식품청의 허가를 받아야 함

출처: 싱가포르 식품청(SFA)

▶ 싱가포르 알가공품, STP 제도 활용 시 통관 혜택

싱가포르는 2007년 5월 통관 절차상 다양한 혜택을 제공하고, 물류의 안전 및 보안을 강화할 수 있는 제도의 일환으로 STP(Secure Trade Partnership)를 도입하였음. 해당 제도는 안전한 무역과 경쟁력 제고, 글로벌 공급망의 원활한 흐름 유지 등을 목적으로 하며, STP 인증 신청 기업은 지침 및 기준에 따라 자체평가를 통해 운영됨. 한국은 2010년 6월 싱가포르와 상호약정인정(MRA: Mutual Recognition Arrangement)을 체결하여 우리 기업이 싱가포르로 수출 시, 각종 관세조사의 원칙적 면제, 수입 신고 시 담보 생략으로 인한 자금 부담 완화 등 다양한 혜택을 받을 수 있음

[표 5.3] 싱가포르 STP 제도 정보

싱가포르 STP 제도 정보	제도 명칭	STP(Secure Trade Partnership)
	제출 서류	• STP 신청서 • 기업 소개서 • Trade First 자체평가 체크리스트 • Trade First 자체평가 체크리스트 증빙 내역 • 취급 물품 및 문서, 업무프로세스 맵, 회사 배치도, 출입 통제 등 • 회사의 보안인증서 사본(기타 자격내역 등)
	신청 절차	• 한국 관세청은 싱가포르 관세청에 한국 AEO 수출기업 공인정보 송부 • 한국 AEO 수출기업은 자사 AEO 공인번호(12자리)를 싱가포르 수입자에게 통보 • 싱가포르 수입자는 통관시스템인 Trade Net의 'CA License'란에 통보받은 한국 AEO 수출기업 공인번호를 순서에 따라 입력 • 싱가포르 관세청은 한국 관세청으로부터 받은 한국 AEO 수출기업 공인정보와 대조하여 혜택 부여
	주요 혜택	• 우리나라 AEO 수출기업에 대한 수입 검사율 축소 • 우리나라 AEO 수출기업에 대한 수입 신고 시 서류검사 비율 축소 • 우리나라 AEO 수출기업에 대해 물품검사 또는 서류심사 시 우선 처리 • 국제무역에 장애가 발생할 경우 우리나라 AEO 수출기업에 대해 신속한 통관 제공

출처: 싱가포르 관세청

2. 싱가포르 알가공품 품질 인증

▶ 싱가포르 식품청(SFA) 사전 등록 제도

싱가포르로 식품 수출 및 유통 시, 모든 식품은 싱가포르 식품청(SFA)의 무역업자 라이선스 발급 또는 등록을 마쳐야 함. 해당 등록은 수출하고자 하는 제품의 종류에 따라 다름. 가공란, 가공식품 및 식기류 수입 업체는 따로 싱가포르 식품청(SFA)의 라이선스 취득 없이 등록만 하면 수입이 가능하지만, 육류·생선·신선 과채류 및 계란 등을 수출·수입 및 유통하려는 업체는 사전에 싱가포르 식품청(SFA)의 라이선스 신청 및 취득이 필요함

[표 5.4] 싱가포르 식품청(SFA) 사전 등록

싱가포르 식품청 (SFA) 사전 등록	등록 기관	싱가포르 식품청(SFA)	
	적용 품목	- 모든 수입 식품 - 육류 및 어류, 과일 및 채소류, 신선란, 가공식품 등을 포함한 식품 전반	
	유효기간	1년	
	등록 대상	싱가포르에 식품 등 수출(예정) 업체	
	취득 방법	- 회계 기업청(ACRA: Accounting and Corporate Regulatory Authority)에 업체 등록 후 사업자등록번호(UEN) 발급 - 싱가포르 CPF Medisave 등록 및 비용 납부를 위한 GIRO 계좌 개설 - License One 웹 사이트를 통해 라이선스 발급과 등록 신청 진행	
	통용 국가	싱가포르 한정	
	등록 소요 시기	1-5일	
	도입 취지	싱가포르 내에서 유통되는 식품의 안전을 보장하고자 식품 수입 업체의 수입 라이선스 및 등록 제도 운용	

자료: 싱가포르 식품청(SFA), KATI농식품수출정보

▶ 알가공품, 싱가포르 수출 시 인증 취득 사항

싱가포르에서 식품 유통 및 판매 시, 활용할 수 있는 식품 생산 안전 관련 인증으로는 HACCP, FSSC 22000, ISO 22000 등의 글로벌 공통 인증이 있음. 또한, 종교적 및 문화적 인증인 싱가포르 MUIS 할랄 인증 등을 취득해 활용할 수 있음

[표 5.5] 싱가포르 알가공품 인증 취득 정보

인증명	인증 성격	인증 구분	인증 및 발급 기관	인증 마크
HACCP	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	한국식품 안전관리인증원	
FSSC 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	FSSC 지정 인증기관	
ISO 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관	
Warees 할랄	종교적 및 문화적 인증	싱가포르 인증	Warees Halal 및 국내 인증대행기관	

자료: 각 인증기관

3. 싱가포르 알가공품 라벨링

[표 5.6] 싱가포르 알가공품 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	1. 표기 언어	• 영어로 표기해야 함 • 영어로 표기된 정보와 어긋나지 않으며 규정을 위반하지 않는다면 외국어도 병기 가능함
	2. 제품명	• 소비자에게 식품의 실제 특징을 알려주기 위하여 식품의 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	• 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	• 일반적으로 제품의 순중량은 절댓값으로 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	• 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 5.6] 싱가포르 알가공품 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	6. 수입업체 및 유통업체 정보	- 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
라벨 선택 표시 사항 및 기준	7. 유통기한	- 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 3mm 이상의 글씨로 영구적으로 표시되거나 양각되어야 함 - 식품 사업자는 식품에 유통기한을 표시할 책임이 있으며, 특정한 보관 조건이 있는 경우에는 반드시 라벨에 명확한 보관 조건을 명시해야 함
	8. 영양정보	- 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
	9. 추천 사용 방법	‘레시피(Recipe)’ 또는 ‘추천 사용방법(Serving Suggestion)’ 등의 단어를 이용하여 사전 포장제품의 조리법, 사용 방법, 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 5.6] 싱가포르 알가공품 라벨링

라벨 선택 표시 사항 및 기준	10. 영양 강조표시 및 건강 강조표시 • 식품에 대한 모든 영양 및 건강 강조표시는 반드시 과학적 증거에 근거하고 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 - 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
일반 사항	11. 라벨링 관련 일반 사항 • 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 식품청(SFA)에서는 식품 라벨 컨설팅 서비스를 제공하고 있음. 지정된 4개 기관에서 사전 검토가 가능하며 비용은 제공 서비스에 따라 상이함
	12. 제품 광고에 금지되는 사항 • 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)

▶ 싱가포르 알가공품 라벨 샘플



[앞면 라벨링]



[옆면 라벨링]



[윗면 라벨링]



[아랫면 라벨링]

[앞면 - 영어]

- ① Boiled Quail Egg

[앞면 - 국문]

- ① 삶은 메추리알

[옆면 - 영어]

- ① Kai Young Huat Eggs Pte Ltd
Block 20 Bukit Batok Crescent
#09-21 Enterprise Centre,
Tel: 6316 7287
Fax: 6316 7289 Singapore
658080.
Email: contact@kyheggs.
Website: www.kyheggs.com

[옆면 - 국문]

- ① 카이 영 후트 에그 Pte Ltd
Block 20 Bukit Batok Crescent
#09-21 Enterprise Centre,
전화번호: 6316 7287
팩스: 6316 7289 Singapore
658080.
이메일: contact@kyheggs.
웹사이트: www.kyheggs.com

②

Nutrition Facts	
Calories 165kcal	
	per 100g
Crude Protein	12.2g
Crude Fat	12.3g
Saturated Fat	4.7g
Trans Fat	0.0g
Total Carbohydrates	1.4g
Sodium	130mg

③ 50 Pieces Cooked & Peeled Quail Egg

④ Ingredients: Quail Egg, Salt, Citric Acid

⑤ Country of Origin: China

⑥ Best Before: Please see can lid/bottom.

⑦ No Preservatives Added

[윗면 - 영어]

- ① 1. Lift the ring and bend it back
2. Pull up and Peel back

[아랫면 - 영어]

① 2027-06-25

②

영양성분표	
칼로리 165kcal	
	100g 당
조단백질	12.2g
조지방	12.3g
포화지방	4.7g
트랜스지방	0.0g
총 탄수화물	1.4g
나트륨	130mg

③ 껍질 제거 및 익힌 메추리알 50개

④ 성분: 메추리알, 소금, 구연산

⑤ 원산지: 중국

⑥ 품질 유지 기한: 캔 뚜껑/바닥을 확인하세요.

⑦ 방부제를 첨가하지 않았습니다.

[윗면 - 국문]

- ① 1. 링을 들어 올리고 뒤로 구부립니다.
2. 당겨서 뒤로 벗겨냅니다.

[아랫면 - 국문]

① 2027-06-25

4. 싱가포르 알가공품 성분 및 유해물질

▶ 식품첨가물

싱가포르로 식품 수출 시, 식품첨가물 목록과 그에 따른 사용기준은 싱가포르 식품청(SFA)의 ‘식품 규정(Food Regulation)’에서 확인할 수 있음. 해당 규정은 식품라벨, 식품첨가물, 유해물질 등 싱가포르 내로 수입 및 유통되는 식품에 대한 전반적인 규정을 담고 있음. 하기 표는 싱가포르에서 알가공품에 적용될 수 있는 식품첨가물 목록과 그 사용기준의 일부임. 더욱 상세한 정보는 싱가포르 식품청(SFA) 홈페이지 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인할 수 있음

[표 5.7] 싱가포르 알가공품 식품첨가물 분석

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	사용 기준	식품 유형
1	로즈마리 추출물	Rosemary Extract	- 지방 함유 10% 미만: 15ppm 이하(지방 또는 기름 기준), - 지방 함유 10% 이상: 150ppm 이하(지방 또는 기름 기준)	가공 육류(건조 소시지 제외)
2	린덴	Lindane	Codex EMRLs 적용	모든 식품
3	부분 가수분해 레시틴	Partially Hydrolysed Lecithin	사용 금지	
			(유화제와 안정제로 사용할 경우) / GMP: 효능을 발휘하는 최저 용량	
4	프로필 파라하이드록시벤조산 나트륨	Sodium Propyl <i>p</i> -hydroxy Benzoate	사용 금지	
5	인산염 (INS 339(i) - (iii), INS 340(i) - (iii), INS 341(iii), INS 450(i) - (iii) & (v) - (vii), INS 451(i) & (ii), INS 452(i), (ii) & (iv))	Phosphates (INS 339(i) - (iii), INS 340(i) - (iii), INS 341(iii), INS 450(i) - (iii) & (v) - (vii), INS 451(i) & (ii), INS 452(i), (ii) & (iv))	GMP: 효능을 발휘하는 최저 용량	

자료: KATI농식품수출정보

▶ 유해물질

싱가포르에서 식품을 유통하기 위해서는 반드시 싱가포르 식품청(SFA)에서 고시하고 있는 ‘식품 규정(Food Regulation)’의 유해물질 규정을 준수해야 함. 하기 표는 싱가포르 알가공품에 적용될 수 있는 싱가포르 유해물질 목록과 그 잔류허용기준임. 더욱 자세한 싱가포르 유해물질 규정 및 식품 기준은 KATI농식품수출정보 또는 싱가포르 식품청(SFA) 홈페이지에서 확인할 수 있음

[표 5.8] 싱가포르 알가공품 유해물질 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	잔류허용기준	식품 유형
1	주석	Tin(Sn)	250ppb	모든 식품
2	멜라민	Melamine	2.5ppm	
3	안티몬	Antimony(Sb)	1ppm	
4	디클로로 디페닐 트리클로로에탄 (DDT), DDT 대사산물	Dichloro Diphenyl Trichloroethane(DDT), DDT Metabolites	Codex EMRLs (Extraneous MRL) 적용	
5	딜드린	Dieldrin		
6	엔드린	Endrin		
7	헵타클로르	Heptachlor		
8	알드린 & 디엘드린	Aldrin & Dieldrin		
9	카드뮴	Cadmium(Cd)	0.2ppm	
10	납	Lead(Pb)	2ppm	

자료: KATI농식품수출정보

▶ 알레르겐

싱가포르 식품청(SFA)은 인체에 해로운 영향을 끼칠 수 있는 알레르기 유발물질을 함유한 식품에 대하여 해당 사실을 표시할 것을 규정하고 있음. 싱가포르 식품청(SFA)은 싱가포르에서 유통되는 식품이 하기 표의 10종 성분 중 한 가지 또는 그 이상의 성분을 포함할 경우 해당 성분의 존재를 의무적으로 상품 라벨에 표기하도록 함

[표 5.9] 싱가포르 알레르겐 성분 규정

순번	표시 의무 여부	대상
1	의무	글루텐 함유 곡물
2	의무	갑각류
3	의무	달걀
4	의무	어류
5	의무	땅콩
6	의무	대두
7	의무	우유
8	의무	견과류
9	의무	10mg/kg 이상의 아황산염
10	의무	연체동물, 조개류

자료: KATI농식품수출정보

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

VI 수입·유통업체 인터뷰



1. 페어프라이스(FairPrice)
2. 성송(Sheng Siong)
3. 프라임슈퍼마켓(Prime Supermarket)

Interview ①

26)

페어프라이스
(FairPrice)

- 유형: 수입·유통업체
- 업체 특징:
 - 1973년에 설립된 수입 및 유통업체
 - 다양한 식료품을 취급하며 싱가포르 내 여러 유통채널을 통해 판매하고 있음

담당자 정보

Sales

페어프라이스(FairPrice)
Sales

Q. 싱가포르 내 알가공품의 수요 및 동향은 어떠한가요?

싱가포르에서는 독특한 단백질 간식에 대한 관심이 증가하고 있으며 그 중 편하게 섭취할 수 있는 제품들이 주목받고 있습니다. 메추리알은 아직 주류 제품은 아니지만, 양념된 계란이나 찐 계란과 같은 제품은 건강하고 간편하게 먹을 수 있어 점점 주목받고 있습니다. 이는 젊고 건강을 중시하는 소비자들 사이에서 수요가 높으며 간편하고 독특한 맛을 즐기는 간식으로 인기를 끌고 있습니다. 짭짤하면서도 단맛이 조화를 이루는 훈제 메추리알 같은 알가공품은 향후 유망 품목이 될 수 있습니다.

Q. 싱가포르 내 고객사 제품과 유사한 알가공품 브랜드와 제품은 무엇이 있으며, 해당 제품의 주요 소비자층은 누구인가요?

페어프라이스는 주로 일본과 중국에서 수입한 계란 가공품을 취급하고 있습니다. 라멘용 계란(아지츠키 타마고²⁷⁾)과 간장 절임 계란이 있으며 바로 먹을 수 있는 단백질 제품을 선호하는 젊은 층 및 가족 층에게 인기가 있습니다. 다운(Daon)과 야미헌터(Yummy Hunter)와 같은 일부 브랜드는 간편하고 휴대하기 좋은 소포장 알가공품을 제공하기도 합니다. 또한, 짭짤하면서도 약간의 단맛을 가진 메추리알 제품은 건강한 간식을 찾는 젊은 여성 소비자들 사이에서 인기가 많습니다.

Q. 싱가포르에 알가공품 수출 시 주의해야 할 규제는 무엇인가요? 또한, 필수 및 권장 인증은 무엇인가요?

싱가포르로 알가공품을 수출할 때는 싱가포르 식품청(SFA)의 규정을 준수해야 하며, 엄격한 식품 안전 기준을 충족하고 식품청(SFA)의 승인 국가에서 생산된 제품이어야 합니다. 소비자에게 제품의 안전성과 품질을 보장하기 위해 HACCP 인증을 적극 권장합니다. 또한, 성분, 영양 정보, 유통기한 등의 명확한 라벨링 요구 사항을 충족해야 매장에서 판매할 수 있습니다.

26) 사진 자료: 페어프라이스(FairPrice)

27) 라멘과 같은 요리에 들어가는 일본식 계란 장조림을 의미함

Q. 고객사 제품의 가격이 적절한가요? 싱가포르 내 인기 있는 알가공품과 비교하여 적절한 가격대를 말해주세요.

고객사 제품은 독특한 맛을 지니고 있으며 한국산이라는 점을 고려하면 즉석 단백질 간식으로서 합리적인 가격입니다. 일본과 중국에서 수입된 절인 계란과 같은 프리미엄 계란 가공품은 일반적으로 140-145g당 1.80-2.93싱가포르달러(1,826-2,972원²⁸⁾) 가격대를 형성하고 있습니다. 제품의 차별점을 잘 홍보한다면 고객사 제품의 기존 가격대로도 성공할 수 있으며, 1.50-2.00싱가포르달러(1,521-2,029원) 범위가 경쟁력이 있을 것입니다.

Q. 고객사 제품의 상세 정보를 참고하여 홍보문구를 추천해주세요. 또한, 홍보문구에 사용하면 안되는 키워드나 내용은 무엇인가요?

홍보문구에 제품의 독특한 맛과 식감을 강조하여 색다른 간식 경험을 원하는 소비자들에게 어필하는 것이 가장 좋습니다. ‘건강’, ‘다이어트’ 같은 키워드는 제품의 영양 성분에 대한 오해를 줄 수 있으므로 피하는 것이 좋습니다. 대신 풍미와 편리성을 중심으로 홍보하는 것이 효과적입니다.

Q. 고객사 제품을 싱가포르의 어느 유통채널에 판매하는 것이 효과적일까요?

고객사 제품은 오프라인 매장과 온라인 플랫폼 모두 효과적으로 판매될 수 있습니다. 매장 내 스낵 코너나 즉석식품 코너에 배치하면 비싼 젊은 층을 끌어들이 수 있습니다. 또한, 페어프라이스 온라인 같은 전자상거래 플랫폼을 통해 온라인 쇼핑을 선호하는 젊은 직장인들에게 접근성을 높일 수 있습니다. 지하철역과 같은 유동 인구가 많은 지역에 위치한 페어프라이스 익스프레스(Xpress) 매장을 통해 가시성을 높이는 것도 좋은 방법입니다.

Q. 고객사 제품을 싱가포르에서 홍보 시 어떤 방법으로 진행하면 효과적일까요?

소비자들에게 제품을 소개하기 위해 매장 시식 행사와 디지털 프로모션을 활용하는 것이 효과적일 것입니다. 유동 인구가 많은 매장에서 시식 행사를 진행하면 새로운 간식을 찾는 고객층을 끌어들이 수 있습니다. 페어프라이스의 인스타그램(Instagram)과 페이스북(Facebook) 페이지에서 ‘편리한 단백질 간식(Convenient protein snack)’, ‘달콤하면서 짭짤한 맛(Sweet and Savory flavor)’, ‘한국 간식(Korean snack)’ 같은 키워드를 활용하여 소셜미디어 광고를 진행한다면 20-30대 여성 타겟층에게 효과적으로 다가갈 수 있을 것입니다. 또한, 페어프라이스 온라인 플랫폼에서 3개 구매 시 1개 무료 같은 프로모션이나 번들 할인 등을 진행한다면 초기 판매를 촉진할 수 있습니다.

28) 1싱가포르달러=1,014.60원(2024.10.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

Interview ②

29)

SHENG SIONG
LINE성송
(Sheng Siong)

- 유형: 수입·유통업체
- 업체 특징:
 - 1985년에 설립된 수입 및 유통업체로 다양한 식품을 취급하고 있음
 - 싱가포르 내 여러 지점에서 운영되고 있음

담당자 정보
Store Manager성송(Sheng Siong)
Store Manager

Q. 싱가포르 내 알가공품의 수요 및 동향은 어떠한가요?

알가공품은 간편하고 영양가 있는 간식을 찾는 젊은 층을 중심으로 수요가 꾸준히 증가하고 있습니다. 싱가포르에서는 메추리알을 널리 섭취하지는 않지만, 세계 각국의 맛을 찾는 소비자가 늘어나면서 성장 잠재력이 있습니다. 또한, 훈제나 캐러멜화된 옵션은 새로운 맛을 즐기는 소비자들에게 매력적으로 다가갈 수 있습니다. 성송의 주요 소비자층이 주거 지역 내 거주자들인 점을 고려할 때 훈제 메추리알은 저렴하고 독특한 간식 대안으로 홍보한다면 성공할 수 있을 것입니다.

Q. 싱가포르 내 고객사 제품과 유사한 알가공품 브랜드와 제품은 무엇이 있으며, 해당 제품의 주요 소비자층은 누구인가요?

가공 계란은 판매되고 있지만 틈새 시장에 속하며 주로 씨피푸드(CP Foods)와 같은 브랜드의 절인 계란이 시장 대부분을 점유하고 있습니다. 이러한 제품은 메추리알은 아니지만 간편하면서도 단백질이 풍부한 스낵을 찾는 바쁜 청년층과 중장년층 소비자를 대상으로 판매하고 있습니다. 성송은 현재 절임 또는 삶은 형태의 메추리알 제품을 취급하고 있으며, 간편하게 먹을 수 있는 간식 형태에 관심이 많아지고 있습니다.

Q. 싱가포르에 알가공품 수출 시 주의해야 할 규제는 무엇인가요? 또한, 필수 및 권장 인증은 무엇인가요?

싱가포르에서는 모든 수입품이 싱가포르 식품청(SFA)의 엄격한 지침을 충족해야 하며, 알가공품의 경우 식품 안전과 원산지를 중점으로 봅니다. HACCP 인증은 즉석식품의 안전 기준을 강화하며, 소비자의 신뢰를 확보하는 데 유리합니다. 또한, 패키징은 알레르기 유발 성분 정보와 같은 라벨링 규정을 준수하는 것이 중요하며, 이는 제품 투명성을 높이는 데 필수적입니다. 훈제 메추리알처럼 시장에 새롭게 도입되는 제품은 실험실 테스트를 통해 이러한 규정을 준수하는지 검증하는 것도 도움이 될 수 있습니다.

Q. 고객사 제품의 가격이 적절한가요? 싱가포르 내 인기 있는 알가공품과 비교하여 적절한 가격대를 말해주세요.

가성비를 중시하는 성송의 고객층을 고려할 때 고객사 제품은 다소 높은 가격일 수 있습니다. 헤리티지팜(Heritage Farm), 다순(Dasoon)과 같은 다른 아시아 브랜드의 가공란 간식은 보통 15알에 1.80~2.55싱가포르달러(1,826~2,587원) 범위로 가격이 형성되어 있습니다. 소비자층에 어필하려면 1.20~1.50싱가포르달러(1,217~1,521원) 사이의 가격이 이상적이며, 이는 간식 제품에 대한 현지 기대치에 더 부합하는 가격대입니다.

Q. 고객사 제품의 상세 정보를 참고하여 홍보문구를 추천해주세요. 또한, 홍보문구에 사용하면 안되는 키워드나 내용은 무엇인가요?

‘완벽한 양, 독특한 맛! 언제 어디서나 즐기는 달콤하고 훈제된 메추리알 스낵!(Perfectly Portioned, Deliciously Different! Snack on Sweet & Smoky Quail Eggs Anytime, Anywhere.)’와 같은 문구를 추천합니다. 이 문구는 간편하게 섭취할 수 있다는 셀링포인트와 독특한 풍미를 강조할 수 있으며, 가성비를 중시하는 소비자들에게 적합합니다. ‘고급(Gourmet)’이나 ‘프리미엄(Premium)’ 같은 표현은 피하여 제품이 너무 고가로 보이지 않도록 하고 접근성과 합리적인 가격에 초점을 맞추는 것이 중요합니다.

Q. 고객사 제품을 싱가포르의 어느 유통채널에 판매하는 것이 효과적일까요?

성송은 주거 지역 내 강력한 입지를 보유하고 있어 저렴하고 간편한 식품을 선호하는 지역 소비자들에게 접근하기에 이상적입니다. 매장 내에서 통조림 식품, 스낵, 또는 국제 식품 코너 근처에 배치하면 젊은 성인과 가족 고객층의 관심을 끌 수 있습니다. 또한, 모바일 앱을 통해 제품을 판매하면 빠른 배송이 가능하므로 집에서 독특한 간식을 맛보고 싶어하는 소비자들에게 어필할 수 있습니다.

Q. 고객사 제품을 싱가포르에서 홍보 시 어떤 방법으로 진행하면 효과적일까요?

구매 시점 디스플레이(Point-of-Purchase)³⁰⁾와 번들 할인은 주목을 끄는 데 효과적일 것입니다. 간식이나 세계 식품 코너 근처 포스터에 제품의 독특한 맛과 편리함을 강조하면 가성비를 중시하는 젊은 소비자들에게 매력적으로 다가갈 수 있을 것입니다. 또한, 성송의 주간 전단지와 앱에서 ‘새로운 한국 스낵을 맛보세요!(Try the New Korean Snack!)’ 또는 ‘달콤하고 짭짤한 맛의 즐거움(Sweet & Savory Delight)’ 같은 문구를 활용한 프로모션도 관심을 유도할 수 있습니다. 성송의 위챗(WeChat) 계정을 활용하면 중화권 커뮤니티에 효과적으로 다가갈 수 있으며, 제품의 맛과 식감을 보여주는 짧은 영상이나 사진으로 관심을 끌 수 있습니다.

30) 상품 구매 유도를 위해 눈에 잘 띄 수 있도록 진열하는 것을 의미함

Interview ③

31)



**프라임슈퍼마켓
(Prime Supermarket)**

- 유형: 수입·유통업체
- 업체 특징:
 - 1984년에 설립된 수입 및 유통업체
 - 다양한 식료품을 취급하며 싱가포르 내 여러 지점에서 운영하고 있음

담당자 정보

Store Manager

프라임슈퍼마켓(Prime Supermarket) Store Manager

Q. 싱가포르 내 알가공품의 수요 및 동향은 어떠한가요?

프라임슈퍼마켓의 고객층은 독특하고 글로벌한 영감을 받은 음식을 선호하는 경향이 있으며, 가공 단백질 간식에 대한 관심이 점차 높아지고 있습니다. 메추리알은 다른 가공 계란 제품만큼 인기가 높지는 않지만, 신선함과 건강상의 이점 덕분에 성장 가능성이 있습니다. 캐러멜 맛 훈제 메추리알은 일반 스낵과 차별화된 독특한 제품을 찾는 고객들에게 매력적으로 다가갈 수 있습니다.

Q. 싱가포르 내 고객사 제품과 유사한 알가공품 브랜드와 제품은 무엇이 있으며, 해당 제품의 주요 소비자층은 누구인가요?

저희 매장은 즉석 계란 제품을 다양하게 보유하고 있으며, 간장 절임란 등 일본과 중국의 프리미엄 제품을 취급하고 있습니다. 이러한 제품들은 젊은 성인들을 중심으로 건강을 중시하고 글로벌한 맛을 선호하는 소비자들에게 인기가 많습니다. 메추리알 제품은 흔하지 않지만 프라임슈퍼마켓 소비자들은 새로운 맛이나 식감을 제공하는 수입산 간식에 대해 개방적인 태도를 가지고 있습니다.

Q. 싱가포르에 알가공품 수출 시 주의해야 할 규제는 무엇인가요? 또한, 필수 및 권장 인증은 무엇인가요?

메추리알 가공품을 수출하려면 계란이 고위험 식품으로 간주되므로 싱가포르 식품청(SFA)의 규정을 준수하는 것이 중요합니다. 특히, 원산지가 SFA에 의해 승인된 국가인지 확인하는 절차가 포함됩니다. 또한, HACCP 인증은 제품이 엄격한 식품 안전 규정을 따르고 있음을 증명하며 건강을 중시하는 고객들에게 신뢰를 줄 수 있으므로 적극 권장합니다. 그 외 명확한 성분 목록, 유통기한, 보관 지침 등 싱가포르의 포장 및 라벨링 기준을 준수하면 매장 입점 요건에 부합할 수 있습니다.

Q. 고객사 제품의 가격이 적절한가요? 싱가포르 내 인기 있는 알가공품과 비교하여 적절한 가격대를 말해주세요.

고객사 제품의 가격은 프라임슈퍼마켓의 소비자층에게 살짝 높은 편입니다. 일본이나 중국의 프리미엄 가공란 제품은 15알당 2.50싱가포르달러(2,536원)부터 판매되므로 경쟁력을 확보하려면 가격 조정이 필요할 수 있습니다. 적정 가격대는 1.20-2.00싱가포르달러(1,217-2,029원) 정도로 보입니다.

Q. 고객사 제품의 상세 정보를 참고하여 홍보문구를 추천해주세요. 또한, 홍보문구에 사용하면 안되는 키워드나 내용은 무엇인가요?

‘탐닉(Indulgent)’이나 ‘길티 플레저(Guilty pleasure)’와 같은 표현은 자제하고, 품질과 문화적 매력을 강조하여 제품의 가치를 부각하는 데 초점을 맞추는 것이 중요합니다.

Q. 고객사 제품을 싱가포르의 어느 유통채널에 판매하는 것이 효과적일까요?

고객사 제품은 매장 내 스낵 코너나 세계 식품 코너와 같이 눈에 띄는 위치에 배치하면 독특하고 바로 먹을 수 있는 제품을 찾는 고객들에게 어필할 수 있습니다. 매장 내 진열 외에도 레드마트(RedMart)나 아마존 싱가포르(Amazon) 같은 온라인 식료품 플랫폼은 디지털에 익숙한 고객층을 대상으로 하기에 효과적인 채널입니다. 또한, 그랩마트(GrabMart)와 푸드판다(Foodpanda)와 같은 배달 플랫폼과 협력하면 빠른 주문형 간식을 선호하는 소비자들에게 접근할 수 있습니다.

Q. 고객사 제품을 싱가포르에서 홍보 시 어떤 방법으로 진행하면 효과적일까요?

효과적인 홍보 방법으로는 한국산 원재료와 맛의 특징을 알리기 위한 매장 시식 행사와 20-30대 여성을 타겟으로 한 소셜미디어 캠페인이 있습니다. ‘한국 간식(Korean snack)’, ‘달콤하고 스모키한(Sweet and Smoky)’, ‘바로 먹을 수 있는(ready-to-eat)’ 같은 키워드를 활용해 편리함과 매력을 강조할 수 있습니다. 또한, 틱톡(TikTok) 인플루언서를 통해 홍보하는 것도 빠르게 소비자 참여를 이끌어낼 수 있습니다.

[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 스태티스타(Statista), 'Revenue in the Dairy Product & Eggs market - Singapore', 2024.10
2. 스태티스타(Statista), 'Revenue in the Other Dairy Product & Eggs market - Singapore', 2024.10
3. KOTRA해외시장뉴스, '싱가포르 소비자 트렌드와 마케팅 전략', 2023.12
4. KOTRA해외시장뉴스, '싱가포르 간편조리식품 시장 동향', 2023.05
5. KOTRA해외시장뉴스, '다이어터 주목! 싱가포르 다이어트 식품 시장동향', 2021.06
6. KOTRA해외시장뉴스, '떠오르는 싱가포르 E-Commerce 시장과 우리 기업의 진출 방안 모색', 2024.05
7. 스태티스타(Statista), 'Share of retail customers in Kazakhstan in 2023, by product category and sales channel', 2023.01'
8. 스태티스타(Statista), 'Grocery shopping by store type in South Korea as of September 2024', 2024.10
9. aT한국농수산물유통공사, 'aT 농식품 수출 교역조건_싱가포르', 2023
10. aT한국농수산물유통공사, '2023 농식품 수출국가정보 싱가포르', 2023
11. 농림축산식품부, '2023 농식품 해외인증 등록정보 종합가이드', 2023
12. 수산물수출정보포털, '2021 싱가포르 라벨링 제도', 2021
13. 관세청, '글로벌 AEO 총서', 2019

■ 참고 사이트

1. 외교부 (www.mofa.go.kr)
2. 스태티스타(Statista) (www.statista.com)
3. KEB하나은행 (www.kebhana.com)
4. ITC(International Trade Centre) (www.trademap.org)
5. 유로모니터(Euromonitor) (www.euromonitor.com)
6. 아마존(Amazon) (www.amazon.sg)
7. 뉴트리션키친(Nutrition Kitchen) (nutritionkitchensg.com)
8. 키토메이(Ketomei) (www.ketomei.com)
9. 올로푸드(YOLO Foods) (yolofoods.sg)
10. 쇼피(Shopee) (shopee.sg)
11. 페어프라이스(FairPrice) (www.fairprice.com.sg)
12. 페어프라이스그룹(FairPrice Group) (www.fairpricegroup.com.sg)
13. 콜드스토리지(Cold Storage) (coldstorage.com.sg)
14. 로켓리치(RocketReach) (rocketreach.co)
15. 디에프아일리테일그룹(DFI Retail Group) (www.dfiretailgroup.com)
16. 하틀랜드몰(Heartland Mall) (heartlandmall.com.sg)
17. 더스트레이츠타임즈(The Straits Times) (www.straitstimes.com)
18. 돈돈돈키(Don Don Donki) (www.dondondonki.com.sg)
19. 샤인코리아(Shine Korea) (www.shinekorea.com.sg)
20. 세븐일레븐(7-Eleven) (www.7-eleven.com.sg)
21. 위키피디아(Wikipedia) (www.wikipedia.com)
22. 리테일아시아(Retail Asia) (retailasia.com)
23. 치어스(Cheers) (cheers.com.sg)
24. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
25. 통합무역정보서비스 (tradenavi.or.kr)
26. KOTRA 대한무역투자진흥공사 (www.kotra.or.kr)
27. 국가관세종합정보망서비스 (unipass.customs.go.kr)
28. aT한국농수산물유통공사 (www.at.or.kr)
29. 관세청 (www.customs.go.kr)
30. 싱가포르 식품청(SFA) (www.sfa.gov.sg)
31. 싱가포르 보건부(MOH) (www.moh.gov.sg)
32. 싱가포르 관세청 (www.customs.gov.sg)
33. 성송(Sheng Siong) (www.shengsiong.com.sg)
34. 프라임슈퍼마켓(Prime Supermarket) (www.primesupermarket.com)
35. 플랫티콘(Flaticon) (www.flaticon.com)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발 행 일 자 | 2024.11.22

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 2024 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea