

10월 탈삼감 해외시장 동향 및 전망 (싱가포르)

□ 주요품목 수입동향

○ 2012년 1-10월 감 수입액 누계 : S\$4,647,000

(단위:S\$1,000)

품목 HS코드 08107000	'12.1~10	1위		2위		3위		한국산
		국가	금액	국가	금액	국가	금액	금액
감	4,647	남아프리카 공화국	1,165	뉴질랜드	950	호주	697	4위 (555)

자료: IE Singapore

- 1~10월의 감의 전체 수입액은 S\$4,647,000으로 25%가 남아프리카 공화국산이며 한국산은 수입액 전체의 약 11.9% (S\$555,000)를 차지함.
- 금년 8월 누적통계와 비교하면 두달 사이에 스페인산 감 수입이 크게 증가한 것으로 나타났으며 (S\$32,000→S\$448,000) 그 다음으로 한국산 (S\$100,000→S\$555,000), 이스라엘산 (S\$462,000→S\$533,000)으로 나타남.
- 10월의 전체 감 수입액은 8월과 비교해서 34.1% 증가한 것으로 가을철 감 수입이 본격적으로 진행되고 있음을 보여줌 (S\$3,465,000→S\$4,647,000).

□ 가격 및 판매 동향

- 판매형태 및 가격

판매 상품			
원산지	스페인	이스라엘 샤론감	일본산 단감
가격	S\$4.90~6.50/팩(3개)	S\$4.95~8.90/box(8~9개)	S\$7.90/팩(2개)
판매형태	팩판매 (냉장, 실온)	상자판매 (실온)	팩판매 (냉장)
판매시기	10월 첫주~	10월 중순 ~	10월 중순 ~
판매처	재래시장 및 대형마켓	재래시장 및 대형마켓	일본슈퍼 및 일부 NTUC

- 상반기 싱가포르 감 시장의 우세를 차지하고 있던 남아프리카 공화국산 샤론감은 8월 이후 자취를 감추고 9월 한달간 싱가포르의 감 시장은 휴지기였음.
- 10월 첫째 주부터 선보인 스페인산 감은 우리나라에서는 일반적으로 홍시를 만들거나 귤감을 만드는 감으로 알려진 대봉감처럼 크고 길쭉한 모양의 감으로 색깔이 좋고 크기가 한국감의 1.5배 정도 크며 당도도 좋은 고품질의 감임.
- 스페인산 감은 싱가포르의 대표적인 대형 유통업체인 NTUC fairprice에서 1팩(3개)에 S\$6.50이며 냉장코너에서 판매되고 있으며 같은 제품이지만 저가 슈퍼마켓 소매체인인 Shop N Save에서는 1팩(3개)에 S\$4.90에 실온에서 판매됨. 재래시장에서는 슈퍼마켓에서 파는 것보다 1.5배 정도 크고 색이 선명한 고급제품이 3개에 S\$10불에 판매됨.
- 이스라엘 샤론감은 크기가 작고 당도가 아주 높은 감으로 현지인들에게 꾸준한 인기를 얻고 있는 제품임. 10월에는 이스라엘 감은 유일하게 중저소득층을 목표고객으로 운영하는 Giant에서만 판매되다가 11월로 들어서면서 싱가포르 대부분의 마켓에서 하향 조정된 가격으로 판매됨.
- 일본산 단감은 10월 셋째 주부터 판매되고 있으며 감 색깔이 우수하고 한국의 단감에 비해 약간 크고 색이 선명하며 씨가 없는 것이 특징. 2개씩 한 팩으로 과일망에 싸서 랩으로 포장되어 판매됨. 가격 변화없이 2개에 S\$7.90에 판매됨. 일본감은 다른 감에 비해 고가이어서 NTUC fairprice의 일부지점과 일본 슈퍼마켓에서만 판매됨.
- 한국산 감은 10월 마지막 주부터 마켓에 선보이기 시작함. 재래시장에서는 6개 한 묶음에 \$4.30에 판매되며, Cold Storage에서는 3개에 S\$3.99 할인행사가 진행 중이며, NTUC fairprice에서는 11월 첫주부터 3개씩 한 묶음에 S\$2에 판매됨.

구분	한국 감		
사진			
가 격	S\$3.99/3개	S\$4.30/팩(6개)	S\$2/팩(3개)
판매형태	날개판매(냉장)	묶음판매(실온)	묶음판매(냉장)
판매시기	10월 마지막주 ~	10월 마지막주 ~	11월 첫째주 ~
판매처	Cold Storage	재래시장	NTUC fairprice

□ 소비동향

- 싱가포르의 10~11월은 이스라엘, 일본, 한국 등의 감 출하시기와 맞춰 감 수입이 가장 활발한 시기이므로 현지인들 사이에서도 여러 나라에서 수입된 새로운 제품에 대한 감

소비 호기심이 큰 시기임.

- 현지인들이 고가의 제품을 선뜻 구매하지는 않으나 계절 상품이기에 때문에 품질이 우수하며 신선한 제품이라면 다소 고가여도 구매하려는 수요층이 많음.
- 한류에 대한 영향으로 한국 제품의 인지도가 좋기 때문에 맛이나 품질면에서 크게 떨어지지 않으면 현지인들은 한국제품을 구매하려는 경향이 큼.

□ 시장 경쟁 상황

- 싱가포르 감시장은 상반기에는 뉴질랜드산과 호주산 그리고 남아프리카 공화국산이 우세하였으며 하반기에는 스페인, 이스라엘, 한국, 일본산 감이 경쟁하고 있음.
- 10월 초순부터 스페인산 감이 다른나라 감보다 일찍 싱가포르 시장에 선보여 독점판매가 이루어 졌으며 시기적인 우세와 맛과 품질의 우수성으로 10월 한달은 스페인산 감의 인기가 높은 시기였다가 11월로 들어서면서 서서히 제품이 사라져 일부에서만 판매되고 있음.
- 10월 중순부터 이스라엘 감과 일본감이 시장에 판매되기 시작했으며 이스라엘 감은 싱가포르인들에게 인지도가 높은 제품으로 11월 중순 현재 거의 대부분의 마켓에서 대중적인 제품으로 판매됨.
- 일본산 감은 판매처가 일본슈퍼나 일부 외국인들이 많이 찾는 마켓 등으로 제한적이며 고가라는 인식이 지배적이어서 대중적이지는 못함.
- 한국산 감은 10월 마지막 주부터 싱가포르 시장에 등장했으며 다른나라 감제품에 비해 다소 늦은 감이 있지만 한국에 대한 인지도가 좋고 가격 경쟁력이 있기 때문에 꾸준히 인기가 있음. 11월 중순 현재 한국산 감의 싱가포르 시장경쟁은 싱가포르 현지인들에게 익숙한 이스라엘산과의 경쟁으로 요약할 수 있겠음.

□ 향후 시장 전망

- 싱가포르는 자체적으로 생산되는 과일이 거의 없기 때문에 수입품간의 경쟁이 매우 치열하며, 소득수준이 높아 고품질의 상품을 선호하는 경향이 점점 커지고 있으며 새로운 상품에 대한 호기심과 수요가 높음.
- 탈삼감의 경우 평균기온이 높은 싱가포르에서 신선도를 유지하는 것이 관건인데 한국산의 경우 이미 판매대에 진열될 때 과피변색이 시작되는 제품이 섞여 있어 상품가치가 고르지 못한 것이 단점으로 지적됨.
- 이스라엘 감은 두꺼운 종이박스에 포장되어 있고 스페인감도 고유상표를 붙여 팩에 가지런히 진열되어 있으나 한국 제품은 비닐로 포장되어 있거나 날개로 되어있어 상품진열이 조밀해 보이지 못하므로 한국제품의 상품가치를 높이기 위해서는 패키징의 차별화가 필요한 것으로 사료됨.