
싱가포르 청과류 (키위) 수출확대 여건 조사



2012. 10

싱가포르 aT

목 차

1. 시장개요
2. 생산동향
3. 해외유통동향
4. 소비동향
5. 수입동향
6. 통관 및 수입검사
7. 한국산 유통동향 및 경쟁국 동향
8. 한국산 수출 확대방안
9. 기타수입 업체 목록 및 참고 사이트

1. 시장 개요

☐ 싱가포르의 주요 경제지표는 다음과 같음.

	2011년
GDP	SGD 3,268억
1인당 GDP	SGD 63,050
경제 성장률	4.9%
수 출	SGD 5,147억
수 입	SGD 4,596억
무역수지	SGD 551억

(출처 : Statistics Singapore)

☐ 싱가포르는 2012년 싱가포르 정부는 전 세계적인 성장둔화에 따른 영향으로 올해 성장률 전망치를 기존 3%에서 1.5~2.5%로 낮추었으나 충분한 국내 수요에 의해 리스크는 크지 않을 것으로 예상됨.

2. 생산 동향

☐ 싱가포르의 자국 생산현황

- 싱가포르는 국토면적이 692.7km² (서울시의 1.15배)에 불과하여, 농사면적이 부족하며, 농경분야의 GDP 기여율은 0.2%의 미미한 수준 임.
- 싱가포르의 농산물 생산통계는 다음과 같음.

	2009년	2010년	2011년
채소류 (톤)	19,584	19,490	20,355
Orchid (백만stalks)	10	10	11
화 분 (백만plants)	40	40	41

(출처 : AVA)

□ 싱가포르의 해외 계약재배 현황

- 2008년 쌀 부족 파동을 겪은 후, 싱가포르 정부는 식량의 90% 이상을 수입에 의존하는 취약한 구조를 개선하기 위해, 2009년에 식량자급률을 높이고 해외 재배계약 물량을 확대하기 위한 2개의 기금을 구성함.
- 현재 싱가포르는 정부차원에서 쌀 (싱가포르 투자청 : 베트남), 그리고 기업차원에서 채소류 (태국, 말레이시아) 등을 계약재배 하고 있으며, 대형 유통업체에서는 자체 브랜드로 해외계약재배로 생산한 채소류등을 판매하는 비중을 높이고 있음.
- 싱가포르의 농산물 공급증대 계획은 주요 식량인 쌀 및 채소류 위주로 진행되고 있어, 청과류(과일)은 현재와 같이 100% 수입에 의존하고 있음.
- 싱가포르는 글로벌 식품 안정성에 대한 위협과 불확실성에 대비를 위한 방안으로 중국 북동부 지역에 ‘식품 지구’를 구획하고, 돼지고기 및 기타 식품을 생산해 싱가포르로 공급할 것을 계획함. 이번 프로젝트를 통해 ‘식품지구’는 중국 지린(Jilin)에 위치할 것이며, 1,450sq km의 규모로 싱가포르의 2배에 이르는 면적이 될 것으로 보도됨.(The Straits Times (2012.9.7))

3. 유통 동향

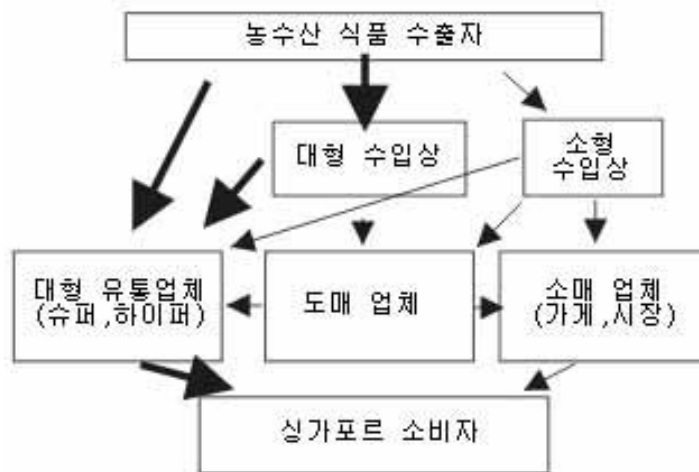
□ 유통구조 및 유통경로

- 싱가포르에는 단일의 과일/채소 수출입업자 연합회가 존재하며, 그 내용은 다음과 같음.

단 체 명	주소 정보	결성 연도	비 고
Singapore Fruits & Vegetables Importers & Exporters Association (SFVIEA)	1 Pasir Panjang Wholesale Centre T: 6775 3676 F: 6773 1338 www.singaporefva.com	1948	회원사 약 80개사

- 싱가포르는 1개의 도매시장 (Pasir Panjang Wholesale Centre)를 가지고 있으나, 2003년 SARS 유행병 당시 일시 폐쇄되면서 대형업체들이 이전, 현재로서는 도매시장으로서의 기능을 많이 상실하였음.

- 청과류의 수입은 싱가포르 과일/채소 수출입업자 연합회 회원사가 아니더라도 가능하기 때문에, 싱가포르 내 청과류 유통구조는 다음과 같음.



□ 수입 현황

- 싱가포르는 식품에 대하여서는 전면 무관세를 실시하며, 전세계로부터 식품을 수입함. 키위의 경우, 세계 2위 생산국인 뉴질랜드가 공격적인 판촉 활동을 통하여, 전체 수입물량의 75%, 전체 소매판매량의 95%를 점유하는 독보적인 1위를 기록하고 있음. 키위의 나머지 15%는 1위 생산국인 이태리 등을 포함한 전세계 16개국으로부터 수입 됨(2011년 통계치 기준).
- 싱가포르의 2012년 현재 키위 수입대상 국가는 다음과 같음.

뉴질랜드	이태리	칠 레	호 주
프랑스	미 국	말레시아	그리스
일 본	영 국	태 국	중 국
네덜란드	인 도	네 팔	한 국

(FAO 및 Globe Trade Atlas)

- 싱가포르로의 수입은 현지에 등록이 된 업체로 제한 됨. ACRA (싱가포르 상업등기소)에 등록된 업체는, 부여받은 고유번호 (UEN)을 세관에 등록하여야 하며, AVA (싱가포르 검역국)에 수입업자 등록 및 신선과일 수입업등록 및 수입진별 허가서를 받아야 함. 그 내용은 다음과 같음.

관할 기관	관할 업무	업무 내용	비 고
ACRA	회사 등록	고유번호 발급	
Customs	통관 업무	서류 심사	신선과일은 무관세
AVA	수입 허가 업무 검역 업무	수입업자 등록	
		신선과일 수출입면허	
		수입허가서	
		검역 및 수시검사	

(출처 : ACRA, Singapore Customs, AVA)

□ 유통형태 및 유통규격

- 소매시장을 독점(95%)하고 있는 뉴질랜드산 키위는 주로 규격화된 4개들이 투명포장으로 공급이 됨. 국가별 전문식재료상을 통해 전문레스토랑에 공급되는 유럽산 키위는 벌크포장으로 공급이 됨. 일부 재래시장에 유통되는 키위는 인도네시아 등의 주변국가 제품으로, 날개로 진열, 판매가 됨.
- 싱가포르 소매시장에 판매되는 뉴질랜드산 키위는 다음과 같이 판매가 되고 있으며, 이에 따라 품질도 3단계가 있는 것으로 인식되고 있음.

	구분	사 진
Zespr i	Green	
	Green - Organic	
	Gold	

□ 가격 구조 및 가격 동향

- 뉴질랜드산 Zespri 상품이 소매시장을 독점 (95% : insis.com, 2009년 9월 29일) 하고 있으며, 타국산 키위의 진입을 방지하기 위해 품질우수성을 내세운 마케팅 활동으로 소매시장에서 Zespri 키위의 시장점유율이 절대적임. 4개 묶음의 포장제품이 일반적이거나 8개, 12개로 포장된 제품이 판매되기도 함. 하이퍼마켓인 Giant의 경우 다양한 형태로 포장된 제품을 판매하며 가격도 약간 저렴함. 재래시장에서 판매되는 Zespri 키위의 가격은 일반소매시장과 비슷한 가격선에 판매됨.



○ 싱가포르내 키위 소매가격 및 판매현황

	슈퍼마켓	하이퍼마켓	재래시장
Zespri Gold	S\$4.95(4개)	S\$4.95(4개) S\$9.75(8개)	S\$1.20(1개) S\$8(5개)
Zespri Green Organic	S\$4.26(4개)		
Zespri Green	S\$3.30(4개)	S\$3.10(4개)	S\$0.8(1개) S\$4.5(5개)
칠레산		S\$5.99(330g) Organic	S\$0.6(1개)

(출처 : NTUC Fairprice, Cold Storage, Wet Market, Giant)

4. 소비 동향

□ 구매 동향

- 뉴질랜드 정부 및 뉴질랜드 상공회의소의 적극적인 지원을 받은

Zespri사는 2008년부터 싱가포르에서 거리판촉전, 세미나 개최, 주요 방송 및 일간지에 키위에 대한 홍보, 그리고 싱가포르 건강진흥청 (HPB) 및 의사협회 등에 대한 홍보활동을 꾸준히 펼치고 있음

- 싱가포르의 일부 과일가게들은 과일을 미리 깎아서 판매하는 방식을 채택하여, 일부 가게들도 깎아놓은 키위를 비치하고 있음. 이들의 경우 소비자들이 찾는 뉴질랜드산이 아니며 칠레, 이탈리아산으로 단맛이 적어 큰 소비가 이루어지지 않음.



<깎아놓은 키위 판매 사진>

- 싱가포르는 주로 저렴하고 쉽게 조달이 가능한 열대성 과일 위주로 소비가 이루어짐. Zespri의 지속적인 홍보 및 냉장보관에 의한 연중 공급으로, 키위는 연중 구매 가능한 열대성 과일로 인식되고 있음. 싱가포르의 1인당 과일 섭취량은 다른 OECD국가에 비해 낮은 편에 속함.

표 1.3 식품별 1인당 소비량(kg)

(단위 : kg)

품목	2007	2008	2009	2010	2011
과일	72	70	69	67	66

(출처 : AVA)

□ 상품 인지도

- 뉴질랜드의 키위 생산은 전세계 생산량의 30% 정도에 불과하지만, Zespri사의 지속적인 홍보 및 뉴질랜드 정부의 후원이 어우러져 싱가포르에서는 Kiwi = New Zealand = Zespri로 이해가 고정되어 있음.

- 키위의 주산지인 이태리, 프랑스, 그리스 등의 지중해 연안국가로부터 수입되는 지중해산 키위는 이태리, 프랑스, 스페인 등의 지중해식 전문 식당에서 주로 소비가 되어 소비자 인지도가 낮음.

□ 경쟁국 마케팅전략 사례

- Zespri사의 올해 주된 전략은 Psa로 인한 골드키위의 생산량 감소가 시장 매출 저하로 이어지지 않도록 하는데 있음. 이에 따라 2012년에는 새로운 성장 전략으로 정부기관과 연계한 ‘school education programme’ 진행과 키위 섭취에 따른 건강상의 이점을 활발히 홍보하는데 집중함.
- Zespri사는 2008년에 거리관측 및 매스컴홍보 등을 통하여 소매시장 점유율을 2007년의 56%, 2008년에 95%로 끌어올린 뒤, 이에 만족하지 않고 2009년에 SGD 1천만의 홍보예산을 투입하여 시장을 허용하지 않겠다는 입장을 표명 (2008년 11월 6일, 싱가포르 경제인연합회 세미나에서).
- Zespri사의 절대적인 시장점유율 및 공격적 관측/홍보활동 앞에, 수출량들이 적은 다른 국가들은 직접적인 대응 보다는, chef를 이용한 요리 소개 홍보활동을 시도하고 있으나, chef들의 요리에는 키위의 국적이 나타나지 않기 때문에 효과는 미미함.

(예)

- Mampuku Japanese Gourmet Town (www.soshiok.com/critic/article/4149)
- Kiwi Xpress (www.yummycorner.com/page/9/)
- Italian Food Safari@Corner Cafe
(cornercafe.wordpress.com/2010/03/11/italian-food-safari)
- Smoochies Bistro & Bar
(www.hungrygowhere.com/reviews.php?urlname=dawn&offset=10)

□ 상품 선호도

- 싱가포르인들이 선호하는 키위는, Zespri사의 재배 및 수확 관리방법에 관한 홍보의 영향을 받아, 다음과 같음.

	항 목	비 고 (Zespri사 발표내용)
상급	Gold	단맛 강조 수확전 당도측정후 수확허가 (브릭스 11 이상)
중급	Green - Organic	유기농 강조 (뉴질랜드 유기농협회 인증)
하급	Green	단맛 + 시큼한 맛 (브릭스 6~7)

(출처 : Chop Nam Huat, Zespri)

- Zespri사는 신상품으로 [Kiwi Red]를 개발 중에 있으며, Psa 바이러스에 약한 골드키위 품종을 변형한 새로운 품종을 개발, 도입 중에 있음.

5. 수입 동향

☐ 싱가포르의 농산물 및 과일 수입 동향

- 싱가포르는 2011년에 전세계로부터 농산물 U\$ 93.6억을 수입하였으며, 이 중 한국은 금액 U\$ 7.3천만, 점유율 0.78%로 전체 수입국 중 17위를 기록하였음. 과일의 경우, 싱가포르의 2012년도 전체 수입 금액 U\$ 5.9억 중, 한국은 금액 U\$ 12.3백만, 점유율 2.09%로 수입 11위국을 기록함.
- Zespri사는 2008년부터 공격적인 판촉활동을 전개하여, 싱가포르에 유통되고 있는 키위의 대부분을 차지하고 있음. 2009년(76%), 2010(72.5%), 2011년(75%)로 독보적인 1위를 차지하며 2010년 대비 24.7%의 매출 성장을 이룸.

<싱가포르 농산물 및 과일 수입 통계>

		2009년	2010년	2011년
총 수입		USD 2,450억	USD 3,110억	USD 3,660억
농산물	전 체	59.1억	73.4억	93.6억
	말레이시아	12.1억	15.4억	19.4억
	프랑스	7.2억	8.6억	10.9억
	인도네시아	5.4억	7.6억	10.8억

	중 국	4.9억	6.0억	7.3억
	한 국	3.9천만 (22위)	7.2천만 (15위)	7.3천만 (17위)
과 일	전 체	4.1억	4.7억	5.9억
	미 국	7.3천만	9.0천만	10.4천만
	중 국	6.1천만	7.8천만	7.7천만
	인도네시아	4.9천만	5.3천만	10.3천만
	말레이시아	4.3천만	4.4천만	5.0천만
	한 국	9.1백만 (10위)	1.06천만 (11위)	1.24천만 (11위)

(출처 : GTIS, World Trade Atlas)

<싱가포르 키위 수입 통계 : HS 081050, Kiwi, Fresh>

		2007년	2008년	2009년
	전 체	USD 833.4 만	USD 1,007.6만	USD 1,216.2 만
1	뉴질랜드	637.2	730.6	911.3
2	이태리	119.9	162.2	187.8
3	칠 레	39.2	37.5	50.9
4	호 주	15.2	28.7	31.9
5	프랑스	10.5	10.5	18.1
6	미 국	4.9	10.0	74.2
7	그리스	3.6	0.3	1.2
8	중 국	2.2	0.0	2.2
9	말레이시아*	0.6	0.5	0.6
10	일 본	0.04	0.0	0.04

(출처 : GTIS, World Trade Atlas)

* 말레이시아산 Ciku는 키위와 유사하여 동일한 HS번호로 분류되지만, 키위는 아님.

< Ciku 상품 >

원산지 : 말레이시아, 베트남 등



6. 통관 및 수입검사

☐ 싱가포르의 청과류 수입

- 싱가포르는 식량의 90% 이상을 수입해야하는 절대 수입국으로, 식품의 수입에 대해서는 전면 무관세를 실시함. 한국과는 2006년에 FTA를 체결하여 한국산 청과류에 대한 차별적 대우는 없음.
- 단, 싱가포르에 수입하기 위해서는 현지 등록업체 (ACRA : 상업등기소) 및 수출입업 허가 (AVA : 검역국) 의 요건을 갖추어야 함. 2009년 9월 현재, AVA의 신청수수료 및 제비용은 다음과 같음.

내 용	비 용	비 고
수입업자 신청	S\$ 21.50	처리기간 3일, 우편주소로 통보
수입업자 등록	무료	
신선 과일/야채 수출입면허	S\$ 378.00/1년	처리기간 1일
- 담당부서 : AVA, Import & Export Division 5 Maxwell Road, #02-03, Tower Block, MND Complex T: (65) 6325-7333 F: (65) 6325-7648 - 신선 과일/야채 수출입 면허 : https://licences.business.gov.sg/SHINE/sop/WebPageHandler?p=OASIS&pn=SelectLicences&LicenceID=57		

(출처 : AVA)

☐ 관세 및 통관 절차

- 싱가포르는 식품의 수입/수출에 대하여 관세를 부과하지 않음. 신선 과일/야채는 Control of Plants Act (2000년)의 적용을 받으며, 수입신고는 싱가포르 세관에 Invoice 건별로 신청을 받음. 수입절차 및 비용 등은 다음과 같음.

	절 차	방 법	비 고
1	수입 신고	싱가포르 세관	- TradeNet System (www.tradexchange.gov.sg) - 신청 : SGE 21.50/건 - 허가 : SGD 3.00/건 - Cargo Clearance Permit 온라인 발급
2	수입 검사	지정 장소	- 수시 검사 실시 - 구비서류 (CCP/Invoice/포장명세/선하증권 /잔류농약, 화학물질 검사서)
3	세금 부과	계좌 이체	- 관세 : 0% - 부가세 : 7% (Invoice참조한 추정 CIF 금액기준 부과)
4	출 고	희망 보관 장소	- 계약 저장소 또는 구매처

(출처 : AVA, TradeNet System)

☐ 규제사항

- 청과류의 잔류농약, 화학물질 등은 싱가포르 Food Regulations (Sale of Food Act, Chapter 283, Section 56(1), Food Regulations (2006))의 규제를 받음.
- 잔류농약과 관련해서는 총 114가지가 규제되며, 각각의 농약 종류/식품 종류에 따라 허용수치가 명시되어 있음.

(예시)

농약 물질	식품 종류	최대 잔류량 (ppm)
Acephate	토마토, 양배추, 과일 등	5
Aldicarb	딸기, 과일	0.2
Captan	배, 사과	25
DDT (DDD, DDE 포함)	야채, 과일	1

(상세 목록은 : Food Regulations : Ninth Schedule 참조)

- 잔류화학물질에는 Mercury, Cadmium, Selenium 등과 같은 중금속 이외에, 각종 antibiotic 잔류량, oestrogen 잔류량, mycotoxin 등도 포함이 되며, 규제가 됨.

(상세내용은 : Food Regulations 참조)

□ 포장 및 라벨링

- 싱가포르의 라벨링 규정은 수입시점이 아닌 판매시점에 적용이 됨. 이것은 수입 이후의 재포장 된 제품에 대해서도, 책임소재를 명확하게 하기 위한 제도임.
- 청과류의 경우, 포장판매 및 날개판매 모두가 가능한 상품으로 다음과 같이 규정이 적용 됨.

	표기 언어	표기 내용
포장 판매	영 어	원산지, 청과류명, 순중량, 수입자 상호 및 주소
날개 판매	영 어	원산지(표식 또는 팻말)

(출처 : AVA)

7. 경쟁국 동향 및 한국산 유통동향

□ 세계의 키위 생산 현황

- 키위는 원래 중국 남부지방에서 재배되온 과일로 “Chinese Gooseberry”라는 이름을 가지고 있음. 1906년에 뉴질랜드에 소개가 되어 재배되어 오다가, 1950년대에 뉴질랜드가 본격적으로 수출을 하면서 당시의 냉전 상황 때문에 뉴질랜드를 나타내는 “kiwifruit”로 재명명이 되어, Kiwi = 뉴질랜드의 등식이 성립 되었음 (How Kiwifruit Got Its Name : www.zesprikiwi.com/kiwi_name.htm). 전세계에서 주로 생산되는 것은 Hayward, Chico, Saanichton 12 등 Green 3개종이며, Gold는 뉴질랜드가 11년에 걸쳐 개발한 뉴질랜드 고유의 Hinabelle종임.

<세계 키위 생산 현황 : 2010년 현재>

(단위: 톤)

이태리	415,877
뉴질랜드	378,500
칠 레	229,000
그리스	116,310
프랑스	70,422
이 란	34,200
일 본	29,900
미 국	29,665
터키	26,554
스페인	23,100

(출처 : FAO)

<국가별 키위 수확 및 주요 공급 시기 : 예시>

	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
뉴질랜드												
이태리												
칠 레												
호주												
프랑스												
미 국												
말레이시아	Ciku는 열대과일로 연중 수시 공급됨											
그리스												
일 본												
영 국												

(출처 : Zespri, Furctidor.com, USDA, Fresh Plaza, Fruit Today, 호주 visabureau.com)

☐ 한국산 선호도

- Zespri의 홍보에 힘입어, 키위는 남반구의 과일로 인식되고 있음. 한국은 키위 생산국가로 인식되지 않고 있음.

<싱가포르 키위 수입국가별 평균단가 비교>

(단위: USD 만 달러 / 만 ton)

	2010년			2011년		
	금 액	물 량	평균단가	금 액	물 량	평균단가
전 체	10,075,512	3,930,020	USD 2.56	12,161,953	4,298,650	USD2.83
뉴질랜드	7,306,349	2,322,390	3.15	9,113,292	2,657,580	3.43
이태리	1,622,548	1,051,380	1.54	1,878,680	1,141,710	1.65
칠 레	374,005	273,730	1.37	508,867	323,120	1.57
호 주	286,963	77,200	3.72	319,459	60,900	5.25
프랑스	105,285	50,310	2.09	181,093	42,220	4.29
미 국	99,602	46,900	2.12	74,221	37,390	1.99
그리스	31,606	21,580	1.46	35,374	21,580	1.64
중국	204,093	73,760	2.77	32,599	7,340	4.44
말레이시아	3,093	940	3.29	11,802	5,890	2

(출처 : GTIS, World Trade Atlas)

☐ 한국산 키위의 비중 및 경쟁국 동향

- 한국산 키위는 소매판매 되는 내용을 찾아볼 수가 없음.

☐ 경쟁국 마케팅 전략

- Zespri사의 전방위에 걸친 공격적인 홍보, 판촉활동으로, 뉴질랜드산 키위의 소매시장 점유율이 90%이상에 달하며, 그 외 키위산이 판매되는 것은 하나 생식용이 아닌 주스용으로 소비됨.

유 형	내 용 / 출 처
school programme	싱가포르 보건건강 증진 이사회(Health Promotion Board)와 협력을 맺어 2012년 7월 ~ 9월 동안 15,000명 싱가포르 초등학생을 대상으로 하는 키위의 영양상 가치 등에 대한 내용으로 프로그램을 진행

	
세미나 개최	2012년 5월 28일: 530명의 미디어 및 게스트를 초대해 키위 효능에 대한 과학적 근거 및 키위를 재료로 한 요리법 소개, 시식행사 진행
유통매장 내 홍보	키위 효능 및 건강상 이점에 관한 내용 포스팅을 통한 홍보 및 전 유통 매장에 판매 전용 매대 설치 통한 판매촉진 
기타홍보자료	주로 키위 효능에 대한 홍보 자료 및 프로모션 홍보 10 health facts about kiwifruit(2011.6.6) Fruit fight: Kiwi tops apple in blood pressure study (2011.11.16)www.asiaone.com
조리법 소개	http://www.yummy.ph/recipe Zespri Recipes (www.zespri.com / www.zesprikiwi.com) Kiwi Chef (www.kiwichef.com.sg)
방송매체 광고	수시 : New Zealand - Zespri - Kiwi 광고 (www.mediacorp.com.sg) 2010년 8월 7일 : Kiwifruit aids Digestion (www.straitstimes.com) 간헐적 : Primetime Morning : Breakfast on the Go (www.channelnewsasia.com/ptm/breakfast/kiwiblueberry.htm)
의사 협회 등	건강진흥청 (HPB) 의 “과일섭취캠페인” 등재 요청 (insis.com, 2009년 9월 29일) Feel Better, Look Younger with Kiwifruit

	(www.ihp.com/articles/kiwi.pdf) Kiwifruit as part of a healthy Singaporean Diet (www.karrifamilyclinic.com.sg/2009/06/kiwifruit-as-part-of-healthy.html) Eat a Healthier You (www.manulife.com.sg/resources_interestingreads_healthieryou.aspx)
Momentum Conference	2012년 10월 18~19에 걸쳐 진행 • Psa 문제에 관한 향후 대응 전략 • 세계 신선 과일 제품 트렌드 • Psa 조사 프로그램 및 결과 논의 • 생산 혁신 및 효율성 증진 방안 논의

- 일부 전문식당을 위주로, 자국산 키위를 사용하여 chef들이 요리를 소개하는 판촉활동을 하고 있지만, chef들은 사용하는 키위의 국적에 대하여 별다른 소개를 하지 않아 효과가 미미함.
(예, 일본, 이태리, 프랑스, 그리스 등의 요리)
- 칠레산 키위가 재래시장 및 일부 유통매장에 판매되고 있기는 하나 소비자들의 Zespri 키위에 대한 선호도가 높아 판매비중이 크지 않음.(2012년 10월 기준)



8. 수출 확대 방안

☐ 수출확대 방안

- Zespri사는 뉴질랜드 정부기관의 지원과, 안정적인 공급 및 장기 냉장 저장시설을 통한 연중 공급 능력, 그리고 독점 대리점 (Chop Nam Huat) 등을 갖추어, 키위를 생산하는 다른 국가들이 진입하지 못하는, 난공불락의 아성을 구축하고 있음.
- 한국산 키위가 진입하기 위해서는 동일한 요인들을 갖추어야하겠지만, 여러 가지 이유로 어려움이 많음. 시장진입을 위해서는 다음과 같은 과제들이 선결되어야 함.

	과 제	비 고
1	대리점 확보	키위시장 확대에 대한 자신감
2	유통시설 확보	연중 보관 및 출하가 가능한 냉장시설
3	안정적 공급	적당한 당도, 씹히는 맛
4	지속적 홍보	연중 홍보활동, 광고활동, 판촉활동

☐ 수입자 애로사항

- Zespri의 아성에 도전하기 위해서는, 장기적인 계획의 입안과 끈기 있는 추진력을 가져야 함. 당장은 수입상에서 할 수 있는 내용이 없음.
(Hock Hoe Hin, Fresh Direct)
- 한국산 키위를 판매하기 위해서는, 뉴질랜드 정부와 같은, 정부의 전폭적인 그리고 장기적인 지원이 필요함. 또한, Zespri와 동일하게, 연중 공급 가능한 방안도 세워야 할 것임.
(Kian Seng Yong)