

# 중소기업 신규 수출확대 유망품목

## - 기타골프용품 -



CONTENTS

목 차

요 약 / 1

---

I. 미국 / 2

---

II. 중국 / 9

---

III. 태국 / 19

---

IV. 독일 / 25

---

## 요 약

- 기타골프용품은 4개 조사대상국에서 모두 브랜드 인지도가 높은 미국, 일본 브랜드가 인기며, 중국 저가 제품 또한 수요가 높다. 한국 제품은 아쉽게도 인지도가 낮아 이들 국가의 대한 수입은 미미한 수준에 머물고 있다.
- 수입관세는 국별로 다르며, 중국에서는 14%의 수입관세와 17%의 수입증치세가 부과되고 있다. 미국에서도 4.9%의 관세가 매겨지고 있으나 한-미 FTA 발효로 2014년부터는 무관세 대상 품목이다. 태국, 독일에서는 한-ASEAN, 한-EU FTA 관세철폐 대상 품목으로 무관세로 수입되고 있다. 더불어 특별한 수입 제한 정책은 없어 진입장벽이 다소 높지는 않은 것으로 나타났다.
- 한국제품에 대해 해외 바이어들은 대체적으로 품질은 인정하고 있으나, 미국, 등의 제품에 비해 브랜드 밸류가 낮고, 중국 제품에 비해서는 가격이 높다고 인식하고 있는 것으로 나타났다. 이를 극복하기 위해서는 가격 경쟁력을 확보하는 동시에 중국 저가 제품과는 차별되는 제품 특성을 부각한 적극적인 마케팅 전략으로 현지 시장에서 인지도를 높이는 것이 우선 조언하였다.

# 미국

## 1 시장 동향

### □ 품목 유망성

- '12년 미국 스포츠용품 시장규모가 약 90억 달러로 예상되는 가운데, 골프용품 시장 규모는 22~34억 달러로 24~38% 비중 차지
  - \* 기관별 골프용품 시장규모 추정치 : 223억 달러(IBIS World), 336억 달러(National Sporting Goods Association)
- 골프용품 시장, 경기부진에도 안정적인 수요 지속
  - 글로벌 금융위기 이후 지속되고 있는 미국 경기부진에도 불구하고 골프용품 시장은 '10년 이후 비교적 안정적인 회복세가 지속

<연도별 미국 골프용품 매출액>

(단위 : 백만 명, %)

구분	2007년	2008년	2009년	2010년	2011년	2012년
매출액	3,722	3,495	2,927	3,198	3,309	3,356
증감률	-	△6.1	△16.3	9.3	3.5	1.4

자료원 : National Sporting Goods Association

주 : 2012년은 전망치

- 베이비부머 세대의 은퇴인구 증가와 골프의 대중화로 골프용품 시장 성장
  - 현재 미국 내 골프 인구는 약 3천만 명대로 앞으로 꾸준히 늘어날 전망
  - 특히, 여성의 사회진출 증가 등에 힘입어 미국 내 여성 골프인구도 꾸준히 늘면서 골프용품 시장의 수요저변 확대

\* 2011년 기준, 미국 전체 골프 인구의 19.3%는 여성인 것으로 추산(자료원 : National Golf Foundation)

<연도별 미국 골프인구 현황 및 전망>

(단위 : 백만 명, %)

구분	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년
골프인구	29.6	30.0	30.3	30.5	30.6	30.9
증감률	0.6	1.4	1.0	0.7	0.3	1.0

자료원 : IBIS World

주 : 2011년 이후 자료는 전망치

□ 수출동향 및 정책

- 경기 불확실성 증가에 따른 소비심리 위축과 재고증가 등의 영향으로 '11년도에 부진했던 미국 골프용품 수입시장이 '12년 들어 회복세 시현
  - (골프채) '11년 수입액은 전년대비 3.7% 감소하여 3억 5,700만 달러에 머물렀으나 '12년도 상반기에 전년 동기대비 36.1% 대폭 증가하여 4억 달러 진입
  - (골프공) '11년 전년대비 23.7% 줄어 1억 4,100만 달러였으나, '12년 상반기에 42.8% 대폭 증가
  - (기타골프용품) '11년 3억 7,200만 달러로 전년대비 9.1% 감소했으나 '12년 상반기에 전년 동기대비 5.3% 증가하면서 회복세 시현 중

<미국 골프용품 수입 동향>

(단위: 천 달러, %)

품목	2010년	2011년	2012년(1-6월)
골프채	370,735	357,057 (△3.7)	400,822 (36.1)
골프공	184,862	141,068 (△23.7)	170,423 (42.8)
기타골프용품	410,421	372,995 (△9.1)	330,996 (5.3)

자료원 : WTA

주 : 골프채(HS Code 950631), 골프공(HS Code 950632), 골프기타용품(HS Code 950639) 기준

- 미국 기타골프용품시장에서 중국 제품이 75.7%를 차지할 만큼 압도적인 점유율을 차지
  - 그 다음으로 대만(7.0%), 일본(4.6%), 태국(3.8%), 베트남(3.5%)
- 對韓 수입액은 '11년 전반적인 미국 골프공 수입시장 위축의 영향으로 소폭 감소
  - 한국은 미국 기타골프용품 10대 수입대상국으로, 시장점유율은 0.2%대 수준으로 아직 진출이 미진함.

- 참고로 한국산 골프공은 대부분 OEM 형태로 제조되어 미국시장에 수출되고 있는 것으로 파악

### <미국의 기타골프용품 수입 동향>

(단위 : 천 달러, %)

순위	국가	2010년	2011년		2012(1-6월)	
		금액 (점유율)	금액 (점유율)	전년대비 증감률	금액 (점유율)	전년대비 증감률
1	중국	329,505 (80.3)	293,868 (78.8)	△10.8	165,402 (75.7)	△4.8
2	대만	27,162 (6.6)	25,035 (6.7)	△7.8	15,295 (7.0)	3.0
3	일본	13,734 (3.4)	14,511 (3.9)	5.7	10,086 (4.6)	22.8
4	태국	12,994 (3.2)	11,061 (3.0)	△14.9	8,390 (3.8)	46.1
5	베트남	9,145 (2.2)	11,262 (3.0)	23.2	7,580 (3.5)	14.2
6	멕시코	7,616 (1.9)	7,505 (2.0)	△1.5	5,432 (2.5)	46.8
7	방글라데시	4,378 (1.1)	3,042 (0.8)	△30.5	2,836 (1.3)	76.5
8	캐나다	2,547 (0.6)	3,090 (0.8)	21.3	1,723 (0.8)	△8.4
9	홍콩	861 (0.2)	832 (0.2)	△3.3	808 (0.4)	74.2
10	한국	1,399 (0.3)	1,383 (0.4)	△1.2	345 (0.2)	△59.0
<b>전체 수입</b>		<b>410,421</b>	<b>372,995</b>	<b>9.1</b>	<b>330,996</b>	<b>5.3</b>

자료원 : WTA

#### ○ 수입관련 정책 및 인증제도

- 관세율 : 4.9%(일반 관세율)

\* 한미 FTA 관련 한국제품 관세율 : 3.2%(2012년) → 1.6%(2013년) → 무관세(2014년~)

- 인증제도 : 특별한 인증 필요 없이 일반적인 통관절차 통해 수입 가능

## 2 시장 구조

### □ 유통 구조

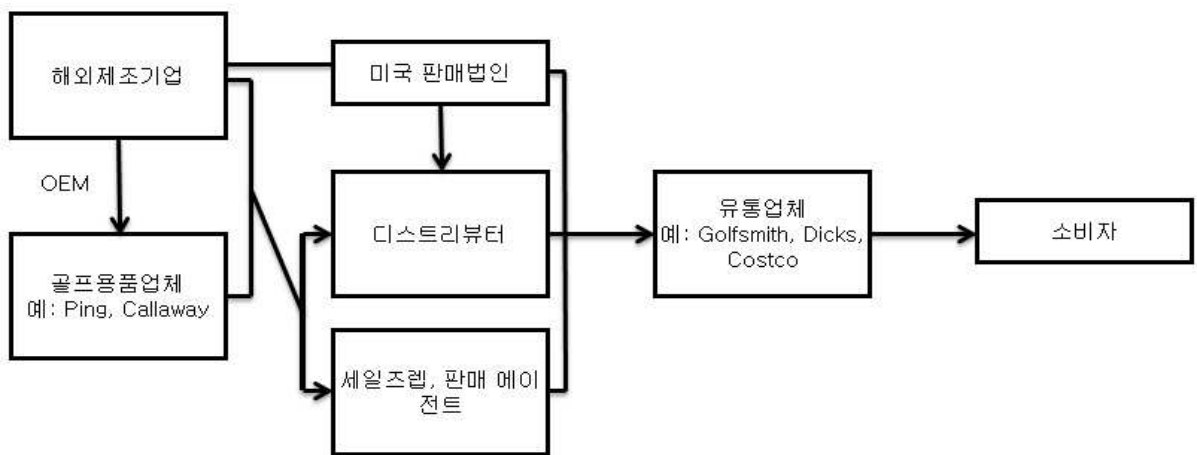
#### ○ 유통 경로

- 소규모 골프용품 제조업체는 중간 유통상(Distributor), 세일즈 렵(Sales Rep.) 또는 판매 에이전트(Agent)를 통해 최종 유통업체에 납품하는 것이 일반적
- 이 외에 주요 브랜드 업체에게 OEM 납품하는 방법도 있으며, 중간 유통망들을 거치지 않고 직접 소매유통 업체에 납품하는 업체도 있음.

**※ 참고 : 디스트리뷰터와 세일즈 렵/판매 에이전트의 차이**

- ☞ 디스트리뷰터는 제품을 구매해 이윤을 붙여 되파는 수익구조를 지님. 일반적으로 지역을 지정해 제품을 팔며, 제품 판매와 관계된 모든 상업적 책임을 짐.
- ☞ 세일즈 렵이나 판매 에이전트는 해당 분야의 전문가들이 생산자와 대형 구매자들을 연결시켜주는 중간 소개상이며 제증업체로부터 급여 또는 판매량에 따라 커미션을 받음. 이들은 특정 지역에 대한 독점적 권리를 갖고 해당 지역에서 상품의 거래 및 마케팅을 책임짐.

<골프용품 유통 구조>



## □ 대상 공략군

▶ 브랜드 인지도가 중요한 골프용품 특성상, 국내업체들은 대부분 OEM 형태로 납품하고 있는 상황인데, 이러한 OEM 방식에서 벗어나 자체 브랜드로 미국시장에 진출할 필요가 있음.

- 해외시장 진출 경험이 적고 브랜드 인지도 낮은 기업 : 간접납품
  - 해외 수출 경험이 부족하고 미국시장 정보에 어두운 기업이나 수출 마케팅을 위한 초기 투자비용이 충분하지 않은 소규모 기업은 미국 현지 중간 유통상이나 세일즈 렙을 활용하는 것이 바람직
  - 특히, 신규 공급업체를 꺼리고 기존 업체들 위주로 거래하는 대형 유통망을 공략할 때 이러한 방법이 효과적
  - 참고로 중간 유통상이나 세일즈 렙들의 마진율은 통상 15% 정도인 것으로 파악
  
- 일정 수준의 규모와 브랜드 인지도가 있는 기업 : 직접납품
  - 회사 및 제품이 미국 내에서 어느 정도의 인지도가 있고 재정상태가 양호한 기업이나 대량 생산능력과 원활한 영어 의사소통 능력을 갖춘 기업은 중간단계 없이 직접 유통업체에 납품 가능
  - 유통업체들이 원하는 가격 조건을 맞출 수 있다면 대형 유통 체인에 직접 납품하는 것이 브랜드 인지도와 매출을 함께 올릴 수 있는 기회
  - 다만, 유통업체 직접납품 과정은 시간도 오래 걸리고 납품조건도 상당히 까다로워 장기적인 관점과 전략에서 접근해야 할 것으로 판단



### 3 바이어 의견 조사

1 Golfsmith			
담당자	Richard Ahlgren	직위	Vice President Sales
담당자 Tel	512-821-4941	담당자 Fax	512-837-1245
Email1	비공개	Email2	-
설립년도	1967	종업원 수	1,621 명
Website	<a href="http://www.golfsmith.com">http://www.golfsmith.com</a>		
주소	1000 N IH-35 Austin, TX 78753		
업종	수입, 유통, 판매		
구입품목	골프용품, 악세서리		
한국과의 거래경험	없음	교신 가능 언어	영어
바이어 참고사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 대형 골프용품 수입 및 유통업체로 디스트리뷰터를 거치지 않고 직접 제조업체와 거래</li> <li>▶ 생산업체가 우편으로 제품과 가격 정보를 보내면 30~40일 내에 우편, 전화 또는 이메일 등으로 결정 결과를 통보하는 방식으로 구매</li> <li>▶ 미국 골프용품(공) 시장은 이미 유명 브랜드 위주의 소비 시장이 구축되어 있어 신규 브랜드의 시장 진입이 쉽지 않은 상황</li> <li>▶ 한국 상품은 기술력은 갖추고 있으나 가격 경쟁력을 향상하고 브랜드 인지도를 높이는 것이 시급함.</li> </ul>		

2 New York Golf Center			
담당자	Charlie Rhee	직위	Purchasing Manager
담당자 Tel	212-564-2255	담당자 Fax	212-563-9647
Email1	<a href="mailto:crhee@nygolfcenter.com">crhee@nygolfcenter.com</a>	Email2	없음
설립년도	2003	종업원 수	75명
Website	<a href="http://nygolfcenter.com">http://nygolfcenter.com</a>		
주소	131 West 35th St. New York, Ny 10001		
업종	수입, 유통, 판매		
구입품목	골프용품, 어패럴, 악세서리		
한국과의 거래경험	없음	교신 가능 언어	영어
바이어 참고사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 현재 미국 골프제품(특히 공)의 품질은 상향평준화 되어 한국 제품이 미국 시장에서 좋은 반응을 얻기 위해서는 브랜드 인지도를 높이고 가격 경쟁력을 높여야 함.</li> <li>▶ 미국 온라인 사이트에서 팔리는 일부 한국 제품의 경우 브랜드 인지도에 비해 가격이 터무니없이 비싼 제품이 있어 소비자가 이해 할 수 있는 마케팅을 하거나 미국 시장에 대한 조사가 필요해 보임.</li> </ul>		

<b>3</b>		<b>Golfoutlets USA</b>	
<b>담당자</b>	Ed Newton	<b>직위</b>	구매담당자
<b>담당자 Tel</b>	760-200-1123	<b>담당자 Fax</b>	
<b>Email1</b>	ed@golfoutletsusa.com	<b>Email2</b>	없음
<b>설립년도</b>	1999	<b>종업원 수</b>	12명
<b>Website</b>	<a href="http://www.golfoutletsusa.com">http://www.golfoutletsusa.com</a>		
<b>주소</b>	72320 Mfg Rd Ste 1, Thousand Palms, CA 92276		
<b>업종</b>	온라인 유통, 판매		
<b>구입품목</b>	골프용품, 악세서리		
<b>한국과의 거래경험</b>	없음	<b>교신 가능 언어</b>	영어
<b>바이어 참고사항</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 보통 디스트리뷰터를 통해 제품을 구입하지만 최근 비용 절감을 위해 제조업자로부터 직접 물건을 구매하는 방향으로 구매선 변경을 고려 중</li> <li>▶ 한국 제품은 미국 시장 내 브랜드 인지도가 취약해 기술력 디자인에 비해 평가 절하</li> <li>▶ 따라서, 미국 시장 진입 단계에 있는 한국 골프용품 기업은 경쟁 기업의 가격을 기준으로 시장 구조를 고려해 경쟁할 만한 전략적인 가격을 제시할 필요가 있음.</li> </ul>		

# 중국

## 1 시장 동향

### □ 품목 유망성

- 중국 골프시장은 글로벌 경기침체 속에서도 꾸준히 성장 중
  - 생활수준 제고로 골프 등 레저활동 인구가 늘어 매년 15~25%의 높은 성장률 시현하고 있으며, '10년 골프 및 관련 제품 시장규모는 약 3,200만 위안 기록(자료원 : 중국골프협회)
  - 골프 전문기업 차오샹 그룹(朝向集團)이 발표한 <중국 골프산업 백서>에 따르면 '11년 골프핵심인구<sup>1)</sup>는 35만 8천명으로 '10년 대비 7.5% 상승
  - '11년 중국 골프장 내 총 타구 수는 1065만 번으로 '10년의 992만 번 대비 7.4% 상승
  - '11년 총 28회의 국제 프로대회가 개최하는 등 골프대회도 활성화

<2006~2010년 중국 골프용품 시장규모 변화>



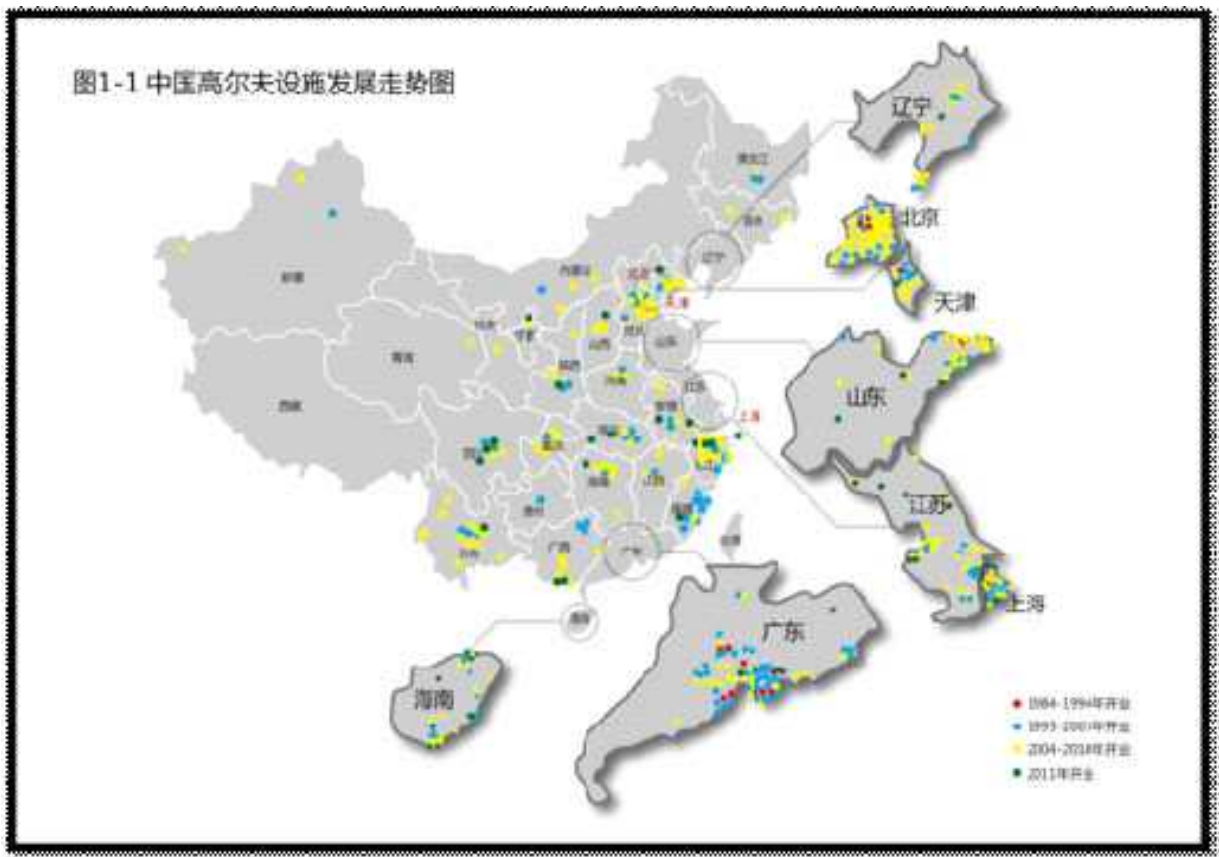
자료원 : 중국골프협회

- '11년 중국 내에서 운영되고 있는 골프장은 440개, 총 9769개 홀로 골프시설이 꾸준히 증가하고 있는 추세
  - '11년에만 45개의 골프장이 신규 개설

1) 18세 이상, 1년에 8회 이상 라운딩 인구

- 화동, 화북, 광둥 및 주변지역에 골프장이 집중
  - 광둥 지역은 골프용품 생산, 유통이 가장 집중되어 있는 지역으로 시장 경쟁이 치열하며, 가격이 급락하는 상황이 발생하기도 함.
  - 상하이 위주의 화동지역의 업계경쟁 구도가 가장 규범적인 편
  - 화북지역도 골프 및 골프용품 경쟁이 가열되는 추세

<중국 골프장 분포 현황>



자료원 : 搜狐体育

## □ 수입동향 및 정책

- 중국 내 골프용품 수요가 안정적으로 증가하면서, 다수의 외국 골프 및 스포츠 용품 기업이 중국 골프시장에 진출, 수입도 꾸준히 증가
  - (골프채) '11년 전년 대비 19.11% 늘은 4,027만 달러에 이어 '12년 상반기 수입도 전년 동기대비 14.9% 증가의 안정적인 성장세 유지

- (골프공) '11년 수입 전년대비 32% 대폭 증가하면서 1천만 달러 육박, '12년 상반기 전년 동기 대비 30% 대 이상의 높은 증가율 기록
- (기타골프용품) '11년 수입은 전년대비 11.4% 감소한 2억 1,710 달러를 기록하며 주춤하는 듯 했으나, '12년 상반기에만 수입이 48.7% 회복세 시현

<중국 골프용품 수입 현황>

(단위: 천 달러, %)

품목	2010년	2011년	2012년(1-6월)
골프채	33,827	40,277 (19.1)	41,110 (14.9)
골프공	7,678	10,135 (32.0)	12,659 (38.5)
기타골프용품	235,228	208,314 (△11.4)	217,105 (48.7)

자료원 : WTA

주 : 골프채(HS Code 950631), 골프공(HS Code 950632), 골프기타용품(HS Code 950639) 기준

<중국 진출 골프용품 브랜드>

- ▶ [卡拉威Callaway](#) 현재 전 세계에서 가장 큰 골프용품 제조기업인 캘러웨이 골프의 중국(상해) 대리상
- ▶ [TaylorMade](#) 아디다스 그룹의 자회사
- ▶ [阿迪达斯Adidas](#) 유럽에서 가장 큰 스포츠용품 브랜드
- ▶ [耐克Nike 나이키](#)
- ▶ [Titleist](#)
- ▶ [Dunlop邓禄普](#)
- ▶ [Wilson威尔胜](#) 샤먼의 쉐오웨이(卓威体育用品有限公司)를 대리상으로 삼아, 1913년에 미국에서 설립된 회사 윌슨(Wilson)은 세계 스포츠 용품의 선도자
- ▶ [美津浓Mizuno](#)
- ▶ [Honma本间](#) 세계 최초로 화학 탄소를 골프채에 도입한 제조회사로 골프 용품을 전문적으로 제조 및 판매
- ▶ [PING](#) 상해 싱이무역회사(星昂贸易有限公司)를 중국 대리상으로 중국 시장 진출 공략 중

자료원 : 買購网, 品牌研究机构

- 기타골프용품 주요 수입대상국은 대만, 중국, 일본이며, 이 세 지역의 수입이 전체 수입의 90% 이상 차지
- '12년 대만의 수입 비중은 59.9%로 압도적이며, 그 다음으로 중국이 23.1%, 일본이 8.9% 차지

<중국의 기타골프용품 수입 동향>

(단위 : 천 달러, %)

순위	국가	2010년	2011년		2012(1-6월)	
		금액 (점유율)	금액 (점유율)	전년대비 증감률	금액 (점유율)	전년대비 증감률
1	대만	102,198 (43.4)	113,160 (54.3)	10.7	67,751 (59.9)	40.7
2	중국	80,127 (34.1)	56,000 (26.9)	△30.1	26,092 (23.1)	△8.2
3	일본	14,723 (6.3)	18,521 (8.9)	25.8	10,106 (8.9)	29.0
4	미국	19,394 (8.2)	9,045 (4.3)	△53.4	4,606 (4.1)	50.5
5	베트남	12,849 (5.5)	6,618 (3.2)	△48.5	2,724 (2.4)	△40.2
6	태국	2,148 (0.9)	2,717 (1.3)	26.5	871 (0.8)	△38.4
7	방글라데시	1,694 (0.7)	1,522 (0.7)	△10.2	587 (0.5)	△32.1
8	한국	786 (0.3)	344 (0.2)	△56.2	410 (0.4)	118.5
<b>합 계</b>		<b>235,228</b>	<b>208,314</b>	<b>△11.4</b>	<b>217,105</b>	<b>48.7</b>

자료원 : WTA

주 : 중국으로부터의 수입은 중국산 제품이 수출된 후 재입국 된 경우(國貨復進口)

- 한국은 중국의 8대 수입대상국으로, 중국 전체 골프용품 수입액의 0.4% 차지

○ 주요 한국산 기타골프용품

제품명	가격	그림
한국 Well-grip 천연 고무 골프 손가락 보호대	83위안	
한국 골프 의류, 기능성 운동 내복(UNDER LAYER)MOCK	100위안	
한국 ZEN GOLF케도연습기	1200위안	
한국 Mrgolf 골프 토시 선물세트 (목티 포함)	160위안	
한국 Hoxne 골프공	2.2위안	

자료원 : 淘宝网

○ 수입관련 정책 및 인증제도

- 관세율 : 14%의 수입관세와 17%의 수입증치세 부과(입국화물통관서 신청 불요)
- 인증제도 : 특별한 인허가 사항이나 인증 필요 없이 일반적인 통관절차를 통해 수입 가능.

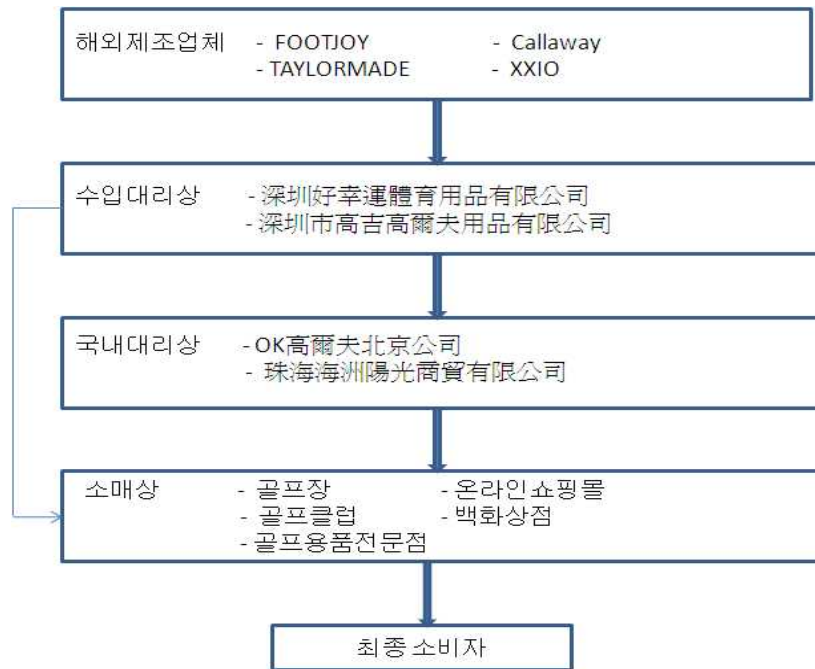
수입기업은 한국기업이 제공한 수입위탁서, 수출입계약서, 검사위탁서, 통관증서, 영수증, 화물출고증, 제품 관련 설명서 등을 세관에 제출하고 수입 통관 수속 진행

## 2 시장 구조

### □ 유통구조

- 골프용품 산업 유통구조는 일반적으로 골프용품 생산기업, 대리상, 소매점(골프장, 골프클럽, 골프용품전문점, 온라인쇼핑몰, 백화점 등) 및 최종소비자로 구성
- 소매점 중 골프용품 전문점, 체육용품 전문점 등이 60%, 골프장, 골프클럽 등이 20%, 온라인 쇼핑몰, 백화점 등이 20% 차지

<중국 골프용품 수입제품 유통구조>



- 현재 중국 골프용품 시장은 Taylor Made, Callaway, Nike, Titleist, Bridgestone, Mizuno, Dunlop, Maruman, Srixon, XXIO 등 외국 브랜드가 시장을 점유
- 비용 절감 차원에서 다수의 외국 브랜드가 중국에서 생산공장을 설립 하거나 위탁생산



- 외국 브랜드 제품은 직영점을 통해 직접 판매하거나, 수입대리상을 통해 지역대리상이나 소매상으로 단계적으로 유통
  - Taylormade, Titleist, Callaway 등 다수의 외국 브랜드는 중간 대리상을 거치지 않고 지점(분공사)를 설립하여 유통비용을 감소
  - 중간대리상을 통하지 않을 경우 지역대리상, 대형골프용품 전문점, 온라인쇼핑몰 등 소매상과 직접 거래해야 함.

## □ 대상 공략군

- 한국제품이 중국시장에 성공적으로 진출하려면 실력 있는 현지 수입업체 (대규모 대리상)나 유통업체를 확보하는 것이 필요
  - 초기에는 규모가 큰 대리상이나 중개상과 합작하여 파트너십을 구축해 공동으로 시장개척을 진행하는 것이 용이
  
- 한국 제품은 중고급 시장을 대상으로 적극적인 공략 추진 필요
  - 인기 있는 수입브랜드와 경쟁할 수 있도록 브랜드 파워를 구축하는 것이 관건
  - 또한, 대부분 수입브랜드 제품이 중국에서 생산되고 있는 만큼 이들 제품과 경쟁할 수 있는 가격경쟁력 확보도 필수적
  
- 중국 골프용품 시장에는 모조품이 매우 많으므로 자사 제품에 위조 방지 조치를 취하는 것이 우선적으로 요구됨.

### 3 바이어 의견조사

1	100golf		
담당자	Mr.Lee(비공개)	직위	Manager
담당자 Tel	(86-10) 8598-3100	담당자 Fax	(86-10) 8598-3100
Email1	<a href="mailto:100@100golf.cn">100@100golf.cn</a>	Email2	-
설립년도	2006년	종업원 수	30명
Website	<a href="http://www.100golf.cn">www.100golf.cn</a>		
주소	北京市朝阳市朝阳北路199号摩码大厦3层		
업종	골프웨어, 골프장비		
구입품목	골프웨어, 골프장비		
한국과의 거래경험	직접 수입은 없고 대리상 통해서 약간 있다고 함	교신 가능 언어	중국어
바이어 참고사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ '06년에 설립되어 온오프라인 마케팅을 병행하고 있으며, 중국 최대 골프웨어 유통기업 중의 하나</li> <li>▶ 중국산 저가 제품부터 중고 제품, 외국산 고가 제품까지 취급품목이 매우 다양</li> <li>▶ 한국제품으로는 PGA TOUR라는 골프웨어를 취급하고 있음.</li> <li>▶ 한국산은 골프 잡지나 지인들을 통해 많이 접함. 현재로서는 한국산에 대한 수요가 많지 않아 당장은 취급의사가 없지만, 품질 대비 가격이 저렴해서 잠재 수요가 있다고 판단</li> </ul>		
2	深圳市高吉高爾夫用品有限公司		
담당자	高春梅(Gao, Chun Mei)	직위	Manager
담당자 Tel	(07-55) 8313-6011	담당자 Fax	86 0755 26839912
Email1	<a href="mailto:282749480@qq.com">282749480@qq.com</a>	Email2	-
설립년도	2010	종업원 수	10
Website	<a href="http://goodluckgolf.cn.alibaba.com">http://goodluckgolf.cn.alibaba.com</a>		
주소	中国 广东 深圳市南山区 公园南路1号海尚国际丰润阁30E		
업종	골프웨어, 골프장비		
구입품목	골프웨어, 골프장비		
한국과의 거래경험	없음	교신 가능 언어	중국어
바이어 참고사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 한국 제품은 브랜드가 잘 알려져 있지 않아 시장 포지셔닝이 애매해, 이로 인해 저가 중국산과 고가 해외제품 사이에서 프로모션을 잘 해야 할 것으로 판단됨.</li> </ul>		

3		瑞高尚品 (北京) 商贸有限公司	
담당자	魏敏	직위	Manager
담당자 Tel	86 1511 0234520	담당자 Fax	86 1511 0234520
Email1	<a href="mailto:627489742@qq.com">627489742@qq.com</a>	Email2	-
설립년도	2009	종업원 수	10
Website	<a href="http://shop1346501229819.cn.alibaba.com">http://shop1346501229819.cn.alibaba.com</a>		
주소	北京市海淀区 北京市海淀区紫竹院62号赛迪大厦2131室		
업종	골프웨어, 골프장비		
구입품목	골프웨어, 골프장비		
한국과의 거래경험	없음	교신 가능 언어	중국어
바이어 참고사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 베이징 하이디엔취 지역에 위치하여, Taylormade, Callaway, Maruman, Dunlop, MacGregor, Mizuno, Honma 등을 취급</li> <li>▶ 오프라인 매장에 한국인 고객들도 종종 방문을 하는데, 대개 연습용 제품이나 저가 제품을 찾는 경우가 많음.</li> <li>▶ 한국산 제품에 대해 익히 들어 알고는 있으나, 한국산은 미국 및 일본 브랜드에 비해 제품 인지도가 떨어져 찾는 사람이 거의 없으며, 아직 취급하고 있지는 않음.</li> </ul>		

4		21世纪高尔夫用品发展有限公司	
담당자	范德平	직위	경리
담당자 Tel	010-84954546	담당자 Fax	010-84954546
Email1	<a href="mailto:627489742@qq.com">627489742@qq.com</a>	Email2	-
설립년도	2011년	종업원 수	10명
Website	<a href="http://www.golf21.cn">www.golf21.cn</a>		
주소	中国 北京市 朝阳区 望京桥北 金隅国际		
업종	골프용품 도소매		
구입품목	골프용품		
한국과의 거래경험	없음	교신 가능 언어	중국어
바이어 참고사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 온라인 골프용품 판매 기업으로 다수 브랜드의 골프용품을 대리 판매하고 있음.</li> <li>▶ 한국 골프제품의 지명도 낮아 판매량이 비교적 작음. 중국 진출 시 홍보 프로모션에 집중할 필요가 있음.</li> </ul>		

5		北京千竹高尔夫体育用品有限公司	
담당자	范德兴	직위	경리
담당자 Tel	010 57187562	담당자 Fax	010 57187562
Email1	<a href="mailto:vicgolf@163.com">vicgolf@163.com</a>	Email2	-
설립년도	2011년	종업원 수	10명
Website	<a href="http://www.9188golf.com">www.9188golf.com</a>		
주소	北京市朝阳区东四环东风北桥瞰都国际2号楼208室		
업종	골프용품 도소매		
구입품목	골프용품		
한국과의 거래경험	없음	교신가능언어	중국어
바이어 참고사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 온라인 골프용품 판매 기업으로 다수 브랜드의 골프용품을 대리 판매하고 있음.</li> <li>▶ 한국 제품을 수입할 의향이 있으며, 제품 가격을 포함한 중문으로 된 상세한 제품 자료가 필요함</li> </ul>		

6		深圳市好幸运体育用品有限公司	
담당자	李滨	직위	경리
담당자 Tel	0755 33073868	담당자 Fax	0755 26839912
Email1	<a href="mailto:mandygolf@126.com">mandygolf@126.com</a>	Email2	-
설립년도	2010년	종업원 수	100명
Website	<a href="http://www.luckgolf.com">http://www.luckgolf.com</a>		
주소	中国 广东 深圳市南山区 公园南路1号海尚国际丰润阁30E		
업종	골프용품 도소매		
구입품목	골프용품		
한국과의 거래경험	있음	교신가능언어	중국어
바이어 참고사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 한국 제품을 수입할 의향이 있으며, 제품 가격을 포함한 중문으로 된 상세한 제품 자료가 필요함.</li> </ul>		

# 태국

## 1 시장 동향

### □ 품목 유망성

- 태국에서 골프는 매우 인기가 높은 운동 중 하나로 약 900개의 골프장이 운영되고 있으며, 시장 규모는 약 30억 바트(1억 달러)
  - 주로 40세 이상의 부유한 중년 또는 노년층이 즐기는 운동이었으나, 점차 중산층으로 확대되면서 대중화되는 추세
  - 골프시장 활성화에 따라 골프채, 골프공, 골프 의류 및 액세서리 등 기타 골프용품의 수요 증가
- 현지 브랜드보다는 외국 브랜드 제품이 인기리에 판매
  - 그러나, 태국 골프용품 시장이 성장흐름을 타면서 꾸준한 수요에 대응하기 위해 일부 외국 브랜드는 태국에 에이전트를 설립하거나 직접 판매로 제품을 유통하여 운송비를 감축, 현지 기업들도 시장 확대를 위해 공격적인 영업에 나서는 중

### □ 수입동향 및 정책

- - (골프채) '11년 총 수입은 약 1,890만 달러로 전년대비 24.3% 증가. 일본, 중국, 미국이 주요 수입 대상국이며, 이 중 일본 수입이 약 770만 달러로 가장 큰 비중 40% 차지
  - (골프공) '11년 총 수입은 약 370만 달러로 전년대비 -27% 감소하였으나 '12년 상반기에는 회복되는 움직임을 보이고 있음. 미국과 일본 수입이

- 각각 약 90만 달러로 수입시장에서 가장 큰 비중을 차지
- (기타골프용품) '11년 총 수입은 약 4,060만 달러로 전년대비 63.5% 대폭 증가하였으며, '12년 상반기에도 12.3% 증가세 유지

<태국 골프용품 수입 동향>

(단위 : 천 달러, %)

품목	2010년	2011년	2012년(1-6월)
골프채	16,211	18,915 (24.3)	9,516 (△15.8)
골프공	5,056	3,692 (△27.0)	2,098 (△3.3)
기타골프용품	24,876	40,680 (63.5)	22,728 (12.3)

자료원 : WTA

주 : 골프채(HS Code 950631), 골프공(HS Code 950632), 기타골프용품(HS Code 950639) 기준

- 미국 제품이 77.6%의 압도적으로 시장점유율로 태국 기타골프용품 시장을 장악
  - 對미국 수입은 '11년에 전년대비 181.8% 대폭 증가하여 약 300만 달러를 기록하였으며, '12년 상반기까지의 수입도 이미 전년대비 37.6% 증가하여 부동의 1위 자리를 유지할 것으로 보임.
  - 미국 다음으로 일본산 제품이 11.9%, 중국이 8.2%대로 시장 상위권 차지
- 對한국 기타골프용품 수입은 '11년 18만 8천 달러 선으로 전년도와 비슷한 수준 유지
  - 태국의 7대 수입 대상국이지만 시장 점유율은 아직 1% 미만으로 수입이 활발하다고는 할 수 없는 상황
- 주요 기타골프용품 제품별 시장 동향
  - (골프 샤프트) 미국, 일본 제품이 우수한 품질로 시장을 장악
  - (골프 클럽) 태국에서 유통되는 제품의 80%가 미국과 일본 수입제품이며,

- 나머지 20%는 대만, 중국, 한국 등에서 수입하는 초보자용 저가 제품
- (골프 신발) 수입제품과 현지 생산제품이 모두 판매되고 있음. 태국 골퍼들은 일반적으로 고무 스파이크, PVC 골프 신발을 사용함. 유럽산 골프 신발은 아시아 사이즈 보다 폭이 더 좁다는 단점이 있음.
- (골프 가방) 태국 내 생산 공장이 많으며, 최근 기업 행사 시 골프 가방 선물이 유행으로 확산되어 주문 쇄도

<태국의 기타골프용품 수입 동향>

(단위 : 천 달러, %)

순위	국가	2010년	2011년		2012(1-6월)	
		금액 (점유율)	금액 (점유율)	전년대비 증감률	금액 (점유율)	전년대비 증감률
1	미국	10,677 (42.9)	30,092 (74.0)	181.8	17,630 (77.6)	37.6
2	일본	7,570 (30.4)	6,601 (16.2)	△12.8	2,703 (11.9)	△34.2
3	중국	5,780 (23.2)	3,007 (7.4)	△48.0	1,866 (8.2)	11.3
4	태국	95 (0.4)	530 (1.3)	458.0	360 (1.6)	△5.3
5	대만	214 (0.9)	165 (0.4)	△22.9	61 (0.3)	△36.0
6	호주	55 (0.2)	23 (0.1)	△47.3	46 (0.2)	110.2
7	한국	188 (0.8)	188 (0.5)	0.1	36 (0.2)	△70.1
<b>합 계</b>		<b>24,876</b>	<b>40,680</b>	<b>63.5</b>	<b>22,728</b>	<b>12.3</b>

자료원 : WTA

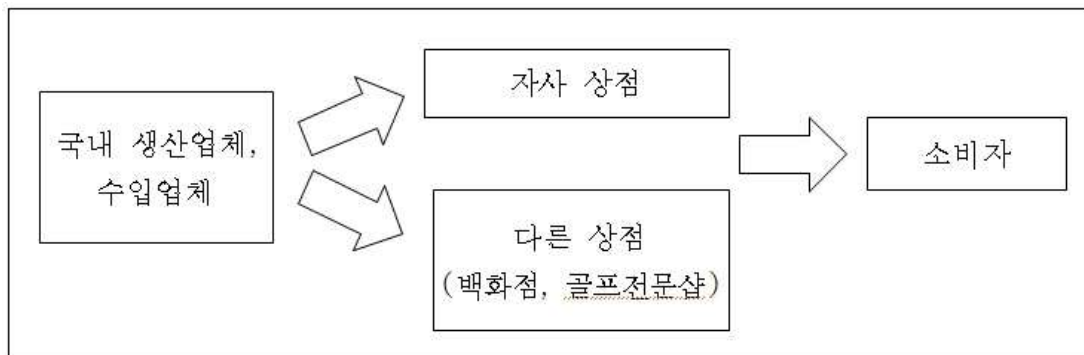
- 수입관세율 및 정책
  - 관세율 : 한-아세안 FTA에 의해 한국산 골프채, 골프공, 기타골프용품 관세율은 0%
  - 인증 : 필수인증 없음.

## 2 시장 구조

### □ 유통구조

- 골프용품 유통시장은 크게 두 분야로 구분 가능
  - 첫째는 현지 생산업체가 자사의 상점에서 직접 제품을 판매하거나, 다른 골프상점에서 제품을 판매하도록 유통하는 방법
  - 둘째는 수입업체가 자사의 상점에서 직접 제품을 판매하거나 다른 상점으로 제품을 유통

<태국 골프용품 유통구조>



- 태국에서 골프용품은 전문점과 쇼핑몰에서 판매
  - 골프용품 상점이 밀집되어 있는 방콕의 Thaniya Plaza는 가장 규모가 큰 골프 쇼핑몰이며, 그 외에 다수의 백화점 스포츠용품 코너에 골프 클럽 및 각종 골프용품을 판매
  - 시장에는 가짜 상품이 많이 판매되기 때문에 주의가 필요

### □ 대상 공략군

- 골프클럽
  - 일본, 미국 등의 글로벌 브랜드가 축적된 기술과 노하우로 다양한 제품을 제시



- 한국산 브랜드는 인지도 낮아 브랜드 이미지 구축을 위해 적극적인 마케팅 노력이 필요
- 골프볼, 장갑 등 기타 액세서리
  - 한국산 제품은 트렌디한 디자인과 합리적인 가격대로 알려져 있어, 골프 전문매장(스포츠몰, 백화점, Thaniya Plaza 등)에서 중고급 제품 이미지로 포지셔닝하여 태국 시장 공략 가능

### 3 바이어 의견 조사

1		Golfmate	
담당자	Siridej Shinchavniij	직위	Managing Director
담당자 Tel	(66-2) 138-3833	담당자 Fax	(66-2) 183-6275
Email1	stan@golf-mate.com	Email2	-
설립년도	1977	종업원 수	약 200 명
Website	<a href="http://www.golf-mate.com">www.golf-mate.com</a>		
주소	5/134 Soi Anamai Srinakarin Road, Suanluang, Bangkok 10250		
업종	골프용품 도소매		
구입품목	골프 용품 및 의류		
한국과의 거래경험	있음	교신 가능 언어	영어
바이어 참고사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 한국산 골프용품의 품질은 우수하고 디자인도 트렌드에 맞게 뛰어남.</li> <li>▶ 한국기업과 거래할 때 가장 큰 문제는 영어 의사소통 전시회에서 만난 한국기업의 경우 전시회의 담당직원은 영어 의사소통이 가능하였으나 그 후 회사로 연락을 하였을 때 의사소통이 제대로 되지 않았음. 그리고 원산지 증명서 정보도 오류가 많이 발생</li> </ul>		

2		Eagle Green	
담당자	Nopporn Runnapai	직위	Sales Manager
담당자 Tel	(66-2) 918-7898	담당자 Fax	(66-2) 918-8977
Email1	eaglegreen@hotmail.com	Email2	-
설립년도	1977	종업원 수	약 200 명
Website	<a href="http://www.golfhouse.de">www.golfhouse.de</a>		
주소	140/26 Soi 125 Ramindra Road, Minburi, Bangkok 10510		
업종	골프용품 도소매		
구입품목	골프 용품 및 의류		
한국과의 거래경험	있음	교신 가능 언어	영어
바이어 참고사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 한국에서 골프공 디스펜서와 골프 액세서리를 수입</li> <li>▶ 한국산 제품은 성능이 양호하여 만족</li> </ul>		

3		Golf House	
담당자	Kosol Naksomphop	직위	Owner
담당자 Tel	(66-2) 272-1117	담당자 Fax	(66-2) 272-1515
Email1	golfhouse@hotmail.com	Email2	-
설립년도	1977	종업원 수	약 200 명
Website	<a href="http://www.golfhouse.de">www.golfhouse.de</a>		
주소	1032/188 Soi Ruamsirimit, Vibhavadi-Rangsit Road, Ladyao, Chatuchak, Bangkok 10900		
업종	골프용품 도소매		
구입품목	골프 용품 및 의류		
한국과의 거래경험	없음	교신 가능 언어	영어
바이어 참고사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 한국산 골프 액세서리 제품은 아시아인들에게 매우 적합</li> <li>예를 들면 한국산 골프장갑은 손가락 길이가 비슷해 태국인들에 잘 맞음.</li> <li>제품 스타일도 트렌디하며 가격도 양호한 수준</li> </ul>		

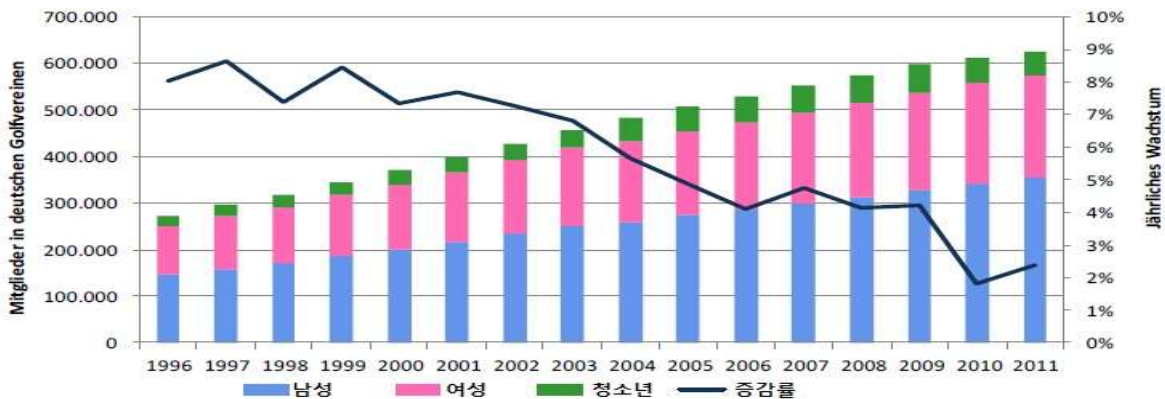
# 독일

## 1 시장 동향

### □ 품목 유망성

- '16년 올림픽 정식 종목으로 채택 된 이후 골프에 대한 독일 사람들의 관심이 높아지면서 골프인구도 꾸준히 증가하는 추세
  - 독일 정부는 국가 대표급 선수를 육성하기 위한 對협회 지원금 증가 및 육성 프로그램 확충
  - '11년 독일 골프협회에 등록되어 운영 중인 골프장은 801개이며, 골프 인구는 전년 대비 2.4% 상승한 624,569명으로 파악
  
- 독일에서 골프는 비즈니스 목적이 강한 우리나라와는 달리 즐기기 위한 스포츠로 자리를 잡아가고 있으며, 수영, 육상 등 기초 스포츠 종목과 같이 대중적으로 확산하기 위한 각 주 정부의 지원 강화
  - 바이에른 주는 골프를 일반 학교의 정규 스포츠 프로그램으로 안착 시키기 위해 주정부 차원에서 보조금을 지원

<1996~2011년 독일 골프협회 가입자 수 추이>



자료원 : European Golf Association

□ 수입동향 및 정책

- 골프 인구가 증가하면서, 이와 관련된 골프장비의 수요가 확장되고 있으며 수입 또한 꾸준히 증가
  - (골프채) '11년 수입은 전년대비 17.8% 증가에 이어 '12년 상반기에도 비슷한 수준대의 18.4% 증가, 약 1,593만 달러 기록
  - (골프공) '11년 전년대비 11% 늘은 1,220만 달러를 기록, '12년 상반기에는 전년동기 대비 30.5% 대폭 증가, 약 884만 달러 기록
  - (기타골프용품) '11년 전년대비 15.5% 증가한 1,296만 달러 기록, '12년 상반기에는 전년동기 대비 30.5% 대폭 증가, 약 600만 달러 기록

<독일 골프용품 수입 현황>

(단위: 천 달러, %)

품목	2010년	2011년	2012년(1-6월)
골프채	19,561	23,048 (17.8)	15,937 (18.4)
골프공	10,996	12,203 (11.0)	8,842 (30.5)
기타골프용품	11,227	12,968 (15.5)	6,001 (30.5)

자료원 : WTA

주 : 골프채(HS Code 950631), 골프공(HS Code 950632), 기타골프용품(HS Code 950639) 기준

- 영국을 선두로, 네덜란드, 오스트리아, 아일랜드, 오스트리아 등 인근 유럽 국가의 기타골프용품 수입이 전체의 약 50% 이상을 차지
  - '12년 상반기 들어 對영국 수입은 397만 달러로 전년동기 대비 36.7% 감소하였음에도 불구하고, 26.9%의 시장점유율을 차지하며 독일 수입 시장에서 1위 자리 유지
  - 그 다음으로 중국산 저가 제품 수입이 '11년 기준 293만 달러로 독일 시장의 25%를 차지하며 영국과 근소한 차이로 2위
  - '11년 일본 수입은 45만 달러 규모로 전체 시장의 3.2%에 불과

- 한국은 10대 수입국가로 '12년 상반기 수입은 약 12만 5천 달러 규모로 전년 동기대비 약 20.5% 감소
- '11년 對한국 수입은 전년 대비 218.4% 대폭 증가한 약 22만 5천 달러 기록
- 전체 수입국 내 대 한국의 수입 비중도 1.7% → 2.1%로 상승

<독일의 기타골프용품 수입 동향>

(단위 : 천 달러, %)

순 위	국가	2010년	2011년		2012(1-6월)	
		금액 (점유율)	금액 (점유율)	전년대비 증감률	금액 (점유율)	전년대비 증감률
1	영국	3,236 (28.8)	3,972 (30.6)	22.8	1,612 (26.9)	△36.7
2	중국	2,429 (21.6)	2,939 (22.7)	21.0	1,542 (25.7)	△15.1
3	네덜란드	2,005 (17.9)	1,483 (11.4)	△26.0	772 (12.9)	△13.8
4	미국	827 (7.4)	852 (6.6)	3.0	533 (8.9)	23.5
5	오스트리아	745 (6.6)	657 (5.1)	△11.8	261 (4.4)	△20.5
6	대만	298 (2.7)	292 (2.3)	△2.1	236 (3.9)	68.8
7	일본	393 (3.5)	451 (3.5)	3.5	229 (3.8)	△9.9
8	아일랜드	434 (3.9)	1,012 (7.8)	132.9	165 (2.7)	△69.8
9	스웨덴	124 (1.3)	263 (2.0)	112.6	131 (2.2)	△27.9
10	한국	71 (0.6)	225 (1.7)	218.4	125 (2.1)	20.5
<b>합 계</b>		<b>11,227</b>	<b>12,968</b>	<b>15.5</b>	<b>6,001</b>	<b>30.5</b>

자료원 : WTA

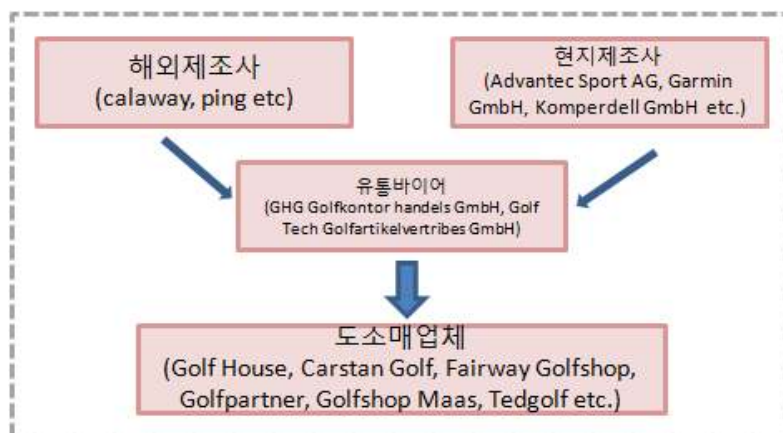
- 수입관련정책 및 인증제도
- 관세율 : 0%
- 인증제도 : 골프 용품 생산 과정부터 제품 퀄리티에 대한 인증으로 ISO 9000 인증 획득이 가능하나, 필수는 아님. 현재 PING등의 해외 유명 제조 업체만이 해당 인증을 받아 제품 유통 중

## 2 시장구조

### □ 유통구조

- 독일 자국 브랜드보다 외국 수입브랜드의 인지도가 높아 이를 수입해서 유통하는 구조가 일반적
- Ping, Callaway 등 외국 브랜드의 직영 유통매장은 아직 없으며, 대리점을 통한 유통이 일반적임
- 또는 골프 전문용품점 중심의 유통채널이 형성되어 있으며, 그중에서도 Golfhouse 라는 유통업체가 독일 전역에 위치
  - 이 외에 골프장에 입점한 골프 샵에서의 유통이 활발하고, 대 도시 내 스포츠 용품 백화점 내 간간히 골프 용품이 입고되기도 하나, 제품 안내나 상담을 받을 수 있는 여건이 제공되지 않아 어려워 찾는 이가 많이 없음.
- 클럽과 같은 고가의 골프용품은 이베이에서 직수입하여 구매하거나, 골프 액세서리 구입 시 저렴한 온라인 샵을 이용하는 구매자가 증가하는 추세

<독일 골프 용품 유통구조>



## □ 대상 공략군

- 전문 골프용품 유통망이 폭넓게 갖춰져 있지 않아, 골프장 내 입점매장에서 직접 수입을 하는 경우나 해외에서 구입하는 방법 등 다양한 채널이 존재
  - 한국기업은 골프용품을 세분화하여 다각적인 마케팅접근이 필요하며, 클럽 등 기본 장비의 경우 한국 제품의 브랜드인지도가 낮아 중저가로 접근하여 진출하는 것이 의미 있는 전략으로 사료됨.
  - 또한, 개별 골프장 내 입점매장의 유통채널은 소규모 발주가 이루어지므로 검증된 브랜드가 아니면 진입하기 어려운 점이 있으며 대형 유통 채널 공략이 한국기업에게는 유리하게 작용할 수 있음.
  
- 골프인구의 연령이 낮아지면서 비거리 측정 레이저 및 GPS, 스마트폰 어플리케이션 등 IT 기능이 첨가된 최첨단 골프기기의 이용이 활발해 지고 있어 IT에 강한 우리 기업들의 시장 확대 기회가 많음.
  - 대부분의 브랜드가 시장 진입 초기시점이므로 타 브랜드와 유사 가격 전략을 펼치되, 값싼 중국산 기계라는 이미지를 피하기 위해 고급화 마케팅이 유효할 것으로 사료됨.

### 3 바이어 의견 조사

1 Golf House			
담당자	Stefan Holland	직위	Hardware purchasing manager
담당자 Tel	49-40 - 431 361 0	담당자 Fax	49-40 - 430 202 6
Email1	<a href="mailto:stefan.holland@golfhouse.de">stefan.holland@golfhouse.de</a>	Email2	-
설립년도	1977	종업원 수	약 200 명
Website	<a href="http://www.golfhouse.de">www.golfhouse.de</a>		
주소	Schnackenburgallee 149 22525 Hamburg		
업종	골프용품 도소매		
구입품목	골프 용품 및 의류		
한국과의 거래경험	없음	교신 가능 언어	독일어
바이어 참고사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 한국과의 직접적인 거래 경험은 없으나, 유명브랜드의 OEM업체 중 한국 업체가 있다는 것은 알고 있음.</li> <li>▶ 제품 품질도 중요하나 골프업계에서는 브랜드가 더욱 중요함. 현재 한국 제품은 독일 시장에서 인지도가 없으며, 유명한 선수의 스폰서 마케팅으로 인지도를 쌓은 뒤 독일 및 유럽시장으로 진출하는 것 또한 좋은 전략</li> <li>▶ 현재 독일 온라인 골프샵에서 골프 용품 중 거리측정 GPS가 잘 팔리고 있으며, 한국제품이 경쟁력을 갖출 수 있는 제품군이 아닐까 생각함.</li> </ul>		
2 Pro-Shop			
담당자	Gabriele Kollwitz	직위	Shop manager
담당자 Tel	49-4853-880909	담당자 Fax	49-4853-880187
Email1	<a href="mailto:info@golf-am-donner-kleve.de">info@golf-am-donner-kleve.de</a>	Email2	-
설립년도	N/A	종업원 수	N/A
Website	<a href="http://www.golf-am-donner-klever.de">www.golf-am-donner-klever.de</a>		
주소	Alte Landstraße 1, 25693 Sankt Michaelisdonn		
업종	골프용품		
구입품목	골프용품		
한국과의 거래경험	없음	교신 가능 언어	독일어
바이어 참고사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 골프장 내에 입점한 골프용품전문점으로 대부분 소규모 발주가 이루어짐. 또한 소규모로 발주가 이루어지다 보니 검증된 브랜드만 구매하는 것이 관례</li> <li>▶ 한국제품에 대해서는 아는바가 없으며, 브랜드로 구매여부가 가늠되는 골프용품 특성상 인지도가 없는 한국 제품 구매의사는 아직까지는 없음.</li> </ul>		



<b>3</b>		<b>all4golf</b>	
<b>담당자</b>	Stefan Kirste	<b>직위</b>	CEO
<b>담당자 Tel</b>	49-511-856555	<b>담당자 Fax</b>	49-511-856556
<b>Email1</b>	<a href="mailto:info@all4golf.de">info@all4golf.de</a>	<b>Email2</b>	-
<b>설립년도</b>	N/A	<b>종업원 수</b>	N/A
<b>Website</b>	<a href="http://www.all4golf.de">www.all4golf.de</a>		
<b>주소</b>	Kugelfangtrift 6, 30179 Hannover-Vahrenheide		
<b>업종</b>	골프용품		
<b>구입품목</b>	골프용품		
<b>한국과의 거래경험</b>	없음	<b>교신 가능 언어</b>	독일어
<b>바이어 참고사항</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 온라인판매를 위주로 하는 골프용품점으로 대부분 중저가의 제품을 취급</li> <li>▶ 청소년 골프용품 코너를 따로 두어 다양한 라인업으로 판매하고 있으며 반응이 좋은 편</li> <li>▶ 특히 어린이용 골프채 시장은 인지도 있는 브랜드가 현재 비교적 적은 편이기 때문에 신생업체가 진입 시 장벽은 높지 않을 것으로 판단</li> <li>▶ 한국제품에 대해서는 잘 알지 못하며, 골프용품 특성상 브랜드 마케팅이 우선 필요하다고 생각함.</li> </ul>		

<끝>

## 2013년 KOTRA 발간자료 목록

### □ GMR (Global Market Report)

번호	제목	발간일자
13-001	오바마 재선에 따른 경제.통상정책 방향 전망과 시사점	2013.1
13-002	2013년 1분기 KOTRA-SERI 수출선행지수	2013.1
13-003	중소기업 신규 수출확대 유망품목 - 공작기계 (머시닝센터) -	2013.2
13-004	중소기업 신규 수출확대 유망품목 - 기타골프용품 -	2013.1
13-005	중소기업 신규 수출확대 유망품목 - 안경테 -	2013.1
13-006	중소기업 신규 수출확대 유망품목 - 폴리에스터 단섬유 -	2013.1
13-007	중소기업 신규 수출확대 유망품목 - 폴리프로필렌 테이프 -	2013.1

### □ KOCHI자료

번호	제목	발간일자
13-001	한국 수출 증대의 길, 한류에 묻다	2013.1

### □ KOTRA자료

번호	제목	발간일자
13-001	해외 주요국 투자인센티브 현황 및 사례조사	2013.1
13-002	외국인을 위한 법인설립 안내	2013.1
13-003	Guide to Business Establishment in Korea	2013.1

### □ 설명회자료

번호	제목	발간일자
13-001	2013 세계시장 진출전략 설명회	2013.1
13-002	2013 중국3대 유망시장 설명회	2013.1
13-003	2013년 전략시장 협력 파트너쉽 포럼	2013.1

## 작성자

◆ 방콕무역관	박영선 차장
◆ 뉴욕무역관	고일훈 차장
◆ 상해무역관	김명신 차장
◆ 베이징무역관	문은혜 과장
◆ 창사무역관	황인선
◆ 함부르크무역관	송형주
◆ 선진시장팀	진은주 대리

## Global Market Report 13-004

### 중소기업 신규 수출확대 유망품목

- 기타골프용품 -

발행인 | 오영호  
편집인 | 배창헌  
발행처 | KOTRA  
발행일 | 2013년 1월 31일  
주소 | 서울시 서초구 헌릉로 13  
(우 137-749)  
전화 | 02) 1600-7119(대표)  
홈페이지 | [www.kotra.or.kr](http://www.kotra.or.kr)  
[www.globalwindow.org](http://www.globalwindow.org)

Copyright © 2013 by KOTRA. All rights reserved.

이 책의 저작권은 KOTRA에 있습니다.

저작권법에 의해 한국 내에서 보호를 받는 저작물이므로  
무단전재와 무단복제를 금합니다.