

2030년 中企수출 1,800억불 달성을 위한 중소기업 수출 '4대 혁신' 전략

2026. 9. 3.

관계부처 합동

순 서

[요 약]	i
I. 추진 배경	1
II. 중소기업 수출 분석 및 과제	3
III. 중소기업 수출 4대 혁신 전략	7
IV. 추진 방향 및 지원 과제	9
(WHO) 더 많은 기업이 더 많이	
1. 수출 진입 · 성장경로 맞춤형 지원체계 구축	9
(WHAT) 더 많은 제품을	
2. 소비재 성공모델 확산과 산업재 전략품목 육성	14
(WHERE) 더 많은 시장으로	
3. 정상외교 성과 기반 신흥시장 개척 지원	21
(HOW) 더 많은 정책과 함께	
4. 기업 관점에서 글로벌화 지원체계 통합 · 재정비	24
V. 향후 계획	29

요 약

1. 추진 배경

- 中企 수출은 역대 최고치* 기록 중이며, K-뷰티·온라인 수출과 같은 新성장동력 부상 등으로 우리나라 수출의 역동성·다양성 제고에 기여
* 중소기업 수출액(억달러) : ('25) 1,200 (+8.1%)^{역대 1위}, ('26.上) 640 (+11.6%)^{역대 1위}
- 현재의 수출 호조세를 구조적 성장으로 전환하여, 중소기업 수출 1,500억불^{국정과제}을 조기에 달성할 수 있도록 수출 혁신 전략 마련

2. 중소기업 수출 현황 및 과제

- (기업) 중소기업 수출 외연 확대를 위해서는 혁신기업의 수출기업화, 상위 수출기업군 육성* 등이 필요하나 現 단년도·일률 지원으로는 한계
* '25년 기준 1천만불 이상 수출기업군 (2.4%)이 전체 수출성장의 85.4% 기여
- (품목) 한류 확산으로 K-소비재 수요가 확대되고 있으나 성장세는 K-뷰티에 편중, 中企 수출의 73%인 산업재는 최근 5년간 성장 정체
- (국가) 中企 수출은 상위 4개국에 편중 (48.4%)되어 있으나, 최근 정상 외교를 통해 인도, 중남미 등 신시장 협력 기회가 새롭게 창출
- (정책) 중소기업 수출·해외진출 지원사업이 확대·다양화되고 있으나, 부처·기관별 분산된 거버넌스는 기업의 정책 활용에 부담

3. 세부 추진전략

목표

◆ 기업·품목·국가·정책 4대 분야 혁신으로 국정목표인 中企 수출 1,500억불 넘어 2030년 1,800억불까지 도약

전략

- ① (기업) 수출 진입·성장경로 맞춤형 지원체계 구축
- ② (품목) 소비재 성공모델 확산과 산업재 전략품목 육성
- ③ (국가) 정상외교 성과 기반 신시장 개척 지원
- ④ (정책) 기업 관점에서 글로벌화 지원체계 통합·고도화

1. [기업] 수출 진입 · 성장경로 맞춤형 지원체계 구축

1] '글로벌 스케일업 500'을 통한 다년도 집중 성장 지원

- ① 성장 잠재력이 높은 기업을 선별하고, (現) 단년·개별 지원 → (改) 수출 로드맵 수립을 통한 다년·묶음 지원으로 개편하여 고속성장 유도
- ② 수출바우처 내 원부자재 소싱 메뉴판 추가, 현지진출 전문기관 발굴 등 마케팅 중심에서 공급망까지 글로벌화 정책 지원범위를 확대

2] '수출 ON 2000'으로 다양한 혁신주체의 수출기업화 촉진

- ① 청년기업의 글로벌화 수준별로 수출경험(해외전시회 참관 등), 준비(단기 수출바우처)를 지원하고, 글로벌 BM 설계 등 글로벌화 프로그램도 운영
- ② 국내 유망 소상공인의 수출상품화·온라인화, 지역별 해외 공동진출 프로그램, 수출 재도전 컨설팅·바우처 등 대상별 맞춤형 지원

2. [품목] 소비재 성공모델 확산과 산업재 전략품목 육성

1] K-브랜드 전략품목 발굴 및 글로벌 확산

- ① 패션, 푸드, 뷰티 디바이스 등 성장 가능성이 높은 소비재 품목을 차세대 K-브랜드 전략품목으로 발굴하고 분야별 앵커기업과 함께 육성(1,000개사)
- ② 유통·미디어 대기업 보유 유통망, 네트워크를 활용한 해외 공동진출을 지원하고, 해외 진출에 필요한 물류·지식재산(IP)·인증 등도 종합 지원
- ③ 소비재 기업 성장을 위한 제조·금융·브랜딩 지원을 강화하고, 관계 부처 협업을 통해 뷰티·푸드·패션·소비재 등 품목별 특화 지원

2] 산업재·테크서비스 유망기업 선정 및 육성

- ① 해외 산업정책·공급망·기술 변화를 종합 고려하여 성장 가능성이 높은 'K-Tech 전략품목(산업재·테크 중심)'으로 발굴(500개사)
- ② 국내외 대기업 등과 협업을 통해 기술제품 고도화, 현지실증을 지원하고, 수출계약 창출·이행을 위한 바이어 매칭·검증, 자금·컨설팅도 지원

3. [국가] 정상외교 성과 기반 신흥시장 개척 지원

□ 정상외교를 통해 구축된 협력 채널을 중소기업 진출 기회로 전환

- ① (인도) 초기거점·전시·창고공간 등을 제공하는 종합 지원거점 구축, 현지 기관·VC·대학 등과 연계하여 제조·실증·투자·인력 등 복합 지원
- ② (브라질) K-뷰티 온·오프라인 진출을 확대하고 ANVISA 등 현지 규제기관과 협력하는 등 현지시장 진출 지원
- ③ (싱가포르) 현지진출 스타트업에 복합 지원하는 창업특화거점 구축, 글로벌 벤처펀드(K-VCC) 조성
- ④ (유럽·몽골) 유럽 K-브랜드 상설 팝업스토어 신설, 몽골 현지 유통 인프라(편의점 네트워크)를 활용하여 현지진출 지원

4. [정책] 기업 관점에서 글로벌화 지원체계 통합 · 재정비

1] 중소기업 관점에서 범부처 글로벌화 지원체계 통합·정비

- ① 中企 수출지원사업 통합공고 및 신청서류 간소화, AI 활용 바이어·지원사업 맞춤 추천 등 중소기업의 정책 접근성 제고
- ② 규제·물류 등 글로벌 현안 대응을 위해 '상시애로 신고센터' 구축, 범부처 이슈 대응 협업체계 마련
- ③ 수입·서비스수출 분석·발표 등 데이터 기반 정책 고도화, 「중소기업 해외진출 촉진법」 제정을 통한 정책적 안정성 확보

2] 해외 지원거점과 네트워크를 활용한 글로벌화 지원 확대

- ① 해외 지원거점 효율화를 위한 범정부 해외거점 협의체를 구성하고, 기업 수요 및 시장특성을 고려하여 K-마루 원칙 하 운영방식 고도화
- ② APEC 스타트업 얼라이언스, 재외공관 협의체 등 글로벌 네트워크 및 해외 한인 경제단체와 연계하여 국가간 협력기반 마련 및 현지진출 지원

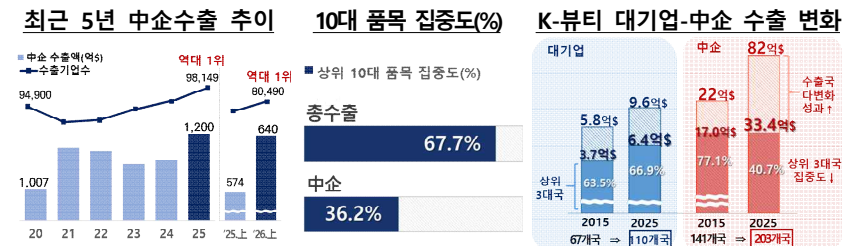
문

I. 추진 배경

□ [성과] 中企수출은 K-뷰티 부상 등에 힘입어 역대 최고치 기록

- (中企수출) 中企 수출은 역대 최고치* 기록 중이며, K-뷰티·온라인 등 新성장동력 부상 등으로 우리나라 수출의 역동성·다양성 제고에 기여
- * 중소기업 수출액(억달러) : ('25) 1,200 (+8.1%)^{역대 1위}, ('26.上) 640 (+11.6%)^{역대 1위}

- 특히, K-뷰티는 기존 중국·대기업 중심 수출구조에서 중소기업 중심으로 시장다변화에 성공하면서 새로운 수출 주역으로 부상



- (기업성장) 수출을 통한 ‘중소→중견’ 성장 사례(최근 3년 103개사) 지속적 으로 등장하는 등 수출 확대가 기업 성장에 필수 요소임을 확인

□ [과제] 현 수출 호조세 유지를 위한 기업·환경 측면의 과제 잔존

- (기업) 중소기업 수출 외연 확대를 위해서는 상위 수출기업군 육성*, 혁신기업의 수출기업화 등이 필요하나 現 단년도·일률 지원으로는 한계
- * '25년 기준 1천만불 이상 수출기업군 (2.4%)이 전체 수출성장의 85.4% 기여
- (환경) 미국 관세, 유럽 비관세 무역장벽, 중동 지정학적 리스크, 전세계 글로벌 공급망 재편 등 수출 중소기업을 둘러싼 무역환경 변화 가속

□ [목표] 수출지원정책 고도화로 中企수출 1,500억불 시대 조기 진입

- (방향) 중소기업 수출 성장경로 분석을 통해 ①기업·②품목·③시장별 맞춤형 지원방안과 함께, 이를 뒷받침할 ④정책기반 구축
- (목표) 기존 국정목표인 2030 중소기업 수출 1,500억불 조기 달성 추진

【참고】수출을 통한 중소 → 중견 성장 주요 사례

① 에이피알 (소비재) : 뷰티디바이스 개발, 해외유통채널 확대

- (개요) '14년 설립 후 '23년 자체공장(평택) 가동으로 기획-생산-판매 수직 계열화 완성, 자체 브랜드 화장품(메디큐브)과 홈 뷰티디바이스(AGE-R) 생산
- (성장) 미국·일본 진출을 통해 초기 성장, 이후 아마존 등 현지 온라인·오프라인 채널을 직접 공략하며 해외매출 비중을 39%(23) → 56%(24) → 80%(25)로 확대
- (현황) 매출 1조 5,273억원·영업이익 3,654억원('25) 달성, 이 중 해외매출이 1조 2,258억원(전년비 +207%)으로 국내매출(3,015억원)의 4배 수준

② 유니테스트 (산업재) : 기술고도화를 통한 글로벌 시장 선점

- (개요) '00년 설립, 전량 해외장비에 의존하던 메모리 반도체 컴포넌트·모듈 검사장비를 국내 최초 개발·상용화한 반도체 후공정 검사장비 전문기업
- (성장) 대만('05), 미국('12) 등 현지법인 구축, 해외전시회 참여 등을 통해 해외고객사 확대, 수출 424억원('23) → 647억원('25)으로 3년간 52.6% 증가
- (현황) 중국·대만·미국 등 글로벌 고객사를 확보한 반도체 검사장비 중견기업으로 성장, HBM용 번인테스터 등 차세대 장비로 사업 확대 중

③ 베스핀글로벌 (테크서비스) : 현지 전략 파트너십 기반 글로벌 확장

- (개요) '15년 설립, 자체 관리 솔루션 '옵스나우(OpsNow)' 보유, 기업의 클라우드 전환·운영을 대행하는 AI 매니지드 서비스(MSP) 기업
- (성장) '21년 미국·중동(UAE) 진출을 통해 초기 성장, 이후 '22년 중동 e&엔터프라이즈로부터 1,400억원 투자를 유치하며 현지 파트너십 기반으로 확장
- (현황) 미국·UAE·사우디·일본·중국·싱가포르·베트남 등 9개국 거점에서 고객사 4,000여 개 확보, 매출 5,429억원('25, 설립 이래 9년 연속 두 자릿수 성장)

II. 중소기업 수출 현황 분석 및 과제

1. [기업] 수출 상위기업이 전체 수출성장 주도, 수출 진입·퇴출 반복

□ 수출 상위그룹 전체 수출성장을 견인하나, 성장단계별 병목 상존

- 전체 수출 중소기업의 2.4%에 불과한 1천만불 이상 수출 중소기업이 전체 수출증가분 85.4%에 기여('25년 기준)
- 수출 성공 1년후 지속률도 50% 불과, 다만 2년차 이후 지속률은 약 80%로 크게 높아져 최초 1년이 지속 갈림길
- 또한, 수출 100만불 미만 구간에서 일부 수출성장 병목현상도 확인

* '20년 대비 '25년 수출액 상위 구간 진입 기업수 비중(%) :

(20년 100만\$미만, 8.1만개사) 9.7, (20년 100~500만\$, 1만개사) 23.6, (20년 500~1,000만\$, 2천개사) 20.2

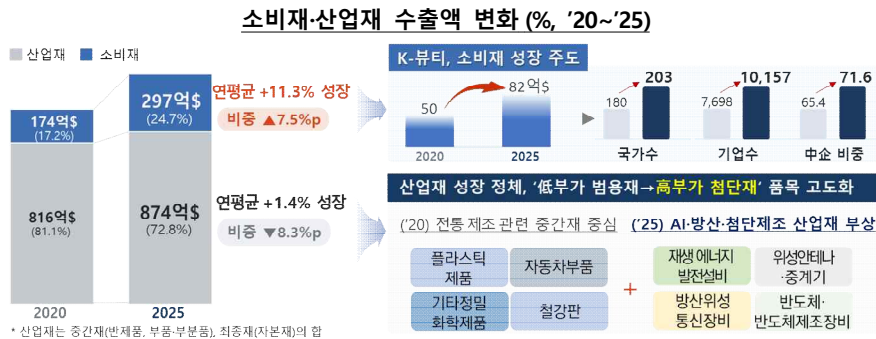
- 현재의 단년 중심 수출지원 체계는 수출 성장경로 내 데스밸리와 구간별 병목을 연속적으로 해소하는데 한계

□ 신규 수출기업 지속 유입에도 수출중단 등으로 수출저변 확대는 제한적

- 매년 수출 중소기업의 약 25%가 수출 진입·중단을 반복
- 참신한 아이디어를 바탕으로 새로운 수출 모델을 제시하는 청년 창업자, 지역소상공인 등의 수출기업화 성공사례 증가
- * (리슬) 전통한복을 현대적 관점으로 재설계, 53개국 수출('21) 및 밀라노 패션위크 진출
- 다만, 첫 수출 성공에도 후속 마케팅 부족 등으로 수출이 중단된 기업도 다
- * 중소기업 첫 수출 이후 어려움('25.6) : 1위 현지 마케팅/브랜드 부족(42.7%)
- 사업별·일률적 지원체계로는 다양한 수출주체를 선제적으로 발굴하고 성장경로에 따른 지원을 뒷받침하는데 한계

☞ 성장단계별 병목을 해소하고 수출주체별 특성을 반영하여, 단년·일률적 지원 중심의 수출지원체계를 다년·맞춤형 중심 지원으로 전환 필요

2. [품목] 中企수출 내 산업재 비중이 높으나, 수출 성장세는 소비재 편중



□ 소비재는 K-뷰티를 중심으로 성장 중이며 품목·시장 확장 필요

- 소비재 수출은 연 평균 11.3% 증가('20~'25) 중이나 K-뷰티 의존도가 높은 상황, K-뷰티 성공을 푸드, 패션 등 他 소비재로 확산 필요
 - 소비재 고성장기업 분석 시 수출시장을 다변화하면서 성장한 비중이 높으며, K-소비재 진입경로(미디어, 경험 등)도 다양화되는 중
- 한류 영향력이 콘텐츠를 넘어 소비재 전반으로 확산*되고 있어 신규 주력 품목을 육성할 수 있는 우호적 여건 조성
 - * 한류가 한국 제품·서비스 이용에 미친다는 응답 비중 : ('23) 57.9% → ('25) 64.8% (2026 해외한류 실태조사, 문체부)

□ 중소기업 수출 기반이 되는 산업재는 상대적으로 성장 정체

- 산업재 (중간재+자본재)는 중소기업 수출의 73%('25)를 차지하는 중소기업 수출 주력 분야이나, 최근 5년간 수출 성장세는 정체
 - * 최근 5년 연평균 성장률 ('20 → '25) : 소비재 +11.3% / 산업재 +1.4%
- 다만 일부 첨단 부품·기자재 등 기술집약형 품목 성장세가 확인되고 있으며, 변압기* 등 국가별 산업구조 변화로 인한 수출 성장 품목도 등장
 - * 미국 내 AI 데이터센터 확대 수요와 노후 전력망 교체 수요 등으로 對미 수출 증가
 - ** 중소기업 對미 전력용기기 수출액 추이(억 달러 / 전년동기대비 증감율%) : ('22) 4.1(+44.1%) → ('23) 6.4(+54.6%) → ('24) 10.3(+61.2%) → ('25) 12.1(+17.8%)

□ 세계 서비스 교역 확대 중이나, 우리나라는 여전히 상품 중심 수출

- '25년 전 세계 교역에서 서비스가 차지하는 비중은 27.5%로 '05년 이후 최고 수준까지 확대되는 등 글로벌 교역구조 변화 중
- 반면, 우리나라는 높은 제조업 경쟁력에 비해 서비스 수출의 글로벌 위상은 상대적으로 낮아, 상품 중심 수출구조 보완 필요
 - * 한국 서비스 수출 세계 18위(1,493억 달러, 전세계 1.6%)로 제조업 경쟁력 지수 (UNIDO CIP Index 4위) 대비 저조(World Trade Statistics 2025 기준)

☞ K-뷰티 성공방식을 他 소비재로 확산, 해외시장 수요에 기반한 산업재 유망품목 발굴, 테크서비스 지원 확대 등 **新성장동력 발굴·육성**

3. [국가] 상위국에 편중된 수출구조이나, 新시장 진출 기회 확대 중

□ 중소기업 수출은 중·미·베·일 상위 4개국 편중 지속

- 중소기업 수출 상위 4개국 수출 비중이 소폭 감소되고 있으나, 여전히 전체 수출의 절반이 상위 4개국에 집중
- 수출국 1개 증가 시 수출중단 위험은 5.4%가 감소*되는 등, 수출시장 다변화는 외부충격 대응력과 수출 지속 가능성을 높이는 핵심 요인
 - * '10~'24년 무역협회 회원사 92,385개사 수출실적 분석 (무역협회, '25.9)

□ 정상외교에 기반하여 국가 간 협력 기반이 확대되는 중

- 정상외교를 통해 국가 간 협력기반이 확대되고 있어, 기존 주력시장 의존도를 완화하고 신규시장 진출을 확대할 수 있는 여건 조성
- 다만, 정부 간 협력성고가 개별 중소기업의 수출 확대로 이어지기 위해서는 국가별 수요에 기반한 구체적인 진출수단으로 연결할 필요

☞ 정상외교를 통해 구축된 국가 간 협력채널을 활용하여, **국가별 맞춤형 진출 전략 수립**으로 중소기업 수출시장 다변화 촉진

4. [정책] 부처·기관별 분산된 수출지원 거버넌스로 기업 정책 활용 애로

□ 분산된 지원창구 등으로 인한 기업 편의성 저하

- 여러 부처·기관에서 중소기업의 글로벌 시장 진출을 지원 중*이나, 분산된 지원사업 정보, 상이한 서류양식 등으로 기업 부담 존재

* 중소기업 수출지원사업 예산('26년 SIMS 기준) : 산업부 3,094억원, 중기부 2,893억원, 농식품부 2,222억원, 기후부 688억원, 지자체 1,276억원 등

현장의 목소리

• **(주)마케마케** : 해외인증획득지원(중기부), K-수출스타 500(산업부), 국외 박람회 지원(용인시) 등 다수 정부사업 신청하였으나, 수출지원사업 사업정보 분산, 사업별로 상이한 신청서·증빙서류로 인한 기업 행정부담 가중 등 해소 필요 (해외진출촉진법 입법토론회, '26.3.12)

□ 수출에서 나아가 현지진출에 도전하는 기업 지원 한계

- 현지법인 설립 등 현지에 진출하는 기업 수는 지속 증가 추세이나 지원 정책은 여전히 부족*

* 중소기업 신규해외법인 수 (개사, 수출입은행) : ('21) 1,222 → ('25) 1,788

** 중기부 글로벌화 지원 예산 비중 (%,'26) : 【해외진출】 10.9, 【수출】 89.1

- GBC 등 현지 기관을 통해 사무실, 바이어 미팅, 자금 등을 지원받을 수 있으나, 현지 기관 분산 등으로 지원 효율성 저하

□ 관세·전쟁 등 통상환경 불확실성 심화로 인한 부담 심화

- 美 관세, 중동전쟁 등 대외환경이 급변하고 高환율, 물류 및 통관 리스크, 규제 등이 지속되는 상황에서 새로운 대응체계 마련 필요

* 글로벌 신규 기술규제 (건, 출처: 국표원) : ('23) 4,068 → ('24) 4,337 → ('25) 5,206

** '24.10~'25.10 기간 중 G20 국가의 신규무역조치는 823건으로, 09년 모니터링 개시 이후 최대 수준 (Report on G20 Trade Measures, WTO, '25.11)

☞ 분산된 수출·현지진출 지원체계를 기업 중심으로 통합·연계하는 한편, 급변하는 대외환경에 신속 대응하는 등 **글로벌화 지원체계 고도화** 필요

Ⅲ. 중소기업 수출 4대 혁신 전략

정책목표

◆ (목표) 최근 수출 호조세를 상회하는 도전적 수출목표*를 설정하여, 中企 수출 1,500억불 '28년 조기 달성, '30년 1,800억불까지 도약

* 최근 3년 中企 연평균 성장률 (+4.6%)를 상회하는 +9.0% 성장을 목표로 설정

	2025년		2030년
중소기업 수출액	1,200억달러	→	1,800억달러
수출 중소기업	9.8만개사	→	11.2만개사
1,000만불이상 강소기업	2,279개사	→	2,900개사

추진방향

전략 1

신규 수출 ·
고속 성장 촉진

- ▶ 글로벌 스케일업 500 신설로 고속성장 지원
- ▶ 수출저변 확장을 위한 '수출 ON' 2000' 운영

전략 2

품목 다양화 ·
맞춤형 지원

- ▶ 품목 · 방식 다양화를 통한 K-브랜드의 글로벌 확산
- ▶ 산업재 유망기업 육성 및 글로벌 경쟁력 확보

전략 3

정상외교 기반
신흥시장 개척

- ▶ 국가 간 협력 채널 기반 신흥시장 진출 활성화 (인도, 유럽, 싱가포르, 몽골, 브라질 등)

전략 4

中企 글로벌화
정책 고도화

- ▶ 수출정책 지원 기반 정비, 지원 · 분석 플랫폼 통합
- ▶ 중소기업 현지 진출 · 협력 거버넌스 고도화

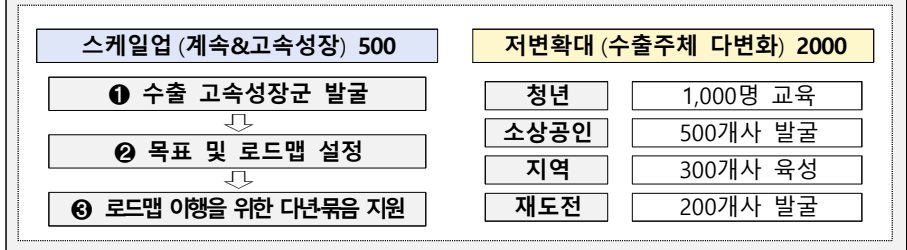
연차별 수출강화 로드맵

연도	대표 지원정책	지원목표 (누적)	성과목표
2026	- 해외진출촉진법 제정 - 정상외교 기반 국가별 협력채널 구축	K-소비재 전략품목 300개사	- 수출액 1,330억\$ - 수출기업 10만개사 - 상위 4대국 48.0%
2027	- 수출 고속성장, 저변확대 프로그램 본격 가동 - K-산업재 전략품목 발굴·지원	- 고속성장 500개사 저변확대 2,000개사 - K-소비재/산업재 전략품목 400개사/100개사	- 수출액 1,450억\$ - 수출기업 10.3만개사 - 상위 4대국 47.4%
2028	- 중소기업 글로벌화 동향 마련·발표 - 범부처 중소기업 수출 지원사업 통합공고	- 고속성장 1,000개사 저변확대 4,000개사 - K-소비재/산업재 전략품목 600개사/220개사	- 수출액 1,580억\$ - 수출기업 10.6만개사 - 상위 4대국 46.6%
2029	- 해외거점 운영 효율화 고도화 안착 - 서비스·현지진출 통계 분석 기반 정책 고도화	- 고속성장 1,500개사 저변확대 6,000개사 - K-소비재/산업재 전략품목 800개사/360개사	- 수출액 1,720억\$ - 수출기업 10.9만개사 - 상위 4대국 45.8%
2030	중소기업 수출생태계 정책지원 체계 완비	- 고속성장 2,000개사 저변확대 8,000개사 - K-소비재/산업재 전략품목 1,000개사/500개사	- 수출액 1,880억\$ - 수출기업 11.2만개사 - 상위 4대국 45.0%

IV. 추진 방향 및 지원 과제

1. 수출 진입 · 성장경로 맞춤형 지원체계 구축 (WAI) 더 많은 기업이 더 많이

◆ 수출 유망 중소기업의 지속·고속 성장을 끊임 없이 지원하고, 청년·소상공인·지역 등 다양한 혁신주체를 수출기업화



(1) '글로벌 스케일업 500 프로그램' 신설

* 성장 잠재력이 높은 기업을 선별하고, (現) 단년·개별 지원 → (改) 수출로드맵 수립을 통한 다년·묵음 지원으로 개편하여 고속성장 유도

□ (발굴·성장) 목표시장 기반 수출성장 경로를 설정하고, 성과가 다음 단계 지원으로 이어지는 연속적 지원체계 구축

① (유망기업 발굴) 기업역량, 품목, 시장 등 “수출 3대 요소” 기반 수출 고속성장 유망기업 발굴 (연 500개사, 800억원)

- 시장별 유망품목을 바탕으로 구축한 전략품목군 구성하고, 수출 고성장 잠재기업 풀 등을 활용하여 유망기업 발굴·선정



* ① 신성장 혁신기업: 신안보, 제약바이오, 기후테크, 소비재
 ② 글로벌 산업수요: 반도체장비, AI, 전략기자재 중심

② (로드맵 설정) 제품별 타깃시장 분석 기반 수출 로드맵을 수립하고, 연도별 수출역량 강화계획과 성과목표 설정

* 품목별·시장별 전문 컨설팅 기관을 활용하여 기업 성장단계별 수출전략 보완

유형별 로드맵 컨설팅 예시

구분	수출유망군	수출확장군	수출고도화군
대상	수출 100만달러 미만	수출 100~1,000만달러	수출 1,000만달러 이상
목표	수출성공 및 안착	수출시장 다변화	시장 확장·고도화

③ (로드맵 이행) 수출목표 달성시 다음 단계(준비→진입·성장→확장·고도화) 자동 선정하는 묶음·다년 지원*

* 기업 성장 시에도 별도 신청 없이 차년도 수출정책 자동 선정
(예: 수출바우처 준비단계 성과 달성 → 진입단계 자동 선정+해외인증 자동지원)

□ (고부가가치化) 기존 마케팅 중심의 지원 외에도, 원부자재 소싱부터 현지 진출까지 글로벌 가치사슬 전반으로 정책 지원범위 확대

- (물품 소싱역량 강화) 수출제품 핵심 원부자재 글로벌 소싱역량 강화를 위한 서비스를 유형화하여 수출바우처 메뉴판 추가

* 메뉴 신설 : 수출제품 생산용 해외 공급망 조사, 샘플 도입 등

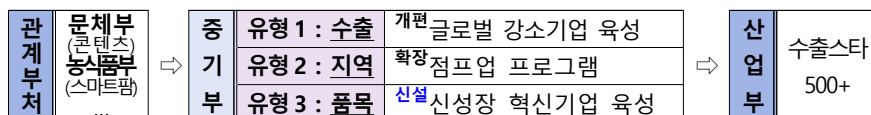
- 中企 협·단체(중기중앙회 등)를 통해 공급망 다변화 수요가 높은 품목 정기 조사 → KOTRA GP센터를 통해 대체 공급처 발굴·검증

- (서비스·현지진출 진출방식 다변화) 전략적 제휴(제품→기술, IP 등 수출) 및 현지법인 설립(관세, 규제 대응) 지원 등으로 글로벌 정책 범위 확대

* 해외 현지 컨설팅팀, 민간단체, 금융기관 현지법인 등 중심 수행기관풀 확대

현지진출	진출 로드맵(단독법인 등 진출 형태 분석 포함) 수립, 법인 설립 등
제품 현지화	국가별 제도·기후·소비성향 고려, 실증 및 제품개선 지원
현지실증	테스트베드 및 중장기 실증, 자율주행·방산 등 테크 수출 확대 지원

□ (범부처 연계) 유망기업 공동 발굴, 부처별 정책 연계지원(이어 달리기)을 통해 수출성고가 기업성장으로 이어지도록 유도



(2) 수출 ON 2000' 프로그램 운영을 통한 수출 저변 확장

* 수출 ON (Opportunity Navigator) : 잠재 수출기업, 수출 중단기업의 수출이 활성화 (On) 될 수 있도록, 성장유형별 기업을 발굴하고 맞춤형 지원 매칭

① 청년 : 청년 글로벌 개척자 1000

□ (단계별 지원) 수출경험, 수출준비 등 청년창업기업 글로벌화 준비 단계에 따른 지원체계 구축

- (수출경험) 수출컨소시엄(연 90개) 등 해외전시회·상담회 참관단 구성·파견하여, 수출상담 등 현장 경험 기회 제공(연 750명)

* 해외전시회·상담회 주제별 참관단을 공모 방식으로 지원하되, 모두의 창업, 창업 중심대학 등 창업 프로그램 활용기업 우선 선정

주요 사례

• HOI : LG전자 책임디자이너 재직 당시 국제적 규모의 밀라노 가구박람회에서 다양한 거울 디자인 관찰한 경험을 바탕으로 스마트미러 기업 창업



- 참관과 함께 현지 바이어 상담, 선배 수출기업과의 교류 등을 결합하여 해외시장에 대한 이해와 수출 실행 역량 제고

- 현장 경험 이후 기업별 수출 로드맵을 구체화할 수 있도록, 전문가 컨설팅(수출전문관, 비즈니스지원단 등) 연계 지원

- (수출준비) 청년창업기업 전용 단기(3개월) 수출바우처* 신설, 시장조사 및 무역 실무 등 수출 준비 위주 메뉴판 지원(연250개사)

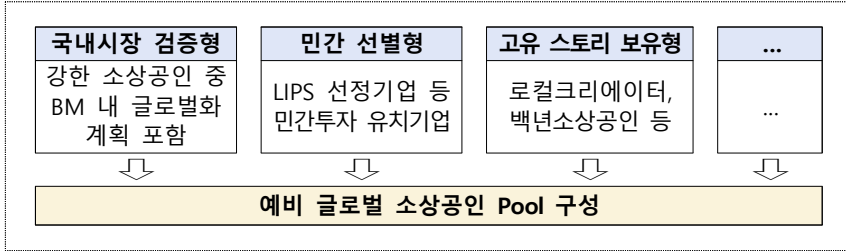
* 기업당 최대 2천만원 지원

□ (집중성장) 창업중심대학 등 청년지원 정책 내 뷰티·답테크 등 분야별 특성을 반영한 글로벌화 프로그램 운영

* 해외시장 진출 가능성이 높은 기업 대상 글로벌 BM 설계, 해외시장 검증 등 지원

② 소상공인 : 예비 글로벌 소상공인 500

- (발굴) 차별화된 제품·브랜드 경쟁력과 성장 가능성을 보유한 '예비 글로벌 소상공인' Pool 발굴 (연 500개사)



- (기획제공) K-뷰티 수출거점 등 외국인 관광객 체험 위한 팝업스토어 설치하고, 지자체 연계 방한바이어 지역 투어 프로그램 신설

* K-뷰티 수출거점, 동행축제, 글로벌상권 등과 연계한 팝업 운영
 ** K-뷰티 페스타('27.5) 방한 바이어 (200여명) 대상 지역기업 방문 시범 신설

- (지원) 외국인 관광객을 통해 시장성이 확인된 제품을 글로벌 시장 본격 진출을 위해 글로벌화 준비단계별 지원수단 확충

① (수출상품화) 밀키트 등 상품화, 패키징 및 인증 등 소상공인 아이디어 제품의 수출상품화 지원 ('27, 100개, 95.2억원)

② (온라인 진출) 상품화된 제품의 국내 온라인 시장진출(TOPS) → 해외 온라인 시장 진출로 이어지는 패스트트랙 구축*

* TOPS 기업 중 성과 우수기업을 전자상거래수출시장진출사업으로 연계

③ (오프라인 진출) 온라인에서 시장성을 검증받은 경우, 오프라인 진출을 위한 컨설팅·교육·마케팅·현지화 등 패키지 지원

* '오프라인 첫수출 원클릭 패키지' 내 소상공인 트랙 신설 ('27)

사례	• 육거리소문난만두 : '20년 지역 내 폐업 위기 만두집을 인수한 뒤 '21년 냉동만두 개발 및 온라인 진출을 통해 성장, 이후 비건만두 등 해외수요에 맞춘 수출상품 개발을 통해 '24년 미국·호주 등 해외시장 진출 
----	---

③ 지역 기업 : 지역특화 수출연합체 300

- (지역특화 컨소시엄) 지역별 전략산업 영위 중소기업과 수출전문기관, 지방정부와 중앙정부 4자 '지역특화 수출컨소시엄' 구성

* '26년 10개 컨소시엄 시범구성 → '27년 이후 매년 20개 내외 구성
 - 컨소시엄당 15개 내외 → 총 300여개 수출기업 육성

- (전략 마케팅) 지역 특화품목에 대한 해외수요 분석 등을 통해 우선 진출시장, 유통채널 등을 설정하고 이에 맞는 프로그램 기획·운영

* 전시·상담회 등을 통해 수출성과 창출 시 해외인증 등 후속연계 지원

- (수출금융) **수출수입은행** 금융을 지역 중소기업 중심으로 공급 확대

- **무보** 5급 3특 성장엔진산업 수출 소단계별 무역보험 우대지원*

* 보증한도 2배 우대, 보험·보증료 30% 할인, 신용조사 50% 할인(10회) 등

④ 재도전 : 수출 재도전 200

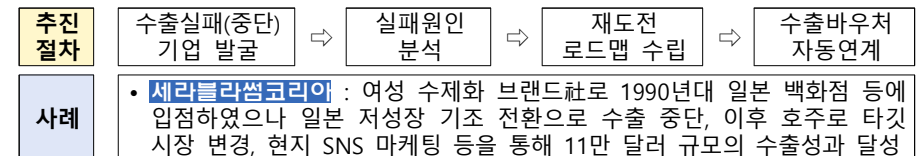
- (발굴) 전년도 수출실적이 없는 수출중단·실패기업을 대상 공개모집을 통해 수출 성공 가능성이 높은 200개사 선정·지원

- 수출지원센터 수출중단 애로 상담기업, 수출지원사업 수혜기업 중 수출실패기업 등 기관별로 수출 재도전 필요기업을 선제적으로 발굴

- (실패원인 진단) 원인 분석 기반 수출 재도전 로드맵 수립 지원

* 수출바우처 내 "수출재도전 컨설팅" 항목 신설하고, ① 타깃시장 적절성, ② 제품현지화 정도, ③ 마케팅 방법론, ④ 내부자원(인력, 조직 등) 적절성 지원

- (수출 재도전) 진단기업이 재도전 로드맵을 이행할 수 있도록 수출 바우처를 자동 연계하여 수출 재도전 실행



2. 소비재 성공모델 확산과 산업재 전략품목 육성 (WHAT) 더 많은 제품을

◆ 민·관 데이터 활용 K-브랜드^{소비재} & 테크^{산업재} 전략품목 발굴 →
품목특성별 타깃 시장 집중 마케팅 통해 수출품목 다양화

범위	K-브랜드 (소비재) + K-테크(기술·산업재)
평가	민관데이터 활용, ① 해외수요, ② 제품경쟁력, ③ 성장 가능성
발굴	① 민간 중심 발굴·추천, ② 공개모집 투 트랙 발굴
지원	수출경쟁력강화(바우처)+대중소협력+품목별 특화 지원 병행

(1) K-뷰티 3.0 중심 K-브랜드 글로벌 확산

① K-브랜드 전략품목 발굴

□ (전략품목 발굴) 뷰티 디바이스·패션·푸드 등 성장 가능성이 높은 소비재 품목을 차세대 K-브랜드 전략품목으로 발굴·육성

- (기준) 시장수요^{KOTRA, 민간플랫폼}, 품목정보^{민간단체, 유통·제조사}, 수출통계^{중기부} 3대 정보를 통해 수출성장 가능성 높은 품목 선정
- (방향) 지속·고도화와 영역 확장 중심의 “K-뷰티 3.0” 시대를 열고, K-뷰티 성공방정식을 패션, 라이프, 푸드로 확산

* (1.0) 한류 열풍, 중국 중심 인지도 형성 단계 → (2.0) 인디브랜드·온라인플랫폼 중심 미국 등 시장 다변화 → (3.0) 친환경기능성, 뷰티디바이스 등 고부가가치화

K-브랜드 전략품목: ('25) 110개사 → ('30년) 1,000개사

	2025년		2030년
K-뷰티	35개(非화장품 5개)	→	400개 (非화장품 150개)
K-푸드	35개사	→	200개사
K-패션	20개사	→	200개사
K-라이프	20개사	→	200개사

□ (집중지원) 품목별 앵커기업 민·관 협업을 통한 특화 프로그램 운영, 정책수단 연계를 통한 홍보·마케팅, 전시회 참가 등 판로개척 지원

* (홍보·마케팅) 부처협업 한류마케팅, K-BRAND GLOW WEEK 등 연계 지원 (지원사업연계) 수출바우처, 대·중소기업동반진출 우선선정, 수출컨소시엄 (해외 박람회, 수출상담회) 등 수출 지원사업 우대

② 마케팅 다각화

□ (해외공동진출) 대기업 보유 유통망·네트워크 활용 해외 공동진출

① (인프라 활용) ^{산업부·중기부} 시장별 유망 제품 기획·발굴부터 제품 현지화 → 유통망 입점까지 전 (全) 주기 패키지 과제 도입

* '26년 해외편의점 활용사업 시범도입 → '27년 타 유통망으로 확대 운영

② (미디어 활용) ^{문화부·중기부} K-컨텐츠 활용 PPL, 광고 지원으로 中企제품 홍보 지원하고, 콘서트, 행사 등 연계 마케팅 지원

* 드라마, 예능, 유튜브 컨텐츠 PPL 노출을 통해 해외시장 내 중소기업 제품 인지도 제고, K-CON 등 한류행사과 연계한 제품 체험관, 숏폼 활용 홍보콘텐츠 제작 등

사례

• **한울식품** : 수산식품 제조기업으로, SBS 드라마 '모범택시3' PPL 노출 이후 전년대비 수출 12% 증가 ('25년 수출액 약 290만\$)



③ (사내벤처 육성) 대·중견기업 사내벤처 활용·지원을 통해 패션·푸드 분야 수출지향형 브랜드 발굴·육성

* 민관협력 오픈이노베이션-K-브랜드(소비재) 전용 트랙 신설 ('27)

사내벤처 해외진출 성공사례

사례

• **던스트** : LF 사내벤처 육성 프로그램을 통해 캐주얼 브랜드 “던스트” 출범, 초기부터 파리 '로미오', 중국 티몰, 일본 시부야 파르코 등 해외 온·오프라인 패션 플랫폼 진출

Dunst

□ (수출준비) 타깃시장·제품특성·준비단계에 따라 온라인 시장 진입부터 글로벌 시장 확산까지 맞춤형 수출바우처 지원

* (온라인) 외국어 홈페이지 제작, 검색·디지털 광고, 홍보영상·콘텐츠 제작 등 (오프라인) 외국어 카탈로그·브로슈어 제작, 제품 샘플·홍보물 제작 등

③ 소비재 수출 필수 3종 (물류·IP·인증) 세트 제공

□ (물류·통관) 물류 인프라 활용 지원, 반품 등 반입절차 개선

- 인천공항 내 ‘**중소 전용 물류센터**’(‘26.12 개소) 구축하고 **비수도권 중소기업 대상 내륙육상 지원* 신설**(‘27) 하여 활용도 확대
* 지역허브(주요 산단) → 정기 공동발송 → 전용물류센터 입고(‘27, 600개사)
- 우체국 EMS, 민간 물류기업 연계 등 **물류 부담 완화¹⁾**, **산업부** 현지 물류 **비용·네트워크 지원²⁾**, **관세청** 반품·재고 반송 시 **국내 반입 절차 개선³⁾**
1) 국제물류서비스(우체국 EMS 등) 이용, 현지 풀필먼트 및 해외 물류센터 활용 등
2) 해외공동물류센터^{310개}, K-소비재 물류 데스크^{10개} 물류 인프라 확대 등
3) 다수업체의 반품건을 1개 업체가 재수입 시 면세절차 간소화(건별 → 1년 단위 제출)

□ (IP) **중기부·지재처** 중소기업 K-브랜드 지식재산 보호 협의체* 본격 가동, K-브랜드 정부인증제도 시행 등 해외 지재권 침해 예방

- * 중기부·지재처·중진공·지식재산보호원 등 국내외 IP보호지원 연계·협력(9월 Kick-off)
- **지재처** 정부가 권리자인 **국가인증상표**를 소비재 제품에 부착하고, 해당 제품 위조 시*, 정부가 직접 해외 정부에 수사·단속 요구
* 국가인증상표(해외 73개국 등록) 내 정품인증기술을 적용하여 휴대폰 카메라로 정·가품 확인(도입비용 50% 지원, 최대 2억원) 및 위조상품 실시간 모니터링
- **지재처** K-브랜드 무단선점 조기경보(K-브랜드 지킴이) 및 「**가짜 K-브랜드 신고센터***」를 통해 해외 지재권 침해 선제 대응 강화
* 국민 신고를 통해 확보한 해외 침해정보를 권리자 통보 및 기업 대응지원으로 연계

□ (인증) **산업부·중기부·식약처** 해외 규제 사전 발굴부터 사후 연계지원까지 **쏠주기 지원** 및 **업계 규제애로 발굴·해소**를 위한 부처협업 강화

* 국내 취득 가능 해외인증 확대(現 212종 → '28년 500종), 현지 신속 대응체계 구축 추진 등

사전진단	인증지원	사후연계	규제해소
도입 예정 해외 규제 대상 사전진단·컨설팅	K-뷰티 해외인증 연중 상시 신청·선정('26)	해외인증획득 이후 실증 후속지원 (‘26 시범, 30개사)	해외규제 관련 중소기업 의견수렴 후 관계부처 전달

④ 연관산업 육성

□ (공통) 제조·금융·브랜딩 등 K-소비재 생태계 성장기반 확충

- (제조) 민관협력 플랫폼 ‘**K-브랜드 제조 얼라이언스**’ 조성(‘27)
* K-푸드 제조 얼라이언스(‘26.6) → 뷰티 등 他 소비재 분야 확산
- (금융) 뷰티 분야 초기 생산자금 지원을 위한 K-뷰티론 이외 **패션, 라이프 등 소비재 분야** 지원을 위한 **K-소비재*** 분야 별도 신설
* (‘26) K-뷰티론 400억원 → (‘27안) K-뷰티론 400억원, K-소비재 분야 200억원
- (브랜딩) 자체 브랜드 육성 도전 **제조사** 대상 **수출기업화** 지원
* 수출바우처 활용 브랜드 포지셔닝 컨설팅, CI·BI 개발, 해외 권리화 등 종합 지원

□ (특화) 뷰티·푸드 등 품목별 특성을 반영하여 부처간 협업 지원

- ① (뷰티) **중소 OEM·ODM 제조역량 강화**, **프리미엄 소재 개발·확산**
 - **중기부·복지부** 고부가가치 소재개발 R&D, **복지부** 원료 국산화 장비, 시험·검사 지원, **산업부** 제조공정 고도화 등 지원
 - **중기부·식약처** 스마트공장 구축 및 CGMP 인증 컨설팅 등 패키지 지원, 화장품 제조 현장에 **멀티AI에이전트 실증 프로젝트** 가동(‘26.6)
- ② (푸드) **물류 등 취약분야 보완** 및 **AI 제조혁신 모델 확산**
 - **농식품부·산업부** 해외 독자 물류망 구축이 어려운 **중소기업**을 위한 **공동 물류센터 지정** 및 **콜드체인 지원 확대***로 수출 경쟁력 제고
* (기존) 물류센터 22개국 127개소, 콜드체인 운송사 10개국 11개사 지정(‘26.8월) → (확대) 미개척·유망 시장(러시아·카자흐스탄) 내륙·해상 운송비 등 지원 확대(‘26.下)
 - AI 기반 ‘**K-푸드 제조 대표 모델**’ 창출(15개사, ‘26)
- ③ (패션·라이프) **패션·라이프 등 상품 부가가치 제고**, **고부가 산업화**
 - 패션·라이프 등 생활밀착형 제품·서비스 부가가치 제고를 위한 **기술 개발·사업화 자금을 패키지 형태로 지원**(기업당 1억원)
 - **산업부** 친환경·기능성 섬유소재 개발 및 패션테크 산업 육성
* 해조류, 폐기 쌀 등을 활용한 차세대 바이오매스 섬유소재 개발(‘27, 20억원)

[2] 산업재·테크 유망기업 육성 및 글로벌 경쟁력 확보

① K-Tech 전략품목 발굴

□ (발굴) 국가별 유망품목 중심 'K-Tech' 전략품목 발굴

- 해외 무역관, 연구기관 등 현지 인프라를 통해 유망품목군 발굴
 - ① (산업재) KOTRA 해외무역관 등이 파악한 현지 산업정책·공급망 변화 등을 토대로 국가별 진출 유망품목 풀 DB화
 - * 전력망 기자재, 반도체 공정·검사 장비, 드론·로봇 부품 등
 - ② (테크서비스) 글로벌 협력 R&D, 글로벌 O/I 관련 협업 기관, 해외 현지 창업가·투자자 네트워크 등 활용하여 품목 발굴
 - * 스마트생산·공정 자동화, AI 기반 검사·품질관리 솔루션 등
- 유망품목군 중 국내·외 대기업·공공기관 협업 가능성이 높은 품목을 'K-Tech 전략품목'으로 선정하고 우수기업 매칭 지원 (500개사, ~'30)

사례

- AX 솔루션 중소기업 진출 지원(메가존클라우드, '25)
 - 메가존클라우드의 글로벌 플랫폼에 국내 SW 중소기업의 AI-SaaS 솔루션을 통합·탑재하여 공동 상품으로 동반진출
 - 현지 네트워크를 활용, 일본 파트너들과의 비즈니스 미팅, 중동 최대 전시회(ADIPEC) 참가하여 글로벌 투자사 대상 피칭 지원



② 수요 맞춤형 기술·제품 고도화

산업재

- (글로벌 협업) 글로벌 빅테크 기업 - 한국 스타트업 간 협업 과제(공동 PoC 등)를 첨단 제조·테크 분야 등으로 확대
 - * (기존) 구글(콘텐츠), 엔비디아(AI) 등 17개사 협업 → (추가) 르노(자동차), 핀칸 티에리(조선) 등 첨단제조 분야 확대
 - ** KOTRA 해외무역관을 통해 발굴한 글로벌기업의 오픈이노베이션 수요와 연계

- 산업부 반도체, 자동차, 조선, 항공 등 산업별 글로벌기업의 협력 수요를 발굴, 국내 기업과의 매칭을 통한 소부장 산업의 글로벌화 지원
 - * 글로벌기업 부품공급 및 기술개발 수요 발굴, 매칭 상담회, 공장실사 등 전주기 지원

□ (공동R&D) 글로벌 기술 선도 연구기관과 기술개발 협력 확대

- * ('25) (미국) MIT, 퍼듀대, (독일) 프라운호퍼, 슈타인바이스 → ('26) (캐나다) 토론토대, (네덜란드) TNO(응용과학연구기구), (스위스) CSEM 등 확대

○ 수출시장, 해외수요 맞춤형 R&D 등 수출 중소기업 R&D 지원 강화

- * 수출지향형 R&D : ('26) 125개사 (311억원) → ('27) 225개사 (580억원)
- ** 구매연계 R&D 해외수요처 지원물량 : ('25) 13개사 → ('26) 30개사

□ (국내 레퍼런스) 대기업 등을 통해 AI, 방산 등 유망 산업분야 테크 기업이 레퍼런스를 확보할 수 있도록 국내 PoC·사업화 지원

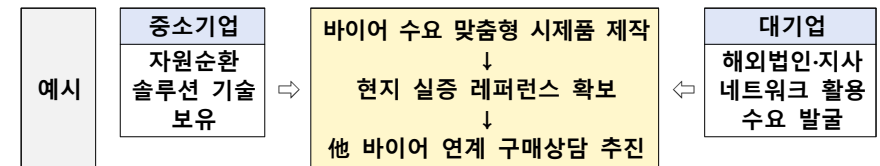
- * 모두의 챌린지 AX, 바이오, 방산, 기후테크 트랙 등을 통해 국내 대기업·공공기관 등과 PoC 등 지원

테크서비스

□ (해외 인프라 활용) 대기업·공공기관의 해외 인프라를 중소기업 제품 실증에 활용할 수 있도록 하는 대·중소기업 협력과제 도출

- * '대중소기업동반진출' 사업 내 '테크·서비스 현지화 지원' 유형을 신설하고, 제조 인프라 활용, 서비스 현지화, 파트너 연계 등 지원

K-Tech 전략품목 (예시)



□ (지원수단 확대) 기존 테크서비스 바우처 지원범위, 이용방식 등개편 (ICT 서비스 위주 → AI 등 전반)하여 해외진출 전 과정 지원

- * 테크서비스 분야 빠른 서비스 변화 속도를 감안, 사전 지정된 수행기관 풀 외 기관의 서비스를 이용 가능한 '오픈바우처' 시범 적용

③ 수출 계약 등 성과창출 지원

□ (수출계약 창출) 해외전시회 내 통합한국관 운영, 리스크 관리 지원 등 기업 기술·제품 수요 발굴 뒷받침

- 산업부·중기부 CES, MWC 등 해외전시회 참여 및 해외바이어 본사 방문*, 기술세미나 개최 등 사후 관리를 통한 성과 확대 지원

* 전시회 상담 결과를 바탕으로 타킷 바이어 설정 및 국내 초청으로 기업 생산현장 방문, 품질기준 직접 확인 등 지원

사례

■ 2026 멕시코시티 K-혁신사절단 : 멕시코 현지 자동차부품 전시회 (INA PAACE) 한국관 운영, 바이어 현장 1:1 상담 외에도 해외바이어 국내공장 현장실사 지원을 통해 납품계약 가능성 확대



- 수출바우처*, 온라인 수출 플랫폼** 등을 활용한 해외바이어 신용조회 연계 강화로 수출계약 추진 과정에서 리스크 관리 지원

* 수출바우처 내 국외기업 신용조회 지원범위를 기존 단기수출보험 가입에서 해외 바이어 검증까지 확대

** 고비즈코리아를 통한 해외바이어 구매오퍼 시, 해당바이어 신용조회정보 자동연계 추진

□ (수출계약 이행) 수출계약 적기 이행을 위한 자금 등 지원

- (자금·컨설팅) 수은 수출이행자금 등 수출계약 이행에 필요한 정책자금 지원과 및 기업 맞춤형 국내컨설팅 (EGS·해외진출·통상리스크) 지원
- (IP) 중기부·지재처 해외 지식재산 확보비용 지원 확대*, 국가별 지식재산 법제 및 분쟁예방·대응전략 등 맞춤형 컨설팅 및 설명회** 추진

* 해외출원(법정부) 비용 지원 : ('25) 141억원 → ('26) 177억원

** 수출(예정) 중소기업을 대상 「IP분쟁닥터(지식재산 전문가)」 및 공익변리사 현장방문을 통해 분쟁예방 교육 지원

3. 정상외교 성과 기반 신흥시장 개척 지원 (WHERE) 더 많은 시장으로

◆ 정상외교 성과가 중소기업에게 전해지고 활용하도록 기반 마련

시장	정책환경	정책 방향
인도	전략적 동반자 관계 공고화	현지진출 거점 마련
브라질	양국 규제·관세 조율·협력 확대	K-뷰티 진출 확대
싱가포르	미래·첨단기술 협력·연대 강화	3억달러 규모 글로벌 벤처펀드 조성
유럽	중소·소상공인 협업 본격 추진	K-브랜드 상설 팝업 구성·운영
몽골	한-몽골 유통·물류 협력 네트워크	CU, GS 등 편의점 네트워크 활용

인도

□ (진출거점) 현지진출을 희망하는 제조 중소기업/테크·스타트업에 진출 초기 거점 등을 지원하는 종합 지원거점 구축('27)

- (하드웨어) 기존 초기거점 및 신규 소규모 제조/실증공간·전시공간/창고
- (소프트웨어) 제조 MIDC 등 현지기관 협업, 산단 입주 연계 및 스마트공장 기술 등 지원, 테크 현지VC 및 대학 협업, 투자 및 인재 채용 지원

인도 중소기업 지원 해외거점 구성(안)

6층	입주공간	테크(스타트업·벤처)
5층		산업재/중간재
4층		K-브랜드 전용 공간
3층	지원공간	복합지원센터(현지 및 한국기관 입주)
2층		라이브방송실 / 전시공간 / 창고
1층	제조공간	제조장비, 시제품 제작터(3D 프린터 등)

□ (교류협력) 양국 벤처생태계, 인도 내 한국 창업기업 간 교류 협력채널 구축을 통해 인도시장 진출 기반 강화

- * 「K-파운더 네트워크 in 인도」를 통해 현지 창업기업 간 상호 네트워크 구축 ('26.4.21), 韓 벤처캐피탈협회 - 印 벤처캐피탈협회 업무협약」체결 ('26.6.17)
- ** 인도 우수 S/W 인재와 국내 벤처기업을 매칭하여 국내기업의 우수인력 활용 지원 (해외 우수 소프트웨어 개발자 채용연계 사업, '26. 378명)

□ (무역장벽) KTL BIS인증 등 인도 기술규제 컨설팅·세미나 등 제공

브라질

- **(K-뷰티 진출)** 세계 3위 화장품 시장인 브라질 시장 본격 공략
 - (온·오프라인 마케팅) **중기부·산업부** 헤어케어, 선크어 등 현지 유망품목 대상 플랫폼 협업, 온라인 마케팅·판매(기획전) 진행



- **(규제대응)** 식약처 브라질 위생감시청 (ANVISA)과 화장품, 의료제품 분야 규제협력 강화, 국내기업 현지규제 대응 및 현지시장 진출 지원
 - * 양자면담을 통해 의료제품 규제체계 선진화 등을 위한 협력 지속 확대 논의
 - ** ANVISA 인허가 담당자 참여 국내기업 수출 설명회 개최 ('26.6) 등

싱가포르

- **(진출거점)** 중진공, KVIC 등 공공기관이 스타트업의 현지 진출을 복합 지원하는 창업 특화거점 운영
 - AI·그린테크 등 분야별 자문, 기술실증(PoC), 글로벌펀드 조성 및 해외투자유치, 해외진출보증 등 자금 지원
- **(펀드조성)** '30년까지 3억달러 규모 글로벌 벤처펀드(K-VCC)를 조성하여 아세안 지역 유망 스타트업 성장 지원
- **(스타트업)** 싱가포르 대표 스타트업 행사 '스위치(SWITCH)'에 한국 스타트업 참여를 통해 글로벌 창업생태계와 교류 촉진

유럽

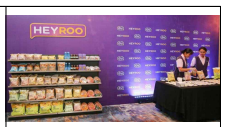
- **(소비시장 진출)** 이태리, 프랑스 등 주요 뷰티·패션 거점에 기업 공동 임차방식의 “(상설) K-브랜드 팝업스토어” 신설 ('27. 2곳)
 - * 기업 수요를 받아 정부가 중장기 임차(6개월 또는 12개월) → 기업이 순차별로 브랜드 런칭 팝업스토어 활용(1~2주)

사례	▪ COSRX : 프랑스에서 브랜드 첫 유럽 현지 팝업스토어를 개최('25.9월)하여 10일간 누적 1만명이 방문하는 등 성료 * K-뷰티 전문 유통기업 실리콘투가 운영하는 현지 뷰티 편집샵 MOIDA에서 개최	
----	---	---

- **(협동조합 교류)** 한-이탈리아 협동조합 MOU ('26.6) 계기, 패션 등 소비재 분야 상호 정보교류 및 협업 본격 추진
 - * 韓 중소기업중앙회 - 伊 중소기업연합회 간 핫라인 구축, 국가별 시장 동향, 자국 협업 수요 등 수시 공유 → 양국 협업 프로그램 기획으로 협업 정례화

몽골

- **(편의점 활용)** GS, CU 등 몽골 내 편의점 네트워크(CU 603개, GS 206개사 등)를 식품·뷰티·라이프 제품 '해외진출 테스트베드'로 제공
 - * (예시) 몽골 편의점 시범 입점을 통한 현지 반응 테스트 → 정식 편의점 입점 또는 他 유통망을 통한 현지진출 확대

사례	▪ CU : 자체 PB 브랜드 (헤이루)를 통해 중소기업 제품 유통 중이며, 몽골 내 CU 점포에서 판매되는 상품의 약 30%가 국내 중소기업 제품	
----	---	---

- 인플루언서 마케팅, 오프라인 팝업 행사 등을 통해 제품 홍보 병행
- **(현지화 지원)** 현지 소비자 취향에 맞게 현지화할 수 있도록 라벨/패키지 등 현지화, 시장 진입을 위한 해외인증 연계 지원

4. 기업 관점에서 글로벌화 지원체계 통합·재정비 (HOW) 더 많은 정책과 함께

◆ 수출지원정책 통합안내, 신청서류 일원화 등 中企 정책 접근성 강화와 함께 관련 법령, 지원거점 등 정비로 효율적 지원체계 구축

(1) 중소기업 수출정책 지원 기반 정비 및 지원·분석 플랫폼 고도화

1 정책 접근성 강화

□ (통합공고) 정부·민간의 수출지원사업을 한 눈에 파악할 수 있도록 중소기업 수출·해외진출 지원사업 통합공고* 실시('28)

* 기관별 자료제출 등 행정부담 최소화를 위해 산업부 통상진흥시책 연계 방안 마련

○ 품목·국가·수출규모 등 기준별로 사업을 분류하여 편의성 제고

□ (서류정비) 기관별·사업별 상이한 수출지원사업 신청서류 양식 통일하여 수출기업의 정책활용 부담 완화

○ 1단계 하나의 서류로 여러기관 제출('27.상) → 2단계 행정정보 공동 이용 형식의 한번·한곳 제출로 여러기관 공동 활용('27.하)

* 추진일정: 수출지원사업 제출서류 전수조사('26.하) → 中企 수출지원사업 표준양식 마련 후 중기부 시범 적용('27) → 운영성과 점검 후 표준양식 활용 전부처 확대('28)

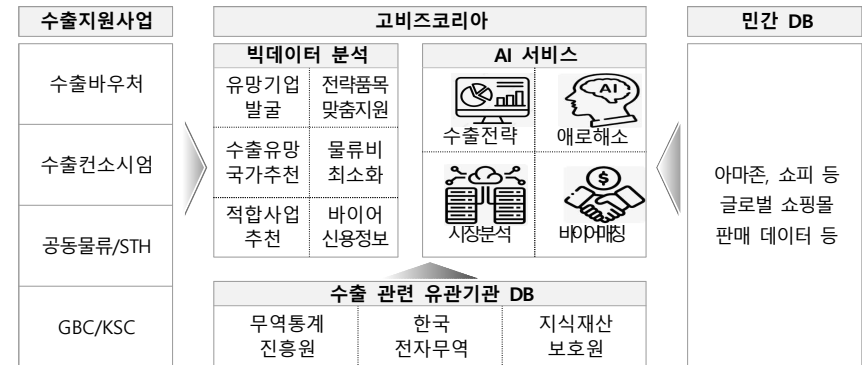
□ (수출지원 종합플랫폼) '고비즈코리아*'를 온-오프라인 통합 중소기업 수출성장지원 종합플랫폼으로 고도화

* 60만개 한국 중기제품 빅데이터 (1억 3천개) 및 외부 데이터(전세계 수출입 정보) 기반 맞춤형 온라인 수출사업 (시장조사·해외인증 등) 추천

○ 수출역량 진단, 애로해소(AI 챗봇), 바이어 발굴·매칭 등 수출활동 전 과정에서 AI를 접목하여 기업 맞춤형 정책 제공

* 'AI수출비서(산업부)와 등 부처별 既추진중인 AI지원을 연계하여 기업편의 및 활용도 제고

정책정보 고비즈코리아 일원화 체계 (안)



2 글로벌 현안 대응

□ (피해·애로 창구) 지역별 수출지원센터를 규제·물류 등 주요 이슈 '상시애로 신고센터'로 전환, 현안별 中企 피해·애로 초동대응 대표 창구화

○ 글로벌 현안 발생 시 온·오프라인 피해·애로 접수창구를 즉시 개설하고, 수출전문관을 통한 초기 상담·모니터링 지원

* 수출바우처, 긴급경영안정자금·보증 등 상황별 맞춤형 지원 안내

□ 부처·관계기관 등과 협업이 필요한 사항은, 범정부 '수출 플러스 지원단('26.4~)*'과 연계하여 신속히 상황을 공유하고 애로해소 추진

* 재경부 1차관을 단장으로 하여 8개 부처, 수출 유관기관 등이 참여, 수출 애로 원스톱 해소, 맞춤형 지원을 연계하는 민·관 합동 조직

□ (대응체계) 민간 현장→중기부 연결→산업부 통상 1단계 핫라인 개설, 확산시 2단계 범부처 협업 전환하는 3대 이슈 대응 체계 구축

○ 1단계는 상호 정보전달과 현장애로 공유 중심으로 운영하고, 2단계는 물류·규제 등 분야별 관계기관 확대하여 체계 전환

○ 수출 현장의 정책 수요를 반영하여 지원 정책을 보완하고, 他부처 소관 사항은 관계부처에 건의

* (예시) 중동전쟁으로 인한 물류부담 완화를 위해 긴급물류바우처 신설('26), 긴급경영안정자금 지원 유형에 보호무역주의('25), 중동전쟁 피해('26) 추가

③ 데이터 기반 정책 고도화

- **(통계 고도화)** 기존 수출 중심의 '중소기업 수출동향'에 수입, 서비스 수출, 해외직접투자 등 편입한 '중소기업 글로벌화 동향'으로 개편('28)
 - (수입) 중소기업 공급망 리스크, 원부자재 조달 중심 분석
 - (해외직접투자) 중소기업의 국가별, 목적별 해외법인·지사 현황 및 수출실적 연관성 등 분석
 - (기술&서비스수출) 테크 스타트업 중심의 기술수출 동향 분석과 함께 중소기업 유망 서비스 분야 도출 및 분석
 - * 해외직접투자 DB 연계를 통해 현지법인을 통한 서비스수출 실적까지 통합 분석
- **(데이터 연계)** 수출지원 성과와 기업정보(매출 등) 연계하여 수출을 통한 기업성장 성과를 분석·평가

④ 법적 기반 정비

- **(법률 제정)** 「중소기업 해외진출 촉진법」 제정('26.하)
 - 중소기업 新무역질서 대응체계 구축, 수출·해외진출 지원수단 확충 등을 위한 법적 근거 마련으로 지원정책 안정성 확보

「중소기업 해외진출 촉진에 관한 법률안」 주요내용

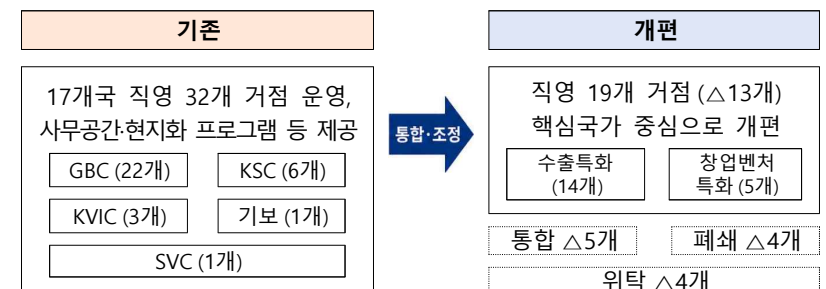
- 1 중소기업진흥법 등 4개 법률*, 9개 조문에 산재한 중소기업 수출 및 해외진출 지원근거를 제정법으로 일원화
* 중소기업진흥법, 판로지원법, 기술혁신촉진법, 무역거래기반법
- 2 무역환경 변화 대응, 수출·해외진출 지원 등 글로벌화 정책 영역별 완결성 있는 지원체계 구축을 위해 지원수단별 근거 조문 추가
- 3 체계적 정책 추진 및 수요자 편의 확대를 위해 통합공고 등 중소기업 수출 및 해외진출 지원정책의 기능 강화
- 4 데이터 기반의 중소기업 지원정책 수립이 가능하도록 중소기업 서비스 수출, 해외직접투자 DB 제공·분석 등을 위한 근거 마련

[2] 중소기업 현지 진출·협력 거버넌스 고도화

① 현지지원 거점

- **(범정부 협업)** 중소기업 해외진출 지원 거점화 및 거점 신설·이전 등을 논의하는 범정부 협의체* 구성·운영
 - * (구성) 재경부(주관), 외교부, 과기부, 산업부, 중기부, 문체부, 농식품부, 지재처 등
- K-마루* 틀 내에서 해외거점 설치·이전 등 공공기관 해외거점 운영을 위한 기본 절차 등을 논의하고, 중소기업 지원을 위한 협업 방안 모색
 - * (K-마루) 분산된 공공기관 해외사무소를 집적하는 통합 거점
- **(중기 특화)** 중소·벤처기업의 해외진출 수요 및 시장 특성을 고려하여 운영방식을 개편하고 수출 또는 창업벤처 특화 운영
 - (운영방식) 권역별 핵심지역(본부) 중심 통합·조정하고 예산·인력 등 자원 재배치, 신흥시장 등은 민간 활용 등 운영방식 다양화
 - * 권역별 핵심지역을 본부로 지정, 소규모 거점은 지사 체제로 운영
 - (기능강화) 국가 간 연계 프로그램 신설* 등을 통한 지원 전략성 강화
(예: 아세안 AI 협력 지원 : 중국기술실증→베트남상용화→싱가포르투자)

중소·벤처기업 지원 해외거점 개편(안)



② 국제협력 강화 및 해외 네트워크 활용

□ **(국제협력 강화)** 중소기업·스타트업 분야 다자·양자 협력 채널을 활용하여 중소기업의 해외시장 진출 지원 강화

○ **(다자)** 「APEC 스타트업 얼라이언스」를 통해 21개 회원국 창업생태계 연결 강화, 비즈니스 밋업 등 협력 기반 구축

* 제주이니셔티브(APEC 중소기업 장관회의, 한국 제주, '25.9) : 스타트업 분야

●네트워크 구축, ●정기 포럼 개최, ●정보 공유 온라인 플랫폼 구축 추진

** 컴업과 연계하여 APEC 회원국 간 비즈니스 밋업 개최('26.12)

○ **(양자)** 주요 협력국과 양자 소통채널을 활용하여 중소기업·스타트업 교류·협력 활성화

* 한-인도 워킹그룹 운영('26.9), 한-브라질 협력체계 구축('27) 등

사례	2025 중등 진출 지원 사업(사우디 등) : 사우디 투자부 방한 및 서류·대면평가를 거쳐 29개사 선정, PIF-HUMAIN·Aramco 등 14개소 방문 및 IR·기술협의 등을 통해 상담 150건, 투자상담액 2억불, Poc·합작법인 등 9건 등 창출	
----	--	---

□ **(재외공관 협의체 활용)** 신흥·개척시장 대상 재외공관 협의체 활용 지원 프로그램 운영* 등을 통한 K-수출영토 확장

* 현지애로 수렴 및 관계 부처 전달 등 현지진출 기관 정착 지원(20개국 29개 협의체)

사례	주태국대사관 : 고효율 제습제 제조기업 A社를 태국시장 진출을 희망 하였으나 현지시장 경험 부족, 인력수급 등 애로 존재 ⇒ 대사관 국경일 행사와 연계한 비즈니스 매칭 지원, 현지인력 인턴십 채용 지원('25.1) 등으로 수출액 272% 성장('24 4.4천불 → '25.11 16.4천불)
----	--

□ **(한인단체 협력)** 해외 주요 한인 경제단체와 협업을 통해 현지 바이어·유통망 발굴, 시장정보 제공 등 中企 현지시장 진출 지원

* OKTA(세계한인경제무역협회), KACCUSA(미주한인상공회의소 총연합회) 등

○ 미국, 중국 등 주요 中企 수출시장 진출을 위한 제품 전시·체험(B2C), 수출상담회(B2B), 글로벌 포럼·네트워킹 등 종합 제공

V. 향후 계획

정책 과제	시기	부처·기관
1. 수출 진입·성장경로 맞춤형 지원체계 구축		
■ 글로벌 스케일업 500 프로그램 신설	'27~	중기부
■ 청년 글로벌 개척자 1000 지원	'27~	중기부
■ 예비 글로벌 소상공인 500개사 발굴·지원	'27~	중기부
■ 지역특화 수출연합체 300 운영	'26.下~	중기부
■ 수출 재도전 기업 200개사 지원	'27~	중기부
2. 소비재 성공모델 확산과 산업재 전략품목 육성		
■ 차세대 K-브랜드 전략품목 발굴·육성	'26.下~	중기부
■ 대기업 해외공동진출 등 마케팅 다각화	'27~	중기부·산업부·문체부
■ 물류 인프라 활용 지원 및 통관 절차 개선	'27~	중기부·산업부·관세청
■ 중소기업 K-브랜드 지식재산 보호 협의체 운영	'26.9~	중기부·지재처
■ K-브랜드 정부인증제도 시행 등 해외 지재권 침해 예방	'26.10~	지재처
■ 해외인증 전주기 지원체계 마련	상시	중기부·산업부·식약처
■ K-소비재 분야 제조·금융 등 지원 확대	'27~	중기부
■ 뷰티·푸드·패션 라이프 등 소비재 품목별 특화지원	'26.下~	관계부처
■ K-Tech 전략 품목 발굴·해외 동반진출 지원	'27~	중기부·산업부
■ 산업재·테크서비스 맞춤형 기술·제품 고도화 지원	'27~	중기부·산업부
3. 정상외교 성과 기반 신흥시장 개척 지원		
■ 인도 현지 종합지원 거점 구축	'27	중기부
■ 브라질 K-뷰티 온·오프라인 마케팅 지원	'27~	중기부·산업부
■ 브라질 ANVISA 규제협력 강화 등	'26.下~	식약처
■ 싱가포르 창업특화거점, 글로벌모펀드 조성 등	'27~	중기부
■ 유럽 뷰티·패션 거점 K-브랜드 팝업스토어 신설	'27~	중기부
■ 몽골 편의점 네트워크 해외진출 테스트베드 지원	'27~	중기부
4. 기업 관점에서 글로벌화 지원체계 통합·재정비		
■ 중소기업 수출·해외진출지원사업 통합공고	'28~	중기부
■ 수출지원사업 신청서류 양식 통일	'27~	중기부
■ 중소기업 수출성장지원 종합플랫폼 고도화	'27~	중기부·산업부
■ 지역 수출지원센터 상시애로 신고센터 전환·운영	'27~	관계부처
■ 데이터 기반 중소기업 글로벌화 동향 개편	'28~	중기부
■ 중소기업 해외진출 촉진법 제정	'26.下	중기부
■ 현지 거점 활용 중소기업 현지 진출 지원	'27~	중기부·재경부
■ 국제협력 강화 및 해외 네트워크 활용	상시	중기부