KOREA Festival 연계 전문무역상사 내수초보기업 홍보관 운영

- 암만무역관 -

□ **특화사업 유형 :** ①바이어 발굴 지원사업, ③현지 대형행사 연계 판촉전, 상담회, ⑤현지 테스트마케팅 또는 제품 품평회

□ 추진 배경 및 목적

○ **요르단은 중동에서 가장 한류가 발달되어 있는 곳**

* 2023년 '지구촌 한류 영향 보고서'에서 요르단은 중동의 No.1 한류 발달 국가

- 지난 5년간 Cozmo, Safeway, C-Town, Hypermax, Premier 등 요르단 유통망에서 K-food Festival을 개최, 소비자 관심 높음.
- 요르단 최초로 2026년 서울푸드(6월)내 요르단 국가관 운영 예정
- 더벤티 중동 1호점이 2026년 2월 암만에서 오픈, 7월 2호점 오픈 예정
- 한국자동차의 점유율이 한때 50%를 초과할 정도로 인기

○ **타 중동국가로의 진출시 Test Market으로 활용 가능**

- 인근국(이라크, 시리아, 레바논)으로의 중계수출이 활발
- 정부 주도로 관광객 유치에 힘쓰고 있어 주변 아랍국가에서의 관광객이 많이 유입되고 있어 Test Market 활용가능

* 특히 7,8월은 걸프국가 날씨가 무더워, 요르단으로 피서 오는 경우가 많음

* 연간 500~700만명의 관광객이 방문, 그 중 50% 이상이 아랍 관광객

○ **대사관 중심, '외교 + 문화 + 경제 + 개발협력'의 장 활용 가능**

- (경제) 진출기업, 바이어(유통사포함), 한식당과 판촉전 실시
- (개발협력) 그간의 유무상 원조 결과를 요르단에 널리 홍보
- (한국어) 한국어를 홍보하여, 한국어 수강에 대한 관심 확대
- (문화) 영화, 음악, 태권도, 부채춤, K-pop 댄스, 사물놀이, 전통놀이 등으로 한국문화에 대한 긍정적인 이미지 제고

* 요르단 사상 첫 메달, 아부가우시 선수가 2016년 태권도로 금메달 획득

□ 전문무역상사 내수기업 홍보관 운영

○ 일시 : 7월 24일(금) 14:00 ~ 21:00, 7월 25일(토) 11:00 ~ 21:00

○ 장소 : 암만 Haya Cultural Center

○ 방식 : 대사관 주관 행사인 Korea Festival내 홍보관 운영

○ 참가규모 : 전문무역상사 3~5개사, 내수초보기업 6~10개사

○ 참가기업별 제공 해외 마케팅 내용

- (사전) 바이어 화상 상담 진행
- (현장) 소비자 피드백 제공 (업체당 20명)
- (현장) 현장내 전시 상담 진행
- (사후) 유통망 및 바이어 계약 체결 지원

□ (참고) Korea Festival 사업 개요

○ 일시 : 7월 24일(금) 14:00 ~ 21:00, 7월 25일(토) 11:00 ~ 21:00

○ 장소 : 암만 Haya Cultural Center

○ 주관 : 주요르단 대한민국대사관, 요르단 문화부, 암만시청

○ 추진 : 대기업 + 현지 수입업체 + 유관기관 등

- (진출기업 및 딜러사) 삼성전자, LG전자, 기아현대차, 한국전력
- (바이어) (식품) JKT, OKF Jordan, Cozmo 등
  (화장품) Blueberry, Medica, Select Food, Seeol
  (의료기기) Arab Drug Store, Derma Youth
- (공공기관) KOTRA, KOICA, 관광공사(미정), 농수산물유통공사(미정)
- (기타) 요르단대학교 한국어과, 세종학당, 제일기획, 한국식당 4곳
  Jordan K-pop lover(요르단내 K-pop 동호회)

○ 예상 방문객 : 정부기관, 외교단, 바이어, 일반 소비자 등 약 1만명

○ 주요 프로그램

- (사전) 행사 홍보, 주요 참석자 초청장 송부

- (행사당일) 행사진행, 언론사 초청

공통	7월 24일(금) 14:00 - 21:00	7월 25일(토) 11:00 - 21:00
▪ 제품 판촉 ▪ 식품시식 및 판매 ▪ 발전, 개발협력 홍보관 ▪ 한국어 홍보 ▪ 전통놀이체험 ▪ 한복체험 ▪ 인플루언서초청	A. 랜덤 플레이 댄스 K-뷰티 메이크업 쇼 K-푸드 시식회 및 요리 경연대회 B. 의료기기 제품 시연회 (4개사)	A. 랜덤 플레이 댄스 문화공연(부채춤, 사물놀이, 태권도 시범) B. K-pop 경연 대회 문화공연(부채춤, 사물놀이, 태권도 시범) K-pop 공연 DJ 파티

□ 사업 세부 추진 내역

○ 전체 행사장 레이아웃 (KOTRA 부스에서 전무상 홍보관 운영)

○ (현장) 의료기기 제품 시연회 및 세미나

Reception	Seminar	회사명 (바이어-셀러)	취급 제품
14:00 ~ 14:30	14:30 ~ 15:30	(요) Arab Drug Store (한) H사, 삼성메디슨	보톡스
15:30 ~ 16:00	16:00 ~ 17:00	(요) Derma Youth (한) M사, H사	필러
17:00 ~ 17:30	17:30 ~ 18:30	(요) Arcada (한) M사, B사	진단장비
18:30 ~ 19:00	19:00 ~ 20:00	(요) AETME (한) I사	인바디 측정기

○ (현장) 현장내 전시 상담 및 판촉전 진행

카테고리	주요상품	참가기업(안)
화장품 등 뷰티	화장품, 네일제품, 헤어케어	G사, K사 P사, K사
전자기기	TV, 공기청정기, 청소기 등	삼성, LG, P사
생활소비재	문구류, Kpop굿즈, 샤워필터, 가발	M사, W사, N사, I사
식품	라면 등 인스턴트식품, 과자, 소스, 차, 커피	비비고, Y사, OKF Jordan, 횡성KC (한우)
의료기기, 의약품	초음파 기기, 밴드	삼성메디슨, Y사
자동차	승용차 등	기아차, 현대차

* 각 업체에서 별도의 결제 시스템 운영 필요

□ 사업 추진 프로세스 및 일정

○ 추진 일정

추진내용	’25.4월		’25.5월		’25.6월		’25.7월~		’25.8월
	1,2주	3,4주	1,2주	3,4주	1,2주	3,4주	1,2주	3,4주	1,2주
장소섭외, 준비단 모집, 예산 확인									
참가기업 및 기관 모집	수출 상담								
제품 발송 및 현지 취합									
주요인사 초청 및 확정									
인플루언서 등 모집, 홍보물 게재 요청									
온오프라인 광고 언론초청									
행사개최								D-day	
결과보고 및 자금 집행									
유망제품 유통사 입점									

○ 업무분장

기관명	주요 역할
대사관	• 장소섭외, 연예인 섭외, 주요 외빈 섭외 / 요르단 정부기관 섭외 • 기획사 선정 / 언론 홍보 / 예산확보 / 안전계획 수립
KOTRA	• 참가바이어 모집, 제품 통관, 판촉 지원 • 유관기관 섭외 / SNS 홍보
각 참여기관	• 부스 제작, 판촉, 홍보물 제작, 샘플 제공

□ 성과 목표(계량)

성과 목표	건수	비고
전문무역상사 참가	3~5건	
내수.초보기업 지원	6~10건	
바이어 매칭 건수	20건	
소비자 피드백 지원	업체당 20명 이상	

□ 성과 목표(비계량)

○ **(중동전쟁)** 중동전쟁으로 인한 바이어 수요 감소 우려를 바이어의 마케팅활동을 지원함으로써 내수초보기업의 수출 확대 기여

○ **(VIP 지시사항) K-이니셔티브를 활용한 한국 홍보**

○ **(소비재 수출)** 자동차에 집중된 수출 품목 다변화 필요

* 자동차 및 자동차 부품이 전체 요르단 수출의 25%를 차지

○ **(수출국가 다변화)** 요르단 Korea Festival 행사(7.23~7.25) 이후 이어지는 시리아 산업박람회(7.26~7.28)와 연계하여 수출 대상 국가 확대