



보도시점 2025. 3.25.(화) 11:00  
< 3.26.(수) 조간 >

배포 2025. 3.25.(화)

## 범정부 해외마케팅 협력으로 수출동력 이어나간다

- 「'25년 해외마케팅 정책협의회」 개최·'25년 해외전시회 총 389회, 7,800여개사 지원
- 오사카엑스포, APEC 등 국제행사 계기 범정부 함께 코리아 세일즈 총력-
- 이제는 국내도 수출마케팅 무대로·국가대표 브랜드 전시회 육성에 착수

산업통상자원부(장관 안덕근)는 3.25(화), 중기부·문체부 등 7개 중앙부처, 17개 광역 지자체, 코트라 등 9개 수출 유관기관 등이 참석한 가운데, 산업부 박정성 무역투자실장 주재로 「2025년 해외마케팅 정책협의회」를 개최하였다.

협의회에서는 대외여건의 불확실성이 커지는 가운데 우리 기업들의 수출동력을 이어나가기 위해서는 범정부 해외마케팅 지원 확대가 중요하다는 인식하에, 주요 부처, 지자체의 올해 해외 전시회 참가 지원계획을 공유하고, 수출 마케팅 성과를 높이기 위한 협력방안을 중점 논의하였다.

산업부가 중기부·농식품부 등 7개 중앙부처와 17개 광역 지자체의 올해 해외 전시회 지원계획을 취합한 결과, 총 983억 원의 예산으로 7,817개사를 지원할 계획인 것으로 조사되었다. 25년의 경우 아세안, 중국, 북미 등 주력시장이 여전히 높은 비중을 차지하였으며, CIS·중남미·아프리카 지역 등 신흥시장 지원 비율이 증가하였다. 품목별로는 소비재, 바이오·의료 분야 지원이 증가하였다.

\* (아세안 유럽 중국 북미) '24년 77.6%→'25년 75.4% (CIS·중남미·아프리카) '24년 2.6%→'25년 4.4%

\*\* (소비재) '24년 33.2%→'25년 39.4%, (바이오·의료) '24년 8.8%→'25년 9.8%

‘대한민국 브랜드’ 위상을 수출마케팅에 활용할 수 있도록 추진해온 통합 한국관의 경우 작년 139개 전시회에서 166.9억불 수출 상담, 34.1억불 수출 계약 성과가 있었다. ‘25년에는 참여기업들의 성과를 높일 수 있도록 지원기관 간 사전회의 정례화, 통합 성과공유대회 개최 등 협력체계를 강화하기로 하였다.

올해는 특히 대규모 국제행사를 활용하여 관계부처·지자체가 협력하여 대대적인 ‘대한민국 마케팅’을 추진할 계획이다. 2025 오사카 엑스포(4.13~10.13, 오사카) 기간에는 5개 부처가 협력하여 30여 개 연계 행사를

통해 대한민국의 기술과 문화경쟁력을 알릴 계획이다. 한편 APEC 정상회의 기간에는 전국 7개 전시장의 수출전시회와 연계한 ‘수출붐업 코리아 Week(10.22~31)’ 개최와 함께, 비즈니스 파트너십, 전시회 등 다양한 경제 행사를 개최할 예정이다. 한편, 최근 K-라이프스타일 확산으로 전세계 호응이 커지고 있는 한류박람회는 작년 3회에서 금년에는 6회(뉴욕, 토론토, 두바이, 마드리드, 프놈펜, 알마티)로 확대 추진한다.

아울러 이제는 수출강국 위상에 맞게 ‘국가대표 브랜드 전시회’를 육성해 나가기로 뜻을 모았다. 전시회는 대표적인 수출마케팅 수단이며 미국의 CES와 같은 글로벌 전시회의 경우 수출과 함께 지역경제 활성화에도 큰 역할을 하고 있으나, 국내 전시회의 경우는 대부분 소규모인 실정이다. 이에 중앙정부와 지방정부가 협력하여 권역별 특화산업 연계 유망 전시회를 글로벌 최고 수준으로 육성해 나가기로 했다.

협의회를 주재한 박정성 무역투자실장은 “보호무역주의 확산 등 불확실성이 커지고 있는 글로벌 통상환경에서 기업들이 수출동력을 이어나갈 수 있도록 힘을 모아야 할 시점”이라고 언급하며, “관계부처, 지자체, 기업이 ‘수출 원팀’으로 뭉쳐 해외전시회 참가기업들이 성과를 높일 수 있도록 협력을 한층 강화해 줄 것을 당부하였다.

- 【붙임】 1. 2025년 해외마케팅 정책협의회 개요  
2. 2025년 범정부 해외전시회 지원계획(안) 주요내용

|       |                |     |     |                    |
|-------|----------------|-----|-----|--------------------|
| 담당 부서 | 무역정책관<br>무역진흥과 | 책임자 | 과 장 | 정승혜 (044-203-4030) |
|       |                | 담당자 | 사무관 | 유강열 (044-203-4034) |
|       |                |     | 주무관 | 박수민 (044-203-4032) |



## 참고 1

## 2025년 해외마케팅 정책협의회 개요

### □ 개최 목적

- 전시산업발전법\*에 따라 해외마케팅 활성화와 효율성 제고를 위하여 해외마케팅 지원전략을 수립하고, 관련 정책의 협의·조정 추진

\* 전시산업발전법 제21조제5항 및 전시산업발전법령 통합고시 제16조

### □ 협의회 개요

- (일시/장소) '25.3.25.(화) 15:00~16:30 / 세종청사 12동 506호
- (참석자) 산업부 무역투자실장(주재), 관계부처(7), 지자체(17), 유관기관(9)
  - \* 관계부처(7) : 산업부, 중기부, 문체부, 농식품부, 해수부, 과기부, 복지부
  - 광역시지자체(17) : 서울시, 부산시, 대구시, 인천시, 광주시, 대전시, 울산시, 세종시, 경기도, 강원도, 충청북도, 충청남도, 전라북도, 전라남도, 경상북도, 경상남도, 제주도
  - 유관기관(9) : KOTRA, 무역협회, 중소기업중앙회, 농수산식품유통공사, 콘텐츠진흥원, 정보통신산업진흥원, 창업진흥원, 보건산업진흥원, 전시산업진흥회
- (주요내용) '25년 범정부 해외전시회 지원계획(안) 발표·토론
  - 해외전시회 '25년 지원계획, 통합한국관 확대 및 성과제고, 지원기관별 협업 강화 등

### □ 세부 일정(안)

| 시 간         |     | 내 용                        | 비 고           |
|-------------|-----|----------------------------|---------------|
| 15:00~15:03 | 3'  | 모두 발언                      | 산업부<br>무역투자실장 |
| 15:03~15:15 | 12' | 2025년 범정부 해외전시회 지원계획(안) 발표 | 산업부           |
| 15:15~16:25 | 70' | 토 론                        | 참석자 전원        |
| 16:25~16:30 | 5'  | 마무리 발언                     | 산업부<br>무역투자실장 |

## 참고 2

## 2025년 범정부 해외전시회 지원계획(안) 주요내용

### [1] 해외전시회 지원계획 현황

◆ (조사방법) 2.21~2.27, 7개 부처, 17개 지자체로부터 '24년, '25년의 해외전시회 지원 예산, 기업수, 횟수, 전시회 정보(지역, 품목 등) 등 조사

- (종합) 총 983억원 예산 투입, 7,817개사 단체·개별 참가 지원
- '24년 대비 예산은 4.0% 증가, 지원기업 수는 1.6% 감소

|          | 예산(백만원) |               | 지원기업 수(개사) |              | 지원횟수(회) |            |
|----------|---------|---------------|------------|--------------|---------|------------|
|          | '24     | '25           | '24        | '25          | '24     | '25        |
| 중앙부처(7개) | 75,435  | <b>78,831</b> | 6,126      | <b>6,104</b> | 237     | <b>246</b> |
| 지자체(17개) | 19,129  | <b>19,488</b> | 1,822      | <b>1,713</b> | 149     | <b>143</b> |
| 합 계      | 94,565  | <b>98,319</b> | 7,948      | <b>7,817</b> | 386     | <b>389</b> |

① (지역) 아세안, 유럽, 중국, 북미 등 주력시장이 여전히 큰 비중('24년 77.6%→'25년 75.4%) 차지하고 있으며,

- CIS·중남미·아프리카('24년 2.6%→'25년 4.4%) 등 신흥시장 지원비율 증가

| 국가      | 아세안       |                  | 유럽        |                  | 중국        |                  | 북미        |                  |
|---------|-----------|------------------|-----------|------------------|-----------|------------------|-----------|------------------|
|         | '24       | '25              | '24       | '25              | '24       | '25              | '24       | '25              |
| 지원횟수(회) | 97(25.2%) | <b>99(25.5%)</b> | 81(21.0%) | <b>73(18.8%)</b> | 74(19.2%) | <b>70(18.0%)</b> | 48(12.2%) | <b>52(13.1%)</b> |
| 국가      | 일본·대양주    |                  | 중동        |                  | CIS       |                  | 중남미·아프리카  |                  |
|         | '24       | '25              | '24       | '25              | '24       | '25              | '24       | '25              |
| 지원횟수(회) | 43(11.2%) | <b>43(11.1%)</b> | 33(8.6%)  | <b>35(9.0%)</b>  | 4(1.0%)   | <b>10(2.6%)</b>  | 6(1.6%)   | <b>7(1.8%)</b>   |

② (품목) 한류 및 바이오헬스 산업 성장에 따라 소비재('24년 33.2%→'25년 39.4%)와 바이오·의료 품목('24년 8.8%→'25년 9.8%) 지원비율 증가

| 품목      | 소비재        |                   | 일반기계      |                  | 바이오·의료   |                 | 전기전자     |                 | 자동차·조선    |                  |
|---------|------------|-------------------|-----------|------------------|----------|-----------------|----------|-----------------|-----------|------------------|
|         | '24        | '25               | '24       | '25              | '24      | '25             | '24      | '25             | '24       | '25              |
| 지원횟수(회) | 128(33.2%) | <b>153(39.4%)</b> | 53(13.8%) | <b>47(12.1%)</b> | 34(8.8%) | <b>38(9.8%)</b> | 36(9.1%) | <b>31(7.7%)</b> | 25(6.5%)  | <b>18(4.6%)</b>  |
| 품목      | 섬유         |                   | 서비스       |                  | 콘텐츠      |                 | 화학·에너지   |                 | 종합/기타     |                  |
|         | '24        | '25               | '24       | '25              | '24      | '25             | '24      | '25             | '24       | '25              |
| 지원횟수(회) | 24(6.2%)   | <b>17(4.4%)</b>   | 15(3.9%)  | <b>13(3.4%)</b>  | 9(2.3%)  | <b>9(2.3%)</b>  | 10(2.6%) | <b>4(1.0%)</b>  | 52(13.5%) | <b>59(15.2%)</b> |

## [2] 통합한국관 협력체계 강화

- ◆ 통합한국관 협력체계 확장(사전협의 강화 + 사후관리), 기업편의 지원 강화
- ◆ 해외마케팅 범정부 협력 제도화 추진

### □ (협력체계 강화) 사전 협의 체계 강화 및 사후관리 협력 추진

- (사전협의) CES, MWC 등 주요 전시회의 경우 참여 기관 사전 준비회의 정례화 (D-6개월 : 수행기관, D-3개월 : 부처·지자체)
    - 우수기업 모집, 현장 마케팅 컨셉, 홍보 전략 논의
    - 전시회 주최 측과 통합한국관 부스 공동 임차 협상을 통해 바이어와 참관객 방문이 용이한 전시장內 좋은 부스 위치 확보
  - (현장 마케팅) 바이어 발굴, 현장 마케팅, 사후관리 지원 강화로 통합한국관 참여기업 성과 제고
  - (성과홍보, 사후관리) 주요 전시회 종료 후, 관계기관 합동 '성과 공유대회\*' 개최, 공동 보도자료 배포 등으로 성과 분석 및 공유
- \* 전시회 리뷰, 통합한국관 주요 성과 및 성과 우수기업 사례 발표 및 제품 쇼케이스 등

### □ (기업지원 강화) 디지털 마케팅 및 효율적 공간배치 등 편의제공

- 통합한국관 참여기업 현장에 현지 무역관, 명함 인식 앱을 활용하여 수집한 바이어 정보 제공
- 통합한국관 內 초대형 LED 광고판, 전용 오픈 공간을 설치하여 전시회 참관객 대상 현장 마케팅 지원 강화

### □ (해외마케팅 협력 제도화) 해외마케팅 지원 범정부 협력의 효율적 추진을 위해 관련 고시 제정 등 제도화 추진 (25. 상)

\* (예시) 「전시산업발전법령 통합고시」에 다수기관이 지원하는 해외전시회 통합한국관 구축 의무화 등 통합한국관 협력 관련 규정 신설

### [3] 부처 · 지자체 협업 ‘대한민국 마케팅’ 강화

◆ 한류박람회 개최 확대 및 협력 강화

◆ 오사카엑스포, APEC 등 국제행사 활용, 범정부 「코리아 세일즈」 추진

□ (한류박람회) 관계부처 합동 한류박람회 개최를 확대(‘24년 3회→’25년 6회)하고, K-POP 콘서트·팬사인회 등 문화 프로그램 연계

○ 한류 문화 콘텐츠(음악, 드라마, 영화 등)와 관련 소비재(식품, 화장품 등)를 연계한 B2C 판촉, B2B 상담 병행 지원(산업부, 문체부, 농식품부 등)

\* 한류(K) 박람회 일정 : 캄보디아 프놈펜(6월), 카자흐스탄 알마티(6월), 캐나다 토론토(9월), 스페인 마드리드(9월), UAE 두바이(11월), 미국 뉴욕(11월)

□ (오사카엑스포) 한국관 건립 및 부대행사 개최로 대한민국 기술·문화 경쟁력 집중홍보 → 높아진 한류위상을 수출확대, 한국 관광으로 연결

○ 「오사카엑스포 범정부 지원협의회」(24.9월~)를 통해 외교부, 문체부 등 5개 부처가 참여하여 한국관 및 30여개 부대행사 기획·추진 중

□ (APEC 정상회의) 연계사업으로 사전 분위기 조성 및 첨단산업 홍보 등을 위한 비즈니스 파트너십, 투자진출 포럼 개최, 전시홍보관 조성

<경주 APEC 정상회의 연계사업 >

○ (회의 개요) '25.10.29(수)~ 11.3(월), CEO 서밋, 라운드테이블 등

○ (주요 행사) ①한-APEC 비즈니스 파트너십(9.24~25, 경주), ② APEC 회원국 투자진출 포럼(10.24, 경주)  
③APEC 전시장 기술한류박람회(10~11월, 경주)

○ (연계 방향) 전시회 기획, 문화·관광 프로그램, 바이어 유치

□ (수출붐업 Week) APEC 기간에 맞춰 지자체·전시장·협회 협력을 통해 전국 주요전시회 연계개최 → 주요국 정상·글로벌기업 대상 수출 세일즈

\* 수출붐업 WEEK(10.22~10.31) → APEC 정상회의(10.31~11.1, 경주)

○ 산업특화 전시회(20여개), 비즈니스와 지역특화 관광(대구, 부산 등)을 연계하여 APEC 계기 역대 최대 ‘수출 붐업코리아 Week’ 추진(산업부, 문체부 등)

#### [4] 중앙-지방 협력을 통한 국가대표 브랜드 전시회 육성

◆ 수출강국 위상에 맞는 국가대표 브랜드 전시회 육성 : 수출-내수 연결고리

□ (배경) 전시회는 대표적 수출마케팅 수단으로, 주요국은 세계적인 수출 전시회(CES, MWC 등)를 통해 수출 및 지역경제 활성화 효과 동시구현

○ 국내 전시 인프라는 크게 늘어나고 있으나, 전시회의 경우 소규모 전시회 비중(면적 1만m<sup>2</sup> 이하, 71.1%)이 높고, 세계적 수준 전시회는 전무

\* '25년 현재 17개 → '31년 총 26개로 확대 예정

○ 수출 온기를 지역경제 활성화 · 내수촉진으로 확산할 수 있도록 국내에서도 글로벌 Top수준의 전시회를 육성 필요

\* '22년 기준 전시회를 통한 수출계약액 : 33억 달러(약 4조원)

□ (방향) 대한민국 수출강국 위상에 맞는 국내 대표 브랜드 전시회 육성

○ 3대 권역별(수도권, 호남권, 영남권) 지역 특화산업과 연계한 유망 전시회 발굴  
→ 해외 바이어 유치, 부대행사 지원 등을 통해 글로벌 전시회로 성장 유도

○ 지역 축제 등 문화·관광사업과 연계하여 지역경제 및 내수 활성화 도모

□ (계획) 「제4차 전시산업 발전계획 수립(~'25.6)」 및 지원 본격화('26~)

○ (1단계, '24~'25) 국내 전시 인지도 제고(수출붐업Week 연계) → (2단계 '26~'28) 권역별 특화 전시회 선정·육성 → (3단계, '29~) 국가대표 브랜드 전시 구현