

2023 농식품 수출국가 정보조사 「캄보디아」

2023.12.

1 국가 및 시장정보

1 국가 개황

- 1-1 국가 개관
- 1-2 경제지표
- 1-3 농업현황
- 1-4 FTA 체결현황

2 식품 시장규모

3 식품 소비규모

- 3-1 1인당 식품 소비액
- 3-2 1인당 식품 소비량

4 식품 시장전망

5 식품 수출현황

- 5-1 수출국
- 5-2 수출품목

6 식품 수입현황

- 6-1 수입국
- 6-2 수입품목

7 對캄보디아 한국산 수출현황

- 7-1 부문별 수출현황
- 7-2 수출품목

2 식품 유통현황

1 오프라인 유통현황

- 1-1 오프라인 유통채널 규모
- 1-2 오프라인 유통채널 매장 수
- 1-3 오프라인 유통채널 브랜드 점유율
- 1-4 주요 오프라인 유통채널

2 온라인 유통현황

- 2-1 온라인 유통채널 규모
- 2-2 온라인 유통채널 점유율 규모
- 2-3 주요 온라인 유통채널

3 유통채널 전망

3-1 오프라인 유통채널 전망

3-2 온라인 유통채널 전망

4 유통채널 연계정보

- 4-1 국가보고서
- 4-2 품목보고서
- 4-3 해외지사 발간 보고서

3 수출품목 및 소비 트렌드

1 수출품목

- 1-1 수출품목 선정기준
- 1-2 한국산 수출품목

2 소비 트렌드

4 수출절차

1 수출입절차

2 통관 및 검역제도

3 수출가능·불가능품목

- 3-1 수출가능품목
- 3-2 수출불가능품목

5 비관세장벽

1 라벨링제도

- 1-1 주요 라벨링 표기사항
- 1-2 라벨링 예시

2 인증제도

3 통관거부사례

4 비관세장벽 이슈

6 요약

1 보고서 소개

1 국가 및 시장정보

1.1 | 국가 개황

1.1.1 국가 개관

| | |
|------------------------|--|
| 인구 (2023년 추정치) | 16,891,245명, 전 세계 72위 |
| 민족구성 (2019-20년 추정치) | 크메르족 95.4%, 참족 2.4%, 중국인 1.5%, 기타 0.7% |
| 언어 | 크메르어 95.8%, 소수 민족 언어 2.9%, 중국어 0.6%, 베트남어 0.5%, 기타 0.2% |
| 종교 (2019년 추정치) | 불교 97.1%, 이슬람교 2%, 기독교 0.3%, 기타 0.5% |
| 연령구조 (2023년 추정치) | 0~14세: 29.47% (남성 2,518,910/여성 2,459,235) 15~64세: 65.39% (남성 5,362,180/여성 5,682,247) 65세 이상: 5.14% (남성 308,931/여성 559,742) |
| 중위연령 (2020년 추정치) | 전체: 26.4세, 전 세계 153위 남성: 25.6세 여성: 27.2세 |

*주: 2023.11. 조회 기준

*출처: CIA Factbook

1.1.2 경제지표

| | |
|-----------|---|
| 실질GDP | \$72.238십억 (2021년 추정치), 2017년 달러 기준, 전 세계 103위 \$70.116십억 (2021년 추정치), 2017년 달러 기준 \$72.356십억 (2021년 추정치) |
| 실질GDP 성장률 | 3.03% (년 추정치), 전 세계 144위 -3.1% (년 추정치) 7.05% (년 추정치) |
| 1인당 실질GDP | \$4,400 (2021년 추정치), 2017년 달러 기준, 전 세계 182위 \$4,300 (2020년 추정치), 2017년 달러 기준 \$4,500 (2019년 추정치) |

*주: 2023.11. 조회 기준

*출처: CIA Factbook

1.1.3 농업현황

| | | | |
|-----------|--|----------|-------------------|
| 농업 GDP 비중 | 25.3% (2017년 추정치) | 농업 인구 비중 | 48.7% (2013년 추정치) |
| 주요 생산품 | 카사바, 쌀, 옥수수, 야채, 사탕수수, 콩, 고무, 기름야자 열매, 바나나, 돼지고기 등 | | |

*주: 2023.11. 조회 기준

*출처: CIA Factbook

1.1.4 FTA 체결현황

<캄보디아의 FTA 체결현황>

| 기체결 | 협상중 | 검토중 |
|--|---------|---------|
| (ASEAN) (발효 및 서명) 중국, 일본, 홍콩, 한국, 인도, 호주·뉴질랜드, 홍콩, RCEP | 해당사항 없음 | 해당사항 없음 |

*주: 2023.10. 조회 기준

*출처: 산업통상자원부 FTA 강국, KOREA(www.fta.go.kr)

<우리나라와의 FTA 체결현황>

| 발효 | 서명/타결 | 협상중 | 재개개시 여건조성 |
|-----------------------------------|---------|---------|-----------|
| 한-캄보디아 FTA 한-ASEAN FTA RCEP | 해당사항 없음 | 해당사항 없음 | 해당사항 없음 |

*주: 2023.11. 조회 기준

*출처: 산업통상자원부 FTA 강국, KOREA(www.fta.go.kr)

1.2 | 식품 시장규모

1.2.1 식품 시장규모

개요

캄보디아 식품 시장은 2018년 59억 달러에서 연평균 6.4% 성장하여 2022년 76억 달러로 집계되었다.

육류

육류 시장규모는 2018년 15억 달러에서 연평균 5.9% 성장하여 2022년 19억 달러로 집계되었으며, 전체 식품 시장의 25.7% 비중을 차지하고 있다.

베이커리 및 곡물류

베이커리 및 곡물류 시장규모는 2018년 8억 달러에서 연평균 5.9% 성장하여, 2022년 10억 달러로 집계되었으며, 전체 식품 시장의 13.5% 비중을 차지하고 있다.

수산물

수산물 시장규모는 2018년 7억 달러에서 연평균 5.6% 성장하여, 2022년 9억 달러로 집계되었으며, 전체 식품 시장의 12.2% 비중을 차지하고 있다.

<캄보디아 품목별 식품 시장규모(2018~2022)>

(단위: 십억 달러, %)

| 구분 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 비중 (22) | YoY (21/22) | CAGR (18/22) |
|------------|------|------|------|------|------|------------|----------------|-----------------|
| 전체 | 5.9 | 6.4 | 6.7 | 7.1 | 7.6 | 100.0 | 5.7 | 6.4 |
| 육류 | 1.5 | 1.7 | 1.7 | 1.8 | 1.9 | 25.7 | 6.0 | 5.9 |
| 베이커리 및 곡물류 | 0.8 | 0.9 | 0.9 | 1.0 | 1.0 | 13.5 | 5.2 | 5.9 |
| 수산물 | 0.7 | 0.8 | 0.8 | 0.9 | 0.9 | 12.2 | 2.2 | 5.6 |
| 스낵류 | 0.7 | 0.7 | 0.8 | 0.8 | 0.9 | 12.1 | 8.3 | 8.4 |
| 채소류 | 0.6 | 0.6 | 0.6 | 0.7 | 0.7 | 9.7 | 7.4 | 6.9 |
| 과일 및 견과류 | 0.5 | 0.5 | 0.6 | 0.6 | 0.6 | 8.3 | 6.8 | 7.0 |
| 편의식품 | 0.4 | 0.4 | 0.4 | 0.4 | 0.5 | 6.2 | 6.8 | 6.2 |
| 낙농품 | 0.4 | 0.4 | 0.4 | 0.4 | 0.5 | 6.2 | 6.8 | 6.9 |
| 소스 및 향신료 | 0.2 | 0.2 | 0.2 | 0.2 | 0.2 | 2.8 | 5.0 | 5.4 |
| 유지류 | 0.1 | 0.1 | 0.1 | 0.1 | 0.1 | 1.7 | 8.3 | 6.8 |
| 영유아식품 | 0.1 | 0.1 | 0.1 | 0.1 | 0.1 | 1.3 | 11.1 | 5.7 |
| 스프레드 및 당류 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.4 | 0.0 | 10.7 |
| 펫푸드 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.3 | 0.0 | 18.9 |

*출처: STATISTA

1.3 | 식품 소비규모

1.3.1 1인당 식품 소비액

개요

캄보디아의 1인당 식품 소비액은 2018년 약 363달러에서 연평균 4.9% 성장하여 2022년 440달러로 집계되었다.

육류

육류 소비액은 2018년 약 94달러에서 연평균 4.4% 성장하여 2022년 약 112달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 25.6% 비중을 차지하고 있다.

베이커리 및 곡물류

베이커리 및 곡물류 소비액은 2018년 약 49달러에서 연평균 4.5% 성장하여 2022년 약 59달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 13.5% 비중을 차지하고 있다.

수산물

수산물 소비액은 2018년 약 45달러에서 연평균 4.2% 성장하여 2022년 약 53달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 12.1% 비중을 차지하고 있다.

<캄보디아 품목별 1인당 식품 소비액(2018~2022)>

(단위: 달러, %)

| 구분 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 비중 (22) | YoY (21/22) | CAGR (18/22) |
|------------|-------|-------|-------|-------|-------|------------|----------------|-----------------|
| 전체 | 363.2 | 385.0 | 401.2 | 421.2 | 440.0 | 100.0 | 4.5 | 4.9 |
| 육류 | 94.8 | 99.8 | 103.4 | 107.8 | 112.7 | 25.6 | 4.5 | 4.4 |
| 베이커리 및 곡물류 | 49.7 | 52.6 | 54.8 | 57.5 | 59.3 | 13.5 | 3.2 | 4.5 |
| 수산물 | 45.3 | 48.2 | 50.3 | 53.0 | 53.4 | 12.1 | 0.9 | 4.2 |
| 스낵류 | 40.8 | 43.9 | 46.4 | 49.4 | 52.9 | 12.0 | 7.0 | 6.7 |
| 채소류 | 34.5 | 36.6 | 38.2 | 40.2 | 42.4 | 9.6 | 5.5 | 5.3 |
| 과일 및 견과류 | 29.8 | 31.7 | 33.1 | 34.8 | 36.6 | 8.3 | 5.2 | 5.2 |
| 낙농품 | 22.3 | 23.6 | 24.6 | 25.9 | 27.3 | 6.2 | 5.6 | 5.2 |
| 편의식품 | 22.5 | 23.8 | 24.7 | 25.8 | 27.1 | 6.2 | 5.0 | 4.8 |
| 소스 및 향신료 | 10.2 | 10.8 | 11.2 | 11.8 | 12.4 | 2.8 | 5.4 | 4.9 |
| 유지류 | 6.3 | 6.6 | 6.9 | 7.2 | 7.5 | 1.7 | 4.4 | 4.7 |
| 영유아식품 | 4.9 | 5.1 | 5.2 | 5.4 | 5.6 | 1.3 | 4.3 | 3.6 |
| 스프레드 및 당류 | 1.5 | 1.6 | 1.7 | 1.7 | 1.8 | 0.4 | 4.6 | 5.3 |
| 펫푸드 | 0.6 | 0.7 | 0.8 | 0.9 | 1.0 | 0.2 | 11.1 | 12.2 |

*출처: STATISTA

1.3.2 1인당 식품 소비량

개요

캄보디아의 1인당 식품 소비량은 2018년 약 124kg에서 연평균 1.7% 성장하여 2022년 약 132kg으로 집계되었다.

베이커리 및 곡물류

베이커리 및 곡물류 소비량은 2018년 약 42kg에서 연평균 1.0% 성장하여 2022년 약 44kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 33.7% 비중을 차지하고 있다.

채소류

채소류 소비량은 2018년 약 18kg에서 연평균 1.4% 성장하여 2022년 약 19kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 14.4% 비중을 차지하고 있다.

육류

육류 소비량은 2018년 약 12kg에서 연평균 2.9% 성장하여 2022년 약 14kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 10.7% 비중을 차지하고 있다.

<캄보디아 품목별 1인당 식품 소비량(2018~2022)>

(단위: kg, %)

| 구분 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 비중 (22) | YoY (21/22) | CAGR (18/22) |
|------------|-------|-------|-------|-------|-------|------------|----------------|-----------------|
| 전체 | 124.2 | 126.7 | 128.2 | 130.6 | 132.7 | 100.0 | 1.6 | 1.7 |
| 베이커리 및 곡물류 | 42.9 | 43.6 | 43.9 | 44.5 | 44.7 | 33.7 | 0.5 | 1.0 |
| 채소류 | 18.1 | 18.4 | 18.4 | 18.7 | 19.1 | 14.4 | 2.2 | 1.4 |
| 육류 | 12.7 | 13.3 | 13.6 | 14.1 | 14.3 | 10.7 | 1.4 | 2.9 |
| 낙농품 | 12.5 | 12.8 | 13.1 | 13.4 | 13.8 | 10.4 | 3.1 | 2.5 |
| 과일 및 견과류 | 11.4 | 11.5 | 11.6 | 11.7 | 11.9 | 9.0 | 2.1 | 1.1 |
| 스낵류 | 9.6 | 9.9 | 10.2 | 10.5 | 10.9 | 8.2 | 3.8 | 3.1 |
| 편의식품 | 6.9 | 6.9 | 7.0 | 7.0 | 7.2 | 5.4 | 1.9 | 1.0 |
| 소스 및 향신료 | 4.4 | 4.5 | 4.5 | 4.6 | 4.7 | 3.5 | 2.4 | 1.5 |
| 수산물 | 3.0 | 3.1 | 3.1 | 3.2 | 3.1 | 2.3 | -3.8 | 0.5 |
| 유지류 | 1.2 | 1.2 | 1.2 | 1.2 | 1.2 | 0.9 | 0.8 | 0.9 |
| 펫푸드 | 0.6 | 0.7 | 0.8 | 0.9 | 1.0 | 0.7 | 7.9 | 12.0 |
| 스프레드 및 당류 | 0.6 | 0.6 | 0.6 | 0.6 | 0.6 | 0.5 | 1.6 | 1.7 |
| 영유아식품 | 0.3 | 0.3 | 0.3 | 0.3 | 0.4 | 0.3 | 2.9 | 1.5 |

*출처: STATISTA

1.4 | 식품 시장전망

1.4.1 식품 시장전망

개요

캄보디아 식품 시장은 2022년 이후 연평균 7.9% 성장하여 2026년 103억 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

육류

육류 시장규모는 2022년 이후 연평균 9.0% 성장하여 2026년 27억 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

베이커리 및 곡물류

베이커리 및 곡물류 시장규모는 2022년 이후 연평균 7.1% 성장하여 2026년 13억 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

스낵류

스낵류 시장규모는 2022년 이후 연평균 8.7% 성장하여 2026년 13억 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

<캄보디아 품목별 식품 시장규모 전망(2022~2026)>

(단위: 십억 달러, %)

| 구분 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 비중 (26) | YoY (25/26) | CAGR (22/26) |
|------------|------|------|------|------|------|------------|----------------|-----------------|
| 전체 | 7.6 | 8.1 | 8.8 | 9.5 | 10.3 | 100.0 | 7.6 | 7.9 |
| 육류 | 1.9 | 2.1 | 2.3 | 2.5 | 2.7 | 26.7 | 8.7 | 9.0 |
| 베이커리 및 곡물류 | 1.0 | 1.1 | 1.2 | 1.2 | 1.3 | 13.1 | 8.1 | 7.1 |
| 스낵류 | 0.9 | 1.0 | 1.1 | 1.2 | 1.3 | 12.4 | 7.6 | 8.7 |
| 수산물 | 0.9 | 1.0 | 1.1 | 1.1 | 1.2 | 11.7 | 5.3 | 6.9 |
| 채소류 | 0.7 | 0.8 | 0.8 | 0.9 | 1.0 | 9.6 | 7.7 | 7.6 |
| 과일 및 견과류 | 0.6 | 0.7 | 0.7 | 0.8 | 0.8 | 8.1 | 6.4 | 7.1 |
| 낙농품 | 0.5 | 0.5 | 0.5 | 0.6 | 0.6 | 6.0 | 6.9 | 7.2 |
| 편의식품 | 0.5 | 0.5 | 0.5 | 0.6 | 0.6 | 6.0 | 7.0 | 6.7 |
| 소스 및 향신료 | 0.2 | 0.2 | 0.3 | 0.3 | 0.3 | 2.8 | 7.4 | 8.4 |
| 유지류 | 0.1 | 0.1 | 0.2 | 0.2 | 0.2 | 1.7 | 6.3 | 6.9 |
| 영유아식품 | 0.1 | 0.1 | 0.1 | 0.1 | 0.1 | 1.2 | 9.1 | 4.7 |
| 스프레드 및 당류 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.4 | 0.0 | 7.5 |
| 펫푸드 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.3 | 0.0 | 10.7 |

*출처: STATISTA

1.5 | 식품 수출현황

1.5.1 수출국

개요

2022년 캄보디아의 식품 수출액은 약 10억 1,300만 달러로 2021년 대비 9.8% 증가하였다. 또한, 2018년 약 7억 1,217만 달러에서 연평균 9.2% 증가하였다.

對대한민국 수출

대한민국으로의 식품 수출액은 0.2% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 155만 달러로 2021년 대비 16.6% 감소하였다. 그리고 2018년 이후 연평균 39.3% 감소하는 추세를 보인다.

주요 수출국

중국으로의 식품 수출액은 45.9%로 가장 큰 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 4억 6,545만 달러로 2021년 대비 7.4% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 23.3% 증가하는 추세를 보인다.

베트남으로의 식품 수출액은 9.1% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 9,167만 달러로 2021년 대비 12.7% 증가하였다. 그러나 2018년 이후 연평균 4.7% 감소하는 추세를 보인다.

이 밖에도, 인도(6.6%), 프랑스(6.4%), 미국(6.2%) 등으로 식품을 수출하고 있다.

<캄보디아 식품 수출국 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

| 구분 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 비중 (22) | YoY (21/22) | CAGR (18/22) |
|---------|---------|---------|---------|---------|-----------|------------|----------------|-----------------|
| 전체 | 712,176 | 719,973 | 815,395 | 922,465 | 1,013,008 | 100.0 | 9.8 | 9.2 |
| 1 중국 | 201,359 | 221,713 | 326,989 | 433,416 | 465,457 | 45.9 | 7.4 | 23.3 |
| 2 베트남 | 111,380 | 116,622 | 73,576 | 81,332 | 91,679 | 9.1 | 12.7 | -4.7 |
| 3 인도 | 4,162 | 10,940 | 23,812 | 53,528 | 66,879 | 6.6 | 24.9 | 100.2 |
| 4 프랑스 | 60,466 | 57,111 | 58,045 | 53,675 | 65,197 | 6.4 | 21.5 | 1.9 |
| 5 미국 | 22,201 | 17,628 | 25,045 | 42,473 | 62,391 | 6.2 | 46.9 | 29.5 |
| 6 말레이시아 | 53,960 | 46,618 | 39,141 | 38,959 | 39,529 | 3.9 | 1.5 | -7.5 |
| 7 네덜란드 | 26,216 | 20,565 | 21,530 | 19,056 | 26,191 | 2.6 | 37.4 | 0.0 |
| 8 호주 | 6,914 | 25,334 | 30,762 | 16,732 | 21,131 | 2.1 | 26.3 | 32.2 |
| 9 태국 | 10,062 | 7,406 | 11,906 | 18,297 | 18,050 | 1.8 | -1.3 | 15.7 |
| 10 가봉 | 29,355 | 31,134 | 43,353 | 44,752 | 17,141 | 1.7 | -61.7 | -12.6 |
| : | | | | | | | | |
| 31 대한민국 | 11,415 | 16,288 | 3,973 | 1,858 | 1,550 | 0.2 | -16.6 | -39.3 |

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)

1.5.2 수출품목

개요

2022년 수출액 기준으로 쌀(정미), 바나나 기타, 보존처리 채소·과실, 팜유(조유), 사탕수수 기타 등 순으로 큰 수출 비중을 차지하고 있다.

주요 수출품목

쌀(정미) 수출액은 40.1% 비중을 차지하며, 2022년 약 4억 629만 달러로 2021년 대비 2.1% 감소하였다. 그리고 2018년 이후 연평균 0.6% 감소하는 추세를 보인다.

바나나 기타 수출액은 17.8% 비중을 차지하며, 2022년 약 1억 7,998만 달러로 2021년 대비 7.0% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 78.5% 증가하는 추세를 보인다.

보존처리 채소·과실 수출액은 7.8% 비중을 차지하며, 2022년 약 7,938만 달러로 2021년 대비 51.2% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 79.5% 증가하는 추세를 보인다.

팜유(조유) 수출액은 6.2% 비중을 차지하며, 2022년 약 6,307만 달러로 2021년 대비 23.2% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 32.2% 증가하는 추세를 보인다.

사탕수수 기타 수출액은 4.1% 비중을 차지하며, 2022년 약 4,165만 달러로 2020년 대비 3.8% 감소하였다. 그리고 2018년 이후 연평균 3.2% 감소하는 추세를 보인다.

이 밖에도, **사탕수수 기타(2.7%), 카사바 전분(2.2%), 후추 기타(2.1%)** 등을 수출하였다.

<캄보디아 식품 수출품목 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

| 구분 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 비중 (22) | YoY (21/22) | CAGR (18/22) |
|---------------|---------|---------|---------|---------|-----------|------------|----------------|-----------------|
| 전체 | 712,176 | 719,973 | 815,395 | 922,465 | 1,013,008 | 100.0 | 9.8 | 9.2 |
| 1 쌀(정미) | 415,843 | 415,333 | 460,358 | 414,898 | 406,292 | 40.1 | -2.1 | -0.6 |
| 2 바나나 기타 | 17,716 | 49,451 | 112,907 | 168,291 | 179,988 | 17.8 | 7.0 | 78.5 |
| 3 보존처리 채소·과실 | 7,641 | 9,009 | 28,145 | 52,501 | 79,382 | 7.8 | 51.2 | 79.5 |
| 4 팜유(조유) | 20,679 | 24,637 | 27,898 | 51,177 | 63,072 | 6.2 | 23.2 | 32.2 |
| 5 사탕수수 기타 | 47,539 | 39,611 | 36,534 | 43,297 | 41,657 | 4.1 | -3.8 | -3.2 |
| 6 카사바 전분 | 34,125 | 26,506 | 20,548 | 16,852 | 27,328 | 2.7 | 62.2 | -5.4 |
| 7 후추 기타 | 7,192 | 9,051 | 9,881 | 26,563 | 22,297 | 2.2 | -16.1 | 32.7 |
| 8 구아바망고·망고스틴 | 3,002 | 3,050 | 3,611 | 9,952 | 20,965 | 2.1 | 110.7 | 62.6 |
| 9 빵 기타 | 733 | 7,432 | 10,192 | 10,419 | 17,229 | 1.7 | 65.4 | 120.2 |
| 10 사탕수수 추출 당밀 | 12,665 | 10,842 | 6,498 | 5,366 | 11,475 | 1.1 | 113.8 | -2.4 |

*주: HS CODE(1006.30, 0803.90, 2006.00, 1511.10, 1701.99, 1108.14, 0904.11, 0804.50, 1905.90, 1703.10)

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)

1.6 | 식품 수입현황

1.6.1 수입국

개요

2022년 캄보디아의 식품 수입액은 약 20억 7,677만 달러로, 2021년 대비 1.9% 감소하였다. 그러나 2018년 약 16억 6,436만 달러에서 연평균 5.7% 증가하였다.

對대한민국 수입

대한민국에서의 식품 수입액은 3.2% 비중을 차지하며, 2022년 수입액은 약 6,576만 달러로 2021년 대비 9.9% 감소하였다. 그러나 2018년 약 4,101만 달러에서 연평균 12.5% 증가하는 추세를 보인다.

주요 수입국

태국에서의 식품 수입액은 23.3%로 가장 큰 비중을 차지하며, 2022년 수입액은 약 4억 8,327만 달러로 2021년 대비 10.8% 증가하였다. 또한, 2018년 약 3억 9,516만 달러에서 연평균 5.2% 증가하는 추세를 보인다.

인도네시아에서의 식품 수입액은 13.4% 비중을 차지하며, 2022년 수입액은 약 2억 7,831만 달러로 2021년 대비 23.7% 증가하였다. 또한, 2018년 약 2억 4,265만 달러에서 연평균 3.5% 증가하는 추세를 보인다.

이 밖에도, 베트남(11.1%), 중국(7.0%), 핀란드(4.2%) 등에서 식품을 수입하고 있다.

<캄보디아 식품 수입국 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

| 구분 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 비중 (22) | YoY (21/22) | CAGR (18/22) |
|---------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|----------------|-----------------|
| 전체 | 1,664,364 | 1,722,841 | 1,799,255 | 2,117,822 | 2,076,772 | 100.0 | -1.9 | 5.7 |
| 1 태국 | 395,164 | 422,765 | 474,563 | 436,362 | 483,271 | 23.3 | 10.8 | 5.2 |
| 2 인도네시아 | 242,655 | 195,177 | 313,123 | 224,979 | 278,317 | 13.4 | 23.7 | 3.5 |
| 3 베트남 | 134,569 | 159,720 | 199,404 | 212,913 | 231,463 | 11.1 | 8.7 | 14.5 |
| 4 중국 | 59,407 | 79,678 | 67,068 | 96,713 | 145,475 | 7.0 | 50.4 | 25.1 |
| 5 핀란드 | 29,640 | 24,584 | 32,725 | 165,937 | 87,669 | 4.2 | -47.2 | 31.1 |
| 6 미국 | 69,425 | 73,405 | 67,936 | 123,967 | 85,206 | 4.1 | -31.3 | 5.3 |
| 7 아르헨티나 | 34,716 | 48,752 | 65,636 | 91,148 | 67,147 | 3.2 | -26.3 | 17.9 |
| 8 덴마크 | 223,933 | 215,663 | 129,927 | 227,391 | 67,095 | 3.2 | -70.5 | -26.0 |
| 9 대한민국 | 41,014 | 52,010 | 76,986 | 73,000 | 65,765 | 3.2 | -9.9 | 12.5 |
| 10 브라질 | 16,217 | 15,140 | 23,557 | 37,072 | 56,413 | 2.7 | 52.2 | 36.6 |

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)

1.6.2 수입품목

개요

2022년 수입액 기준 감미료가 첨가된 물, 볶지 않은 맥아, 박류(채두류), 영유아 조제식료품, 조제식료품 등 순으로 큰 수입 비중을 차지하고 있다.

주요 수입품목

감미료가 첨가된 물 수입액은 8.9% 비중을 차지하며, 2022년 약 1억 8,558만 달러로 2021년 대비 11.2% 감소하였다. 그러나 2018년 이후 연평균 0.2% 증가하는 추세를 보인다.

볶지 않은 맥아 수입액은 5.1% 비중을 차지하며, 2022년 약 1억 502만 달러로 2021년 대비 152.6% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 29.8% 증가하는 추세를 보인다.

박류 (채두류) 수입액은 4.3% 비중을 차지하며, 2022년 약 9,024만 달러로 2021년 대비 62.0% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 49.7% 증가하는 추세를 보인다.

영유아 조제식료품 수입액은 3.5% 비중을 차지하며, 2022년 약 7,351만 달러로 2021년 대비 6.8% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 1.3% 증가하는 추세를 보인다.

조제식료품 수입액은 3.1% 비중을 차지하며, 2022년 약 6,436만 달러로 2021년 대비 2.6% 감소하였다. 그러나 2018년 이후 연평균 9.9% 증가하는 추세를 보인다.

이 밖에도 **음료 기타(2.5%), 대두유 추출 유박(2.5%), 사탕수수 기타(2.3%)** 등을 수입하였다.

<캄보디아 식품 수입품목 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

| 구분 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 비중 (22) | YoY (21/22) | CAGR (18/22) |
|--------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|----------------|-----------------|
| 전체 | 1,664,364 | 1,722,841 | 1,799,255 | 2,117,822 | 2,076,772 | 100.0 | -1.9 | 5.7 |
| 1 감미료가 첨가된 물 | 183,879 | 208,759 | 240,378 | 208,984 | 185,582 | 8.9 | -11.2 | 0.2 |
| 2 볶지 않은 맥아 | 36,986 | 48,704 | 32,220 | 41,581 | 105,023 | 5.1 | 152.6 | 29.8 |
| 3 박류(채두류) | 17,992 | 21,489 | 35,385 | 55,702 | 90,242 | 4.3 | 62.0 | 49.7 |
| 4 영유아 조제식료품 | 69,772 | 85,898 | 74,386 | 68,808 | 73,518 | 3.5 | 6.8 | 1.3 |
| 5 조제식료품 | 44,072 | 62,834 | 64,388 | 66,069 | 64,368 | 3.1 | -2.6 | 9.9 |
| 6 음료 기타 | 97,942 | 90,597 | 65,648 | 47,583 | 52,939 | 2.5 | 11.3 | -14.3 |
| 7 대두유 추출 유박 | 33,930 | 25,544 | 28,824 | 55,979 | 51,421 | 2.5 | -8.1 | 11.0 |
| 8 사탕수수 기타 | 20,732 | 21,687 | 29,209 | 36,311 | 48,202 | 2.3 | 32.7 | 23.5 |
| 9 옥수수 기타 | 19,610 | 36,738 | 60,675 | 76,266 | 46,188 | 2.2 | -39.4 | 23.9 |
| 10 파스타 | 10,113 | 11,343 | 18,059 | 25,110 | 40,064 | 1.9 | 59.6 | 41.1 |

*주: HS CODE(2202.10, 1107.10, 2302.50, 1901.10, 2106.90, 2202.99, 2304.00, 1701.99, 1005.90, 1902.30)

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)

1.7 | 對 캄보디아 한국산 수출현황

1.7.1 부문별 수출현황

개요

2022년 한국산 식품 수출액은 약 1억 1,336만 달러로 2018년 약 9,008만 달러에서 연평균 5.9% 증가하였다.

농산물

농산물 수출액은 89.7% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 1억 1,633만 달러로 2021년 대비 5.4% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 5.6%의 증가세를 보이고 있다.

축산물

축산물 수출액은 9.2% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 1,045만 달러로 2021년 대비 33.6% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 9.4%의 증가세를 보이고 있다.

수산물

수산물 수출액은 1.0% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 113만 달러로 2021년 대비 41.1% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 6.3%의 증가세를 보이고 있다.

임산물

임산물 수출액은 0.1% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 14만 달러로 2021년 대비 72.5% 감소하였다. 그리고, 2018년 이후 연평균 8.1%의 감소세를 보이고 있다.

<한국산 對 캄보디아 부문별 수출현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

| 구분 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 비중 (22) | YoY (21/22) | CAGR (18/22) |
|-----|--------|---------|--------|---------|---------|------------|----------------|-----------------|
| 전체 | 90,085 | 102,526 | 96,736 | 105,607 | 113,362 | 100.0 | 7.3 | 5.9 |
| 농산물 | 81,700 | 98,177 | 90,683 | 96,458 | 101,633 | 89.7 | 5.4 | 5.6 |
| 축산물 | 7,295 | 3,375 | 5,214 | 7,825 | 10,451 | 9.2 | 33.6 | 9.4 |
| 수산물 | 890 | 566 | 603 | 805 | 1,135 | 1.0 | 41.1 | 6.3 |
| 임산물 | 200 | 409 | 236 | 520 | 143 | 0.1 | -72.5 | -8.1 |

*출처: KATI 농식품 수출정보(www.kati.net)

1.7.2 수출품목

개요

2022년 수출액 기준 **기타 음료, 조제분유, 라면, 기타 리큐르 및 코디얼, 조제식료품 기타** 등 순으로 큰 수출 비중을 차지하고 있다.

수출 성장률이 높은 품목에는 '홍삼조제품'과 '라면' 등이 있으며, 2022년 '홍삼조제품'은 최근 5년간 연평균 성장률 95.3%를 기록했다. '라면' 역시 같은 기간 동안 연평균 25.6%의 성장률을 보였다.

주요 수출품목

기타 음료 수출액은 63.8%의 비중을 차지하며, 2022년 약 7,227만 달러로 2021년 대비 2.1% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 1.4% 증가하는 추세를 보인다.

조제분유 수출액은 8.0%의 비중을 차지하며, 2022년 약 903만 달러로 2021년 대비 42.4% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 10.1% 증가하는 추세를 보인다.

라면 수출액은 5.9%의 비중을 차지하며, 2022년 약 666만 달러로 2021년 대비 11.4% 증가하였다. 또한, 연평균 성장률 2위를 차지하였다.

기타 리큐르 및 코디얼 수출액은 3.0%의 비중을 차지하며, 2022년 약 345만 달러로 2021년 대비 45.1% 증가하였다.

조제식료품 기타 수출액은 2.2%의 비중을 차지하며, 2022년 약 250만 달러로 2021년 대비 62.2% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 16.6% 증가하는 추세를 보인다.

<한국산 對캄보디아 수출품목 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

| 구분 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 비중 (22) | YoY (21/22) | CAGR (18/22) |
|----------------|--------|---------|--------|---------|---------|------------|----------------|-----------------|
| 전체 | 90,085 | 102,526 | 96,736 | 105,607 | 113,362 | 100.0 | 7.3 | 5.9 |
| 1 기타 음료 | 68,364 | 82,174 | 72,087 | 70,753 | 72,272 | 63.8 | 2.1 | 1.4 |
| 2 조제분유 | 6,143 | 2,724 | 4,049 | 6,347 | 9,039 | 8.0 | 42.4 | 10.1 |
| 3 라면 | 2,677 | 2,477 | 6,123 | 5,985 | 6,666 | 5.9 | 11.4 | 25.6 |
| 4 기타 리큐르 및 코디얼 | 0 | 515 | 777 | 2,380 | 3,453 | 3.0 | 45.1 | N/A |
| 5 조제식료품 기타 | 1,354 | 3,907 | 1,541 | 2,928 | 2,500 | 2.2 | 62.2 | 16.6 |
| 6 기타 무알콜 음료 | 1,788 | 1,249 | 1,090 | 1,723 | 1,567 | 1.4 | -9.1 | -3.2 |
| 7 소주 | 1,169 | 419 | 644 | 1,300 | 1,156 | 1.0 | -11.1 | -0.3 |
| 8 홍삼조제품 | 71 | 362 | 93 | 120 | 1,036 | 0.9 | 763.3 | 95.3 |
| 9 소스 조제품 기타 | 726 | 609 | 773 | 859 | 788 | 0.7 | -8.2 | 2.1 |
| 10 조미 김 | N/A | 45 | 302 | 393 | 729 | 0.6 | 85.5 | N/A |

*주: HS CODE(2202.10-9000, 1901.10-1010, 1902.30-1010, 2208.70-9000, 2106.90-9099, 2202.99-9000, 2208.90-4000, 2106.90-3029, 2103.90-9090, 2008.99-5010)

*출처: KATI 농식품 수출정보(www.kati.net)

2

식품 유통현황

2.1 | 오프라인 유통현황

2.1.1 캄보디아 오프라인 유통채널 규모

개요

캄보디아의 오프라인 식품 유통채널 규모는 2018년 17조 3,551억 9,400만 린에서 연평균 6.4% 성장하여 2022년 22조 2,263억 7,400만 린로 집계되었다.

소규모 식료품점

소규모 식료품점의 규모는 2018년 14조 5,842억 3,900만 린에서 연평균 5.8% 성장하여 2022년 18조 2,556억 9,300만 린로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널에서 82.1% 비중을 차지하고 있다.

슈퍼마켓

슈퍼마켓의 규모는 2018년 2조 3,250억 5,600만 린에서 연평균 9.2% 성장하여 2022년 3조 3,070억 4,300만 린로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널에서 14.9% 비중을 차지하고 있다.

전문 판매점

전문 판매점의 규모는 2018년 2,618억 1,000만 린에서 연평균 5.9% 성장하여 2022년 3,295억 린로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널에서 1.5% 비중을 차지하고 있다.

<캄보디아 오프라인 유통채널 규모(2018~2022)>

(단위: 백만 린, %)

| 구분 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 비중 (22) | YoY (21/22) | CAGR (18/22) |
|----------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|----------------|-----------------|
| 전체 | 17,355,194 | 18,677,938 | 19,194,693 | 19,914,088 | 22,226,374 | 100.0 | 11.6 | 6.4 |
| 소규모 식료품점 | 14,584,239 | 15,538,570 | 15,862,812 | 16,418,010 | 18,255,693 | 82.1 | 11.2 | 5.8 |
| 슈퍼마켓 | 2,325,056 | 2,559,707 | 2,738,886 | 2,903,219 | 3,307,043 | 14.9 | 13.9 | 9.2 |
| 전문 판매점 | 261,810 | 278,942 | 284,762 | 294,729 | 329,500 | 1.5 | 11.8 | 5.9 |
| 편의점 | 96,174 | 177,870 | 203,572 | 197,465 | 221,499 | 1.0 | 12.2 | 23.2 |
| 하이퍼마켓 | 87,915 | 122,849 | 104,661 | 100,664 | 112,640 | 0.5 | 11.9 | 6.4 |

*주: 전문 판매점-식품·주류·담배만을 전문적으로 판매하는 매장

*출처: 「Retail in Cambodia」(유로모니터)

2.1.2 오프라인 유통채널 매장 수

개요

캄보디아의 오프라인 유통채널의 매장 수는 2018년 11만 2,138개에서 연평균 0.5% 증가하여 2022년 11만 4,352개로 집계되었다.

소규모 식료품점

소규모 식료품점 매장 수는 2018년 10만 7,248개에서 연평균 0.5% 증가하여 2022년에 10만 9,222개로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널 매장의 95.5%를 차지하고 있다.

전문 판매점

전문 판매점 매장 수는 2018년 4,382개에서 연평균 0.5% 증가하여 2022년에 4,462개로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널 매장의 3.9%를 차지하고 있다.

슈퍼마켓

슈퍼마켓 매장 수는 2018년 457개에서 연평균 4.5% 증가하여 2022년에 545개로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널 매장의 0.5%를 차지하고 있다.

<캄보디아 오프라인 유통채널 매장수(2018~2022)>

(단위: 개, %)

| 구분 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 비중 (22) | YoY (21/22) | CAGR (18/22) |
|----------|---------|---------|---------|---------|---------|------------|----------------|-----------------|
| 전체 | 112,138 | 113,429 | 113,811 | 113,261 | 114,352 | 100.0 | 1.0 | 0.5 |
| 소규모 식료품점 | 107,248 | 108,440 | 108,776 | 108,232 | 109,222 | 95.5 | 0.9 | 0.5 |
| 전문 판매점 | 4,382 | 4,430 | 4,444 | 4,422 | 4,462 | 3.9 | 0.9 | 0.5 |
| 슈퍼마켓 | 457 | 475 | 495 | 515 | 545 | 0.5 | 5.8 | 4.5 |
| 편의점 | 48 | 80 | 92 | 88 | 118 | 0.1 | 34.1 | 25.2 |
| 하이퍼마켓 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 0.0 | 25.0 | 13.6 |

*주: 전문 판매점-식품·주류·담배만을 전문적으로 판매하는 매장

*출처: 「Retail in Cambodia」(유로모니터)

2.1.3 오프라인 유통채널 브랜드 점유율

①Lucky Supermarket

DFI Retail Group 소속으로, 2022년 1.2%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 7.7% 감소하였다.

②AEON

AEON Group 소속으로, 2022년 0.6%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 50.0% 증가하였고, 2019년 대비 연평균 6.3% 증가하였다.

③Circle K

Alimentation Couche-Tard Inc 소속으로, 2022년 0.4%의 점유율을 차지하였다. 2019년 대비 연평균 10.1% 증가하였다.

④Lucky Express

DFI Retail Group 소속으로, 2022년 0.3%의 점유율을 차지하였다.

⑤Big C

Big C Supercenter PCL 소속으로, 2022년 0.2%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 33.3% 감소하였다.

<캄보디아 오프라인 유통채널 브랜드 점유율 순위(2019~2022)>

(단위: %)

| 구분 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | YoY (21/22) | CAGR (19/22) |
|---------------------|------|------|------|------|----------------|-----------------|
| 1 Lucky Supermarket | - | - | 1.3 | 1.2 | -7.7 | N/A |
| 2 AEON | 0.5 | 0.5 | 0.4 | 0.6 | 50.0 | 6.3 |
| 3 Circle K | 0.3 | 0.4 | 0.4 | 0.4 | 0.0 | 10.1 |
| 4 Lucky Express | - | - | 0.3 | 0.3 | 0.0 | N/A |
| 5 Big C | 0.2 | 0.2 | 0.3 | 0.2 | -33.3 | 0.0 |
| 6 Fairplus | - | 0.1 | 0.1 | 0.1 | 0.0 | N/A |
| 7 Lucky Supermarket | 1.1 | 1.2 | - | - | N/A | N/A |
| 8 Lucky Express | 0.1 | 0.2 | - | - | N/A | N/A |
| 9 Giant | 0.2 | 0.1 | - | - | N/A | N/A |
| 10 기타 | 97.6 | 97.4 | 97.3 | 97.2 | -0.1 | -0.1 |

*출처: 「Retail in Cambodia」(유로모니터)

2.1.4 주요 오프라인 유통채널

| | | | | |
|---|---|-------------------|--|-------|
|  | 브랜드명 | Lucky Supermarket | 창립연도 | 1993년 |
| | 점유율 | 1.2% | 브랜드 국적 | 캄보디아 |
| | 웹사이트 | www.dfilucky.com | 매장 수 | 21개 |
| | <ul style="list-style-type: none"> - 슈퍼마켓 브랜드로, DFI Retail Group 산하 브랜드 - 식료품, 가정용품 등의 다양한 제품을 판매하고 있음 - 수입 제품의 비중이 큰 편이며 특히 유럽과 아시아 제품의 비중이 큼 - 매장 내에 베이커리를 운영하는 곳도 있음 | | | |
| 매장 사진 |  | |  | |
| | 외부 전경 | | 내부 매대 전경 | |

*출처 : 「Retail in cambodia」(유로모니터), 캄보디아 Lucky Supermarket 홈페이지(www.dfilucky.com), Lucky Supermarket 소셜미디어 계정

| | | | | |
|---|--|------------------|--|-------|
|  | 브랜드명 | AEON | 창립연도 | 1926년 |
| | 점유율 | 0.6% | 브랜드 국적 | 일본 |
| | 웹사이트 | aeoncambodia.com | 매장 수 | 2개 |
| | <ul style="list-style-type: none"> - 하이퍼마켓 브랜드로, AEON Group 산하 브랜드 - 식품, 패션, 생활용품, 가전제품 등의 상품들을 판매하고 있음 - 온라인 구매 사이트 또한, 함께 운영 중인 옴니채널형 방식 - 식품, 패션 등의 여러 카테고리에서 자체 브랜드(PB)인 TOPVALU, iC, Home Coordy 등을 출시함 | | | |
| 매장 사진 |  | |  | |
| | 외부 전경 | | 내부 전경 | |

*출처 : 「Retail in cambodia」(유로모니터), 캄보디아 AEON 홈페이지(aeoncambodia.com), AEON 소셜미디어 계정

| | | | | |
|---|---|---------------------------|--|-------|
|  | 브랜드명 | Circle K | 창립연도 | 1951년 |
| | 점유율 | 0.4% | 브랜드 국적 | 미국 |
| | 웹사이트 | circlekcambodia.com(접속불가) | 매장 수 | 39개 |
| | <ul style="list-style-type: none"> - 편의점 브랜드로, Alimentation Couche-Tard Inc 산하 브랜드 - 즉석식품, 냉동식품 등 다양한 종류의 식품뿐만 아니라 생필품 종류 또한, 판매함 - 지점에 따라 테이블과 좌석이 구비되어있음 | | | |
| 매장 사진 |  | |  | |
| | 외부 전경 | | 내부 매대 전경 | |

*출처 : 「Retail in cambodia」(유로모니터), Lucky Supermarket 소셜미디어 계정(www.facebook.com/circlekcambodia)

| | | | | |
|---|--|------------------|--|-------|
|  | 브랜드명 | Lucky Express | 창립연도 | 1993년 |
| | 점유율 | 0.3% | 브랜드 국적 | 캄보디아 |
| | 웹사이트 | www.dfilucky.com | 매장 수 | 23개 |
| | <ul style="list-style-type: none"> - 슈퍼마켓 브랜드로, DFI Retail Group 산하 브랜드 - 식료품, 가정용품, 개인 위생용품 등을 판매함 - Lucky supermarket보다 매장의 규모가 다소 작아, 비교적 접근성이 좋음 - 수입 제품의 비중이 큰 편이며 특히 유럽과 아시아 제품의 비중이 큼 | | | |
| 매장 사진 |  | |  | |
| | 외부 전경 | | 내부 매대 전경 | |

*출처 : 「Retail in cambodia」(유로모니터), 캄보디아 Lucky Express 홈페이지(www.dfilucky.com), Lucky Express 소셜미디어 계정

| | | | | |
|---|---|-----------------------------------|--|-------|
|  | 브랜드명 | Big C | 창립연도 | 1993년 |
| | 점유율 | 0.2% | 브랜드 국적 | 태국 |
| | 웹사이트 | www.facebook.com/bigcca mbodia | 매장 수 | 2개 |
| | <ul style="list-style-type: none"> - 하이퍼마켓 브랜드로, Big C Supercenter PCL 산하 브랜드 - 식료품, 유아용품, 스포츠용품, 생활용품, 가구 등 많은 제품들을 판매함 - 푸드코트, 놀이기구, 영화관 등이 존재하는 문화공간으로서의 역할 수행 - Foodpanda 배송 사이트를 통해 주문한 물품을 집에서 받아볼 수 있음 | | | |
| 매장 사진 |  | |  | |
| | 외부 전경 | | 내부 매대 전경 | |

*출처 : 「Retail in cambodia」(유로모니터), 캄보디아 Big C 홈페이지, Big C 소셜미디어 계정(www.facebook.com/bigccambodia)

2.2 | 온라인 유통현황

2.2.1 온라인 유통채널 규모

개요

2022년 캄보디아의 식품 온라인 시장 규모는 863억 2,300만 킬 규모로 전년 대비 39.6% 성장했으며 최근 5년간 연평균(CAGR) 33.4% 성장했다.

<캄보디아 온라인 유통채널 규모(2018~2022)>

(단위: 백만 킬, %)

| 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | YoY (21/22) | CAGR (18/22) |
|--------|--------|--------|--------|--------|----------------|-----------------|
| 27,291 | 34,158 | 45,900 | 61,819 | 86,323 | 39.6 | 33.4 |

*주: 온라인 유통채널의 경우 식품 온라인 유통채널(food e-commerce)을 기준으로 작성

*출처: 「Retail in Cambodia」(유로모니터)

2.2.2 온라인 유통채널 점유율

2.2.3 주요 온라인 유통채널

| | | | | |
|--|---|------|--|------------------------|
|  | 사이트명 | AEON | 운영업체 | AEON Group |
| | 점유율 | 0.6% | 웹사이트 | aeononlineshopping.com |
| <ul style="list-style-type: none"> - AEON Group에서 운영하는 B2C 전자상거래 플랫폼 - AEON 매장 중 하나를 선택한 후, 해당 매장에 있는 제품 중 선택하는 방식 - 국가 전역에 배송이 가능하며 2일 이내에 배송 보장 - 물에 입점된 인스턴트 음식점 제품을 45분 이내에 배송하는 서비스 또한, 제공함 | | | | |
| 사진 |  | |  | |
| | 사이트 화면 | | 사이트 내 식품 카테고리 | |

*출처 : 「Retail in cambodia」(유로모니터), 캄보디아 AEON ONLINE 홈페이지(aeononlineshopping.com)

2.3 | 유통채널 전망

2.3.1 오프라인 유통채널 전망

개요

캄보디아의 오프라인 식품 유통채널 규모는 2022년 22조 2,263억 7,400만 릴에서 연평균 3.4% 성장하여 2026년 25조 4,177억 6,700만 릴 규모에 이를 것으로 전망된다.

소규모 식료품점

소규모 식료품점의 규모는 2022년 18조 2,556억 9,300만 릴에서 연평균 2.9% 성장하여 2026년 20조 4,921억 3,000만 릴 규모에 이를 것으로 전망된다.

슈퍼마켓

슈퍼마켓의 규모는 2022년 3조 3,070억 4,300만 릴에서 연평균 5.8% 성장하여 2026년 4조 1,386억 9,500만 릴 규모에 이를 것으로 전망된다.

전문 판매점

전문 판매점의 규모는 2022년 3,295억 릴에서 연평균 3.1% 성장하여 2026년 3,724억 900만 릴 규모에 이를 것으로 전망된다.

<캄보디아 오프라인 식품 유통채널 전망(2022~2026)>

(단위: 백만 린, %)

| 구분 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 비중 (26) | YoY (25/26) | CAGR (22/26) |
|----------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|----------------|-----------------|
| 전체 | 22,226,374 | 23,116,738 | 23,849,420 | 24,637,633 | 25,417,767 | 100.0 | 3.2 | 3.4 |
| 소규모 식료품점 | 18,255,693 | 18,895,207 | 19,400,592 | 19,950,488 | 20,492,130 | 80.6 | 2.7 | 2.9 |
| 슈퍼마켓 | 3,307,043 | 3,524,398 | 3,723,730 | 3,931,586 | 4,138,695 | 16.3 | 5.3 | 5.8 |
| 전문 판매점 | 329,500 | 340,905 | 350,754 | 361,535 | 372,409 | 1.5 | 3.0 | 3.1 |
| 편의점 | 221,499 | 238,678 | 252,565 | 267,474 | 283,087 | 1.1 | 5.8 | 6.3 |
| 하이퍼마켓 | 112,640 | 117,549 | 121,780 | 126,550 | 131,446 | 0.5 | 3.9 | 3.9 |

*주: 전문 판매점-식품·주류·담배만을 전문적으로 판매하는 매장

*출처: 「Retail in Cambodia」(유로모니터)

2.3.2 온라인 유통채널 전망
개요

캄보디아의 온라인 식품 유통채널 시장규모는 2022년 이후 연평균 11.5%로 성장하여, 2026년 1,334억 6,700만 린에 이를 것으로 전망된다.

<캄보디아 온라인 식품 유통채널 전망(2022~2026)>

(단위: 백만 린, %)

| 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | YoY (25/26) | CAGR (22/26) |
|--------|--------|---------|---------|---------|----------------|-----------------|
| 86,323 | 87,215 | 110,511 | 122,415 | 133,467 | 9.0 | 11.5 |

*주: 온라인 유통채널의 경우 식품 온라인 유통채널(food e-commerce)을 기준으로 작성

*출처: 「Retail in Cambodia」(유로모니터)

2.4 | 유통채널 연계정보

2.4.1 국가보고서

| | |
|-----------------------------------|---|
| 캄보디아 식품 유통구조 (2021.09) | - 유통 현황 및 특징 |
| 캄보디아 오프라인 식품 유통채널 (2021.09) | - 오프라인 유통채널 유형 · 전통식 유통: ①중앙시장 ②깜퐁 톰 시장 · 복합쇼핑몰: ①AEON ②Circle K ③Lucky Supermarket |
| 캄보디아 온라인 식품 유통채널 (2021.09) | - 온라인 식품 유통개요 |

2.4.2 품목보고서

| | |
|------------------------|--|
| 캄보디아 가공식품 유통정보 | |
| 캄보디아 건강기능식품 유통정보 | |
| 캄보디아 신선식품 유통정보 | |

2.4.3 해외지사 발간 보고서

| | |
|------|--|
| 캄보디아 | |
|------|--|

3

수출품목 및 소비 트렌드

3.1 | 수출품목

3.1.1 수출품목 선정기준

<수출품목 선정 지표 기준>

1. 직전년도 한국산 식품 수출규모
2. 직전년도 한국산 식품 수출성장률
3. 현지 소비 이슈에 부합하는 품목
4. 현지 시장에서 수요 증가 등 성장 가능성을 보유한 품목

3.1.2 한국산 수출품목

① 냉동식품, 아이스크림(현지시장 이슈품목)

시장현황

아이스크림 시장은 냉동식품 산업 내에서 주목할 만한 성장세를 보이고 있다. 캄보디아 아이스크림 시장은 2022년 기준 1,108만 달러를 기록하였으며, 2028년까지 1,687만 달러에 달할 것으로 예상된다. 또한, 2023년부터 2028년까지 7.3%의 연평균 성장률을 보일 것으로 전망된다.

캄보디아 냉동식품 시장, 특히 냉동 디저트, 냉동 감자, 냉동 레디밀에 대한 수요가 증가하고 있다. 캄보디아 인구는 서구 스타일의 식단과 식습관으로 빠르게 변화하고 있다. 관광 산업의 활성화와 외국인 유입 증가로 인해 포장식품, 특히 냉동 및 냉장 식품의 소매 판매 증가로 이어지고 있다.

이러한 변화는 호텔, 레스토랑, 기관(HRI) 거래를 전문으로 하는 수입업체들과 현대식 식품 소매업체에 새로운 비즈니스 기회를 제공할 것이다.

시사점

캄보디아 아이스크림 시장의 성장은 한국 기업에게 중요한 기회를 제공할 수 있다. 현지인의 입맛과 트렌드에 맞는 제품을 개발하고, 틱톡샵 등을 활용하여 효과적인 디지털 마케팅 전략을 취하거나, 관광객 및 젊은 소비자를 대상으로 한 제품을 개발하는 것은 현지시장 진출에 있어 핵심 요소가 될 것이다. 현지 문화와 결합한 독특한 제품을 통해 시장에서의 경쟁력을 강화할 수 있을 것으로 판단된다.

| | | |
|---|---|---|
|  |  |  |
| 메로나 | Wall'S Paddle Pop Fruity | 붕어싸만코 |

*출처: 해당 제품 브랜드 홈페이지

▶ 출처

Cambodia Frozen Food Market Size & Share Analysis - Growth Trends & Forecasts (2024 - 2029),
Modor Intelligene

Grocery market in Cambodia, ECDB

② 영유아 유제품(현지시장 이슈품목)

시장현황

캄보디아의 영유아 유제품 시장은 2023년에 8,081만 달러의 수익을 기록했다. 2023년부터 2028년까지 6년간 연평균 4.46%의 성장률이 예상된다. 높은 출산율과 더불어 영유아의 영양 상태에 대한 인식이 높아지며 시장의 성장을 견인하고 있다. 캄보디아 분유 시장도 마찬가지로 계속 성장할 것으로 예상된다. 분유시장의 성장은 맞벌이 부부의 증가, 급속한 경제 발전, 생활 수준의 향상 등의 요인에 의해 촉진되고 있으며, 분유의 장점에 대한 인식 개선도 시장 성장에 기여하고 있다. 그러나 여전히 소득수준이 높지 않아 일반적인 캄보디아 가정에서 일상적으로 분유를 구매하기 어려운 상황이다. 분유 시장 내 주요 업체들은 점유율을 높이기 위해 다양한 혁신적인 제품을 출시하고 있으며, 브랜드 인지도를 제고하기 위한 광고 및 마케팅 활동에 많은 투자를 하고 있다.

COVID-19 대유행으로 인한 재정적 어려움으로 인해 많은 가정이 분유 대신 모유 수유로 전환했으며, 이는 분유 수요 감소로 이어졌다. 그러나 팬데믹 기간 동안 온라인 판매는 증가했으며 분유 기업들은 더 많은 소비자에게 다가가기 위해 온라인 판매에 더욱 집중하고 있다.

시사점

한국의 식품 수출기업은 시장의 성장에 기여하는 요인들, 특히 캄보디아의 경제 성장과 자녀 관리에 대한 인식 증가에 초점을 두어 진입전략을 수립해야 한다. 로컬기업이나 주변 동남아 기업에 비해 가격 경쟁에서 밀릴 수 밖에 없으므로, 영양소가 높고 뛰어난 퀄리티의 프리미엄 브랜드로 마케팅을 하는 것이 좋은 접근이 될 수 있다.

| | | |
|---|---|---|
|  |  |  |
| Nestle Lactogen Gold Step 2 | UNISOY NUTRITIOUS MILK | IMPERIAL DREAM XO |

*출처: 해당 제품 브랜드 홈페이지

▶ 출처

Cambodia-infant-formula-milk-powder-market, 6W Research
Dairy products and alternatives in Cambodia, 유로모니터

③ 인스턴트 라면(수출상위 품목)

시장현황

2021년 캄보디아 인스턴트 라면 시장은 전년 대비 39% 성장하였다. 2017년부터 2021년까지 5년간 매년 16.65%씩 꾸준한 성장세를 보여왔다. 한국의 對캄보디아 라면 수출액은 612만 2,600달러(한화 약 72억 원)로 전년 대비 147.2%로 폭발적인 증가세를 보였으며, 캄보디아 전체 수출의 6.3% 차지하였다. 캄보디아인은 매운 음식을 선호하지 않아 불닭볶음면의 인기는 금방 사그라들 것으로 예상했으나, 페이스북, 틱톡 등 SNS에서 불닭볶음면 만드는 법, 먹는 장면 등의 영상물이 공유되면서 대중 소비로 이어졌다. 이처럼 10~20대 젊은 소비자층 사이에서 한국 라면은 단순히 음식이 아닌 하나의 문화로 확산되었고, 현재는 30~40대까지 확대되어 다양한 종류의 한국 라면을 찾기 시작했다. 캄보디아 수도 프놈펜에는 배달 앱을 통한 배달 서비스가 발달하여 떡볶이, 김밥, 라면 등 간편식과 밀키트 상품들을 주문하여 친구나 가족들과 식사를 즐기는 경우가 많아지고 있다. 또한, SNS를 통한 소통을 즐기며 한국 음식을 하나의 고급 트렌드로 인식하고 있다.

시사점

캄보디아에서 트렌드를 주도하고 영향력이 높은 MZ세대의 지속적인 관심을 유도하기 위한 전략이 필수적이다. 단순히 제품을 홍보하는 것이 아닌 문화를 공유할 수 있는 아이템을 꾸준히 발굴하고, 편의점 및 온라인 쇼핑과의 연계 프로모션을 통한 적극적인 마케팅이 필요하다.

| | | |
|---|---|---|
|  |  |  |
| 프놈펜 국수 | 불닭볶음면 | 짜짜로니 |

*출처: 해당 제품 브랜드 홈페이지

▶ 출처

Cambodia Instant Noodles Market (2023-2029), 6W Research
 2021년 국가조사 캄보디아, 한국농수산물유통공사

④ 소스류(수출상위 품목)

시장현황

캄보디아의 소스, 드레싱 및 조미료 시장 규모는 2023년 기준 2억 2,820만 달러를 기록하였다. 해당 시장은 향후 5년간 매년 7.44%씩 성장할 것으로 예상된다. 가장 많이 소비하는 소스 및 조미료는 간장, 피시소스, MSG, 칠리소스, 굴 소스 등으로 대부분의 가정이나 식당에서 널리 사용되고 있다.

캄보디아의 고추장 수입액은 2020년 기준 44만 달러로 전년도에 비해 143% 이상 급격하게 성장했다. 이는 K-드라마, OTT, 먹방 챌린지 등의 콘텐츠가 현지에서 인기를 끌며, 떡볶이, 비빔밥 등 한식에 대한 관심이 높아지면서 고추장에 대한 수요도 덩달아 증가한 것으로 풀이된다.

예전에는 대도시에 위치한 한국 식품점에서만 한국 식자재를 구입할 수 있었으나, 현재는 편의점, 마트, 슈퍼마켓, 온라인 쇼핑몰 등 다양한 유통채널에서 손쉽게 구매할 수 있다. 또한, SNS에서 유행하는 집밥 챌린지와 같은 콘텐츠를 통해 젊은 세대들의 한식에 대한 긍정적 이미지와 접근성 개선으로 인해 판매량이 꾸준히 증가하고 있다.

시사점

캄보디아의 경제 회복에 따른 중산층의 부상, 젊은 세대의 식습관 변화, 유통망 확대, 코로나19로 인한 위생 관념 개선 등이 간편하고 조리 시간을 줄여 주는 각종 요리용 소스에 대한 수요를 촉진했다. 고추장, 된장 등 한국 소스로 만들 수 있는 음식의 레시피를 같이 제공하고 젊은 세대들이 참여할 수 있는 이벤트를 적극적으로 활용할 필요가 있다.

| | | |
|---|---|---|
|  |  |  |
| 태양초 고추장 | TV 참깨드레싱 | 매일진간장골드 |

*출처: 해당 제품 브랜드 홈페이지

▶ 출처

Crafting Luxurious Diwali Gifts With The EU's Finest F&B Selections, Food and Beverage News
Sauces, spices in Cambodia, Statista

2021. 7. 12 고추장을 필두로 한 캄보디아 유망 수출 품목 'K-Sauce', 한국농수산물유통공사

⑤ 음료(수출상위 품목)

시장현황

캄보디아 음료 시장은 연평균 7%대의 높은 경제성장률과 소비를 주도하는 MZ세대(전체 인구의 약 40%가 청년층)의 두터운 인구 구조로 인해 꾸준히 성장할 것으로 예상된다. 음료 전자상거래 시장은 2023년까지 4,480만 달러에 이를 것으로 예상된다. 향후 4년간(2023~2027) 내년 8.9%씩 성장하여, 2027년까지 시장 규모가 6,310만 달러로 확대될 것으로 기대된다.

코로나19로 인해 건강에 대한 관심이 높아지면서 건강과 면역이라는 키워드를 중심으로 건강음료, 유기농 과일주스, 단백질 음료에 대한 수요가 증가하고 있다.

커피보다는 밀크티, 과일티 등 차 음료를 더 소비하는 것으로 확인됐다. CBRE Cambodia에 따르면 2020년 캄보디아에 신규 진출한 식음료 브랜드 중에서 밀크티가 약 50%에 육박하는 것으로 조사 되었다.

프놈펜시는 2019년부터 학생들의 건강을 위해 교내 에너지드링크, 카페인 음료, 설탕이 과다함유된 식음료의 판매를 금지했다. 과도한 설탕 섭취를 줄이기 위한 캠페인을 매체를 통해 꾸준히 진행하고 있으며, 관련 기업들은 무당이나 저당 제품을 출시하며 정부 정책에 대응하고 있다.

시사점

캄보디아 음료 시장은 성장 가능성이 큰 만큼, 선점한 기업들로 인해 과포화 상태로 치닫고 있다. 글로벌 브랜드는 현지 생산을 통해 가격경쟁력을 확보하고, 적극적인 프로모션 정책으로 경쟁을 더욱 치열하게 만들고 있다. 이러한 상황에서 안전하고 고품질로 인정받는 한국 음료는 '무설탕', '저설탕', '건강', '면역' 등의 키워드를 강조한 프리미엄 컨셉 제품으로 차별화하며 독자적인 시장을 구축할 필요가 있다.

| | | |
|---|---|---|
|  |  |  |
| 빙그레 커피맛 우유 | 마부 밀크티 | Organic Soymilk |

*출처: 해당 제품 브랜드 홈페이지

▶ 출처

2021. 7 27 해외시장 동향 對캄보디아 수출품목 부동의 1위 '음료' 시장, 한국농수산물유통공사

2021 농식품 수출국가정보 캄보디아, 한국농수산물유통공사

2021 국가조사 캄보디아, 한국농수산물유통공사

■ 3.2 | 소비 트렌드

① 영유아 식품 관심 증가

이슈배경

캄보디아의 영유아 식품 시장이 빠르게 성장하고 있다. 캄보디아의 경제성장과 함께 소득 수준이 향상되고, 부모들의 자녀에 대한 관심이 높아지면서 영유아 식품에 대한 수요가 증가하고 있는 것으로 분석된다.

이슈내용

캄보디아 2019년 합계 출산율은 평균 2.51명이다. 주목할 만한 점은 도시 지역의 합계 출산율이 2008년 1.9명에서 2019년 2.2명으로 소폭 늘어난 것이다. 정확한 원인 파악에는 심층적인 연구가 필요하겠지만 경제 성장에 따른 농촌 인구의 도시 이주 등에서 비롯된 것으로 예상해 볼 수 있다.

캄보디아 식품산업협회(FMM)에 따르면, 캄보디아의 영유아 식품 시장 규모는 2023년 기준 약 1억 달러로 추산된다. 이는 전년 대비 10% 증가한 수치이다.

건강과 편리성에 대한 소비자들의 관심이 높아지면서 유기농, 무첨가, 고품질 원료를 사용한 영유아 식품에 대한 수요가 증가하였다. 특히 부모들의 바쁜 일상 속에서 간편하게 조리할 수 있는 이유식, 간편식, 이유식용 분유 등이 인기를 끌고 있다. 한국산 유아식품의 경우 기본적으로 안전하다는 인식이 있어 가격보다 안전을 중시하는 소비자들의 선택을 받고 있다.

캄보디아의 영유아 식품시장은 향후 지속적으로 성장할 것으로 전망된다. 캄보디아의 경제성장과 함께 소득 수준이 향상되고, 부모들의 자녀에 대한 관심이 높아지면서 영유아 식품에 대한 수요가 증가할 것으로 예상된다.

▶ 출처

Cambodia: Fertility rate from 2011 to 2021, Statista

Cambodia Infant Formula Milk Powder Market (2023-2029), 6W Research

2020 해외시장 맞춤 조사 영유아 영양식 캄보디아, 한국농수산물유통공사

2021 국가조사 캄보디아, 한국농수산물유통공사

② 냉동식품 간편식 수요증가와 함께 급성장

이슈배경

캄보디아의 냉동식품 시장은 2019년부터 2024년까지 연평균 성장률(CAGR) 3.9%로 성장할 것으로 예상되며, 2024년에는 약 1억 1,956만 달러에 이를 것으로 전망된다. 이러한 성장의 배경에는 바쁜 일상에서 간편하고 손쉽게 접근할 수 있는 간편식 등 냉동식품 수요 증가와 더불어 외국인 거주인구 및 관광객 증가 등이 맞물려 냉동식품 시장이 커지고 있다.

이슈내용

선진국에서는 냉동식품에 대해 값싸고 건강에 좋지 않다는 부정적 인식이 있을 수 있지만, 무더운 날씨와 식품 안전에 대한 우려가 상대적으로 큰 캄보디아에서는 오히려 냉동식품이 더 안전하다고 여겨지고 있다. 캄보디아에서 주로 유통되는 냉동식품은 어묵 및 생선미트볼 등을 포함한 냉동 수산물의 비중이 가장 크고, 그다음으로 육류, 아이스크림 등이 뒤를 이었다. 아이스크림 등 냉동 디저트 카테고리의 시장규모는 2019년 기준 993만 달러를 기록하였다. 가장 높은 시장점유율을 보인 냉동 수산물은 중산층의 증가와 트렌드에 민감한 청년층에 의해 수요 확대가 예상된다.

최근 들어 캄보디아 내 전자레인지, 에어프라이어의 보급이 확대되는 것도 하나의 요인으로 볼 수 있으며 피자, 냉동 감자 튀김, 만두 등 간편한 조작으로 먹을 수 있는 식사를 대체할 간편식의 수요도 점차 증가하고 있어 눈여겨볼 필요가 있다.

▶ 출처

Cambodia frozen food market is forecasted to reach \$119.56 million by 2024, Khmer times

2021. 11. 10 해외시장 동향 캄보디아 냉동식품 시장, 한국농수산물유통공사

2021 국가조사 캄보디아, 한국농수산물유통공사

③ 도시를 중심으로 현대식 마트 증가에 따라 음료소비 확대

이슈배경

캄보디아의 기후는 연중 20~30°C를 웃돌며 가장 더운 달인 4월의 최고 기온은 40°C 이상 육박한다. 캄보디아는 고온다습한 날씨로 인해 무더위를 식힐 시원한 음료 시장이 발달했다. 캄보디아의 음료 판매량은 2020년 약 5억 6,000만 리터로 2019년 기준 약 5억 5,500만 리터에서 약간 증가한 수치를 보였다. 코로나19 불경기로 인한 소비자들의 소득 감소에도 불구하고 음료 소비 증가 추세는 멈추지 않고 있다.

이슈내용

2020년 캄보디아 음료품목의 총 수입액은 약 3억 600만 달러로 매년 증가하고 있다. 국가별 비중을 살펴보면 인접 국가인 태국 음료가 가장 높은 시장을 차지하였고, 그 다음으로 한국 음료가 6,400만 달러로 두 번째로 많이 수입되고 있다. 한국 음료 수입액은 2016년 480만 달러에서 2020년 6,400만 달러로 약 13배 이상 증가하였다.

에너지 음료가 대표적인 상품으로 주 소비층은 2030세대 학생 및 직장인들이다. 그들은 주로 일상생활 중 피로 회복제 형태로 에너지 음료를 소비한다. 주요 브랜드는 태국 카라바오(Caraboa)제품과 한국의 박카스(Bacchus)제품으로 두 회사의 제품이 시장을 지배하고 있으며, 탄산음료, 주스 및 과일음료, 홍삼음료 등 다른 한국음료도 꾸준한 상승세를 이어가 있다.

캄보디아 수도인 프놈펜을 중심으로 서클 케이(Circle K), 이온 익스프레스(Aeon Express), 키위 마트(Kiwi mart)와 같은 편의점이 급속도로 증가하고 있다. 2020년 기준 음료의 유통채널 중 약 18%를 편의점이 담당하면서 향후 편의점 확산에 따른 판매 비중이 더 증가할 것으로 보인다.

▶ 출처

Beverage industry in Cambodia 2023, AQUARII

2021. 7. 27 해외시장 동향 對캄보디아 수출품목 부동의 1위 '음료' 시장, 한국농수산물유통공사

2021 국가조사 캄보디아, 한국농수산물유통공사

④ 배달앱, 온라인 슈퍼마켓 시장 성장

이슈배경

인터넷 및 스마트폰 보급률 증가, 최신 기술에 대한 접근성 개선, 디지털화 가속화, 소득 수준 증가 등으로 인해 캄보디아 전자상거래 시장은 꾸준히 성장하고 있다. 특히 코로나19를 거치면서 전자상거래 시장의 성장이 더욱 가속화되었다. 2022년 캄보디아 전자상거래 시장 규모는 8억 7,700만 달러로 집계되며, 향후 5년간 매년 7~17%씩 성장해 2027년에는 시장 규모가 약 15억 달러에 달할 것으로 예측한다.

이슈내용

캄보디아에서 현재 활발히 운영되고 있는 온라인 쇼핑몰은 약 10개 정도 있으나, 페이스북을 비롯한 SNS를 통한 전자상거래가 가장 활발하다.

온라인에서 거래되는 주요 품목은 전자제품이나 패션, 화장품 등의 생활 소비재이며 상대적으로 식품의 비중은 낮은 편이다. 하지만 최근 코로나로 인해 식품산업의 온라인 진출이 급부상하면서 음식 배달앱과 온라인 슈퍼마켓으로 양분되고 있다. 기존 슈퍼마켓 운영 업체들도 고객들에게 오프라인, 온라인, 모바일 등 다양한 채널을 통해 일관된 쇼핑 환경 및 경험을 제공하는 옴니채널 유통 전략을 채택하고 있다

캄보디아는 연중 무더운 날씨로 인해 가정에서 요리하기보다는 외식을 하는 문화가 강한 편이다. 그러나 코로나 이후 배달 서비스에 익숙해지고 간편식 등 MZ세대의 접근성이 좋아지면서 이와 맞물려 배달 앱을 통한 한국식품 라면, 음료, 과자류 등 다양한 가공식품의 판매가 활발해지면서 꾸준히 수요가 증가하고 있다.

캄보디아 배달앱 시장은 유어프놈펜(Your Phnom Penh)과 밀템플(Meal Temple)이 초기시장을 개척했지만, 현재는 후발 업체인 푸드판다(Food Panda)와 냐24(Nham 24) 이겟츠(E-Gets)가 시장을 주도하고 있다. 특히 푸드판다는 자본력을 앞세워 시장에 진입 막대한 광고비를 지출하면서 단기간에 인지도 상승을 통한 현재 배달 앱 업계 1위를 차지하였다.

▶ 출처

Overview of the E-commerce sector in Cambodia: 2023, AQUARI

2021. 7. 27 해외시장 동향 캄보디아 온라인 식품시장, 한국농수산물유통공사

2021 국가조사 캄보디아, 한국농수산물유통공사

⑤ MZ세대 소비의 중심에 서다.

이슈배경

캄보디아는 동남아시아에서 빠르게 성장하고 역동적인 시장으로 2020년 평균 연령이 25.7세로 아시아에서 가장 젊은 나라 중 하나이다. 캄보디아의 MZ세대는 전체 인구의 40%를 차지하고 있으며, 최근 8년간 최저임금 인상과 가처분소득 증가로 MZ세대는 생산 및 소비 주체로 부상하고 있다.

이슈내용

캄보디아의 MZ세대는 PC보다는 스마트폰 사용을 더 선호한다. 또한, 2020년 기준 캄보디아 인구의 94%가 인터넷을 사용하고 있다. 이로 인해 캄보디아 MZ세대는 웹서비스보다는 모바일 앱 플랫폼을 적극적으로 활용하는 편이다. 이들은 카페나 식당 매장에 잘 갖춰 입고 인증사진을 남기며 새로운 경험을 공유하는 것을 좋아한다. 그러나 브랜드 충성도는 비교적 낮아 트렌드에 민감한 MZ세대 소비자들은 새로운 서비스와 브랜드가 유입되면 재빠르게 옮겨가기도 한다. 해외 브랜드에 대한 큰 매력은 느끼지만 동시에 캄보디아의 가치와 문화를 중요하게 여긴다.

독일의 식음료 브랜드 크노르(Knorr)가 캄보디아에서 선보인 광고가 큰 호응을 얻었다. 이 광고는 캄보디아의 추석인 프쭌번 축제를 준비하는 어머니가 크노르 치킨스톡을 찌개에 사용하고, 그 냄새가 사찰로 향하는 사람들에게 도달하면서 명절 분위기를 연출하는 내용이다. 이 광고는 캄보디아의 독특한 문화를 잘 반영하며 MZ세대에게 큰 호응을 얻었고, 결과적으로 제품 매출도 증가했다.

캄보디아 젊은 소비자들은 K팝이나 K드라마 등 한국 문화를 비롯한 외국 문화도 적극 소비하면서도 자국에 대한 애국심이나 자부심 또한, 중시해 자국 상품이나 브랜드에 대한 애정도 유지하고 있다. 이처럼 MZ세대는 전통을 중시하면서도 새롭고 독특한 경험을 하는 것에 관심이 높고, 개인 SNS를 통해 본인의 경험을 공유하는 것에 익숙하다는 특징이 있다.

▶ 출처

Predicting factors to consume the vegetarian food among Cambodian Generation Y and Generation Z: The application of the Theory of Planned Behavior, Research GATE

THE LATEST TRENDS AND INSIGHTS ON THE CAMBODIAN CONSUMER MARKET, MRTS Consulting

2021. 8. 9 해외 시장 동향 캄보디아 떠오르는 주역 MZ세대의 소비트렌드, 한국농수산물유통공사

2021년 국가조사 캄보디아, 한국농수산물유통공사

4

수출절차

4.1 | 수출입절차

| 프로세스 | 상세내용 | 주체 |
|--|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> 품목별 수입요건 파악 | <ul style="list-style-type: none"> 수출 품목에 대한 캄보디아의 위생기준, 검역 요건, 포장 및 라벨링 요건 등 관련 요건을 사전에 파악 | <ul style="list-style-type: none"> 국내 수출업체 |
| <ul style="list-style-type: none"> 수출신고 및 운송수단 선적 | <ul style="list-style-type: none"> 관세청 UNI-PASS 시스템을 통해 전자적으로 세관에 제반서류 제출 제출서류: ①수출신고서 ②상업송장 ③포장명세서 등 수출신고 완료 후 '수출신고필증'이 교부되며, 수출신고가 수리된 날로부터 30일 내에 운송수단에 선적 완료 | <ul style="list-style-type: none"> 국내 수출업체 |
| <ul style="list-style-type: none"> 물품도착 및 반입 | <ul style="list-style-type: none"> 물품 도착 후 수입업자는 적하목록 9부를 세관에 제출하며, 세관은 화물의 포장 및 밀봉 상태 검사 | <ul style="list-style-type: none"> 캄보디아 수입업체 |
| <ul style="list-style-type: none"> 수입신고 | <ul style="list-style-type: none"> 수입신고서 3부와 함께 제반서류를 세관에 제출 제출서류: ①수입신고서 3부 ②포장명세서 ③선하증권 ④위생검역 증명서(SPS) ⑤수입 라이선스(요구 시) ⑥원산지증명서 ⑦관련 기관에서 요구하는 기타 증명서 또는 허가증 등 | <ul style="list-style-type: none"> 캄보디아 수입업체 |
| <ul style="list-style-type: none"> 관세 납부 | <ul style="list-style-type: none"> 수입검사 전 세관에 현금 또는 은행보증서로 관세와 창고보관료 우선 납부 필요 | <ul style="list-style-type: none"> 캄보디아 수입업체 |
| <ul style="list-style-type: none"> 수입검사 | <ul style="list-style-type: none"> 세관은 제품의 ①품질검사 ②수량검열 ③물품검사 진행 <ul style="list-style-type: none"> ①품질검사: 이상이 발견될 경우 실험실에서 검사가 진행될 수 있으며, 이때 수입업자는 샘플을 추출하여 수출입검역기구에 제출 필요 ②검열: 선적서류와의 일치 여부와 관세납부의 적정성을 검토 물품검사 진행 시 검사 내용이 화물에 따라 상이 <ul style="list-style-type: none"> ①A유형: 선적지에서 검사 후 밀봉된 화물은 불법의 근거가 없는 이상 검사하지 않으며, 경우에 따라 5% 미만의 범위에서 검사 가능 ②B유형: 선적 전 검사하지 않은 컨테이너는 100% 검사함 ③C유형: 투자회사가 수입하는 물품은 80% 검사함 신선 농산물 및 살아있는 동물의 경우 추가서류 제출 필요 <ul style="list-style-type: none"> ①신선 농산물: 관세 및 소비세 허가서, 위생증명서 ②살아있는 동물: 동물건강증명서, 국제적 멸종 위기종에 대한 인증서 | <ul style="list-style-type: none"> 캄보디아 수입업체 |
| <ul style="list-style-type: none"> 물품 반출 | <ul style="list-style-type: none"> 물품 반출 가능 | <ul style="list-style-type: none"> 캄보디아 수입업체 |

4.2 | 통관 및 검역제도

① 국내 수출 통관 절차

▶ 수출 전 준비사항

| | |
|------------------------|---|
| 품목별 수입요건 파악 | <ul style="list-style-type: none"> ● 수출 품목에 대한 캄보디아 위생기준·검역 요건·포장 및 라벨링 등 관련 요건을 사전에 파악 필요 · 일반 사전포장식품, 신선 농산물, 축산물 제품 등에 요구되는 위생기준·라벨링·식품첨가물 규정 등 수입요건이 상이하므로, 국내 수출업체는 원활한 수출을 위해 품목별 수입요건을 사전에 파악해야 함 |
| 원산지증명서 발급 | <ul style="list-style-type: none"> ● 캄보디아 수출 시 한-캄보디아 FAT, 한-아세안 FTA, 협정을 활용하고자 하는 수출업체는 사전에 원산지 증명서 발급 필요 · FTA 관세율을 활용할 경우 원산지증명서 제출 필수 · 대한상공회의소 및 세관을 통해 수출물품의 선적이 완료되기 전까지 기관발급을 신청해야 하며, 한-아세안 FTA는 선적일로부터 3영업일 이내에 신청한 경우, 한-캄보디아 FTA는 선적일로부터 7영업일 이내 신청할 경우 선적 완료 전 발급 신청한 것으로 간주함 |

▶ 국내 수출통관 절차

| | | | | | | | |
|--------------|--|--------------|---|--------------|--|---------|-----------------------------|
| 수출신고 | <ul style="list-style-type: none"> ● 수출업체는 상업송장, 포장명세서 등을 기반으로 수출신고서 작성 후 관세청 UNI-PASS를 통해 수출신고 필수 · 수출신고는 수출업체(화주)와 수출업체를 대신하는 관세사·관세법인·통관취급법인·완제품제공자 명의로 신고할 수 있음 · 접수 결과에 따라 ①서류 심사 후 수리 ②현품 검사 후 수리 ③자동수리로 구분해 수출통관 진행 <p style="text-align: center;"><수출신고 수리 유형></p> <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 30%;">· 서류 심사 후 수리</td> <td>실제 신고내용과 수출신고 근거 서류상의 일치 여부 확인</td> </tr> <tr> <td>· 현품 검사 후 수리</td> <td>우범성이 높은 물품을 대상으로, 수출신고 물품 외 은닉 물품 여부, 신고사항과의 일치 여부를 확인</td> </tr> <tr> <td>· 자동 수리</td> <td>세관의 심사 없이 자동 수리 후 수출신고필증 발급</td> </tr> </table> <ul style="list-style-type: none"> · 수출신고 수리 후 수출업체는 '수출신고필증'을 수령함 · 수출업체(화주)는 관세법에 따라 ①수출신고필증 ②수출품 가격결정에 관한 자료 ③수출거래관련 계약서 및 이에 갈음하는 서류 ④반송신고필증 등을 수리일로부터 3년간 보관해야 함 | · 서류 심사 후 수리 | 실제 신고내용과 수출신고 근거 서류상의 일치 여부 확인 | · 현품 검사 후 수리 | 우범성이 높은 물품을 대상으로, 수출신고 물품 외 은닉 물품 여부, 신고사항과의 일치 여부를 확인 | · 자동 수리 | 세관의 심사 없이 자동 수리 후 수출신고필증 발급 |
| · 서류 심사 후 수리 | 실제 신고내용과 수출신고 근거 서류상의 일치 여부 확인 | | | | | | |
| · 현품 검사 후 수리 | 우범성이 높은 물품을 대상으로, 수출신고 물품 외 은닉 물품 여부, 신고사항과의 일치 여부를 확인 | | | | | | |
| · 자동 수리 | 세관의 심사 없이 자동 수리 후 수출신고필증 발급 | | | | | | |
| 수출검역 | <ul style="list-style-type: none"> ● 캄보디아 수입업체가 요구하는 경우 수출검역 신청 필요 · 수출검역 신청 시 수출검사신청서 및 제반 서류를 제출해야 함 <p style="text-align: center;"><수출검역 신청 시 제출 서류></p> <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 30%;">식물검역</td> <td> ①수출식물검사신청서 ②검사대상식물명세서(수출검사 대상품목이 2개 이상인 경우) ③수입허가증명서(상대국의 사전허가가 필요한 경우) ④수출검역요령에 명시된 수입국 요구사항을 준수했음을 증명하는 서류(수입국이 검사증명서에 부기를 요구할 경우) </td> </tr> </table> | 식물검역 | ①수출식물검사신청서 ②검사대상식물명세서(수출검사 대상품목이 2개 이상인 경우) ③수입허가증명서(상대국의 사전허가가 필요한 경우) ④수출검역요령에 명시된 수입국 요구사항을 준수했음을 증명하는 서류(수입국이 검사증명서에 부기를 요구할 경우) | | | | |
| 식물검역 | ①수출식물검사신청서 ②검사대상식물명세서(수출검사 대상품목이 2개 이상인 경우) ③수입허가증명서(상대국의 사전허가가 필요한 경우) ④수출검역요령에 명시된 수입국 요구사항을 준수했음을 증명하는 서류(수입국이 검사증명서에 부기를 요구할 경우) | | | | | | |

| | | | |
|------------|--|-------|--|
| | <table border="1"> <tr> <td>축산물검역</td> <td> ①수출 검사신청서 ②선적관련 서류 ③수출상대국 요구사항(상대국의 요구사항이 있는 경우) </td> </tr> </table> <ul style="list-style-type: none"> · 수출검역은 일반적으로 신청인이 희망하는 장소·시간에 실시하며, 수출 상대국의 검역요건에 적합하는지 여부를 검사함 · 수출검역 결과 합격 시 검역증명서가 교부되며, 불합격 시 신청자가 소독하거나 선별한 후 재검역을 신청할 수 있음 | 축산물검역 | ①수출 검사신청서 ②선적관련 서류 ③수출상대국 요구사항(상대국의 요구사항이 있는 경우) |
| 축산물검역 | ①수출 검사신청서 ②선적관련 서류 ③수출상대국 요구사항(상대국의 요구사항이 있는 경우) | | |
| 운송수단 선적 | <ul style="list-style-type: none"> ● 수출업체는 수출신고 수리일로부터 30일 내에 선박 등 운송수단에 적재 필요 · 단, 최대 1년 이내 범위에서 적재 기간 연장이 가능함 | | |

② 캄보디아 수입제도 및 통관·검역 절차

▶ 캄보디아 수입통관·검역 절차

| | | | | | | | | |
|-----------------------------|--|------------|---------------------------|---------------|-------------------------------------|----------------|---------------|-----------------------------|
| 물품도착 및 반입 | <ul style="list-style-type: none"> ● 캄보디아에 물품이 도착 후 세관에 반입되면 수입업자는 9통의 적하목록을 세관에 제출, 세관은 포장 및 밀봉(Seal) 상태를 확인함 · 통관 절차 종료 시까지 물품은 지정된 창고에 반입하여 관리되며, 45일 경과 후 일 단위로 과태료가 부과됨 · 물품 보관일로부터 3개월 경과 시 세관이 직접 관리하는 창고로 옮겨짐 | | | | | | | |
| 수입신고 | <ul style="list-style-type: none"> ● 캄보디아 수입업체는 다음의 서류와 함께 수입신고서 3부를 세관에 제출함 · 수입신고서는 통관처리팀, 심사팀, 수입업체가 각각 보관함 · 수입물품의 FOB 가격이 USD 4,000을 초과하는 경우에는 조사보고서 제출 필요 <p style="text-align: center;"><캄보디아 수입신고 제출서류></p> <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <tr><td>①수입신고서 3부</td></tr> <tr><td>②포장명세서</td></tr> <tr><td>③선하증권</td></tr> <tr><td>④위생검역증명서(SPS)</td></tr> <tr><td>⑤수입 라이선스(요구 시)</td></tr> <tr><td>⑥원산지증명서(필요 시)</td></tr> <tr><td>⑦관련 기관에서 요구하는 기타 증명서 또는 허가증</td></tr> </table> | ①수입신고서 3부 | ②포장명세서 | ③선하증권 | ④위생검역증명서(SPS) | ⑤수입 라이선스(요구 시) | ⑥원산지증명서(필요 시) | ⑦관련 기관에서 요구하는 기타 증명서 또는 허가증 |
| ①수입신고서 3부 | | | | | | | | |
| ②포장명세서 | | | | | | | | |
| ③선하증권 | | | | | | | | |
| ④위생검역증명서(SPS) | | | | | | | | |
| ⑤수입 라이선스(요구 시) | | | | | | | | |
| ⑥원산지증명서(필요 시) | | | | | | | | |
| ⑦관련 기관에서 요구하는 기타 증명서 또는 허가증 | | | | | | | | |
| 관세 납부 | <ul style="list-style-type: none"> ● 캄보디아 수입업체는 세관수납과(Accounts Section) 또는 프놈펜 소재 재무부에 관세 납부 · 수입자는 현금/은행보증서(Bank Guarantee)로 관세를 납부하며, 관세 납부 시 창고 보관료를 함께 납부함 · 세관심사팀(Audit Team)에서 서류 심사 진행 및 세액을 확인하며, 관세 세율 측정을 위해 관세 분류 및 원산지증명서 제출이 필요함 · 관세율은 4가지 방법으로 측정하여 부과됨 <p style="text-align: center;"><캄보디아 관세율 측정 방법></p> <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <tr> <td>Ad Valorem</td> <td>과세표준으로 수입물품의 가격으로 측정된 관세율</td> </tr> <tr> <td>Specific duty</td> <td>RHK세표준으로 수입물품의 수량, 중량 등 단위로 측정된 관세율</td> </tr> </table> | Ad Valorem | 과세표준으로 수입물품의 가격으로 측정된 관세율 | Specific duty | RHK세표준으로 수입물품의 수량, 중량 등 단위로 측정된 관세율 | | | |
| Ad Valorem | 과세표준으로 수입물품의 가격으로 측정된 관세율 | | | | | | | |
| Specific duty | RHK세표준으로 수입물품의 수량, 중량 등 단위로 측정된 관세율 | | | | | | | |

| | | | | | | | |
|---|---|------------------|---|---------------|-------------------------------|-----|--|
| | <table border="1"> <tr> <td data-bbox="386 190 641 295">Alternative duty</td> <td data-bbox="641 190 1433 295">종가관세율 또는 종량관세율 중 높거나 낮은 금액을 부과, 일반적으로 높은 쪽을 부과함</td> </tr> <tr> <td data-bbox="386 295 641 369">Compound duty</td> <td data-bbox="641 295 1433 369">종가관세율 및 종량관세율을 혼합하여 부과하는 세율</td> </tr> </table> | Alternative duty | 종가관세율 또는 종량관세율 중 높거나 낮은 금액을 부과, 일반적으로 높은 쪽을 부과함 | Compound duty | 종가관세율 및 종량관세율을 혼합하여 부과하는 세율 | | |
| Alternative duty | 종가관세율 또는 종량관세율 중 높거나 낮은 금액을 부과, 일반적으로 높은 쪽을 부과함 | | | | | | |
| Compound duty | 종가관세율 및 종량관세율을 혼합하여 부과하는 세율 | | | | | | |
| <p style="text-align: center;">수입검사</p> | <ul style="list-style-type: none"> ● 관세 납부까지 완료되면 물품통관이 진행되며, 세관 보세창구 구역에서 제품의 품질 및 수량검열이 진행 <ul style="list-style-type: none"> · 검열에서는 선적서류와의 일치 여부와 관세납부의 적정성을 검토함 · 품질검사는 캄보디아 수출입검역기구(The Cambodia Import-Export Inspection and Fraud Repression Directorate-General, CAMCONTROL)에서 담당함 · 품질검사 중 이상이 발견될 경우 실험실에서 검사가 진행될 수 있으며, 이때 수입업자는 샘플을 추출하여 수출입검역기구에 제출해야 함 · 물품검사팀(Csutoms Examination Team)에서 A, B, C 유형으로 분류해 물품검사 진행 <p style="text-align: center;"><캄보디아 물품검사 유형></p> <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td data-bbox="386 817 577 952">A유형</td> <td data-bbox="577 817 1433 952">선적 전 선적지에서 검사하고 밀봉된 컨테이너(PSI Container)는 불법의 근거가 없는 이상 검사하지 않으며 경우에 따라 5% 미만의 범위에서 검사할 수 있음</td> </tr> <tr> <td data-bbox="386 952 577 1019">B유형</td> <td data-bbox="577 952 1433 1019">선적 전 검사를 하지 않은 컨테이너는 100% 검사함</td> </tr> <tr> <td data-bbox="386 1019 577 1086">C유형</td> <td data-bbox="577 1019 1433 1086">투자회사(Investment Company)가 수입하는 물품은 80% 검사함</td> </tr> </table> <ul style="list-style-type: none"> · 신선 농산물의 경우 관세청과 농림수산부에서 발행한 관세 및 소비세 허가서, 위생증명서, 동물건강증명서 등을 제출해야 함 · 살아있는 동물의 경우 농림수산부의 동물건강증명서나 국제적 멸종위기종에 대한 공식 인증서(CITES) 제출이 필요함 | A유형 | 선적 전 선적지에서 검사하고 밀봉된 컨테이너(PSI Container)는 불법의 근거가 없는 이상 검사하지 않으며 경우에 따라 5% 미만의 범위에서 검사할 수 있음 | B유형 | 선적 전 검사를 하지 않은 컨테이너는 100% 검사함 | C유형 | 투자회사(Investment Company)가 수입하는 물품은 80% 검사함 |
| A유형 | 선적 전 선적지에서 검사하고 밀봉된 컨테이너(PSI Container)는 불법의 근거가 없는 이상 검사하지 않으며 경우에 따라 5% 미만의 범위에서 검사할 수 있음 | | | | | | |
| B유형 | 선적 전 검사를 하지 않은 컨테이너는 100% 검사함 | | | | | | |
| C유형 | 투자회사(Investment Company)가 수입하는 물품은 80% 검사함 | | | | | | |
| <p style="text-align: center;">물품 반출</p> | <ul style="list-style-type: none"> ● 관세 납부 및 검사 완료 후 물품 반출 가능 <ul style="list-style-type: none"> · 세관의 반입반출팀(Customs Extrace/Exit Team)은 관세 납부 영수증을 확인하고 적하목록 상 컨테이너 수와 반출되는 컨테이너 수를 비교하여 일치하는 경우 물품 반출을 허가함 · 물품 반입부터 반출까지 소요되는 기간은 경우에 따라 상이하나 통상적으로 24일 정도 소요됨 | | | | | | |

■ 4.3 | 수출가능·불가능 품목

4.3.1 수출가능품목

4.3.2 수출불가능품목

5.1 라벨링 제도

5.1.1 주요 라벨링 표기사항

| 라벨 표기사항 (항목) | · 제품명 · 상표 · 성분 · 순중량 및 건조중량 | · 이름 및 주소 · 제조일자 및 유통기한 · 원산지 · 제품번호 | · 보관 방법 |
|---------------|---------------------------------------|---|---------|
| 라벨 표기사항 (가이드) | 표기 언어 | <ul style="list-style-type: none"> 모든 수입 식품의 포장 및 라벨링에 크메르어 표기 필요 시 외국어를 혼용 가능하나, 혼용되는 외국어의 글자 크기는 크메르어보다 작게 표기해야 함 | |
| | 제품명 | <ul style="list-style-type: none"> 식품의 본질을 알 수 있고 국가법령에 규정된 명칭이어야 하며, 식품의 물리적 상태(예: 건조, 농축, 훈제 등)를 붉은 글씨로 표시 | |
| | 성분 | <ul style="list-style-type: none"> 무게(m/m), 부피(v/v) 또는 비율(%)을 기준으로 함량이 높은 성분부터 표기(단일 식품으로 만든 식품은 제외) 식품에 첨가된 모든 비타민·미네랄도 표기 | |
| | 순중량 및 건조중량 | <ul style="list-style-type: none"> 액체식품은 ml, L 단위로, 고체식품은 Kg 또는 mg, 반고체 식품은 중량, 부피 중 한 단위를 택하여 표기 | |
| | 이름 및 주소 | <ul style="list-style-type: none"> 제조·포장·유통·수입·수출업체 또는 판매업체의 이름과 주소 | |
| | 제조일자 및 유통기한 | <ul style="list-style-type: none"> 세관에서 물품 검사를 실시하는 시점에 식품의 유통기한이 50% 이상 잔존해 있어야 함 | |

*출처: KATI농식품수출정보

5.1.2 라벨링 예시

탄산음료류

| 라벨링 사진 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|--|---|--|--|--|---------------------|--------------------|-------|---------------|----------------|-------------------|---------|---------|---------------|---------|---------|-------------------|---------|---------|----------------|----------|------------|-----------------|----------|------------|---------|--------------|--------------|------------|--------------|----------------|------------|----------------|--------------|-------------|----------------|----------------|--|-----------------|--|--|--|--------|-----|----|--------|---------|-----|----|----|----|----|----|------|----|----|------|-----|-------|-------|-----|-------|-----|------|------|--------|-----|-------|--------|-------|-----|---------|-------|-------|
|  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 표기항목 | 표기내용 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 제품명 | Sting Energy drink berry | Sting 에너지 음료 과일맛 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 제조사 | ផលិតដោយ៖ កម្ពុជា ហ្វីតស ឯកជន ខេមបូឌី កម្ពុជា កងការ អនុញ្ញាតពី កម្ពុជា ហ្វីតស PEPSI, PEPSI-COLA និង PEPSI GLOBE ជាការ ដោះដល់ បានចុះបញ្ជីពាណិជ្ជកម្ម រួចរាល់ | 미국 뉴욕 PEPSICO INC. 의 허가를 받아 Cambodia Brewery Company에서 제조 PEPSI, PEPSI-COLA는 PEPSI GLOBE에 등록된 음료입니다. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 순 중량 | 330ml | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 원재료 | សារធាតុផ្តល់៖ ទឹកកាបូណាត ស្ករស សារធាតុកំណើតស្ករជាតិ សារធាតុកំណើតកាហ្វេ កាហ្វេអ៊ីន ស្ករស្ករ វីតាមីន B3, វីតាមីន B6, វីតាមីន B12, វីតាមីន C, សារធាតុពណ៌ក្រហម មេស៊ីន មេស៊ីនស៊ីន | 원재료: 탄산수, 설탕, 향미 방부제, 강황, 방부제, 카페인, 시안화물, 비타민, 적색물질, 인삼뿌리분말 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 영양성분 | <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="3">ព័ត៌មានបន្ថែម៖ ម៉ែត្រិកសាហ្វ្រូប៊ិក + ម៉ែត្រិកសាហ្វ្រូប៊ិក (30 ម.ល.)</th> </tr> <tr> <th></th> <th>ក. ម៉ែត្រិក 100ម.ល.</th> <th>ក. ម៉ែត្រិក កំប៉ុង</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>ថាមពល</td> <td>74 គីឡូកាឡូរី</td> <td>244 គីឡូកាឡូរី</td> </tr> <tr> <td>ប៊ុន ឬ គីឡូកាឡូរី</td> <td>0ក. រាម</td> <td>0ក. រាម</td> </tr> <tr> <td>សារធាតុខ្លាញ់</td> <td>0ក. រាម</td> <td>0ក. រាម</td> </tr> <tr> <td>សារធាតុខ្លាញ់ រួម</td> <td>0ក. រាម</td> <td>0ក. រាម</td> </tr> <tr> <td>កាបូនិយ៉ាម រាម</td> <td>19ក. រាម</td> <td>67.2ក. រាម</td> </tr> <tr> <td>ជាតិស្ករ ករស្ករ</td> <td>19ក. រាម</td> <td>67.2ក. រាម</td> </tr> <tr> <td>សូដ្យូម</td> <td>30 មីលីក្រាម</td> <td>99 មីលីក្រាម</td> </tr> <tr> <td>វីតាមីន B3</td> <td>3 មីលីក. រាម</td> <td>9.9 មីលីក. រាម</td> </tr> <tr> <td>វីតាមីន B6</td> <td>0.3 មីលីក. រាម</td> <td>1 មីលីក. រាម</td> </tr> <tr> <td>វីតាមីន B12</td> <td>0.4 មីលីក. រាម</td> <td>1.3 មីលីក. រាម</td> </tr> </tbody> </table> | ព័ត៌មានបន្ថែម៖ ម៉ែត្រិកសាហ្វ្រូប៊ិក + ម៉ែត្រិកសាហ្វ្រូប៊ិក (30 ម.ល.) | | | | ក. ម៉ែត្រិក 100ម.ល. | ក. ម៉ែត្រិក កំប៉ុង | ថាមពល | 74 គីឡូកាឡូរី | 244 គីឡូកាឡូរី | ប៊ុន ឬ គីឡូកាឡូរី | 0ក. រាម | 0ក. រាម | សារធាតុខ្លាញ់ | 0ក. រាម | 0ក. រាម | សារធាតុខ្លាញ់ រួម | 0ក. រាម | 0ក. រាម | កាបូនិយ៉ាម រាម | 19ក. រាម | 67.2ក. រាម | ជាតិស្ករ ករស្ករ | 19ក. រាម | 67.2ក. រាម | សូដ្យូម | 30 មីលីក្រាម | 99 មីលីក្រាម | វីតាមីន B3 | 3 មីលីក. រាម | 9.9 មីលីក. រាម | វីតាមីន B6 | 0.3 មីលីក. រាម | 1 មីលីក. រាម | វីតាមីន B12 | 0.4 មីលីក. រាម | 1.3 មីលីក. រាម | <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="3">영양 정보(330ml 기준)</th> </tr> <tr> <th></th> <th>100ml당</th> <th>1캔당</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>열량</td> <td>74kcal</td> <td>244kcal</td> </tr> <tr> <td>단백질</td> <td>0g</td> <td>0g</td> </tr> <tr> <td>지방</td> <td>0g</td> <td>0g</td> </tr> <tr> <td>포화지방</td> <td>0g</td> <td>0g</td> </tr> <tr> <td>탄수화물</td> <td>19g</td> <td>67.2g</td> </tr> <tr> <td>그 중 당</td> <td>19g</td> <td>67.2g</td> </tr> <tr> <td>나트륨</td> <td>30mg</td> <td>99mg</td> </tr> <tr> <td>비타민 B3</td> <td>3mg</td> <td>9.9mg</td> </tr> <tr> <td>비타민 B6</td> <td>0.3mg</td> <td>1mg</td> </tr> <tr> <td>비타민 B12</td> <td>0.4mg</td> <td>1.3mg</td> </tr> </tbody> </table> | 영양 정보(330ml 기준) | | | | 100ml당 | 1캔당 | 열량 | 74kcal | 244kcal | 단백질 | 0g | 0g | 지방 | 0g | 0g | 포화지방 | 0g | 0g | 탄수화물 | 19g | 67.2g | 그 중 당 | 19g | 67.2g | 나트륨 | 30mg | 99mg | 비타민 B3 | 3mg | 9.9mg | 비타민 B6 | 0.3mg | 1mg | 비타민 B12 | 0.4mg | 1.3mg |
| ព័ត៌មានបន្ថែម៖ ម៉ែត្រិកសាហ្វ្រូប៊ិក + ម៉ែត្រិកសាហ្វ្រូប៊ិក (30 ម.ល.) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | ក. ម៉ែត្រិក 100ម.ល. | ក. ម៉ែត្រិក កំប៉ុង | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ថាមពល | 74 គីឡូកាឡូរី | 244 គីឡូកាឡូរី | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ប៊ុន ឬ គីឡូកាឡូរី | 0ក. រាម | 0ក. រាម | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| សារធាតុខ្លាញ់ | 0ក. រាម | 0ក. រាម | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| សារធាតុខ្លាញ់ រួម | 0ក. រាម | 0ក. រាម | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| កាបូនិយ៉ាម រាម | 19ក. រាម | 67.2ក. រាម | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ជាតិស្ករ ករស្ករ | 19ក. រាម | 67.2ក. រាម | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| សូដ្យូម | 30 មីលីក្រាម | 99 មីលីក្រាម | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| វីតាមីន B3 | 3 មីលីក. រាម | 9.9 មីលីក. រាម | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| វីតាមីន B6 | 0.3 មីលីក. រាម | 1 មីលីក. រាម | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| វីតាមីន B12 | 0.4 មីលីក. រាម | 1.3 មីលីក. រាម | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 영양 정보(330ml 기준) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 100ml당 | 1캔당 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 열량 | 74kcal | 244kcal | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 단백질 | 0g | 0g | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 지방 | 0g | 0g | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 포화지방 | 0g | 0g | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 탄수화물 | 19g | 67.2g | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 그 중 당 | 19g | 67.2g | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 나트륨 | 30mg | 99mg | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 비타민 B3 | 3mg | 9.9mg | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 비타민 B6 | 0.3mg | 1mg | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 비타민 B12 | 0.4mg | 1.3mg | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 보관 방법 | ស្រួចស្រាវ មិនត្រូវ រក្សាទុក ក្នុង ទីកន្លែង ក្តៅ ឬ ទីកន្លែង ដែល មាន ខ្លាញ់ | 설취 전 반드시 냉장 보관하고, 서늘하고 건조한 곳에 보관하세요. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 유통기한 | កាលបរិច្ឆេទផុតកំណត់៖ សូមពិនិត្យមើលលើ បាតកំប៉ុង។ | 유통기한:캔 하단부 확인 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

■ 5.2 | 인증제도

■ 5.3 | 통관거부사례

■ 5.4 | 비관세장벽 이슈

6 요약

6.1 | 보고서 소개

캄보디아 식품시장은 2022년 약 76억 달러로 집계되었으며, 전년 대비 5.7% 증가했다.

캄보디아의 식품 수입액은 약 21억 달러로, 태국인도네시아베트남 순으로 수입 비중이 높으며 한국은 9위를 차지했다. 주요 수입품은 ①감미료가 첨가된 물 ②볶지 않은 맥아 ③박류(채두류)로 나타났다.

한국산 수출액은 2022년 약 1억 달러로 전년 대비 7.3% 증가했으며, 주요 수출품목은 ①기타 음료 ②조제분유 ③라면이다.

전체 식품시장에서 오프라인 유통채널은 100%, 온라인 유통채널은 0%를 차지했다. 매출액 기준 상위 3개 오프라인 유통채널 브랜드는 ①Lucky Supermarket ②AEON ③Circle K로 나타났다.

그래프로 보는 캄보디아 식품시장

