

뉴욕도 반한 한류...K-소비재 세계 무대로

- 산업부·KOTRA, 북미 첫 개최...2만여 명 참관, 성황리에 개최 -
- 첨단기술 기반 ‘한류체험관’...K-콘텐츠·소비재 융합형 체험 확대 -

산업통상부(장관 김정관)와 KOTRA(사장 강경성)은 11월 6일부터 삼일간 뉴저지 아메리칸드림몰에서 「2025 뉴욕 한류박람회(KBEE 2025 NEW YORK)」를 개최했다.

한류박람회는 현지에서 확산되는 한류 열기를 활용해 국내 유망 소비재·서비스의 해외시장 진출 및 브랜드 인지도 제고를 지원하는 행사로 올해로 25번째 개최되는 박람회이다. 특히 북미에서 처음 개최된 이번 박람회는 K-컬처와 소비재의 연계를 통해 K-소비재의 외연을 확장하고 중소기업 제품의 현지 소비자·바이어 체험 기회를 확대하기 위해 마련됐다.

이번 2025 뉴욕 한류박람회에는 국내외 335개 기업이 참여했으며, 삼일간 약 2만여 명의 참관객이 방문해 높은 관심을 보였다. K-뷰티·푸드·패션 등 프리미엄 소비재 전문 100여개로 구성된 한국 기업들은 북미 및 중남미 바이어 235개사와 수출 상담을 진행했다.

개막식에는 이상호 주뉴욕대한민국총영사대리, 강경성 대한무역투자진흥공사 사장 등이 참석했으며, 한류 홍보대사 하지원·태민·화사의 축하 무대와 팬 이벤트로 열기를 더했다.

최근 미국에서 K-콘텐츠 인기가 급상승하는 가운데, 2024년 미국 내 K-뷰티 제품 수입 점유율이 1위를 기록하는 등 K-소비재 수요가 확대되고 있다. 또한 K-푸드는 라면·김 등을 중심으로 대미 수출이 최근 10년간 연평균 10% 증가하며 현지 시장에 자리잡고 있다.

산업부는 이번 한류박람회를 전략적으로 활용해 K-푸드·K-뷰티·K-굿즈 등 다양한 소비재와 콘텐츠 기업의 현지 진출을 지원했으며, 유통망 입점 및 판매 확대를 위해 현지 주요 유통망과 협업하는 등 O2O 기반 쇼케이스도 병행하였다. 이와 함께 12월 말레이시아 쿠알라룸푸르에서도 한류박람회를 이어

가며 K-소비재 수출시장 다변화를 추진할 계획이다.

산업부는 “북미에서 추진한 K-컬처 연계 수출 전략이 중소기업의 현지 진출 기반을 넓히는데 의미가 있다” 며 “이번 뉴욕 한류박람회와 함께 12월에 있을 말레이시아 한류박람회 등을 통해 수출 시장 다변화를 추진하고, K-소비재가 글로벌 브랜드로 성장할 수 있도록 정책적 지원을 확대하겠다.” 고 밝혔다.

담당 부서	무역정책관 무역진흥과	책임자	과 장	정승혜 (044-203-4030)
		담당자	주무관	이지혜 (044-203-4038)



참고

뉴욕 한류박람회 개요

□ 행사 개요

- (기간/장소) '25.11.6(목)~8(토), 뉴저지 아메리칸드림몰(美 3대몰)
- (주최/주관) 산업통상부/코트라
- (참가 규모) 국내 100개사, 바이어 235개사(북미 185개, 중남미 50개)
- (전시 대상) 뷰티, 푸드, 패션, 라이프스타일 등

□ 주요 내용

11.6일(목)		11.7일(금)		11.8일(토)	
오전	오후	오전	오후	오전	오후
B2B 수출상담회 (100개사)		B2C 전시판촉전 (11개 홍보관 운영 및 메이크업·쿠킹쇼 시연)			
		개막식, K-Pop 콘서트		팬미팅, K-Pop 경연대회	

- (B2B 수출상담회) △뷰티, 식품, 패션&주얼리, 라이프스타일관
△전문무역상사관 △현대홈쇼핑관 등 운영
- (B2C 전시판촉전) 10개 유통망 및 국립박물관문화재단 참여, 각 전시관에서 제품 현장판매 및 QR코드 활용 역직구 주문 가능
* 통합 쇼케이스관(2개)에 B2B 수출상담회 참가기업 제품 전시, 소비자 체험 유도
- (개막식·콘서트) 개막식 및 홍보대사* 토크쇼·한류공연 개최
- (부대 행사) △B2C 홍보판촉전과 연계한 체험 프로그램 운영 및 한식쿠킹·메이크업 시연 △홍보대사 팬사인회, 한류 퍼포먼스 등