

1. 요약

□ 시장개요

- 싱가포르의 현재 복합리조트, 종합휴양지 건설 등 건설 붐이 일어 기본 건축자재 및 서비스에 대한 수요가 증가하고 있는 추세이다. 2006년 건축시장 규모 및 계약건수는 각각 2.7%, 40% 증가하였고 2007년 건설 수요는 170억에서 190억까지 상승할 것으로 전망된다.
- 싱가포르 건설시장에서 에너지 효율성, 건강증진, 환경보호 등이 강조되고 친환경 빌딩에 대한 수요가 증가하면서 싱가포르 건설청(Building and Construction Authority; BCA)는 'GMIS(GREEN MARK INCENTIVE SCHEME)'라는 제도를 발표하였다. 이는 정부가 그린(Green) 빌딩이 되기 위한 최소한의 충족 조건 기준을 부여하는 것이다.
- 싱가포르는 친환경적 건축, 건설자재에 관한 해외 생산품에 대해 개방적이다. 현재 말레이시아를 비롯하여, 중국, 한국 등으로부터의 수입은 급격히 증가 추세에 있다.

□ 경쟁 동향

- 환경문제에 대한 관심 증가로 인해 이에 맞는 건축공법 및 자재 공급 등이 건설업계에 빠르게 보급되고 있다. 각 건설기업들은 시장성을 충족하는 범위 내에서 어떻게 신규 건물을 짓고 기존 건물을 리모델링할 것인가에 대한 고민을 지속적으로 하고 있다.
- 환경서비스 분야에 있어 전도유망한 회사들이 출현하고 있다. 일례로 NewEarth Pte Ltd 라는 회사는 규모는 작지만 좋은 잠재적 성장을 보여준다. 이 회사는 오염물질을 바꾸어 안전하게 환경 건축자재로써 항만건설에 사용하는 결정화 기술(Crystallization Technology) 성공적으로 개발하였다.

□ 마케팅 참고사항

- 제품면에서 싱가포르 건설업계는 건축폐기물을 줄이기 위해 조립식 부품을 이용하고 있다. 모래와 콘크리트의 의존율을 줄이기 위한 각종 대체 건설재료를 찾고 공급원을 다각화하고자 한다. 공급업체와 수출업체에게 수출의 기회를 늘일 수 있는 주요 영역으로는 경량재, 원자재(목재), 조립식자재, 화학재(페인트, 밀폐제) 인테리어재료, 지능형 빌딩시스템, 휘발성 유기화합물의 배출이 적은 건축재료, 방수, 방음, 단열재, 친환경적 건축재료, 재활용 가능한 재료, 에너지 절약형 건축자재와 시스템, 첨단기술재료 등이 있다. 이것은 기술력 있는 우리 기업들의 주요 참고사항이 된다.
- 가격은 건설시장 수요 및 해당 산업 내 가격의 변동 추이를 지켜보고 이에 맞추어야 한

다. 제품의 품질, 비용, 시장 수요, 견적가격 경쟁업체가격의 분석 등이 종합적으로 가격 산정에 영향을 미친다. 대형건설, 건축프로젝트를 위한 시장 진입을 위해서는 다소 공격적인 가격 설정이 필요하다. 그러나 친환경 부문에 있어 새로운 시장 수요를 창출할 수 있는 고품질 컨셉의 제품 혹은 차별화된 제품이 있다면 굳이 가격을 낮게 설정할 필요는 없다.

- 친환경적 건설재료의 주요 유통망은 전통적으로 지정업체로 구성된 물류망에 의해 다양한 스케일의 프로젝트에 관련된 건설업체나 하도급 업체로 분배되고 있다. 많은 건설업자가 소비자의 비용절감을 위해 해외 공급처에서 중간브로커 비용을 제외하고 직접적으로 들어오고자 노력하지만, 대체로 자재를 도매업자에게 가져온다.
- 광고를 위해 건축과 관련된 박람회에 참여할 수 있다. 2007년 9월에 개최예정인 BAUCON ASIA(Exhibition on Building Materials, Prefabricated Parts, Renovation, Construction Equipment & Building Material Machinery) 혹은, 11월에 예정된 Enviro Asia 2007 같은 박람회나 전시회에 참여하도록 한다. BCA Catalogue와 같은 싱가포르의 주요 건설 카탈로그에 광고를 게재하는 것도 좋다.

□ 수출시 참고사항

- 싱가포르 시장으로 반입되는 친환경 건설재료는 관세가 부과되지 않는다. 참고적으로 싱가포르는 알코올류 등 몇 가지 상품 군을 제외한 모든 상품이 무관세로 수입되고 있다. 한편, 싱가포르 수입물품을 비롯한 모든 거래물품에는 5%의 상품·서비스세금(Goods and Service Tax: GST)이 CIF기준으로 부과되어 왔으며, 수입물품을 포함한 모든 거래에 대해 2007년 7월 1일부터 GST가 7% 증가하여 부과된다.

II. 시장동향 분석

1. 거시경제 분석

□ 거시경제 지표

- 싱가포르는 2006년 기준 국민 1인당 GDP가 29,474미화달러에 이르며 산업구조가 고도화된 국가로 전자산업, 석유화학산업 및 무역 등이 국가경제의 근간을 이루고 있다. 2006년 기준 전체 교역량은 5,014미화달러이며 IMF의 통계에 의하면 싱가포르는 수출입금액 합계 기준 세계 15위의 교역국으로서 수출금액 순으로는 14위, 수입금액 순으로는 15위에 해당한다.

[싱가포르 거시경제지표]

GDP	US\$1,322억(경상가격, 2006년 기준)
실질경제성장률	6.4%(2005년), 7.7%(2006년)
1인당GDP	US\$26,833(2005년), US\$29,474(2006년)
실업률	3.1%(2005년), 2.7%(2006년)
물가상승률	0.5%(2005년), 1.0%(2006년)
화폐단위	싱가포르달러(S\$)
환율	US\$1 = S\$1.6646(2005년), S\$1.5889(2006년)
외채	0(없음)
외환보유고	US\$1,368억(2005년)
교역규모	US\$2,298억(수출), 2,002억(수입): 2005년 US\$2,716억(수출), 2,385억(수입): 2006년
교역품목	수출 품목: 반도체, 컴퓨터부품, 정유제품, 통신기기 등 수입 품목: 반도체, 원유, 컴퓨터부품, 정유제품, 통신기기 등

자료원: 싱가포르 통계청, 통상산업부

□ 경제성장률 및 산업별 성장률

- 싱가포르는 2004년, 2005년, 2006년 각각 8.4%, 6.4%, 7.7%의 경제성장률을 기록하는 등 최근 몇 년간 꾸준한 성장세를 유지하고 있다. 건설경기 붐으로 올해 1/4분기 경제성장률이 기대보다 높은 6%를 기록했다. 제조업은 작년 1/4분기 18.6%라는 초고속 성장률에 비하면 다소 떨어졌지만, 6.1%로 여전히 안정적인 성장세를 유지하고 있다. 건설업이 전년 동기 -0.7%, 마이너스 성장률에서 올해는 7.0%로 꾸준한 성장세를 이어받아 총 GDP 성장하고 있다. 금융서비스 및 도소매업이 전체 서비스산업을 기반으로 총 서비스산업이 6.1%라는 견고한 성장세를 유지할 수 있었다.

[싱가포르 GDP 및 산업부문별 성장률]

(단위: %)

구분	2006년					2007년
	1/4분기	2/4분기	3/4분기	4/4분기	연간	1/4분기
총 GDP	10.1	8.0	7.0	6.6	7.9	6.0
제조업	18.6	11.9	9.5	7.7	11.5	6.1
건설업	-0.7	0.9	5.8	4.7	2.7	7.0
서비스업	8.2	6.9	6.3	6.6	7.0	6.1

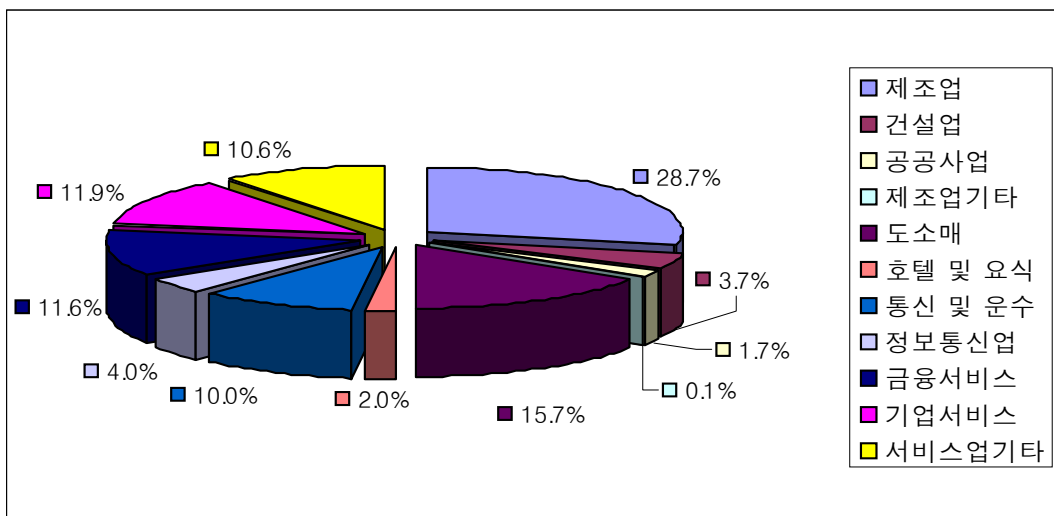
자료원: 통상산업부

- 연초 많은 경제학자들이 싱가포르 경제성장이 하반기가 높을 것으로 기대했었으나 오히려 하반기에는 상반기에 못 미치는 성장률을 보일 전망이다. 미국 달러대비 싱가포르 달러의 강세, 세계적인 IT전자 수요 감소, 미국 주택시장의 불확실성으로 인해 올해 싱가포르 수출실적이 다소 저조할 것으로 예측된다.
- 싱가포르는 동남아의 중요한 무역허브이며, 무역 의존율이 높은 특수한 경제상태로 인해 튼튼한 서비스와 제조 부문 그리고 최고의 국제무역링크를 보유하고 있다. 수출 지향적 경제를 주도하기 위해 무역과 투자의 두 가지 산업이 장려된다. 세계최고의 공항, 항만시설과 광대한 도로망과 지하철 시스템, 통신설비와 신뢰성 높은 공공설비는 최고의 기반시설을 보유하고 있다.
- 싱가포르의 산업은 크게 제조업, 건설업, 유틸리티, 도소매업, 숙박요식업, 운수통신업, 금융서비스, 기업서비스 등으로 분류되며, 산업별 국내총생산 금액 및 비중은 아래와 같다.

[싱가포르 산업별 국내총생산(GDP)]

(단위: US\$ 백만)

구분	2002년	2003년	2004년	2005년	2006년(p)
제조업	38,220	38,617.9	48,092.2	52,128	57,989.6
건설업	7,499	6,935.9	6,865.5	7,044	7,528.2
도소매업	21,905	22,482.0	26,045.3	28,838	31,665.8
숙박요식업	3,323	2,930.6	3,351.5	3,638	4,018.8
운수통신업	17,916	14,884.4	17,870.2	23,143	20,116.1
금융서비스	18,697	17,981.3	19,754.0	20,907	23,365.1
기업서비스	22,132	19,706.7	19,708.1	24,584	24,104.4



자료원: Economic Survey of Singapore, 싱가포르통계청

- 고도화된 싱가포르 경제 산업을 이끌고 있는 주력산업은 금융 및 서비스업과 제조업으로 양자가 경제에서 차지하는 비중을 합치면 50%를 초과한다. 반면, 좁은 면적의 도시국가라는 특성상 농수산업, 광업 등 1차 산업은 비중이 극히 낮다. 자본 및 외환 자유화정책과 적극적인 외국기업 유치정책은 싱가포르의 금융업과 기업서비스업을 발전시킨 원동력이 되었다. 제조업의 경우 전자산업과 석유화학 산업이 주종을 이루고 있으며 그 외의 산업들은 비중이 미미한 상황이다. 싱가포르는 21세기 지식기반경제로의 도약을 준비하면서 제조업과 서비스업을 성장의 양대 축으로 발전시킨다는 전략을 가지고 있는 바, 향후에도 두 산업의 중요성은 계속될 것이다.

[싱가포르의 산업별 제조업 산출액]

(단위: US\$ 백만, %)

구분	2004년		2005년		2006년(p)	
	산출액	비중	산출액	비중	산출액	비중
전자산업	74,026.20	38.6	78,968.00	36.5	75,939.10	32.4
페트로케미컬	53,337.70	27.8	67,330.50	31.2	76,197.50	32.5
바이오메디컬	17,582.80	9.2	18,748.60	8.7	23,599.40	10.1
기계장비류	19,593.60	10.2	20,329.80	9.4	22,907.50	9.8
운송장비	12,221.40	6.4	15,509.20	7.2	19,914.50	8.5
일반제조업	14,874.50	7.8	15,258.30	7.1	16,051.30	6.8
제조업 전체	191,636.20	100	216,144.40	100	234,609.30	100

자료원: Economic Survey of Singapore

2. 시장개요

- 싱가포르의 2006년 건축시장 규모는 2.7% 성장했으며 급증하는 건설 붐 및 수요로 작년 한 해 동안 맺은 계약건이 161억 싱가포르달러에 이르는 것으로 집계되는데, 이는 2005년에 비해 40% 증가한 수치이다. 복합리조트, 종합휴양지 건설등과 더불어 사무, 금융지구 등에서 주요 개발이 시작됨에 따라 2007년 건설 수요는 170억에서 190억까지 다다를 것이다. 몇 년 후에 Orchard Road의 복원사업 같은 주요건설은 건설자재와 서비스에 있어서 다량의 수요를 창출할 전망이다. 건설 붐으로 인한 기본 건축자재 및 서비스에 대한 수요도 증가와 통상적이거나 환경친화적인 건축자재의 가격도 차례로 상승할 것으로 전망된다. 이러한 건축 산업의 새로운 국면은 재료의 공급 탄력성을 강화시키는 하나의 기회로 여겨지며, 과도한 수요로 인한 가격의 충격을 완화시킬 것으로 예상된다.

- 싱가포르의 친환경적 건축, 건설자재에 관한 해외 생산품에 대해 개방적이다. 이러한 자재들은 자연자원의 고갈을 줄이고 유사한 용도의 재료나 생산물의 재활용을 높이며, 낭비도 줄이는 소재와 재료를 선택하는 지속가능한 개발을 위한 것으로 잘 알려져 있다.
- 싱가포르 건축자재 수입시장 현황의 경우, IE Singapore의 최근 통계에 따르면 HS Code 940600으로 분류되는 조립식 건축자재의 수입은 최근 3년간 다소 감소 추세를 보이고 있으나 유럽으로부터의 수입이 줄어드는 반면, 선도적 공급자인 말레이시아를 비롯하여, 중국, 한국 등으로부터의 수입은 급격히 증가 추세에 있음을 알 수 있다.

[최근 3년간 조립식 건축자재 싱가포르 수입현황]

(단위: S\$ 천)

순위	국가	2004년	2005년	2006년
1	Malaysia	2,092	4,167	5,577
2	China	1,468	1,280	2,219
3	United States	2,743	5,005	2,060
4	Norway	526	1,928	1,198
5	Korea	394	453	965
6	Germany	2,741	619	930
7	Japan	325	60	507
8	United Kingdom	4,641	1,127	402
9	Canada	61		373
10	Australia	207	172	301
상위 27개국 총계		16,078	15,880	16,010
기타국가 총계		629	541	-
총계		16,707	16,421	16,010

주: HS 940600

자료원: Statlink, IE Singapore

- 이어서 IE Singapore의 조립식 건축자재 수출시장 통계를 보면 조립식 건축자재의 수출에 대한 변동추세를 보여준다. 몰디브와 인도네시아의 가속화된 수요로 전반적으로 수출물량은 증가했다.

[최근 3년간 조립식 건축자재 싱가포르 수출현황]

(단위: S\$ 천)

순위	국가	2004년	2005년	2006년
1	Indonesia	2,600	1,379	6,298
2	Maldives	1,390	151	6,169
3	Malaysia	1,487	1,993	1,927
4	China	193	265	1,769
5	Thailand	416	576	1,346
6	United Arab Emirates	150	152	904
7	Bangladesh	1,777	3,768	792
8	Hong Kong, China	514	269	791
9	Australia	206	415	756
10	India	1,448	228	591
31	Korea	94	75	46
상위 40개국 총계		13,819	10,508	24,601
기타 국가 총계		784	602	-
총계		14,603	11,110	24,600

주: HS 940600

자료원: Statlink, IE Singapore

- 한편, 싱가포르 정부가 추진 중인 아래 GMIS 제도를 이해하는 것이 중요하다. 참고적으로 우리나라 쌍용 건설은 싱가포르 건설청(BCA)으로부터 아래 제도 관련 최고 등급의 인증을 받았다. 구체적으로 현지에서 시공 중인 아파트 '오션 프론트'가 BCA 그린마크의 최상위 등급인 플래티넘 인증을 받은 것인데 오션프론트 아파트는 11~15층 5개동 264가구 규모로 옥상에 수영장과 정원을 도입하고 첨단 오피스용 특수유리를 사용, 건물 온도를 낮춰 에너지 효율을 극대화한 것이 특징이다. 이러한 인증 획득을 통해 고급 건축물에 대한 명성이 더욱 높아짐에 따라 추가 공사수주에도 도움이 될 전망이다.

- 참고: GMIS(GREEN MARK INCENTIVE SCHEME) 개요

○ 목적 및 추진배경

- 싱가포르 BCA(Building and Construction Authority)는 친환경적 환경기법과 기술 채택의 가속화를 위해 GMIS(GREEN MARK INCENTIVE SCHEME) 발표하였다.
- GMIS 계획은 국가 건설사업을 보다 환경친화적인 방향으로 주도하기 위해 2005년 1월에 착수했으며, 에너지 효율성, 건강증진, 환경보호 등을 목적으로 하고 있다.

○ 내용

- 싱가포르 정부는 미래에 지어질 건물에 대해 그린(Green) 빌딩이 되기 위한 최소한의 충족 조건 기준을 부여하였다. 이미 친환경의 빌딩에 대한 수요가 증가하고 있으며, 앞

으로 3년간 2배에서 3배가량의 증가가 더 있을 것으로 예상하고 있다.

- 건축 산업에서 그린 빌딩계획을 위한 새로운 법률이 제정된 것은 아니지만, 싱가포르의 건물들은 이미 친환경에 맞춰 고려되고 있다. 새로운 법률이 제정이 되면, 앞으로 더 많은 그린 빌딩들이 세워질 것으로 기대되고 있다.
- 정부는 GMIS를 위해 작년 말 2000만 싱가포르달러 인센티브 펀드를 투입했으며, Green Technology 연구를 위해 5000만 싱가포르달러, 그리고 태양에너지와 같은 클린에너지 R&D를 위한 1억7000만 싱가포르달러 예산이 추가 투입될 예정이다.
- 기존 건물의 리모델링이나 새 건물의 설계와 건설에 있어서 BCA Green Mark의 골드급이나 또는 그 이상을 획득하는 오퍼나 개발자에게 현금 인센티브를 제공하게 된다.
- 건물은 에너지 효율, 수자원 효율, 토지계획 개발/관리, 실내 환경, 품질, 그리고 기술 혁신의 다섯 가지 기준에 의해 BCA Green Mark를 받는다.

○ 현황

- 현재까지 싱가포르에서 33개의 빌딩이 “Green” 자격과 “BCA green mark”를 받았는데, 이는 13개에 불과했던 2005년에 비해 대폭 증가한 것이다. 이와 관련하여 60개 이상의 연구 제안이 접수된 상황이다.
- 절(Temple)도 친환경적인 건물로 변모하고 있다. 일례로 Pasir Panjang에 있는 Poh Ern Shih 절은 현재 재건축 중으로, 태양판넬(Solar panel) 및 전력과 온수를 공급할 탱크(Tank)를 지붕에 지니게 된다.
- 따라서 싱가포르의 주요 건축업체들은 자체적으로 그린빌딩 구축을 위한 전담반을 구성하는 등 시대의 요구에 부합하려는 노력을 하고 있다.

○ 향후 방향

- 정부는 계획은 궁극적으로 모든 싱가포르의 빌딩을 친환경적으로 만드는 것이며, 신규로 건설되는 건물들이 친환경적이 되도록 BCA를 의무화하는 것까지 고려하고 있다.
- 그러나 이러한 변화들이 건축업자들이 따라가기 어려울 만큼 비현실적으로 갑작스럽게 추진되지는 않을 것이며 적절한 시간을 두고 이루어질 것이다.

○ 예상 효과

- 비능률적 에어컨시스템 확산을 방지하고 환경기술의 채택으로 건설비용이 5~10% 증가할 것으로 예상된다. 또한 장기적으로 20년간 10~15%의 에너지 절감이 가능할 것으로 예측된다.

○ GMIS 관련 참고웹사이트: www.greenmark.sg

3. 경쟁동향 분석

- 재활용 가능한 자재와 싱가포르의 에너지 절약에 도움 되거나 대체할 수 있는 건축자재의 탐색 및 발굴은 그간 지속적으로 요구되어 왔다.

- 이는 싱가포르뿐만이 아니라 전 세계적인 트렌트로, 환경문제에 대한 관심 증가로 인하여 이에 맞는 건축공법 및 자재 공급 등이 건설업계에 빠르게 보급되는 중이다. 건설업자는 이와 같은 이슈와 더불어 각 건설기업들은 시장성을 충족하는 범위 내에서 어떻게 신규 건물을 짓고 기존 건물을 리모델링할 것인가에 대한 고민을 지속적으로 하고 있다.
- 그린(Green) 건설이 받아들여짐으로써 건물가가 5~10% 상승할 것으로 추정되어 진다. 더욱이 장기간 잠재적으로 10~15%의 에너지가 향후 20년간 절약될 것으로 기대된다.
- 싱가포르 정부는 기존에 사용되던 건축자재들의 의존을 줄이고 대체 건축자재 및 방법을 통해 지속가능한 건축을 하도록 활발한 촉진 전략을 펼치고 있다. 또한 각 건축자재의 다양한 공급 체계에도 관심을 기울이고 있다. 싱가포르 주택개발청(Housing and Development Board; HDB)과 싱가포르 건설청(BCA)이 함께 환경 콘크리트를 사용할 수 있는 프로젝트를 연구 진행 중이다.
- HDB는 철, 재활용 콘크리트, 목재파티션(dry partition wall)과 같은 친환경 건축자재들을 찾고 있으며, 이러한 자재들은 이미 여러 나라에 확산되어 사용 중에 있다.
- 재활용 물질의 사용 장려를 위해, BCA에서는 새로운 가이드라인을 만들고 있다. 현재는 테스트 단계로 허가되는 불순물의 양과 장기간의 효과 및 내구성 정도에 대한 과정을 조사 중에 있다.
- 가능성 있는 대체재로서 New Concrete 즉 Eco-concrete를 들 수 있다. 폐 콘크리트의 재 자원화는 질이 좋은 천연골재 자원의 고갈, 폐기 콘크리트 덩어리의 최종처리장소의 부족 및 불법 투기에 의한 환경파괴등과 같은 문제점들에 대한 해결방안의 하나로써 중요한 의의를 지닌다. Eco-concrete는 현재 포장재료, 틀, 간척 사업에 사용되어 지고 있으며, 길과 벽에서 중량을 견디는 정도를 테스트가 진행되고 있다. BCA에 따르면 현재 Eco-concrete는 건축구조에 10% 정도만 쓰일 수 있다. Eco-concrete를 만드는 과정은 기존의 콘크리트를 만드는 과정과 다르지 않다. 차이점은, 동슬래그(Copper slag)를 재활용하여 쓰는 과정만이 다르다. 재활용된 화강암 역시 Eco-concrete로 쓰여 환경소재로서 수요가 높아질 전망이다. 건축업계에서는 Eco-concrete의 가격으로 10%의 비용절감을 기대하고 있다.
- 폐 콘크리트 및 기타 폐자재들은 재활용 건축자재로써 길을 만드는데 다시 쓰이게 된다. 친환경 건축자재의 요구되는 범위는 다음과 같다.
 - 경량재
 - 방수재, 방음재, 단열재
 - 환경보호, 재활용되거나 재활용 될 수 있는 그린 건축 제품
 - 에너지 절약형 건축자재와 시스템
 - 첨단기술재료
- 또한 BCA는 뉴콘크리트(New Concrete)와 같은 재활용 자재를 대학과 산업에 사용하

도록 하고 있다. 이는 싱가포르에서 콘크리트의 재료인 모래와 화강암의 의존도를 줄이기 위한 것이다. 화강암은 최근 공급이 줄어들었으며, 건설업자들 역시 되도록이면 재활용 재료를 쓰려고 노력하고 있다.

- 싱가포르에서 안정적이고 지속적인 친환경 개발의 중요성을 인식하고 강조되면서, 이로 인해 환경서비스 분야에 있어 전도유망한 회사들이 출현하고 있다. 이러한 회사들 중 NewEarth Pte Ltd 라는 회사는 규모는 작지만 좋은 잠재적 성장을 보여준다. 이 회사는 오염물질을 바꾸어 안전하게 환경 건축자재로써 항만건설에 사용하는 결정화 기술 (Crystallization Technology) 성공적으로 개발하였다. 공장은 2008년 11월까지 만드는 것으로 계획되어 있으며, 인근 조선소에서 나온 동슬래그(Copper slag)를 환경적으로 안전한 상품으로 바꾸어 매립, 길을 만드는 건축자재로 이용하는 것이다. 이와 같이 싱가포르는 버려지던 폐 건축자재들을 친환경화로 바꾸어 사용하는 분야를 활성화시키고 one-stop 솔루션과 서비스 과정체제로 만들 예정이다.

III. 마케팅 참고사항

1. 제품 트렌드

- 싱가포르 HDB는 건축폐기물을 줄이기 위해 조립식 부품을 이용하고 있다. 또한 모래와 콘크리트의 의존율을 줄이기 위한 각종 대체 건설재료를 찾고 공급원을 다각화하고자 하고 있다. 건축용 철재, 재활용 콘크리트, 건식 칸막이 같은 재료 등이 일례이다. 녹화 작용은 에어컨으로 인한 고온 배출로 인한 주택과제에도 적용되기 때문에 환기와 건물 외관이 에어컨의 필요성을 감소하도록 하는 관점에서 적용되어야 한다. 건식 격벽은 정기적이면서도 다양한 재료에서 오는 환경 친화적 이고도 지속가능한 건설의 기본이다.
- 한편 콘크리트나 소각재 같은 재활용된 건축폐기물은 갯길이나 노면에 사용되어 재활용 된다. 철, 유리, 기타금속, 조립식 부품의 혼용은 콘크리트를 대체 할 뿐만 아니라 대체재와 제품에도 적합하다.
- 친환경적 건축자재에 대한 범위의 요구가 다양하지만 공급업체와 수출업체에게 수출의 기회를 늘일 수 있는 주요 관심사는 다음과 같다고 볼 수 있으므로 관심 있는 혹은 기술력 있는 우리 기업들이 참고할 수 있겠다.
 - 경량재, 원자재(목재), 조립식자재, 화학재(페인트, 밀폐제) 인테리어재료
 - 지능형 빌딩시스템, 보안, 화재 접근제어
 - 건축설계, 도시설계
 - 휘발성 유기화합물의 배출이 적은 건축재료
 - 방수, 방음, 단열재
 - 친환경적 건축재료, 환경건축재료
 - 환경보호, 재활용 가능한 재료

- 에너지 절약형 건축자재와 시스템
- 첨단기술재료

○ 싱가포르의 환경 테크놀로지 부문의 성장은 눈에 띄게 나타나고 있다. 싱가포르는 자국의 환경적인 문제를 해결함과 동시에 환경산업 진흥을 위해 노력하고 있다. EDB의 비전은 싱가포르를 환경산업의 허브로 만들어 2015년 까지 이부문의 산업이 싱가포르 GDP에 1.5%정도 차지할 수 있게 하는 것이다. 따라서 건축 부문에서도 이와 같은 대세를 따라 친환경적인 건축, 건설에 대한 아이디어와 자재에 대한 수요가 지속적으로 증가할 것으로 예상된다.

2. 가격 트렌드

- 가격은 건설시장 수요 및 해당 산업 내 가격의 변동 추이를 지켜보고 이에 맞추어야 한다. 제품의 품질, 비용, 시장 수요, 견적가격 경쟁업체가격의 분석 등이 종합적으로 가격 산정에 영향을 미친다.
- 기업에서는 여러 가지 가격정책을 채택할 수 있다.
 - 가격할인 전략으로 현금 또는 매출과 수량에 따른 가격 할인 정책을 펼칠 수 있다.
 - 차별적 가격 전략으로 각 고객을 세분화하여 고객별 가격정책을 다르게 할 수 있다.
- 대형건설, 건축프로젝트를 위한 시장 진입을 위해서는 다소 공격적인 가격 설정이 필요할 것으로 보인다. 그러나 친환경 부문에 있어 새로운 시장 수요를 창출할 수 있는 고품질 컨셉의 제품 혹은 차별화된 제품이 있다면 굳이 가격을 낮게 설정할 필요는 없다.
- 다양한 친환경 건축자재의 제안 가격을 아래 표를 참조하여 파악하도록 한다.

[친환경 건축자재의 제안 가격1]

Material (년, 월)	Cement in Bulk (S\$/톤)	Steel Bars 20mm High Tensile (S\$/톤)	Granite 20mm Aggregate (S\$/톤)	Concreting Sand (S\$/톤)	Ready Mixed Concrete (S\$/큐빅미터)
2005년 8월	85.78	727.5	17.3	12.46	72.99
2005년 9월	86.11	730.0	16.9	12.59	72.99
2005년 10월	86.11	724.38	16.7	12.59	72.99
2005년 11월	86.11	713.13	16.7	12.64	72.99
2005년 12월	86.11	701.88	16.7	12.64	72.99
2006년 1월	87.22	691.25	16.0	13.67	73.09
2006년 2월	87.44	682.5	15.75	13.67	73.09
2006년 3월	87.67	691.25	15.75	13.83	73.09

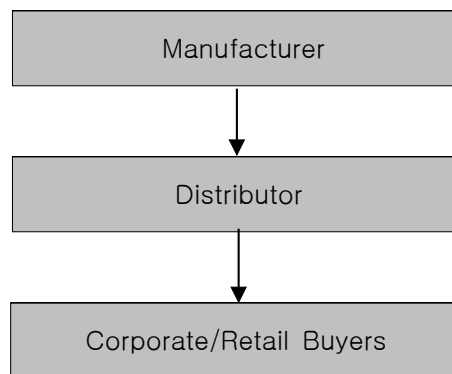
자료원: Building & Construction Authority, Singapore

[친환경 건축자재의 제안 가격2]

Material	Cement in Bulk(천톤)	Steel Bars 20mm(천톤)	Granite(천톤)	Ready Mixed Concrete)천 큐빅미터)
Aug 2005	259.41	50.6	1019.56	652.06
Sep 2005	252.67	65.74	1004.12	627.96
Oct 2005	322.01	45.07	1018.03	623.62
Nov 2005	235.73	63.84	914.19	609.2
Dec 2005	216.32	74.9	897.02	648.43
Jan 2006	275.39	60.37	584.47	553.74
Feb 2006	170.16	22.83	865.87	565.61

자료원: Building & Construction Authority, Singapore

3. 주요 유통망



- 친환경적 건설재료는 전통적으로 지정업체로 구성된 물류 망에 의해 다양한 스케일의 프로젝트에 관련된 건설업체나 하도급 업체로 분배되고 있다.
- 많은 건설업자가 소비자의 비용절감을 위해 해외 공급처에서 중간브로커 비용을 제외하고 직접적으로 들여오거나 노력하는 추세이나 대체로 자재를 도매업자로부터 가져온다.
- 다양한 계층의 공급 망에서 이윤이 발생하는데 이러한 관례는 피하기 어렵고 물류비용을 발생하며 건축, 건설재료의 불가피한 가격상승을 가져온다.

4. 매체 광고비

- 건축과 관련된 박람회로서 2007년 9월에 개최예정인 BAUCON ASIA(Exhibition on Building Materials, Prefabricated Parts, Renovation, Construction Equipment & Building Material Machinery) 혹은, 11월에 예정된 Enviro Asia 2007 같은 박람회나 전시회에 참여한다.

- 지역시장을 담당할 싱가포르를 기반으로 둔 기업을 지정한다.
- BCA Catalogue와 같은 싱가포르의 주요 건설 카탈로그에 광고를 게재한다.
- 소매시장의 소비자를 위해 주요 일간지에 적정가격으로 광고를 게재한다.

[싱가포르 주요 신문, 잡지 광고료 현황]

주요신문 매체	광고비용(S\$)	광고위치	구독부수(daily)
The Straits Times	9,900	Full / 2 Spot Colour	386,160
The Straits Times	3,800	1 Spot Colour	
The New Paper	2,400	Full Colour	113,330
The New Paper	1,800	2 Spot Colour	
The New Paper	600	1 Spot Colour	
Lianhe Zaobao	7,500	Full Colour	184,500
Lianhe Zaobao	5,250	2 Spot Colour	
Lianhe Zaobao	1,750	1 Spot Colour	
The Business Times	1,950	Full Colour / 2 Spot Colour	29,461
The Business Times	650	1 Spot Colour	

[주요 생활 잡지 광고 수록 시 비용]

전체 페이지	S\$2,500~5,000
기사체 형식 광고	S\$1,000~3,500
반 페이지	S\$1,500~4,000

- 인터넷 사용이 증가하면서 이메일 다이렉트 마케팅도 일반 대중에게 접근하는 하나의 방법이며 소요비용은 아래와 같다.
 - 기본비용(Base Rate): 0.05~0.15싱가포르 달러/메일 1개당 혹은 50~150싱가포르 달러/ 메일 1,000개당
 - 기사체 형식 광고(Additional): 0.05싱가포르 달러/ 메일 1개당

IV. 수출시 참고사항

1. 수출 요건

- 싱가포르 시장으로 반입되는 보트 등 레저용품에는 관세가 부과되지 않는다. 참고로 싱

가포르는 알코올류 등 몇 가지 상품군을 제외한 모든 상품이 무관세로 수입되고 있다. 한국과의 FTA 체결로 싱가포르에서의 우리나라 수출품목도 현재 3/4가 관세 감면 효과를 누리고 있으며 향후 10년 이내에 14% 정도의 품목이 추가적으로 관세 효과를 누리게 될 예정이다.

- 한편, 싱가포르 수입물품을 비롯한 모든 거래물품에는 5%의 상품·서비스세금(Goods and Service Tax; GST)이 CIF기준으로 부과되어 왔다. 수입물품을 포함한 모든 거래에 대해 2007년 7월 1일부터 GST가 7% 증가하여 부과된다. GST는 운임보험료 포함 가격, 추가 커미션, 기타 부가비용에 의해 계산된다. 공인무역상이나 업체는 감사관에게 제품이나 서비스의 수입 그리고 제조단계에서 사용된 GST 환급을 요청할 수 있다. 또한 재수출되는 제품은 정부당국에서 GST를 환급 받을 수 있다. 다단계세는 매 생산, 분배단계마다 부과된다.

2. 상거래 관행

- 관계 형성은 싱가포르에서 사업을 할 때 상당히 중요하며 회사 외부에서 일반적으로 점심 식사나 저녁 식사 동안 행해지는 경우가 많다. 싱가포르 비즈니스 주요 언어는 영어이며 기본적으로 싱가포르 문화 및 비즈니스 에티켓을 인지하고 있다면 비즈니스 관계 형성에 많은 도움이 될 수 있다.
- 싱가포르 바이어들은 철저한 비즈니스 마인드가 있어서 상담내용이 처음부터 구체적이고 속도가 빠르다. 관심품목의 경우 상담내용이 진지하고 후속 상담이 이어지기도 한다. 실제로 계약체결 및 거래에 이어지기까지 전체적으로는 다소 시일이 걸릴 수 있어 이해를 해야 한다. 협상이 복잡하게 진행될 경우 거래가 성사되기까지 싱가포르를 한번 이상 방문하는 것이 필요하다. 특히 잠재고객으로서 제품의 품질관리차원에서 공장방문과 관리는 반드시 필요하다.
- 첫만남 시 이름과 성을 소개하는 것이 중요하며, 영어이름은 관계가 진전되었다고 확신할 때 적용한다. 많은 싱가포르 바이어들이 영어이름을 사용하고 있으나 다양한 인종이 거주하는 싱가포르에서 중국, 인도, 말레이시아 이름을 이해하는 것도 중요하다. 소개하는 동안 명함은 두 손으로 받아야 하며 카드 홀더에 넣기 전에 잘 살펴보아야 한다.
- 의상과 관련하여, 반팔소매와 오픈셔츠를 입는 것은 남자들에게 일반적이지만 첫 대면을 하는 손님에게는 긴팔 셔츠와 타이를 고려해야 하며, 여성은 일반적으로 블라우스와 치마를 입고 스타킹은 선택적이다.
- 브랜드 인지도, 가격, 품질이 바이어 수입 시 주요 고려요소이다. 시장이 완전 경쟁 상태이고 한국을 비롯한 전 세계 주요국에 있는 공급업체들이 시장개척을 위하여 현지

바이어들에게 수시로 접촉함에 따라 가격 및 시장 동향에 대해서는 상당한 수준의 정보를 보유하고 있다. 이러한 것을 바탕으로 가격인하 협상 능력은 상당하며 집요하다. 따라서 가격 경쟁력 확보가 시장개척의 관건이다. 또한 시장 진출입이 자유롭고 자유무역을 추구하고 있음에 따라 싱가포르 시장은 완전경쟁 상태를 보여준다. 치열한 경쟁에서 살아남기 위하여 현지 바이어들은 가격이 저렴하면서 품질이 양호한 제품 발굴 및 신제품 개발 욕구가 무척 강하다.

- 싱가포르 바이어는 거래를 소량 오더부터 시작하는 경향이 강하다. Big Buyer라고 하더라도 처음부터 대량 오더는 하지 않고 점차 주문량을 늘려 나가도록 한다. 큰 오더인 경우 FOB 조건을 선호하고 보통의 경우는 FOB, CIF 방식 모두 사용하며 소량 주문 시에는 T/T방식도 많이 사용하나 통상적으로는 L/C로 거래를 추진한다.
- 비록 시장자체는 협소해보일 수 있으나 동남아 진출의 교두보이자 연간 900만 여명에 이르는 관광객이 방문하는 등 구매력이 결코 작지 않은 시장임을 염두에 두어야 한다.