한국스마트홈산업협회

(08506)서울 금천구 가산디지털2로 98 IT캐슬 2동 710호, 전화:070-8233-6454/전송:(02)2026-8677/담당:석재욱 대리

문서번호 : KASH 사본-21-035

시행일자 : 2021. 09. 09(목)

수　　신 : 회원사 및 스마트홈 관련 기업 대표

제　　목 : 「2021 태국 방콕 스마트기기 수출컨소시엄」 화상 상담회 참가기업 모집 공고

1. 귀 사의 무궁한 발전을 기원합니다.

2. 관련: 중소기업중앙회 무역촉진부-340(2021. 02. 25, 2021년 수출컨소시엄사업 예산배정 통보 및 사업 운영을 위한 협조 요청)

2. 우리 협회에서는 2008년부터 「중소기업 글로벌 전략품목 [TV수신용 기기, 스마트기기]」 수출컨소시엄의 주관단체로 지정되어 운영하며, 2021년도 타겟시장을 대상으로 공동 개척활동을 추진코자 합니다.

3. 상기와 관련하여, 2021년도 타겟시장인 태국 방콕을 대상으로 유통망 바이어 발굴, 바이어 화상 상담회 등 단계적 수출지원 사업을 지원하며, 아래와 같이 화상상담회에 참가할 업체를 모집하고자 하오니 관련 업체의 많은 관심과 참여를 바랍니다.

- 아　　래 -

가. 사 업 명 : 2021 태국 방콕 스마트기기 수출 화상상담회

나. 모집기간 : 2021.09.09.(목) ~ 09.30(목)

다. 타겟지역 : 태국(방콕)

라. 대상품목 : 스마트홈/보안, 헬스케어, 스마트폰 관련기기, 기타 웨어러블 기기 및 서비스 제품 등(붙임 참조)

마. 주요내용 : 유통망 바이어 발굴, 맞춤형 바이어 발굴, 바이어 화상 수출상담회 등

바. 신청기간 : 공고게재일로부터 ~ 9월 30일(목)

※ 신청기업이 많을 경우 조기 신청 마감 가능

붙임 : 1.「태국 방콕 스마트기기 수출 화상상담회」추진계획(안) 1부.
2.「태국 방콕 스마트기기 수출 화상상담회」참가신청서 1부.
3.「태국 방콕 수출 화상상담회」참가 동의서 1부.
4.「태국 방콕 스마트기기 수출 화상상담회」정보활용동의서 1부.
5. 시장현황 1부. 끝.

한국스마트홈산업협회장

[붙임 1]

「2021 태국 방콕 스마트기기 수출컨소시엄」
화상 상담회 추진계획(안)

□ 배 경

o 수출유망분야 연구결과, FTA 체결현황, 중소기업 수출 현황 및 전망등을 토대로 글로벌전략품목을 선정하여 2008년부터 연차별 전략국가를 대상으로 중·장기적 해외마케팅 추진

o 관련 품목 제조사를 대상으로 수요조사(2020년 10월~11월) 결과 태국에 대한 진출 수요가 높아 2021년 수출컨소시엄 전략국가로 선정하고 사업 추진

□ 개 요

o 사 업 명 : 2021 태국 방콕 스마트기기 수출컨소시엄 화상 상담회

o 주　　관 : 한국스마트홈산업협회, 중소벤처기업부, 중소기업중앙회

o 전략국가 : 태국(방콕)

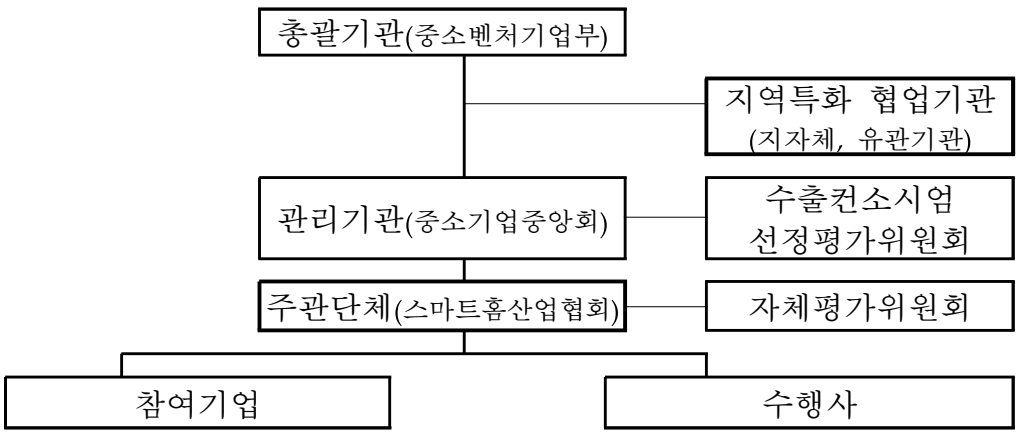
o 기　　간 : 2021년 8월 ~ 2021년 12월

o 대상품목

- TV수신용기기 : 위성, 디지털방송, IPTV방송수신기, 방송장비 등
- 스마트홈 : 보안기기(CCTV, 디지털도어락 등), 가전, 헬스케어(의료) 등
- 네트워크 : 네트워크 부품, 광케이블 및 관련 기기
- 기타 : 기타 IT기기 등

□ 참가비 : 전액 무료

□ 추진 체계



□ 추진내용

단 계	추진내용	일정
【구성· 운영】	o 컨소시엄 구성('20. 9월) o 컨소시엄 정기회의, 간담회 개최(수시)	
【사전마케팅】	[태국] o 참가기업별 바이어 DB 구축 o 화상 수출 상담용 홍보 컨텐츠 제작	'20. 8월 ~ '20. 11월
【화상상담회】	[태국] o 참가기업-바이어 화상 수출상담회 개최	'20. 11월
【사후마케팅】	[태국] o Sample, Main Order 확보 관리 등	'20. 12월 초까지

① 사업 참가기업 선정 및 컨소시엄 구성 · 운영

o 사업 신청안내

- (신청기간) 공고게재일로부터 ~ 9월 30일(목)

※ 신청기업이 많을 경우 조기 신청 마감 가능

- (신청방법) 참가신청서 및 관련 제 서류를 협회 담당자 이메일 제출
  (추후 중소기업 해외전시포털 병행 신청 안내 예정)
  · 참가신청서 1부, 사업자등록증 1부, 참가동의서 1부, 정보활용동의서 1부, 기업프로파일 1부(PPT 등 기업소개자료), 기타 평가시 가점서류 사본 1부 (유망중소기업인증, 정부기술지원사업참여 관련 증명, 특허권 등 등)
- **(문 의 처)** 사업전략본부 석재욱 대리, 도철구 본부장
  · TEL : 070-8233-6454 E-mail : mrsada@kashi.or.kr

o 참가기업 선정

- (선정 기업수) 총 10개사
- (선정 기준) 수출역량 및 잠재력, 해외마케팅 추진실적, 참여기업의 제품 및 기술수준, 수출성장성, 고용창출 및 가점 항목을 고려하여 고득점 순으로 참가기업 선정

o 컨소시엄 구성 및 운영

- (컨소시엄 구성) 참가기업 선정 안내 후 1주일 이내 구성 완료
- (컨소시엄 운영) 정기회의, 간담회 개최를 통해 바이어 발굴 및 참가기업별 컨텐츠 제작 등 세부 사업을 참가기업 의견을 수렴해 추진

② 사전마케팅

o 참가기업별 바이어 DB 구축

- 태국 온라인/오프라인 유통바이어, 주요 벤더들의 DB를 구축
- 컨소시엄 참가기업 관련 바이어 군을 선별하여 검증 후 참가기업-바이어 매칭 지원

o 홍보 컨텐츠 제작(e-카탈로그)

- 스마트폰/태블릿/PC 등 다양한 디바이스에서 확인 가능한 e-카탈로그 형식의 홍보 컨텐츠 제작 및 검수

o 화상 수출상담회 개최(안)

- 개최 예정일 : 2021년 11월 셋째 주
- 화상 수출상담회 주요 내용
  · (상담회장 환경 점검) 화상 매칭 프로세스 검토 및 네트워크 확인
  · (화상 수출상담회 진행) 협회에서 진행을 총괄하며, 참가기업 담당자는 상담회장에 집결, 사전에 매칭된 바이어와 약속된 시간에 화상 수출상담을 실시
  · (화상 수출 상담횟수) 업체별 오전 2회, 오후 2회(총 4회) 바이어 매칭 화상 수출 상담 지원
  · (수행인력 지원) 업체별 한국어-태국어 담당 통역원 배정 및 상담일지 작성 지원





<화상 수출상담회 현장 예시>

③ 사후마케팅

o (사후관리) 화상 수출상담회 실적을 취합하여 샘플 발송, 수출 계약 지원 등 Follow-up

④ 실적 산출

o (결과보고) 기업별 실적을 산출하여 차년도 사업에 반영

신청사업정보

※참가신청 선정완료 업체수 : 9건

번호	업체명	참가품목	참가자(성명)	업체별 자체부담금	실적 총액(천불)
1	[redacted]	IoT 스위치, 카메라	안혜진		290
2		HRV 디바이스	안계훈		1000
3		스마트환기장치	김은정		350
4		IPTV	홍의재		1500
5		스마트기저귀	강병욱		400
6		LED	김우정		500
7		홈네트워크	김은혜		650
8		IoT 허브	김호영		800
9		IPTV	김연연		300
합계					5,790

<실적 산출 예시>

[붙임 2]

비대면 화상 수출상담회 참가신청서(참여기업)

※ 중소기업 해외전시포탈(www.sme-expo.go.kr)을 통해 온라인으로 신청 필수

업 체 명	(국문)		
	(영문)		
사무실 전화번호		팩스번호	
휴대전화 번호		담 당 자	(직위:)
홈페이지	http://	E-mail	
주 소	(국문)		
	(영문)		
대표자		사업자번호	
자 본 금	₩ 원	종업원수	명
자산총액	₩ 원	업 태	
설립년도	년	주요생산품	
매출액(전년도)	₩ 원	수출액(전년도)	US $
출품품목	(국문)		
	(영문)		
신청부스	( )부스, ( )㎡		
수출컨소시엄 참가 횟수		회	
각종 인증(규격)획득 내용			

당사는 중소기업기본법 제2조에 따른 중소기업으로서 '수출컨소시엄사업' 주관단체인 귀 기관 소정 규정에 의거 상기와 같이 화상 수출상담회 참가를 신청합니다.

본 사업과 관련, 타 정부기관 지자체 등으로부터 별도의 지원을 받은 사실이 확인될 경우에는 지원금 전액을 반납할 것을 확인합니다.

※ 첨부서류

(필수) ㅇ 사업자등록증 사본 1부
ㅇ 중소기업확인서 1부.
ㅇ 회사 및 제품소개서 각 1부
ㅇ 화상수출상담회 참가동의서 1부
ㅇ 기업정보활용 동의서 1부

(해당시) ㅇ 수출실적증명서 1부
ㅇ 해외특허, 인증 증명서 1부
ㅇ 가점사항 증빙 사본 각 1부

20 년 월 일

대표이사 (직인)

[붙임 3]

「2021 태국 방콕 스마트기기 수출컨소시엄」
화상 상담회 참가 동의서

당사는 (사)한국스마트홈산업협회가 주관하는 “2021 태국 방콕 스마트기기 수출컨소시엄” 화상 상담회 (기간 : 21.09.01~21.12.30)에 참가와 관련하여 다음사항을 성실히 이행할 것을 서약합니다.

다 음

1. 당사는 주관단체와 참여기업간의 상호신뢰를 바탕으로 화상수출상담회사업에 신의성실로 참여하고 수출계약 등 성과창출과 국위선양에 최선을 다하겠습니다.

2. 당사는 상담실적 제출요청, 만족도 조사 참가 등 사업운영에 관한 주관단체 및 관리기관의 요청에 적극적으로 협조하겠습니다.

3. 당사는 화상상담회사업 참여에 중복 참여가 불가함을 충분히 인지하고 있으며 만일 정부·지차체 등으로부터 보조금을 중복지원을 받을 경우 지원금 전액을 즉시 반납할 것을 약속합니다.

4. 당사는 참여기업으로 선정 후 임의적인 참가 취소시, 향후 귀 주관단체의 사업 참가 제한 등 불이익 조치에 이의를 제기하지 않을 것입니다.

5. 당사는 국고지원을 받은 소요비용에 대해 향후 부가세 환급 및 기타의 세금 공제 등을 받지 않을 것을 약속합니다.

2021. . .

<서약자> 참여기업명 :

대 표 자 : (인)

한국스마트홈산업협회장 귀하

[붙임 4]

기업정보활용동의서(표준서식)

□ 목적

① 정부와 지자체 중소기업 지원사업의 효율적 수행을 위해 운영하는 “중소기업 지원사업 통합관리시스템” 에서 신청기업 및 지원기업 지원이력 정보의 수집·조회 및 활용

② 동 통합관리시스템에서 관리하는 기업정보의 확인, 지원효과 분석, 통계관리 등 효율적인 중소기업 정책 수립을 위해 국세청·관세청·고용부 등에서 보유하고 있는 과세정보 등의 수집·활용

③ 수출컨소시엄사업의 홍보, 만족도 등 조사, 중소기업 정책·지원사업에 관한 안내, 조사 실시를 위해 신청기업 및 지원기업 정보의 수집·조회 및 활용

□ 수집·조회 및 활용 정보

①(지원이력정보) 사업자등록번호 등 기업 식별정보 및 신청일, 지원금액 등 사업의 신청 및 수혜정보

②(과세정보 및 행정정보 등) 중소기업 지원사업에 신청한 기업의 국세기본법 제81조의13의 과세정보로서 매출액 등 재무정보 및 창·휴·폐업일, 소득세 원천징수 인원 등, 관세법 제116조에 따른 수출액 등, 고용보험법 제2조의1의 피보험자수 등

③(인증정보) 기업의 인증·확인정보로서 신청일, 획득일, 유효기간 등

□ 수집·조회 및 활용 기관

○ 해당 지원사업 소관부처(집행기관 포함), 중소기업 통합관리시스템 운영기관

□ 동의 효력기간

○ 사업자가 사업 신청시 본 동의서를 제출한 시점 이후

* 제공된 목적달성 후에는 중소기업 지원사업 통합관리시스템의 효율적인 운영 및 중소기업 정책개발, 지원사업 홍보를 위해 필요한 범위 내에서만 보유·이용

○ 기업정보 수집 시점 : 신청 및 수혜기업의 사업 신청 이전 3개년부터 참여 이후 5년간

* 보유 정보가 없을 경우 수집하지 않음

본인은 위 목적으로 동의서에 적시된 정보 및 기관에 한해 본인의 기업정보를 수집·조회 및 활용하는 것에 동의합니다.

20 년 월 일

기업명 ○○○

대표자 ○○○ (인)

※ 본인은 위 각 정보의 수집·조회·활용에 관한 자세한 설명을 듣고, 본 동의서 내용을 충분히 이해하고 동의하였습니다.

[붙임 5]

〈 태국 〉

o 국 명 : 태국(The Kingdom of Thailand)
o 면 적 : 약 513,120 ㎢ (한반도의 약 2,3배)
o 기 후 : 열대 온순 기후로 3계절로 구분
o 수 도 : 방콕(Bangkok)
o 인 구 : 약 6,995만 명(2021 기준)
o 민 족 : 순수 태국계(75%), 이슬람교(14%), 기독교 및 천구교(0.7%), 기타(0.1%)
o 언 어 : 태국어(공용어), 영어(상용어)
o 환 율 : 태국 바트(THB)32.31B = USD $1(2021년 8월 기준)
o GDP : USD $4,552억(2020년 기준, 세계 26위)

□ 태국 주요 동향

- **신남방국가로 대변되는 ASEAN이 주요 수출시장, 거대 내수시장으로 변모**함에 따라 세계 경제에서 ASEAN의 역할과 비중이 확대되고 있는 추세이며, 2015년 12월, AEC(ASEAN경제공동체) 출범을 기점으로 거대 경제권과 아시아의 FTA 허브로서 국제 통상무대 내 ASEAN의 입지가 크게 강화됨
- 그 중에서도 **태국은** RCEP, EUFTA, BIMSTEC 와 같은 **다자간 무역협정**과 통해 스리랑카, 터키, 칠레 등 단**일국가와의 무역협정 체결을 통해 대외시장 접근성을 높여 나가**고 있으며, 특히 미중 무역분쟁으로 단기적으로는 이득을 보는 국가로 IMF은 분류했고, IPO시장을 통해 글로벌 자본이 축적되고 있음
- 한국의 대 태국 무역규모는 2016년을 기점으로 수출이 회복되고 2017년에는 수입도 회복되어 2018년에는 140억불로 전년 대비 11% 증가함. FTA 발효 후 태국은 한국의 ASEAN 5번째 교역 대상국을 유지하고 있으며 한-태국 교역규모 증가세가 높고, ASEAN 교역에서 차지하는 비중도 점진적으로 증가 중
- 태국은 전기·전자 등 한국과 유사한 분야에서 강점을 보유하며, 삼성전자와 LG전자 중심의 협력사가 다수 진출, 우호적인 교역 관계를 형성 중이며, **'18년 한국의 대 태국 전자제품 수출규모는 11억 달러로 '15년부터 연평균 6.1%씩 상승**함. 이러한 상승 추세 속에서, 태국 소비자 가전 전자제품은 방콕 도심 및 주변부 개발에 따라 수요가 증가하고 있어 빠른 성장세를 보여주고 있고, **한국의 전자제품에 대한 수요가 큰 상황으로 한국형 "스마트홈 관련 IoT 기반의 전기전자품목"의 시장 확대가 예상되어 2021 태국 방콕 스마트 기기 수출컨소시엄을 운영하고자 함**

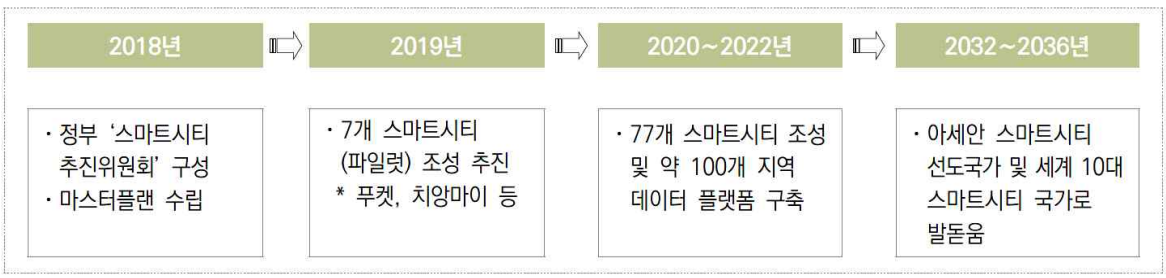
□ 목표시장 진출전략

1) 목표시장(목표시장 선정 이유) : 태국

○ **(ASEAN 시장의 전략적 중요성) ASEAN은 높은 인구비율, 풍부한 천연자원 등을 바탕으로** 글로벌 경제성장률 보다 상회하는 성장률을 보이고 있고, **17년부터 19년까지 연평균 5.7% 성장**이 전망. 특히, 정부는 기존 4강(한-미·중·일·러) 수준의 외교관계를 ASEAN으로 구축하는 신남방 정책을 추진 중에 있으며 중국에 이은 전략시장으로 급부상

○ **(ASEAN 신 전자산업에 대한 협력강화)** 특히, 한-ASEAN 상의 대표들로 구성된 한-ASEAN 기업인협의회(Business Council)에서는 '16년 8월 업종별 분과위원회(**사물인터넷, 3D프린팅,** 식품, 화장품 등) 성립으로 국가별 상이한 업종별 시장정보, 검사통관검역 정보를 공유하고, 한국과 ASEAN 기업 간 협력이 더욱 구체화 될 수 있도록 진행하고 있으며, 사물인터넷, 3D프린팅 등 스마트 신 전자ICT 제품에 대한 교류협력이 크게 확대될 것으로 보이며 해당 시장의 **한국산 제품의 가격 경쟁력 확보에 따른 큰 폭의 수출 확대 기대 및 스마트 정보통신 기기 등이 수출 유망품목**

○ **(ASEAN 시장 중에서 태국)** 태국은 아세안 내 스마트시티 선두주자로써 2017년 아태지역 스마트시티 포럼에서 발표한 자료에 따르면 2022년까지 77개의 스마트시티를 추진해 아세안의 디지털 허브로써 입지를 구축하고자 함. 현지에서는 민관 협력을 통한 한국형 스마트시티 모델을 구축하고, 대중소, 스타트업 기업의 기술, 상품 서비스를 패키지화하여 현지 진출이 활발함



○ **(태국 시장의 중요성)** 태국은 경제-사회 전반에 ICT 기술을 적용하고 있으며, 미래 산업(스마트산업), 스타트업(스마트기업), 인적자본(스마트피플)의 육성과 인프라(스마트시티)구축을 추진 중에 있어 전략적으로 매우 중요한 시장이며, 한-태국은 2019년 9월 양국의 스마트시티 분야의 협력을 위해 정부 부처 및 산하기관 차원의 MoU를 체결했으며 사물인터넷, 지능형 교통서비스, 데이터 센터 등 핵심 기반기술 분야 중심으로 협력이 유망함

○ **(국내 대형가전의 높은 태국 시장 점유율과 선호도)** TV, 에어컨 등 대형 가전 중심으로 한국 브랜드가 태국 시장에서 강세를 보이고 있으며, 정부의 스마트 프로젝트 시행 및 ICT 산업 발달로 스마트 상품, 고소득층을 위한 프리미엄 상품, 건강/뷰티 관련 가전 등 소형 가전을 포함한 스마트 가전제품 잠재수요가 증가할 것으로 예상

<업체별 태국 내 TV 시장 점유율>

(단위 : %)

업체명	2015	2016	2017	증감률 ('17/'16)
삼성	26.2	30.7	33.7	9.7
LG	16	16.2	17	4.9
TCL	4.9	8.4	10.4	23.8

자료원 : 유로모니터

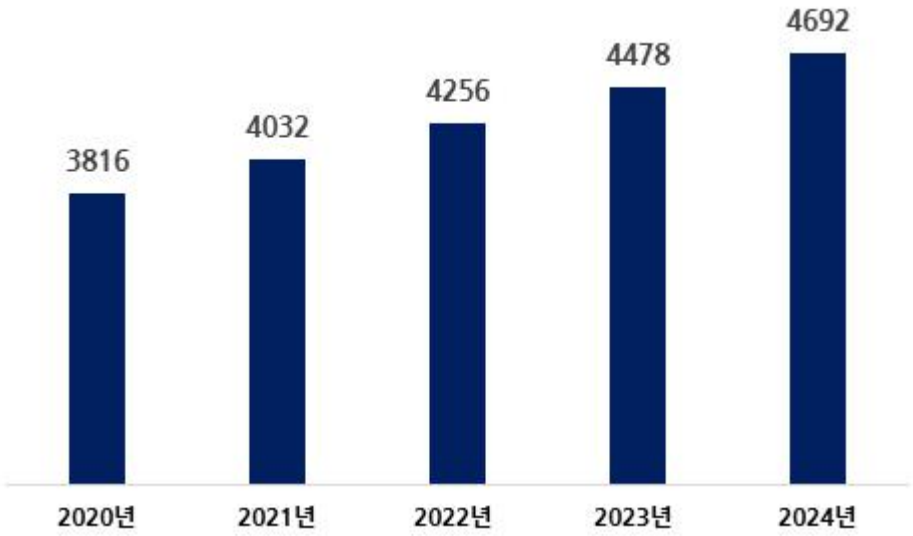
2) 주요 품목/산업별 분석

○ 태국 가전제품 시장

- 글로벌 시장 리서치 기관인 유로모니터에 따르면, 2020년도 태국 가전제품 판매액은 38억 달러로 전망하며, 2025년까지 연평균 5.3%씩 성장하여 46억 달러 규모로 안정적인 성장이 기대됨

<2020-2024 태국 가전제품 판매액 전망>

(단위: 백만 USD)



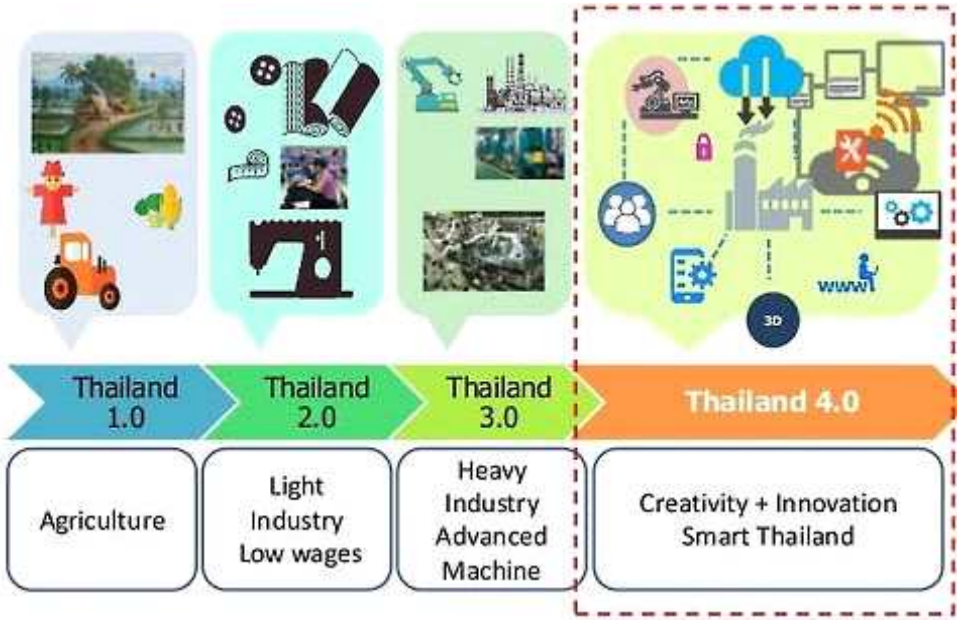
자료원 : 유로모니터

○ 태국 스마트홈 시장

- (시장규모)시장조사기관인 Statista에 따르면 2020년도 태국의 스마트홈 시장은 총 5900만 달러 규모로 예상되며 2025년까지 연평균 24.7% 성장을 거듭해 1억 7900만 달러 규모에 달할 것으로 전망
- (보급률/이용가구수) 태국 내 스마트홈 보급률 및 이용가구수는 2020년도에는 1.3%와 3백만 가구로 예상되며, 2025년 스마트홈 보급률은 2020년 대비 약 3.8%p가 증가한 5.1%로 전망

○ 태국 스마트시티 시장

- (Thailand 4.0) 2016년 5월, 태국 정부는 사회망 디지털화 로드맵인 “Thailand 4.0”을 공식 선언했으며, 이 로드맵 추진을 통해 기초 IT 인프라 및 기술 기반을 다지고, 의료, 교육, 편의 시설 등 국민 생활 복지 관련 시설의 디지털화를 추진, 현재의 농업과 제조 중심의 산업 구조를 IT 서비스 기반 산업으로 전환하고 새로운 부가가치를 창출하기 위해 IPO 등 투자 유치를 적극적으로 펼칠 계획



- (태국 스마트시티 로드맵) 2017년 아태지역 스마트시티 포럼 자료에 따르면 태국은 2022년까지 스마트시티를 77개 규모로 조성할 계획, 그 중 아세안의 디지털 허브가 되기 위해 태국의 대표 관광도시인 푸켓과 치앙마이를 테크노 산업 중심의 스마트시티로 전환하는 사업은 2019년부터 추진 중



Bangkok - Phuket - Chiangmai – Khonkaen – Chonburi – Rayong - Chachoengsao

자료원 : 유로모니터

· (방콕) 방콕은 태국에서 가장 잠재력을 가진 스마트시티로써, IMD에서 발표한 스마트시티 지수 2020에 따르면 방콕은 71위로 평가됐으며, 아세안 국가의 스마트시티 순위 중에서는 싱가포르(1위), 말레이시아의 쿠알라룸프르(54위) 다음 세 번째로 높은 수준의 스마트시티가 방콕으로 평가. 방콕 스마트시티의 주요 기조는 과밀화된 인구 집중 해소, 에너지 효율성 제고, 도시 교통 네트워크 확장 등



자료원 : the asean post

3) 품목 경쟁요소 분석

○ **(가격)** 태국 시장에서는 디지털도어락, 웨어러블디바이스, IoT 카메라, 로봇 등의 주요가전 및 스마트기기에서 다양한 가격대의 제품군이 유통되고 있으나 **가장 인기있는 상품의 경우 태국인들의 소비특성상 가격 민감도가 높아 저가**군에 속하는 것으로 조사

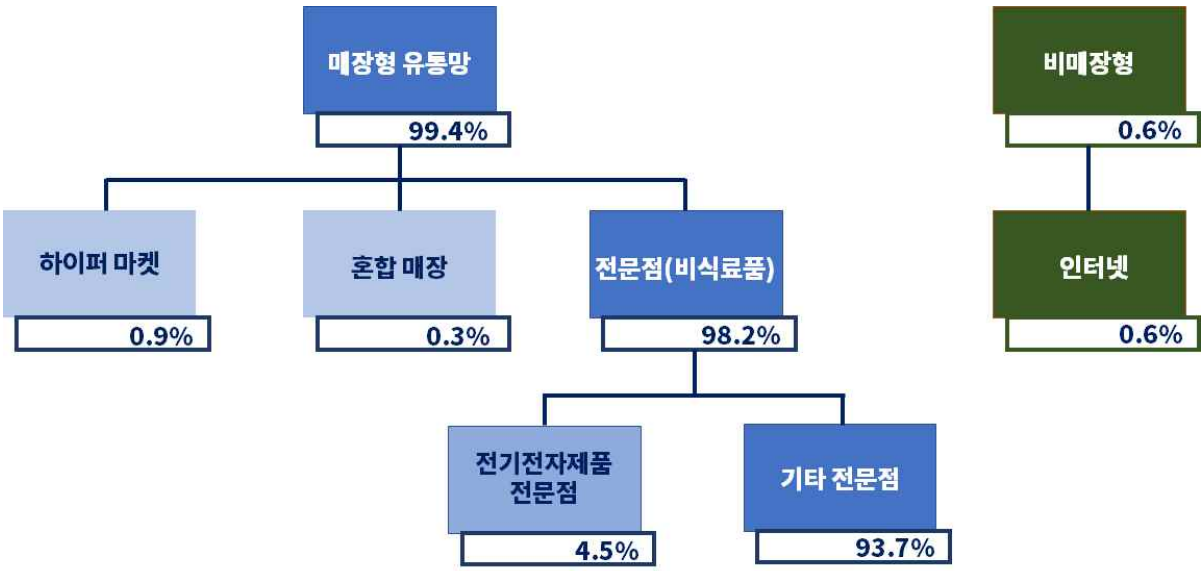
<디지털도어락 태국 판매 가격(2020.6 기준)>

Yale(미국)	Alpha(일본)	HAFELE(독일)	Unicor(한국)
			
24,700 Baht	23,400 Baht	12,900 Baht	6,900 Baht

○ **(기술 및 품질)** 스마트 기기 시장의 경우, 글로벌 브랜드 제품에 의존도가 높으며, 해외기술 및 품질에 대해 높은 신뢰도를 보였으나, 최근에는 샤오미 등 중국 IT기업에서 스마트홈 관련 기기, 스마트 가전 등의 출시를 하며, 태국 오프라인 매장형 유통을 통해 스마트폰, 스마트 기기 등을 판매 중. 글로벌 기업의 성장세가 두드러지나, 중국 기업의 기술력이 매우 빠른 속도로 한국기업과의 기술격차를 좁히고 있어, 기업 간 기술 및 품질에 차이가 점차 좁혀가고 있음. 이러한 상황 속에서 국내 기업의 시장 점유율 확대하기 위해서는 변화하는 시장경쟁 상황에 대한 빠른 대응이 필요함

○ **(마케팅, 유통)** 태국은 홈쇼핑, 모바일쇼핑 등 비매장 유통채널이 성장하고 있으나 스마트기기의 경우에는 아직까지 **매장형 유통이 전체 유통의 약 90% 이상을 차지**할 정도로 유통 구조에 있어 절대적인 비중을 차지하고 있음. 매장형 유통망 중에서는 **전문 매장을 통한 판매가 98.2%**를 차지하며 이어서 대형마트, 백화점 등 혼합매장 순임. 따라서 온라인 쇼핑몰은 브랜드 또는 제품 인지도를 끌어올리는 홍보 수단으로 활용하고 오프라인 매장 중심 마케팅 전략을 세워야

판매 제고 가능



자료원 : 유로모니터