

1. 요약

□ 시장개요

- 싱가포르에서 보트나 요트 같은 수상 스포츠 장비에 대한 수요가 증가할 전망이다. 따라서 우리 기업들이 관심을 가질 필요가 있다. 아시아 지역의 수상 레저 스포츠 용품 시장은 급성장하는 전도유명한 시장으로 평가되고 있으며 평균적으로 매년 10~15% 성장하고 있다. 싱가포르도 레저용품 수상장비에 대한 위탁 관광용품 산업을 육성하려는 정부 시책으로, 향후 시장진출 유망상품으로 판단된다.
- 싱가포르 정부가 최근 30억불 규모의 복합리조트(Integrated Resort: 대규모 위락, 관광 단지) 2개 단지를 조성하는 계획을 수립했다. 리조트 안에 호텔, 컨벤션 시설, 소매유통, 식당 등 부대시설과 더불어 관광 단지 건설 관련 각종 장비용품과 레저용품 수요가 늘어날 것으로 예상된다. 한편, 싱가포르 센토사 섬 및 바다 근처 고급 주거단지 건설 프로젝트 바다와 연결되는 마리나 하구를 막는 저수장 건설 물막이 프로젝트(1억 4000만 달러 규모) 진행으로 수상 스포츠 활성화가 예상되면서 각종 레저용 보트 수요 급증, 레저 장비 품목이 유망하다.
- 싱가포르의 레저 보트 수요 인구는 전통적으로 약 3,000명이다. 신규 등록된 보트는 2005년 184개에서 2006년 192개로 소폭 증가했다. 싱가포르 보트 매니아의 40%는 30대 중반~40대 초반으로 조사되었다.

□ 경쟁 동향

- 싱가포르 보트시장에서 이탈리아와 프랑스에서 유입된 선박과 보트가 시장 내 과반 수 이상을 차지하고 있으며, 레저용 보트의 판매 주요업체는 Luxury Yachts, Simpson Marine, Starship Yachts, Marina Bahari Raya, Fountain Powerboat, Boat Products Corp, Sunseeker, Sealine, Fairline, Group Dufour, Guy Couach, the Rodriguez group이 있다.

□ 마케팅 참고사항

- 선박, 보트, 유관산업, 상공업 서비스, 도소매부분의 주요시장부분에서 싱가포르에는 단기적으로는 휴양, 레저용 선박시장이 가장 큰 기회라고 할 수 있다. 장기적으로는 정부 발주의 축양선, 소방-구조선 해양석유, 가스 운반선 등의 특수선박의 수주물량 증가에 주목해야 한다. 레저용 보트의 범위도 fiber glass와 주석알루미늄 합금에서부터 70미터의 고급모터보트에까지 생산범위가 다양하다. 다양한 보트에 대한 주문과 활발한 영업을 보여준 2007 싱가포르 보트쇼에서 소비의욕은 큰 반향을 일으켰다. 2007 Boat Asia 전시회에서 주요 레저용 보트는 Carver 440 Motor Yacht, the Carver 420 Motor

Yacht and the Carver 340 Sport, Cruisers 415 Express Motoryacht, 그리고 줄무늬 선체의 the Monterey 270 Cruisers가 소개되었다.

- 가격 전략은 선박과 보트의 마켓 포지셔닝 결정에 따라 좌우된다. 현지 시장에서 레저용 선박의 일반적인 제안가는 6~7미터 보트가 약 70,000~80,000달러에 이른다.
- 선박, 보트는 전형적으로 지정된 배급자가 산업구매자나 소매상에게 공급하는 공급망이 분포되어 있다. 산업 프로젝트 같은 계약이나 입찰계획을 필요로 한다.
- Boat Asia 등 레저용 보트와 관련된 박람회 참여하거나 Asia Pacific Boating와 같은 공식출판물에 광고를 게재하는 것이 마케팅에 효과적이다.

□ 수출시 참고사항

- 싱가포르 시장으로 반입되는 보트 등 레저용품에는 관세가 부과되지 않는다. 참고로 싱가포르는 알코올류 등 몇 가지 상품군을 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 29,474달러에 이르며 산업구조가 고도화된 국가로 전자산업, 석유화학산업 및 무역 등이 국가경제의 근간을 이루고 있다. 2006년 기준 전체 교역량은 5,014달러이다. IMF의 통계에 의하면 싱가포르는 수출입금액 합계 기준 세계 15위의 교역국으로서 수출금액 순으로는 14위, 수입금액 순으로는 15위에 해당한다.

[싱가포르 거시경제지표]

GDP	1,322억 달러(경상가격, 2006년 기준)
실질경제성장률	6.4%(2005년), 7.7%(2006년)
1인당GDP	26,833달러(2005년), 29,474달러(2006년)
실업률	3.1%(2005년), 2.7%(2006년)
물가상승률	0.5%(2005년), 1.0%(2006년)
화폐단위	싱가포르달러(S\$)
환율	1달러 = S\$1.6646(2005년), S\$1.5889(2006년)
외채	0(없음)
외환보유고	1,368억 달러(2005년)
교역규모	2,298억 달러(수출), 2,002억 (수입) - 2005년 2,716억 달러(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 있는 것으로 나타났다. 건설업이 전년 동기 -0.7%, 마이너스 성장률에서 올해는 7.0%로 꾸준한 성장세를 이어받아 총 GDP 성장세를 유지하고 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

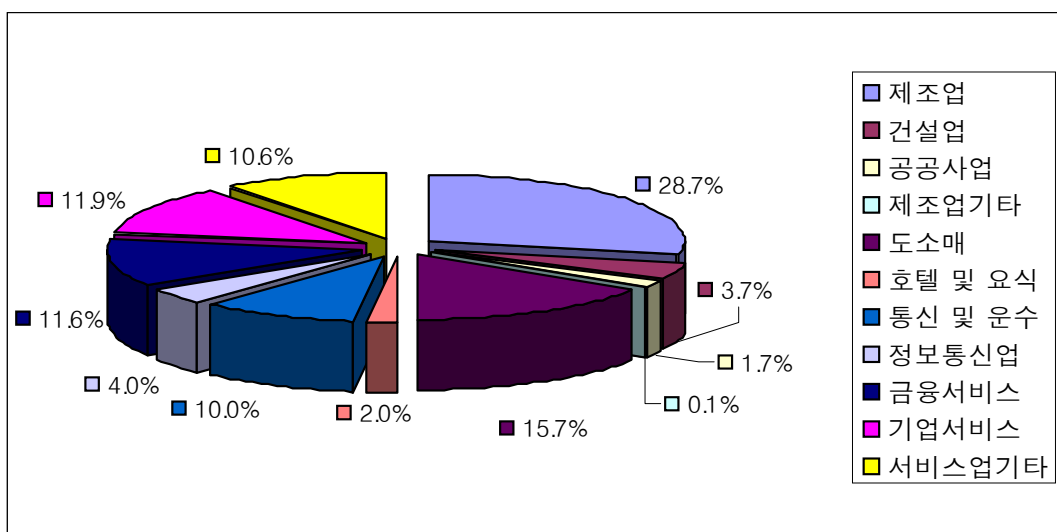
자료원: 통상산업부

- 대부분 경제학자들은 싱가포르 경제성장이 올해 상반기보다도 하반기가 높을 것으로 기대했으나, 미국 달러대비 싱가포르 달러의 강세, 세계적인 IT전자 수요 감소, 미국 주택시장의 불확실성으로 인해 올해 싱가포르 수출실적이 다소 저조할 것으로 예상된다. 오히려 하반기에는 상반기에 못 미치는 성장률을 보일 전망이다.
- 싱가포르는 동남아의 중심 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
도.소매업	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 도시 국가라는 특성상 농수산업, 광업 등 1차 산업은 비중이 극히 낮아 무시해도 좋을 정도이다. 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 지식기반 경제로의 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

- 1990년대 이후 국제경제의 개방화 및 정보통신기술 영향력 확대로 국제관광 이동량도 지속증가추세를 보이고 있으며, 국제협력도 활발하게 전개되고 있다. 환경문제에 대한 국제적 관심이 고조되어 자연친화적 관광활동에 대한 수요증가로 모험관광·생태관광·문화관광·자연관광 등이 각광을 받기 시작했다. 자연환경과 고유문화를 보전하면서 체험하는 대안적 관광의 중요성이 지속될 것으로 전망된다. 이와 같은 변화 속에서 세계 각국은 관광산업을 21세기 국가 전략산업으로 육성하기 위하여 다양한 관광상품 개발 및 관광인프라 확충 등 관광 진흥 정책을 수립·추진하고 있으며 싱가포르의 예는 「Tourism 21: Vision of Tourism Capital」 계획이다.
- 일반적으로 싱가포르의 특이한 입지조건, 정부시책, 소비자의 선호, 테러대비 강화추세 등을 전략적으로 고려해서 유망품목을 선정한다. 레저용품으로서의 보트는 위락 관광용품 산업을 육성하려는 싱가포르 정부시책을 근거로 유망한 것으로 판단된다. 싱가포르 정부가 최근 30억불 규모의 복합리조트(Integrated Resort: 대규모 위락, 관광단지) 2개 단지를 조성하는 계획을 수립함으로써 리조트 안에 호텔, 컨벤션 시설, 소매유통시설, 식당, 연예 오락공연, 테마 상징물이나 공간, 카지노장 등이 설치 관련 제품 수요가 가속화

되고 있다. 이에 따라 관광 단지 건설 각종 관련 장비용품 수요가 크게 증가할 것으로 예상된다. 따라서 각종 레저용품의 수요도 늘어날 것으로 예상된다. 한편, 싱가포르 센토사(Sentosa)섬 및 바다근처의 고급 콘도 주거단지(Caribbean Cove) 건설 프로젝트, 바다와 연결되는 마리나 하구를 막는 저수장 건설 물막이 프로젝트 진행으로 수상 스포츠 활성화가 예상된다. 따라서 각종 레저용 보트 수요 급증, 레저 장비 품목이 유망하다.

- 아시아 지역의 수상 레저 스포츠 용품 시장은 급성장하고 있는 전도유망한 시장으로 평가되며 평균적으로 매년 10~15% 성장하고 있다.
- 싱가포르 시장은 선박과 보트를 포함하여 해외 생산품에 대해 개방적이며 선박, 보트 부분의 주요 시장은 소매 부분이다. 아시아와 싱가포르 지역에서 레저용 보트의 수요가 있고 장기간 수용, 지속가능한 소유주가 존재한다. 이것은 싱가포르 경제 규모의 성장과 중산 계층 경제 규모 또한 증가하고 있다는 반증이다. 한편, 레저용 보트의 판매자들에 의하면 싱가포르의 보트에 대한 관심도 새로워지고 있어 보트의 가격을 묻는 중산층 싱가포르인들이 증가하고 있다.
- 홍콩이 레저 산업의 주도적 시장이기는 하지만, 싱가포르 같은 마켓의 관심도 지속적으로 성장하고 있는 것으로 판단된다. 보트 판매자들은 마리나베이, 케펠베이, 센토사의 항만개발 등으로 신규 수요가 창출되고 시장이 당분간 상승세일 것으로 예상된다. 싱가포르에서 보트나 요트 같은 수상 스포츠 장비에 대한 수요가 크게 증가하고 있으므로 기업들이 관심을 가져야 한다.
- 싱가포르 남쪽 아래에 있는 조그만 센토사(Sentosa) 섬 동남 지구에서 센토사 코브(Sentosa Cove) 프로젝트와 또 바로 근처 해안가에 건설된 케펠만 캐리비안 콘도 주거단지(Caribbean at Keppel Bay)가 개발 중이다. 바다와 연결되는 마리나 하구를 막아 저수장을 만드는 1억 4천만 불 규모 물막이 프로젝트 등 이 모든 여건이 장차 싱가포르에서 수상스포츠가 활성화되고 있다. 북유럽이나 남유럽 혹은 미국, 호주를 보면 해안에 위치한 주택이나 콘도 바로 앞에 전용 선석(berth)이 마련되어 있다. 선석에는 가족이나 개인용의 레저 목적 보트가 즐비하게 늘어진 모습을 볼 수 있는데, 싱가포르에서도 현실화될 전망이다. 캐리비안 콘도는 이미 공사가 끝나고 사람들이 거주하고 있으며, 센토사 코브는 이제 시작 단계에 있다. 2008년경에 완성되고 나면 단독 선석을 보유할 주택수가 500채나 된다. 마리나 저수장 안에서는 요트 같은 스포츠 활동이 적당하다.
- 싱가포르의 레저 보트 수요 인구는 전통적으로 약 3,000명 정도이다. 신규 등록된 보트는 2005년 184개에서 2006년 192개로 소폭 증가했다. 싱가포르 40%의 보트 매니아층은 30대 중반 40대 초반으로 조사되었다.
- 싱가포르 IE Singapore의 통계에 의하면 HS Code 8903의 카테고리에 속해있는 취미, 스포츠, 조정경기, 보트, 카누 등을 위한 요트와 기타 선박의 수입이 급성장할 것으로 시사하고 있다.

[연간 수입액]

(단위: S\$ 천)

순위	국가	2004년	2005년	2006년
1	Italy	1,015	9,407	34,320
2	France	2,470	3,977	8,590
3	Australia	2,423	4,516	5,698
4	United Kingdom	8,259	2,334	5,560
5	United States	3,217	6,861	4,399
6	China	168	241	2,203
7	Malaysia	5,623	2,658	1,640
8	Belgium		223	1,199
9	Indonesia	4,591	2,606	1,061
10	Japan	95	246	819
19	Korea	115	37	199
상위 34개국 총계		31,986	38,095	69,700
기타국가 총계		181	137	-
총계		32,167	38,232	69,700

주: 품목-요트와 레저용 선박 또는 스포츠, 조정, 보트, 카누용 선박(HS 8903)

자료원: Statlink, IE Singapore

- 한편 싱가포르에서의 취미, 스포츠, 조정경기, 보트, 카누 등을 위한 요트와 기타 선박 품목의 주요 수출국으로 미국이 지속적으로 50%이상을 차지하는 것을 볼 수 있다. 전반적으로 수출물량은 36.6%증가했다.

[연간 수출총계]

(단위: S\$1000)

순위	국가	2004년	2005년	2006년
1	United States	63,040	69,999	87,929
2	Malaysia	9,223	11,848	23,716
3	Italy	5,713	4,612	14,074
4	Australia	8,496	9,835	8,603
5	Thailand	5,531	5,968	5,636
6	Nigeria	42		5,398
7	Canada	2,453	1,966	3,438
8	Denmark	1,345	2,351	3,415
9	Indonesia	3,238	4,295	3,405
10	Netherlands	891	3,558	2,861
31	Korea	77	527	10
상위 28개국 총계		117,611	123,106	170,235
기타 국가 총계		2,667	1,559	-
총계		120,277	124,665	170,235

주: 품목-요트와 레저용 선박 또는 스포츠, 조정, 보트, 카누용 선박(HS 8903)

자료원: Statlink, IE Singapore

3. 경쟁동향 분석

- 향후 5~10년 동안의 다수의 개발준비단계에 있는 프로젝트에서 볼 수 있듯이 싱가포르와 아시아 지역의 해양 개발은 크게 성장하고 있다. 싱가포르의 해양 산업은 2005년 74억 싱가포르 달러의 총수입을 올리는 뛰어난 성과를 나타냈으며 상당히 낙관적이다. 특히 해양산업의 선박수리, 개조/조선 그리고 해양공학 세 가지 분야 모두 해양산업의 다양한 발전에 기여했다. 이러한 성장세는 현재 경제 호조를 명확하게 반영하며 water lifestyle의 관심을 증가시키는 데에 직접적으로 영향을 주는 국민 소득수준이 증가하고 있음을 간접 반영한다. 한편, 일반적으로 해양산업 생산과 서비스는 국방, 산업, 레저용으로 이용되고 있는 실정이다.
- E-composites의 조사에 의하면 휴양용 선박의 전 세계적 수요는 2005년에 238억 싱가포르 달러정도이고 매년 7%의 성장률을 보일 것으로 예측된다. 2011년에 연간 371억 싱가포르 달러의 판매고를 올릴 것으로 조사되었다. 싱가포르 레저용 보트 건조산업은 시장규모와 확장성으로 인해 부품, 엔진, 재료 공급자와 OEM업체에 상당히 매력적인 기회이며 주문도 높은 편으로 향후 몇 년간 좋은 성과를 지속할 것으로 기대된다.
- 한편 E-composites에 의하면 Brunswick(US)가 전 세계 레저용 보트시장에서 1위를 차지하고 그 뒤로 Genmar(US), Groupe Beneteau(France), Fairline(UK), Ferretti(Italy) 그리고 Azimut(Italy)이다.
- 싱가포르 시장에서 레저용 보트의 판매를 주도하고 있는 업체들은 주로 싱가포르 연안에 입지하며 총수입을 기준으로 살펴볼 시 Luxury Yachts, Simpson Marine, Starship Yachts, Marina Bahari Raya, Fountain Powerboat, Boat Products Corp, Sunseeker, Sealine, Fairline, Group Dufour, Guy Couach 그리고 the Rodriguez group이 주요 선박 업체(레저용)이다.
- 1984년에 싱가포르에 설립된 Luxury Yachts는 유럽과 미국, 대만을 포함한 전 세계에서 일류 조선소로 통한다. 이 회사는 영국 최고의 조선소로 유명한 Fairline Boat의 공식 딜러이며 동남아에서 판매와 서비스에 대해 신뢰할 수 있는 업체이다. 표준제품의 새 보트를 판매하면서 주문형 고급 모터보트도 동시에 생산된다. 싱가포르 보트 딜러 중 가장 큰 사내 팀을 통해 제공되는 full turn-key 서비스를 원하는 고객에게 제공한다. Luxury Yachts의 상품은 길이가 13ft에서부터 130ft까지, 일반보트에서 초호화 요트까지 선택과 범위도 다양하다. Boat Asia 2007에서 Luxury Yachts는 Carver Yachts, Cruisers Yachts, Monterey Boats와 함께 동남아로 진출하는 거장으로 소개되었다.

[Fairline's 3가지 상품군]



[The Targa: sleek 34~62ft 오픈형 조종실의 고속 크루저]



[The Phantom: 40~50 ft 장기간 여행을 위한 flybridge 시리즈]



[The Squadron: 58·74 ft 모터요트]



- Starship Yachts는 아시아에서 yachiting의 선구자 중의 하나이다. 1993년에 설립되어 Versilcraft, Cranchi, Maiora 그리고 Dominator 같은 가장 유명한 업체를 아시아로 불러온 지역선도 업체이다. 고급요트의 전문가에게 크루저에서 고속개방형요트, 메가요트에 이르는 전문기술을 가져왔다. 선박부분으로 설립된 Starship Yachts는 2005년에 Dufour Yachts for monohulls 와 the Famous Catamarans Fountaine Pajot 같이 아시아에서 유명한 업체로 되었다. Starship Yachts는 지역의 행사에 정기적으로 참여하여 보트산업에 기여하고 지역 전체에서의 판매를 증가시키고 있다.
- 국가를 기준으로 살펴보면 이탈리아와 프랑스에서의 유입된 선박과 보트가 지난 2년 동안의 싱가포르 보트시장의 과반수이상을 차지하고 있고 시장 성장에 큰 영향을 미쳤다.

[레저용 선박의 싱가포르 시장점유율 현황(국가별)]

국가	시장점유율(%)
Italy	50
France	12
USA	8
Australia	10
UK	8
Singapore	5
Others	7

자료원: 해당 분야 전문가 인터뷰

- 한편, 중국과 동아시아 지역이 전반적으로 해당 부문에서 지속적으로 경쟁우위 확보와 핵심역량의 전략에 집중하고 있다. 시장우위 확보 및 확대를 위한 레저용 상품과 서비스들은 더욱더 투자되고 발전될 것이다.

III. 마케팅 참고사항

1. 제품 트렌드

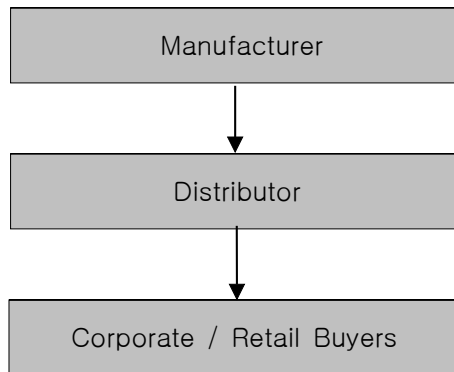
- 선박, 보트, 유관산업, 상공업 서비스, 도소매부분의 주요시장부분에서 다음과 같은 기회가 있다.
 - 고속페리
 - 레저용 선박

- 순찰선
 - 소방, 구조선박
 - 운송선
 - 어선
 - 해양석유, 가스운반선
 - 해양시설
 - 해안시설
 - 교육훈련
- 싱가포르 시장에서 단기적으로는 휴양, 레저용 선박시장이 가장 큰 기회로 해안시설을 통한 접근성이 좋고 편리하다. 장기적으로는 정부발주의 측량선, 소방~구조선 해양석유, 가스 운반선 등의 특수선박의 수주물량 증가에 주목해야 한다.
 - 레저용 보트의 범위도 fiber glass와 주석알루미늄 합금에서부터 70미터의 고급모터보트에까지 생산범위가 다양하다. 2007 싱가포르 보트쇼 박람회에서는 다양한 보트에 대한 주문과 활발한 마케팅/영업 활동을 보는 등 소비의욕이 큰 반향을 불러일으켰다.
 - 2007 Boat Asia 전시회에 보였던 주요 레저용 보트는 Carver 440 Motor Yacht, the Carver 420 Motor Yacht and the Carver 340 Sport, Cruisers 415 Express Motoryacht, 그리고 줄무늬 선체의 the Monterey 270 Cruisers이었다.

2. 가격 트렌드

- 가격 전략은 선박과 보트의 마켓 포지셔닝 결정에 따라 확정된다. 기업은 다른 요인들보다 가격, 품질, 생산내역에 있어 전략 및 입지를 결정해야한다. 가격산정 시 다른 평가 요인은 목표가격, 요구의 한정, 비용 산출, 경쟁업체가격분석, 도매업자의 할인 요구 등이며 변화하는 시장 상황에 따라 가격 변동을 해야 한다.
 - 가격 할인으로 기업이 기능적 할인, 수량 할인, 현금할인에 대해 설정한다.
 - 차별 가격으로 회사는 고객세분화를 위한 차별가격을 설정한다.
 - 시장 확대를 위한 저가판매, 특히 정부기관의 입찰에 대해 선박과 보트의 신제품은 시장 진출 가격전략에 의해 채택한다.
- 현지 시장의 일반적인 제안 가격은 6~7미터 보트가 약 70,000~80,000싱가포르달러다.

3. 주요 유통망



- 선박, 보트는 전형적으로 지정된 배급자가 산업구매자나 소매상에게 공급하는 공급망이 분포되어 있다. 산업 프로젝트 같은 계약이나 입찰계획을 필요로 한다.

4. 매체 광고비

- Boat Asia 등 레저용 보트와 관련된 박람회에 참여한다.



- 지역시장을 담당할 싱가포르를 기반으로 둔 기업을 지정한다.
- Asia Pacific Boating와 같은 공식출판물에 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 생활잡지 광고수령 시 비용]

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

- 한편 인터넷 사용이 증가하면서 이메일 다이렉트 마케팅도 일반 대중에게 접근하는 방법으로 이용되며, 소요비용은 아래와 같다.
 - 기본비용(Base Rate): S\$0.05~S\$0.15/메일 1개당 혹은 S\$50~S\$150/메일 1,000개당
 - 기사체 형식 광고(Additional): S\$0.05/메일 1개당

IV. 수출시 참고사항

1. 수출 요건

- 싱가포르 시장으로 반입되는 보트 등 레저용품에는 관세가 부과되지 않는다. 참고로 싱가포르는 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 왔으며, 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 있고 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 강하므로 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 주문시에는 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.