

미국 라스베가스 「2026 ASD Market Week」 출장 결과보고

2026. 9. 3(목), 공제서비스실

- 행사명 : 미국 라스베가스 「2026 ASD Market Week」
- 일시/장소 : '26. 8. 25(화) ~ 27(목) / 라스베가스 컨벤션센터(North Hall)
- 주 최 : FORGE (구 Emerald X)
- 참여업체 : 노란우산 가입자 28개사
- 주요 참석자
 - 본 회 : 중앙회장, 권혁홍 수석부회장, 한병준·이한욱 부회장 등
 - 미주총연 : 황병구 회장, 김미경 이사장, 오혜영 사무총장 등
 - FORGE : 캐럴린 스프라우스 총괄부사장, 조셉 우 이사 등
- 주요 내용
 - 2026 ASD Market Week 전시 참여(한국관 운영) 및 참가업체 관리
 - K-Goods Fair 개막식, 한국관 라운딩, 참가기업 간담, 기자회견 운영
 - 본회-미주한인상공회의소총연합회, FORGE(주최사) 간담 등

< ASD Market Week >

- 매년 상·하반기 미국 라스베가스에서 개최되는 60년 이상의 전통(1961년 최초 개최) 북미 대표 소비재 전시회(60만 sqft 규모 전시장)
- 소비재 관련 모든 분야의 미주 시장 동향과 최신 트렌드 파악이 가능한 B2B 전시회
*참관객·바이어 4.5만명, 전시업체 110개국 1,800여개사가 참여하는 소비재 전시회

□ 주요 일정

일 시	시간	일 정	세부내용
8.22(토)~ 8.23(일)	16:20	• 라스베가스 (이동)	항공 (11h 10m)
	17:00~18:00	• 호텔 이동(1시간) 및 체크인	
	18:00~20:00	• ASD 행사 사전 점검	
8.24(월)	09:00~13:00	• 전시부스, 체험관 등 세팅 확인	
	13:00~14:00	• (개별) 중식	
	14:00~20:00	• 참여업체 배지 픽업 & 출장자 확인 • 참여업체 전시장 세팅 등	샘플 등 DP 상황 점검
8.25(화)	07:00~08:30	• 전시장 이동	
	08:30~09:00	• 통역원 미팅 (상담일지)	매뉴얼 및 유의사항 안내
	09:00~18:00	• 전시회 참가 - 개막식, 체험관 시연, 기자회견 등	
	18:00~20:00	• 전시장 정리 및 호텔 복귀(개별)	
8.26(수)	07:00~08:30	• 전시장 이동	
	09:00~18:00	• 전시회 참가	
	18:00~20:00	• 전시장 정리 및 호텔 복귀(개별)	
8.27(목)	07:00~08:30	• 전시장 이동	
	09:00~18:00	• 전시회 참가	
	18:00~19:00	• 부스 정리	상담일지 등 수령
	19:00~21:30	• 참가업체 상담일지 및 전시 실적 정리	
	21:30	• 호텔 복귀(개별)	
8.28(금)	10:00~18:00	• 전시회 제반사항 정리 등	
	18:30~22:50	• 석식 후 공항 이동 • 라스베가스 출발/인천 도착+2	항공 (13h 30m)

2026 ASD Market Week 세부 운영 현황

□ D-2 [8.23(일)] : 사전점검 회의

○ 참석자

- 중앙회 : 이창호 단장, 김희중 본부장, 성기동 실장, 김철우 실장, 이준혁 실장, 김덕룡 팀장, 박모현 대리 등 12명
- 미주총연 : 오혜영 사무총장, 박소영 실장, 오경태 실장 등

- #### ○ 주요내용
- 부스설치 진행사항 공유, 개막식, 한국관 라운딩, 기자회견 등 전반적인 준비사항 점검 및 역할 공유

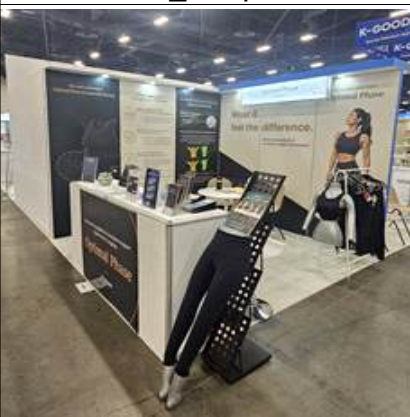
□ D-1 [8.24(월)] : 부스 설치 및 전시장 점검

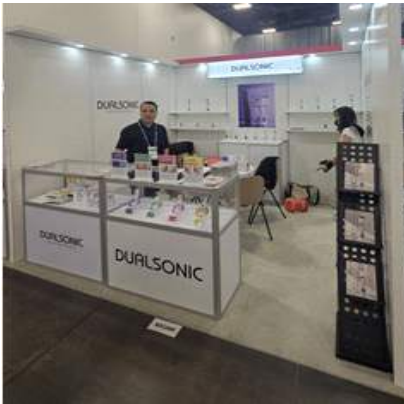
K-Goods Fair 안내도	한국관 쇼케이스	컨벤션 센터 로비
참가기업 부스(청구금속)	체험관(라이프)	공동 홍보관

□ D-day [8.25 (화)] : ASD Market Week 개막

◦ 참가기업 부스 전시 현황(09:00)

국제케이스	노라독	다미무역
		
더마바이오텍	도원바이오텍	두숨
		
라반주얼리	마리포사코리아	만델링커피코리아
		

신일특수금속 	아낌없이주는나무 	아마로스 
애쉬비 	에니프 	에스에이코스메틱 
에이코코리아 	웰마크 	유비에스아이엔씨 
이봄제작소 	제이미인터내셔널 	제이앤엘 

제이앤지코스메틱 	지온메디텍 	청구금속 
클라식컴퍼니 	하라문코스메틱 	힐링스페이스 
홍보관 	체험관(뷰티) 	체험관(라이프) 
전시장 전체 전경 		

○ K-Goods Fair 개막식 (11:00~11:15)

– 주요참석자 : 90여명

- 본회(11) : 중앙회장, 권혁홍·배조웅 수석부회장, 강동한 부회장, 임경준 지역회장 등
- 미주총연(30) : 황병구 회장, 김미경 이사장, 지역한인상의 등
- 내빈(미국) : 셸리 버클리 라스베가스 시장, 캐럴린 스프라우스 Forge 총괄부사장, 네바다주 관계자
- 내빈(한국) : 박영선 재정경제부 전략경제자문단 위원장, 이건홍 기업은행 부행장, 황영일 서울경제진흥원 이사 등
- 노란 홍보대사 : 탁재훈, 김나희, 정준호(前 홍보대사)



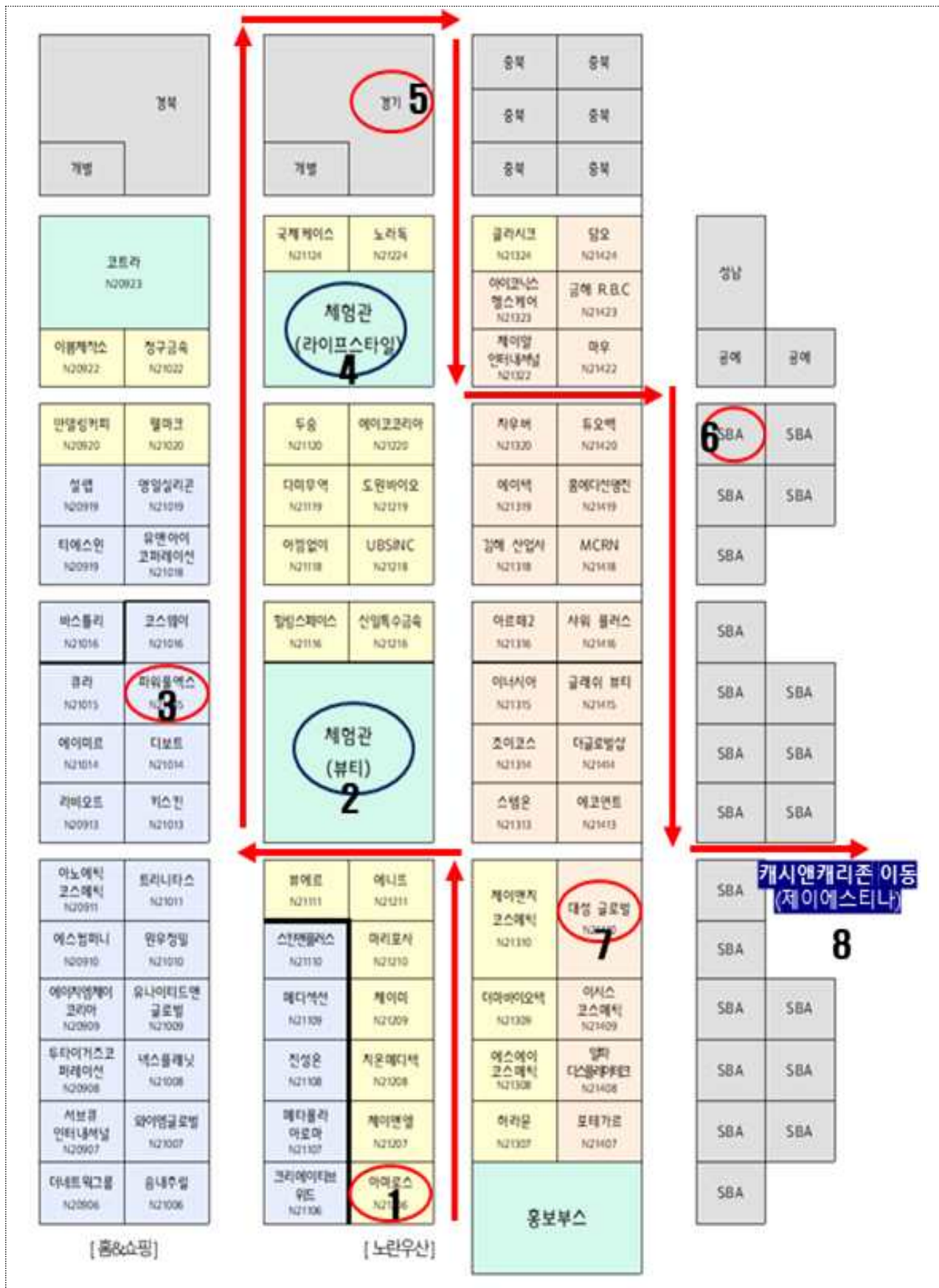
○ 한국관 라운딩 (11:15~11:50)

- 관람 코스 : 아마로스(노란) → 체험관(뷰티) 메이크업쇼 → 파워폴엑스(홈엔) → 체험관(라이프) → 에이햄(경기) → 트루룩(SBA) → 대성글로벌(수출) → Cash&Carry(제이에스티나)





※ [참고] 한국관 라운딩 세부동선



○ 참가기업 간담[티타임] (16:00 ~ 16:25)

– 참석자(11)

- 본회(3) : 중앙회장, 김희중 경제정책본부장, 이창호 공제사업단장
- 홈앤쇼핑(2) : 김재진 전무이사, 이성훈 본부장
- 참가기업(6) : 전시 참가업체

– 주요내용

- 참가기업의 전시회 참가 목적 및 수출상담 진행 현황 파악
- 기업별 해외 판로 확대 관련 애로사항 청취 및 해결방안 논의



○ 기자회견 (16:30 ~ 17:20)

– 주요 참석자

- 본회 : 회장님, 김희중 경제정책본부장, 이창호 공제사업단장 등
- 미주총연 : 황병구 미주총연 회장
- FORGE : 캐럴린 스프라우스 총괄부사장
- 언론 : 특파원 5명 및 한인언론 4명

– 주요내용 : ASD(8월) 한국관 브리핑 및 질의응답



□ D+1,2 [8.26(수)~27(목)] : ASD Market Week 2~3일차

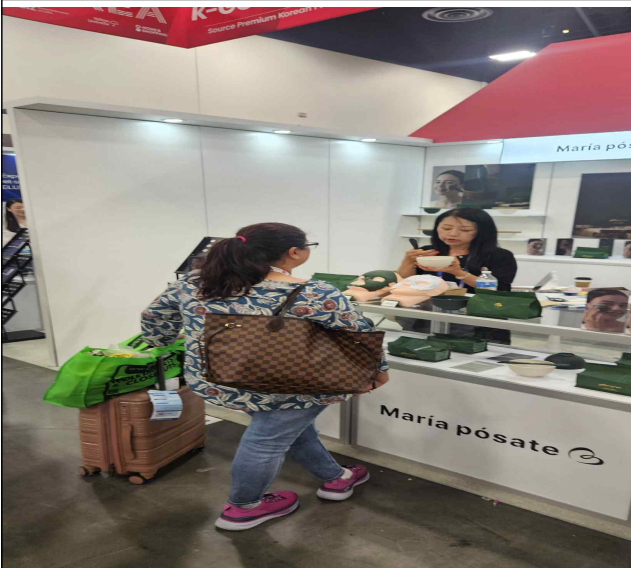
바이어 상담모습 1



바이어 상담모습 2



바이어 상담모습 3



인생네컷 포토부스 (3일차)



한국관 및 체험관 바이어 방문 모습



2026 ASD Market Week 주요성과

□ 주요성과

- 참여기업 평가 : 4.21점 (5점 만점, 84% 만족 수준)

구분	종합 만족도	1.전시회 만족도	2.주관단체 만족도	3.수출상담 만족도	4.차기년 재참여
ASD(26.8월)	4.21	4.14	4.57	3.93	4.21

- 상담 322건, 상담액 25,498천불(기업당 평균 11.5건 / 911천불 상담)

구분	기업명	상담 건수(건)	상담액(\$)	현장 계약(건)	현장 계약액(\$)	향후계약 가능(건)	계약 가능액(\$)
1	국제케이스	5	6,240	4	1,700	4	4,000
2	노라독	15	119,000	1	1,000	15	206,000
3	다미무역	11	100,500	11	33,500	11	67,000
4	더마바이오텍	9	371,500	2	5,700	9	166,000
5	도원 바이오테크	12	760,000	12	160,000	12	320,000
6	두숨	11	26,700	10	6,450	11	27,300
7	라반쥬엘리	5	4,010	4	1,800	4	19,400
8	마리포사 코리아	18	640,420	18	135,640	18	271,280
9	만델링커피 코리아	11	111,000	11	37,000	11	72,000
10	뷰에르	10	50,921	10	13,380	10	187,900
11	신일특수금속	13	845,000	10	142,000	13	318,000
12	아낌없이 주는나무	13	458,400	3	30,000	13	552,000
13	아마로스	18	3,208,340	18	1,057,258	18	2,558,760
14	애쉬비	8	372,000	7	100,500	6	261,000
15	에니프	17	569,000	17	2,250	17	496,000

16	에스에이코스메틱	9	340,000	—	—	9	155,000
17	에이코코리아	13	1,400,000	7	44,500	14	410,000
18	웰마크	6	856,000	2	46,000	6	192,000
19	유비에스아이엔씨	12	490,000	12	300,000	12	330,000
20	이쁨제작소	6	155,000	—	—	4	52,000
21	제이미인터내셔널	9	656,970	10	257,998	10	517,480
22	제이앤엘	17	2,033,000	7	140,000	16	1,043,000
23	제이앤지코스메틱	21	680,000	—	—	19	355,000
24	지온메디텍	10	4,360,000	10	920,000	10	2,885,000
25	청구금속	6	4,045,000	1	10,000	6	2,045,000
26	클라시크컴퍼니	15	957,000	15	31,900	15	638,000
27	하라문코스메틱	14	1,193,000	2	5,500	14	301,000
28	힐링스페이스	8	689,000	6	123,000	8	352,000
합계		322	25,498,001	210	3,607,076	315	14,802,120
평균		11.5	910,642	19.1	128,824	11.25	528,647

○ 참여기업 만족도(주관식)

- 상담 건수나 유입 바이어수는 많은 편, 참여기업 전반적으로 만족
- 실제 상담은 대형 수입상(홀세일)이 아닌 지역 유통망(리테일) 비중이 높음
- 자사 제품의 경쟁력을 확인하고 미국 시장 진출 방향을 고민한 계기가 됨
- 차후에도 해외 전시회 참여를 통해 바이어와의 신뢰 관계를 쌓고자 함
- ASD앱 등을 통한 체계적 시스템을 통한 바이어 매칭에 매우 만족함
- 부스 장치 및 디자인, 위치 등 여건이 보다 개선되었으면 함

□ 참가기업 대표 주요 후기

〈 아마로스 대표 〉

- 낯선 미국 시장에서 우리 제품과 브랜드를 직접 소개하고, 다양한 바이어와 고객들을 만나 현장의 반응을 확인할 수 있었던 소중한 시간
- 앞으로 미국 시장에서 어떤 방향으로 나아가야 할지에 대해서도 다시 한번 생각할 수 있었던 좋은 기회
- 전시회를 마치고 돌아가는 지금 잘 마쳤다는 뿌듯함과 함께 다음에 또 기회가 주어진다면 이번 경험을 바탕으로 더 잘할 수 있겠다는 작은 아쉬움과 기대도 함께 남음

〈 신일특수금속 대표 〉

- 중앙회 측에서 전시회 참여에 있어 소상공인들에게 큰 혜택을 제공하고 있는 것을 인지하고 있으며 차후에도 전시회 참여를 희망
- 브로셔 및 대시보드를 통한 업체 홍보가 만족스러웠음. 기존에 연락하던 멕시코 바이어가 이를 보고 부스에 방문했고, 재계약 논의 및 저녁 미팅까지 이어짐

〈 이쁨제작소 대표 〉

- 처음 해외전시회에 참가하였고, 우리 회사 제품의 가능성과 미래를 확인하는 자리였으며 이번 전시회를 통해 많이 배우는 뜻깊은 자리였음

〈 제이미인터내셔널 대표 〉

- 이번 전시회를 통해 우리 제품이 경쟁력이 있다는 것에 대해 확인 할 수 있는 자리였음. 건조한 날씨인 만큼 우리 제품에 대한 관심이 높은 편이었으며 다음에 기회가 주어진다면 어떻게 하면 우리 제품을 바이어들에게 더 잘 알릴 수 있는지에 대해 준비를 잘 할 수 있을 것으로 생각됨

〈 아낌없이 주는 나무 대표 〉

- ASD 마켓 워크 전시회는 노란우산 가입자(소기업·소상공인)에게 좋은 기회가 될 수 있는 전시회라고 생각됨. 리테일부터 규모가 큰 기업까지 다양한 바이어들이 존재하고 있고 우리 제품이 미주 시장에서 가능성이 있는지 여부를 파악 할 수 있었음

2026 ASD Market Week 참여 기업 명단

NO	구분	부스	업체명 (소재지)	대표자	설립 연도	매출액('25) (억원)	수출액('25) 만불(\$)	제품사진 (제품명)	비고
1	뷰티	N21206	(주)아마로스 (경기 성남)	김선아	2004	47억원	24만불 (3.3억원)	 세럼 (Serum)	
2	뷰티	N21207	(주)제이앤엘 (경기 성남)	임성우	2005	42.1억원	1.3만불 (0.1억원)	 미용기기 (Beauty Equipment)	
3	뷰티	N21307	하라문 코스메틱 (경기 안양)	김현지	2019	1.19억원	6만불 (0.8억원)	 수분 클렌저 (Moisture Cleanser)	
4	뷰티	N21308	에스에이 코스메틱 (인천 서구)	이송희	2008	38.4억원	40만불 (5.6억원)	 에센스(Essence)	
5	뷰티	N21309	더마 바이오텍(주) (경기 성남)	염종경	2014	10.2억	62만불 (8.7억원)	 스킨 크림 (Skin Cream)	
6	뷰티	N21310	제이앤지코 스메틱주식 회사 (서울 서초)	김정국	2001	9.8억원	63만불 (8.8억원)	 화장품 (Skin Product)	

NO	구분	부스	업체명 (소재지)	대표자	설립 연도	매출액('25) (억원)	수출액('25) 만불(\$)	제품사진 (제품명)	비고
7	뷰티	N21208	(주)자온메디텍 (경기 안양)	박종철	2024	50억원	67만불 (9.4억원)	 뷰티 디바이스 (Beauty Device)	
8	뷰티	N21209	(주)제이미인 터내셔널 (경기 안양)	김철진	2015	7.8억원	-	 발각질 제거기 (Foot-care Equipment)	
9	뷰티	N21210	마리포사코 리아 (인천 송도)	이승현	2024	1.32억원	-	 모델링 팩 (Face Pack)	
10	뷰티	N21211	에니뜨 (ANITE) (경기 부천)	김국현	2001	1.42억원	6만불 (0.8억원)	 헤어 에센스 (Hair Essence)	
11	뷰티	N21111	BU:ER (뷰에르) (경기 용인)	이안나	2024	0.2억원	-	 재생 크림 (Repair Cream)	
12	뷰티	N21324	클라시크 컴퍼니 (서울 강남)	김민영	2025	0.1억원	-	 비비크림 (Skin Cream)	

NO	구분	부스	업체명 (소재지)	대표자	설립 연도	매출액('25) (억원)	수출액('25) 만불(\$)	제품사진 (제품명)	비고
13	라이프	N21216	신일특수금 속(주) (서울 송파)	한영욱	2012	85억원	3.4만불 (0.5억원)	 주방용 수세미 (Kitchen Scourer)	
14	라이프	N21218	유비에스아 이엔씨(주) (인천 연수)	손영도	2008	9.69억원	9.4만불 (1.3억원)	 정수기 (Water Purifier)	
15	라이프	N21219	도원 바이오테크 (인천 남동)	함지연	2015	5.82억원	0.3만불 (0.04억원)	 생분해성 천연물품 (Eco-Friendly products)	
16	라이프	N21220	에이코 코리아 (경기 파주)	안은영	2017	0.7억원	2.9만불 (0.4억원)	 호신용 스프레이 (Self-Protection Spray)	
17	라이프	N21224	노라독 (서울 용산)	윤미경	2017	4.51억원	4.5만불 (0.6억원)	 반려동물 용품 (Pet Products)	
18	라이프	N21116	(주)힐링 스페이스 (서울 강남)	김지연	2020	4.5억원	5.8만불 (0.8억원)	 업사이클링 제품 (Upcycling Products)	

NO	구분	부스	업체명 (소재지)	대표자	설립 연도	매출액('25) (억원)	수출액('25) 만불(\$)	제품사진 (제품명)	비고
19	라이프	N21118	주식회사 아낌없이 주는 나무 (충남 계룡)	임준호	2025	1.88억원	-	 원목도마 (Cutting Board)	
20	라이프	N21119	다미 무역 (경기 김포)	박광식	2001	7.7억원	-	 양말(Socks)	
21	라이프	N21120	두숨 (경기 화성)	최희수	2023	2.3억원	1만불 (0.1억원)	 업사이클링 제품 (Upcycling Products)	
22	라이프	N21124	국제케이스 (경북 경산)	박상욱	2019	7.42억원	6만불 (0.8억원)	 안경 케이스 (Glass Cases)	
23	라이프	N21020	웰마크㈜ (충북 청주)	정병도	2000	61.3억원	37만불 (5.2억원)	 PVC 바닥재 (Flooring / Tile)	
24	라이프	N21022	청구금속 (대구 달서)	이상춘	1992	44.6억원	15만불 (2.1억원)	 도어스토퍼 등 (Door Hinge)	

NO	구분	부스	업체명 (소재지)	대표자	설립 연도	매출액('25) (억원)	수출액('25) 만불(\$)	제품사진 (제품명)	비고
25	라이프	N20920	만델링 커피코리아 (서울 성북)	김영욱	2021	5억원	2만불 (0.3억원)	 커피, 로스터기 (Coffee, Roasting Machine)	
26	라이프	N20922	이뽵제작소 (서울 강북)	김경희	2020	0.12억원	-	 림프순환 레깅스 (Lymphatic drainage leggings)	
27	라이프	N25731	애쉬비 (achever) (서울 강서)	김미선	2013	0.3억원	-	 악세서리 (Accessories)	
28	라이프	N25731	라반주얼리 (서울 종로)	김윤미	2010	5.4억원	-	 악세서리 (Accessories)	

140개 中企, 라스베이거스 집결... 美 시장 공략

‘K굿즈 페어’ 개관식 열려

중소기업중앙회는 25일(현지 시각) 미 라스베이거스에서 개막한 소비재 전시회 ‘ASD 마켓위크 2026’에서 대형 한국관인 ‘K굿즈 페어’ 개관식을 열었다고 26일 밝혔다. 1961년 시작한 ASD 마켓위크는 세계 2600여 기업과 글로벌 바이어 5만여 명이 참석하는 북미 최대 B2B(기업간 거래) 소비재 박람회다. 주최 측이 중기중앙회에 한국 소비재 기업의 참가를 공식 요청했고 이번에는 역대 최대인 140여 기업이 참가하는 총 150여 부스 규모의 한국관이 마련된 것이다.

이날 개관식에는 김기문 중기중앙회장과 미주한인상공회의소총연합회의 황병구 회장, 셸리 버클리 라스베이거스 시장, 박영선 전 중기부 장관 등 중소기업계 인사들이 참석했다. 한국관에는 이시스코스메틱, 아마로스, 에스

에이코스메틱, 파워풀엑스 등 화장품 중소기업과 사무용 의자 제조사 듀오백, 주방용 수세미 업체 신일특수금속, 액세서리 업체 라반주얼리 등 다양한 분야 중소기업이 부스를 열었다.

서현영 스킨애플러스 대표는 “이번 참가를 계기로 월마트, 코스트코 등 북미 대형 유통망 진출을 확대하고 싶다”고 말했다. 한영욱 신일특수금속 대표는 “과거 연락이 끊겼던 멕시코 바이어를 이번 전시회에서 다시 만나 빠른 추가 계약 논의를 진행할 수 있었다”며 “사전 온라인 미팅을 통해 상담 전략을 미리 준비한 만큼 신규 바이어와의 추가 상담도 기대하고 있다”고 말했다. 김기문 회장은 “저출산·고령화 시대에 중소기업의 해외 진출은 이제 필수”라며 “이번 전시회가 중소기업들이 북중미 시장에서 새로운 돌파구를 여는 실질적인 수출 기회가 되기를 기대한다”고 했다. 고유찬 기자

140개 中企, 라스베이거스 집결... 美 시장 공략

‘K굿즈 페어’ 개관식 열려

중소기업중앙회는 25일(현지 시각) 미 라스베이거스에서 개막한 소비재 전시회 ‘ASD 마켓위크 2026’에서 대형 한국관인 ‘K굿즈 페어’ 개관식을 열었다고 26일 밝혔다. 1961년 시작한 ASD 마켓위크는 세계 2600여 기업과 글로벌 바이어 5만여 명이 참석하는 북미 최대 B2B(기업간 거래) 소비재 박람회다. 주최 측이 중기중앙회에 한국 소비재 기업의 참가를 공식 요청했고 이번에 역대 최대인 140여 기업이 참가하는 총 150여 부스 규모의 한국관이 마련된 것이다.

이날 개관식에는 김기문 중기중앙회장과 미주한인상공회의소총연합회의 황병구 회장, 셸리 버클리 라스베이거스 시장, 박영선 전 중기부 장관 등 중소기업계 인사들이 참석했다. 한국관에는 이시스코스메틱, 아마로스, 에스

에이코스메틱, 파워풀엑스 등 화장품 중소기업과 사무용 의자 제조사 듀오백, 주방용 수세미 업체 신일특수금속, 액세서리 업체 라반주얼리 등 다양한 분야 중소기업이 부스를 열었다.

서현영 스킨애플러스 대표는 “이번 참가를 계기로 월마트, 코스트코 등 북미 대형 유통망 진출을 확대하고 싶다”고 말했다. 한영욱 신일특수금속 대표는 “과거 연락이 끊겼던 멕시코 바이어를 이번 전시회에서 다시 만나 빠른 추가 계약 논의를 진행할 수 있었다”며 “사전 온라인 미팅을 통해 상담 전략을 미리 준비한 만큼 신규 바이어와의 추가 상담도 기대하고 있다”고 말했다. 김기문 회장은 “저출산·고령화 시대에 중소기업의 해외 진출은 이제 필수”라며 “이번 전시회가 중소기업들이 북중미 시장에서 새로운 돌파구를 여는 실질적인 수출 기회가 되기를 기대한다”고 했다. 고유찬 기자

중기중앙회, 미국서 굿즈 페어 개막

중소기업중앙회(회장 김기문)는 25일 (현지시간) 미국 라스베이거스에서 열린 ‘ASD Market Week 2026’에서 ‘K-Goods Fair’의 개막식을 열고, 140여 개 한국 중소기업의 미주시장 공략을 본격화했다고 밝혔다. 중소벤처기업부 수출컨소시엄사업 참여기업을 비롯해 노란우산공제 소상공인, 홈앤쇼핑 협력사들, 지방 중소기업 등이 뷰티·라이프스타일 등 다양한 제품을 선보인다.

中企중앙회, 美서 ‘K-굿즈 페어’… 140개 기업 참가

중소기업중앙회는 25일(현지 시간) 미국 라스베이거스에서 열린 ‘ASD 마켓 위크 2026’에서 ‘K-굿즈 페어’ 개막식을 열고 국내 중소기업의 미주시장 진출을 지원했다고 26일 밝혔다.

이번 행사에는 140여 개 중소기업이 참가해 약 150개의 부스를 꾸렸다. 현장에는 중소벤처기업부 수출 컨소시엄 사업 참여 기업을 비롯해 중기중앙회 노란우산공제 가입 소상공인, 홈앤쇼핑 협력사와 서울·경기·경북·충북 등 지역 중소기업이 참여해 K뷰티와 라이프스타일 제품을 선보였다.

개막식에는 황병구 미주한인상공회의소총연합

회 회장과 셸리 버클리 라스베이거스 시장 등이 참석했다. 이날 네바다주와 라스베이거스시는 대규모 한국관 파견을 통한 한미 비즈니스 협력에 기여한 공로로 김기문 중기중앙회장과 황 회장에게 감사장을 전달했다.

김 회장은 “통상 환경의 불확실성이 커지는 상황에서 K뷰티와 K푸드는 큰 인기를 끌고 있다”며 “저출산·고령화 시대에 중소기업의 해외 진출은 필수인 만큼 북중미 시장에서 새로운 돌파구를 열길 기대한다”고 말했다.

이소정 기자 sojee@donga.com

K에 반한 美... 전시회 최초로 '한국관' 열었다

美 ASD 마켓위크 가보니

25일(현지시간) 미국 라스베이거스 컨벤션센터에서 열린 북미 대표 소비재 전시회 'ASD 마켓위크(ASD Market Week) 2026'. 전시장 한쪽에 마련된 'K굿즈 페어(K-Goods Fair) 한국관'은 개장 직후부터 바이어와 관람객들로 북적였다.

이들의 발길을 붙잡은 것은 최근 미국 시장에서 빠르게 존재감을 키우고 있는 K뷰티와 K굿즈였다. 60년이 넘는 역사를 가진 ASD가 올해 처음으로 특정 국가를 '포커스 국가(focus country)'로 선정해 대규모 전용관을 마련했는데, 그 첫 사례가 바로 이들이 열린 한국관이었다.

◆ 'K메이크업 체험' 현장 북적북적

한국관에 들어선 중소기업 140곳 중에서도 뷰티 제품 기업들 열거는 다른 곳을 압도했다. 특히 별도로 마련된 대형 메이크업 체험 공간은 현지인들에게 큰 인기를 끌었다.

전열대에는 각종 K뷰티 화장품이 빼곡히 놓였고, 매달린 면로와 넷플릭스 애니메이션 '케이팝 대몬 헌터스'의 주인공 루미 복장을 한 여성 모델들이 K뷰티 제품을 이용해 직접 메이크업을 선보였다. 체험 순서를 기다리거나 제품에 대한 설명을 듣기 위해 사람들이 몰리면서 부스 주변 통로는 발 디딜 틈 없이 붐비기도 했다.

이날 한국관을 찾은 미국 바이어들은 관심은 실제 제품 발굴로 이어졌다. 소비재 유통업체 '라우리아 스튜디오'의 알렉스 시에라 공급망 담당 부사장은 이날 한국 업체들의 뷰티 제품을 살펴보고 새로운 거래처를 찾고 있었다. 시에라 부사장은 "한국관에서 새로운 상품을 살펴보고 우리 포트폴



25일(현지시간) 미국 라스베이거스 컨벤션센터에서 열린 'ASD 마켓위크 2026'의 K굿즈 페어 한국관에서 김기문 중소기업중앙회 회장(왼쪽 둘째)을 비롯한 국내외 행사 관계자들이 한 참가 업체의 제품 설명을 듣고 있다.

중소기업중앙회

60년 역사 美 대표 소비재 행사
K제품 인기로 한국관 먼저 제안
"미국 젊은층 한국 문화에 열광"
바이어들 K뷰티·생활용품 몰려
중기중앙회 비용 80% 지원하며
국내 중소기업 140곳 판로 개척 도와

리오는 무엇을 추가할 수 있을지 보고 있다"며 "한국 뷰티 제품은 미국에서 상당히 인기가 높아 우리도 그 기회를 적극 활용하려 한다"고 말했다.

그가 짚은 K뷰티 인기 배경에는 젊은 세대를 중심으로 한 'K컬처'가 있었다. 시에라 부사장은 "내 자녀들만 해도 한국 문화와 관련된 것이라면 무엇이든 좋아한다"며 "그들은 트렌드가 어디로 갈지를 정확히 알고 있는 만큼 젊은 세대 수요를 잘 포착해내려 한다"고 말했다.

◆ "첫날 오전에만 바이어 미팅 7건"

이날 부스를 차린 한국 기업들도 미국 바이어들 반응을 제창하고 있다.

주방용 수세미 등을 생산하는 한영옥 신일특수금속 대표는 이날 오전에만 바이어 7곳과 상담을 마쳤다.

한 대표는 "해외 전시회에는 오고 싶어도 기회를 얻지 못하는 중소기업이 많은데 이번에 참가하게 돼 좋다"며 "오늘 첫날 오전에만 바이어 미팅을 7건 했다"고 말했다.

유기농 생리대를 판매하는 이너시아의 김효이 대표도 "미국 시장에 진출하기 위해 온라인 마케팅에 주력하고 있지만 실질적인 바이어를 찾지 못하면 큰 의미가 없다"며 "ASD 한국관 같은 좋은 공간이 마련된 덕분에 미국 현지 리테일 시장에서 발을 넓혀갈 기회를 포착하게 됐다"고 말했다.

전시장에서는 화장품뿐 아니라 사무용 의자, 주방용품, 업사이클 가방, 반려동물 산책용품 등 국내 중소기업들이 만든 다양한 제품을 한자리에서 볼 수 있었다.

K팝과 드라마 등 콘텐츠에서 시작된 'K'에 대한 관심이 생활소비재 전반으로 확장되고 있음을 확인할 수 있는 장면이었다.

◆ 김기문 회장 "중소에 절호의 기회"

올해 ASD가 한국 기업들을 전면으로 내세운 것은 최근 미국 시장에서 한국산 소비재의 위상이 크게 높아졌기 때문이다. 실제로 ASD 주최사인 에메랄드 X는 한국을 올해 '포커스 국가'로 선정하겠다고 먼저 제안한 것으로 알려졌다. 주최 측 관계자는 "미국 내 한국 제품에 대한 수요가 화장품뿐 아니라 생활용품, 가정용품, 생활용품 등으로 확산하고 있다"고 말했다.

특히 중소기업중앙회 등 관련 기관이 수백만 원에 달하는 부스 설치비와 물류비 등을 지원하면서 미국 진출 문턱을 낮췄다. 김기문 중소기업중앙회 회장은 이날 "중소기업들의 부스 참가 비용 등 80%가량을 지원하며 판로 개척을 적극 돕고 있다"고 말했다. 김 회장은 또 "대한민국의 국가 위상이 상승한 만큼 중소기업들에게도 중요한 기회가 왔다고 보고 있다"며 "기업은 경쟁력 있는 제품을 만들고, 세계에선 기업들이 좋은 바이어를 만날 수 있도록 꾸준히 길을 만들어줄 것"이라고 말했다.

라스베이거스 한재범 기자

"아마존 벗어나자" ... 美 직접공략 나선 K중기

최대 소비재전 'ASD마켓위크' 현지 유통사와 직접계약 등 성과

"딸이 한국 화장품에 대한 스킨케어 사업을 준비하고 있습니다." 25일(현지시간) 미국 라스베이거스에서 개막한 소비재 전시회 'ASD마켓위크'. 테네시주 멤피스에서 온 바이어 래임 사와스는 한국 화장품 브랜드 키스킨(KISSKIN) 부스에서 제품을 얼굴에 직접 발라보며 이같이 말했다. 프랑스 화장품 브랜드 랑콤에서 근무한 그는 "딸이 사준 한국 제품을 직접 사용해보고 마음에 들었다"며 K뷰티에 관심을 보였다.

1800여 개 업체와 3만 명이 참여하는 세계 최대 소비재전시회 ASD마켓위크를 통해 한국 중소기업들이 미국 시장 직판의 문을 두드리고 있다. 특히 중소기업중앙회가 후원하는 국내 중소기업 140개사의 'K-굿즈 페어'에는 스킨케어 제품을 직접 써보거나 입점 조건을 묻는 바이어의 발길이 끊이지 않았다. 바로 옆 중국 회사들이 차린 부스 곳곳이 한산한 것과 대조적이었다. 비결은 K-굿즈 페어 한가운데에



노란우산 홍보대사인 배우 탁재훈(왼쪽부터), 김기문 중소기업중앙회장, 박영선 재정경제부 전략경제자문단 위원장이 25일(현지시간) 'ASD마켓위크'에서 'K-굿즈 페어'를 둘러보고 있다.

중기중앙회 제공

차려진 한국식 메이크업 시연, 캐나다와 중남미 등에서 온 유통사 관계자들은 '조선미녀' '스킨1004' 등 성공한 K뷰티의 후속을 발굴하는데 심혈을 기울였다.

현재 많은 한국의 중소기업이 아마존과 틱톡 내 쇼핑을 통해 미국 시장에 진출하고 있다. 시장조사업체 NIQ에 따르면 미국 내 K뷰티 판매의 약 70%는 온라인에서 이뤄진다. 하지만 플랫폼 수수료와 광고·물류비를 빼면 업체 손에 남는 돈은 많지 않다고 한다. 여성용품업체 이너시아의 김효이 대표는 "온라인 매출이 커져도 사실상 남는 건

많지 않다"며 "훗날을 도모하며 버티고 있지만, 그 구간을 버티지 못하는 기업도 적지 않다"고 말했다.

한국의 중기가 이번 전시회를 통해 오프라인 시장을 직접 공략하는 이유다. 실제로 스킨케어 업체인 페이스리퍼블릭은 이번 행사에서 화장품 편집숍 세포라와 파라과이에서 약국 1000여 곳을 운영하는 업체 관계자와 계약을 논의했다. 김기문 중소기업중앙회장은 기자회견에서 "전시회가 열리기 전부터 업체별로 상담 일정이 가득 찼다"며 "10개, 20개씩 상담이 잡힌 곳도 있다"고 소개했다.

라스베이거스=김인엽 특파원

“품질 좋고 디자인도 만족” 북미 직판로 뚫는 ‘K굿즈’

‘ASD 마켓’ 라스베이거스서 개막
뷰티·생활용품 등 中企 140곳 참가
유일한 국가관 꾸려 바이어 공략
월마트 등 대형 유통망 입점 모색

“한국 화장품, 정말 멋지네요. 품질도 좋고 글루(화장용 폼) 없이 붙이는 속눈썹이 마음에 들어요.”

25일(현지 시간) ‘ASD 마켓 위크 2026’이 열린 미국 네바다주 라스베이거스 컨벤션센터. 주변 중국·인도 기업들의 부스가 한산한 반면 K굿즈(한국산 상품)의 무대인 한국관에는 방문객들이 줄지어 들어갔다. 방문객들은 직접 메이크업 아티스트로부터 화장을 받아보고 마음에 드는 제품 부스로 이동했다. 해외 바이어들은 한국산 기능성 화장품 원산지가 어디인지, 어떤 원료를 쓰는지, 가격은 얼마인지 질문을 쏟아냈다.

한국관에는 140개 기업이 150개 부스를 차렸다. 한해 두 번 열리는 ASD 마켓 위크의 3월 행사에는 20개사만 참가했으나 기업 반응이 뜨겁자 6개월여만에 뷰티·패션 기업 규모를 대폭 늘렸다. 한국 액세서리 부스를 둘러본 릴리 아나는 “코스



25일(현지 시간) ASD 마켓 위크 2026이 열린 미국 네바다주 라스베이거스 컨벤션센터에서 해외 바이어가 한국 속눈썹을 부착하고 있다.

타리카에 6개 매장을 갖고 있다. 예전에는 스페인이나 튀르키예 제품을 많이 샀는데 한국 제품을 보니 디자인이 만족스럽다”며 “안내서를 살펴보면서 구매 여부를 결정할 계획”이라고 말했다. 그 밖에 주방과 욕실용 생활용품에도 바이어들이 관심을 보였다.

북미 최대 소비재 박람회인 ASD 마켓 위크는 올해 ‘집중 국가’(Focused Country)로 한국을 선정했다. ASD 마켓 위크 기간 동안 중소기업중앙회와 미주한인상공회의소총연합회가 주최한 K굿즈 박람회 개막식에는 셸리 버클리 라스베이거스 시장, 소니 비누야 네바다주 아웃리치

디렉터 등 주요 인사들이 찾았다. 국가관 이름을 내걸고 부스를 운영하는 곳은 한국이 유일하다. 김기문 중소기업중앙회장은 “통상환경 불확실성이 심화되는 상황에서 K뷰티·푸드도 큰 인기를 끌고 있다”며 “ASD 전시회 주최사가 한국 기업의 참가를 요청할 만큼 위상이 높아졌다”고 강조했다.

ASD 마켓 위크는 1961년부터 이어지는 북미 대표 기업 간 거래(B2B) 소비재 전시회로 에메랄드X 주최로 매년 3월과 8월에 열린다. 미국과 캐나다는 물론 중남미 바이어들의 참가 비중이 높아 한국 중소기업에는 미주 수출길을 뚫을 수 있는 기회의 장이다. 지난해에는 17개국에서 1400개가 넘는 기업들이 참가했고 3만 명 이상이 방문했다.

전시회에 참가한 우리 기업들도 직판로를 뚫을 수 있어 만족스럽다는 반응이다. 서현영 스킨애플러스 대표는 “3월 처음 참가한 ASD 전시회에서 중남미 바이어와 250만 달러 규모의 독점 계약을 체결할 수 있었다”며 “이번에는 월마트·코스트코 등 북미 대형 유통망과 성공적으로 계약을 체결해 기회를 넓히고 싶다”고 말했다.

글·사진(라스베이거스)=김창영 특파원

“K-굿즈 페어, 中企 북중미 수출 플랫폼 도약 기대”

美 ‘ASD’ 대규모 한국관 오픈

중기 140개사 참가해 K-소비재 선행
김기문 회장 “한국 제품 위상 높아져”

중소기업 140여곳이 미국 라스베이거스에 모여 K-뷰티와 라이프스타일 등 소비재 제품을 앞세워 미주 시장 공략에 나섰다.

중소기업중앙회는 25일(현지 시간) 미국 라스베이거스에서 열린 ‘ASD Market Week 2026’에서 대규모 한국관인 ‘K-Goods Fair’ 개막식을 열었다고 밝혔다.

이번 한국관에는 중소벤처기업부 수출컨소시엄사업 참여기업들 비롯해 중소기업중앙회 노란우산공제 소상공인, 휴먼쇼핑 협력사, 서울·경기·경북·충북 등 전국 각지 중소기업 등 140여개사가 총 150여개 부스를 마련해 뷰티, 라이프스타일 등 다양한 소비재를 선보인다.

ASD는 미국과 중남미 지역의 수입·유통업계 관계자 3만여명이 찾는 미주 대표 소비재 전문 전시회다. 올해는 기존 ASD의 전시 인프라와 바이어 네트워크를 활용하면서



김기문(오른쪽) 중소기업중앙회장이 셸리 버클리 라스베이거스 시장으로부터 감사장을 받은 후 기념사진을 촬영하고 있다(왼쪽 사진). 김기문(앞줄 왼쪽 첫 번째) 회장이 ‘K-Goods Fair’에 전시된 한국 상품을 살펴보고 있다.

도 한국 제품을 하나의 브랜드로 선보이는 ‘쇼인쇼(Show In Show)’ 형태로 K-Goods Fair를 구성했다.

개막식에는 황병구 미주한인상공회의소 총연합회 회장을 비롯해 셸리 버클리 라스베이거스 시장, 소니 비누야 네바다주 아웃리치 디렉터, 캐럴린 스프라우드 FORGE 수석부회장 등 국내외 주요 인사들이 참석했다.

현지 바이어들의 관심도 이어졌다. 미국



중기중앙회 제공

유통체인 빌트 디파트먼트의 앤젤 디렉터는 “드라마와 K-Pop 등 한국 콘텐츠에 대한 관심이 높아지면서 한국 제품을 찾는 수요도 늘고 있다”며 “다양한 한국 제품을 한자리에서 볼 수 있어 좋다”고 말했다.

국내 참가기업들도 수출 성과 확대에 기대를 걸고 있다.

스킨애플러스 서현영 대표는 지난 3월 ASD에 처음 참가해 중남미 바이어와 250만 달러 규모의 독점 계약을 체결한 경험을 소

개하며 “이번에는 Walmart, Costco 등 북미 대형 유통망과도 계약을 체결해 해외 진출 기회를 확대하고 싶다”고 말했다.

중기중앙회는 현지 바이어의 한국관 방문을 확대하기 위해 전시장 로비에 대형 옥외 광고와 한국관 위치를 안내하는 미터보드, 대표 제품을 미리 확인할 수 있는 디스플레이 케이스 등을 설치했다.

한국관에서는 뷰티·라이프스타일 대형 체험관을 비롯해 메이크업 쇼·K-콘텐츠 연계 프로그램, 네트 사진 등 체험형 콘텐츠도 운영한다. 제품을 단순히 전시하는 데 그치지 않고 현지 바이어가 직접 체험할 수 있도록 해 상담과 계약으로 연결한다는 전략이다.

김기문 중소기업중앙회장은 “최근 통상환경의 불확실성이 커지고 있지만 K-뷰티와 푸드에 대한 인기는 여전히 높고, ASD 주최 측에서 한국 기업의 참가를 요청할 정도로 한국 제품의 위상이 높아졌다”며 “이번 K-Goods Fair가 우리 중소기업이 북미와 중남미 시장에서 새로운 돌파구를 마련하는 실질적인 수출 플랫폼이 되기를 기대한다”고 말했다.

김종욱 기자 east@viva100.com

K뷰티·라이프스타일, 라스베이거스 홀렸다

中企 140곳 150개 부스 꾸려
글로벌 유통채인과 계약 기대

국내 중소기업 140여개사가 미국 라스베이거스에 집결해 북미와 중남미 소비재 시장 공략에 나섰다. K콘텐츠 확산에 힘입어 한국 제품에 대한 현지 관심이 높아지는 가운데 뷰티·라이프스타일 등 다양한 K소비재가 글로벌 바이어들의 눈길을 끌었다.

중소기업중앙회는 25일(현지시간) 미국 라스베이거스에서 열린 'ASD Market Week 2026'에서 'K-Goods Fair' 개막식을 열고 국내 중소기업의 미주 시장 진출을 지원했다고 26일 밝혔다.

이번 행사에는 140여개 중소기업이 150여개 부스를 꾸렸다. 중소벤처기업부 수출컨소시엄사업 참여기업은 비롯해 중기중앙회 노란우산공제 가입 소상공인, 휴먼쇼핑 협력사와 서울·경기·경북·충북 등 지역 중소기업이 참여해 K뷰티와 라이프스타일 제품 등을 선보였다. 네바다주와 라스베이거스시는 대규모 한국관 파견을 통한 한·미 비즈니스 협력에 기여한 공로로 김기문 중기중앙회장과 황 회



25일 미국 라스베이거스에서 열린 'ASD Market Week 2026'의 'K-Goods Fair' 현장.

장에게 감사장을 전달했다.

현지 바이어들의 관심도 이어졌다. 미국 유통체인 빌즈 디파트먼트의 디렉터 엔젤은 "드라마와 K팝 등 한국 콘텐츠에 대한 관심이 높아지면서 한국 제품을 찾는 수요도 많아지고 있다"며 "다양한 한국 제품을 한자리에서 볼 수 있어 전시 기간 여러 제품에 대한 상담을 진행할 예정"이라고 말했다.

브라질 뷰티프로의 바이어 미겔은 "평소 눈여겨보던 한국 제품을 현장에서 직접 체험해보니 기대 이상으로 매력적"이라며 "디자인과 품질이 우수한 K-뷰티 제품에 관

심이 있고 차별화된 기능을 앞세우면 중남미 시장에서도 경쟁력이 있다고 판단해 샘플을 요청했다"고 설명했다.

실제 전시회 참가가 수출 계약으로 이어진 사례도 나왔다. 이번 한국관에 재참가한 서현영 스킨앰플러스 대표는 3월 ASD 전시회 첫 참가 당시 중남미 바이어와 250만 달러 규모의 독점 계약을 체결했다. 서 대표는 "이번에는 월마트, 코스트코 등 북미 대형 유통망과의 계약을 통해 진출 기회를 더욱 확대하고 싶다"고 말했다.

성현희기자 sunghh@etnews.com

중기중앙회 'K굿즈페어'로 美 시장 공략

중소기업중앙회가 한국 중소기업의 '아메리칸드림' 실현에 나섰다.

중기중앙회는 25일(현지시간) 미국 라스베이거스에서 진행되는 '소비재 전시회'(ASD 마켓워크 2026)에서 'K굿즈페어' 개막식을 열었다. 행사장에 마련된 150여개 부스에는 중소벤처기업부 수출컨소시엄사업 참여 기업은 비롯해 중기중앙회 노란우산공제 소상공인, 휴먼쇼핑 협력사, 서울·경기·경북·충북 등 지역 소재 중소기업 140여곳이 자리했다.

개막식에는 황병구 미주한인상공회

의소총연합회장과 셸리 버클리 라스베이거스 시장 등 국내외 주요 인사가 참석했다. 행사에 앞서 네바다주와 라스베이거스시는 한국관 파견에 대한 한미 협력 공로를 인정해 김기문 중기중앙회장과 황 회장에 감사장을 전달했다.

김 회장은 "K제품 선호도가 높아진 덕분에 국내 중소기업이 세계로 나설 발판이 마련됐다"며 "K팝이 전 세계를 흔들면서 중소기업이 만드는 K뷰티, K푸드도 히트했고 라면 제조기, 주얼리 등 여러 한국 상품을 덩달아 좋아해 주고 있



25일(현지시간) 미국 라스베이거스에서 열린 'ASD 마켓워크 2026'에서 'K굿즈페어'에 참가한 한국 중소기업 부스 모습. 중기중앙회 제공

다"고 말했다. 이어 "K굿즈페어가 우리 중소기업이 북중미 시장에서 새 돌파구를 여는 실질적 수출 플랫폼이 되기를 기대한다"고 강조했다. 세종김우진기자

한류 타고 뜬 'K-굿즈'... 中企 140여곳 북중미 수출길 연다

(뷰티·푸드 등)

美 'ASD Market Week'

중기중앙회, 'K-Goods Fair' 개막
소비계 관련 미주 시장 동향 파악
현지 바이어, 한국 제품 기대 높아

K-뷰티, K-푸드 등을 제조·판매하는 140여개 한국 중소기업들이 미국 시장 공략에 본격 나섰다.

중소기업중앙회는 25일(현지시간) 미국 라스베이거스에서 열린 'ASD Market Week 2026'에서 'K-Goods Fair' 개막식을 개최했다고 26일 밝혔다.

K-Goods Fair에 설치한 150여개 부스에는 중소벤처기업부 수출컨소시엄 사업 참여기업들 비롯해 중기중앙회 노란우산공제회 소상공인, 홈앤쇼핑 협력사들과 함께 서울, 경기, 경북, 충북 등 지역 소재 중소기업들이 참여했다.

'ASD Market Week'는 1961년 시작해 60년 이상의 전통을 가진 북미 지역의 대표 소비재 B2B 전시회로, 매년 상·하반기에 라스베이거스에서 열린다. 특히 소비재와 관련해 미주 시장의 모든 분야에 대한 동향과 최신 트렌드 파악이 가능한



지난 25일(현지시간) 미국 라스베이거스에서 열린 'ASD Market Week 2026'에서 한국과 미국 관계자들이 'K-Goods Fair' 개막식을 진행하고 있다. /중기중앙회

전시회로 손꼽힌다. 이번 전시회는 25~27일 사흘간 펼쳐진다.

전시회에 참석한 현지 바이어들은 한국 제품에 대한 기대가 매우 높은 모습이다.

미국 유통체인 빌즈 디파트먼트의 디렉터인 앤젤은 "드라마, K-Pop 등 한국 콘텐츠에 관심이 높아지면서 한국 제품을 찾는 수요도 많아지고 있다"며 "이번 대규모 한국관을 통해 다양한 제품을 한자리에서 볼 수 있어 좋았으며 사흘의 전시기

간 동안 지켜보며 여러 제품에 대한 상담을 진행할 것"이라고 전했다.

브라질에서는 뷰티프로의 바이어 미겔은 "시즌 상품을 소싱하기 위해 꾸준히 이 전시회를 찾고 있다"며 "평소 눈여겨보던 한국 제품을 현장에서 직접 체험해보니 기대 이상으로 훨씬 매력적이다. 디자인과 품질이 우수한 K-뷰티 제품에 관심이 있고 차별화된 기능을 앞세워 중남미 시장에서도 해볼 만한 것 같아 샘플을 요청

했다"고 말했다.

한국관에 재참가한 서현영 스킨앰플러스 대표는 "지난 3월 처음 참가한 ASD 전시회에서 중남미 바이어와 250만 달러 규모의 독점 계약을 체결할 수 있었다"며 "두번째 참가를 계기로 월마트, 코스트코 등 북미 대형 유통망과도 성공적으로 계약을 체결해 진출 기회를 확대하고 싶다"고 전했다.

중소기업 글로벌 홍보대사로 이번 행사

에 동행한 박영선 전 장관은 자신의 SNS에 한국 기업들을 응원하는 글을 올리기도 했다.

박 전 장관은 "ASD Market Week가 올해 주목하는 나라는 KOREA"라며 "한류와 함께하는 한국 제품들은 특히 화장품을 비롯해 약세사리 등 아이디어 상품들의 인기가 많다. K-뷰티는 현장체험관을 마련해 눈길을 끌었다"고 전했다. 그러면서 "하잡부터 한국관을 찾는 사람들의 발길이 이어지며 북적북적했다. 외국인들의 관심이 K-goods에 쏠려 있다는 데 어쩐지 으쓱해졌다"고 분위기를 전했다.

김기문 회장은 "최근 통상환경 불확실성이 심화되는 상황에서도 K-뷰티와 푸드는 큰 인기를 끌고 있으며, ASD 전시회 주최 측에서 한국 기업의 참가를 요청할 만큼 그 위상이 높아졌다"며 "저출산·고령화 시대에 중소기업의 해외 진출은 이제 필수로, 이번 'K-Goods Fair'가 우리 중소기업들이 북중미 시장에서 새로운 돌파구를 여는 실질적인 수출 플랫폼이 되기를 기대한다"고 밝혔다.

bada@metroseoul.co.kr



metr

아시아투데이

2026-08-27 (목) 018면

"K-상품 알리자"... 中企 140곳 라스베이거스에 뒀다

중기중앙회, K-굿즈 페어 개막식
150개 부스 열고 생활용품 등 소개

중소기업중앙회는 25일(현지시간) 미국 라스베이거스에서 열린 'ASD 마켓 위크 2026'에서 '케이(K) 굿즈 페어(한국상품전) 개막식'을 개최하고, 국내 중소기업 140여 곳의 미주 시장 공략을 본격화했다고 밝혔다.

이번 행사에는 화장품(뷰티), 생활용품(라이프스타일) 등 다양한 한국 상품을 선보이는 150여개 부스가 조성됐다. 중소벤처기업부 수출컨소시엄 사업 참여기업들을 포함해 노란우산공제회 소상공인, 홈앤쇼핑 협력사, 지자체(서울·경기·경북·충북 등) 추천 중소기업들이 대거 참여했다.

개막식에는 공동주최기관인 미주한인상공회의소총연합회 황병구 회장과 셸리 버클리 라스베이거스 시장, 소니 비누야 네바다주 아웃리치 디렉터, 캐럴린 스프라우드 포지 수석부회장 등 국내외 주요 인사가 참석했다. 네바다주와 라스베이거스시는 한·미 비즈니스 협력 공로를 인정해 김기문 중기중앙회장과 황병구 회장에게 감사장



노란우산 모델 김나희(왼쪽 첫번째부터), 탁재훈, 박영선 전 중기부 장관, 셸리 버클리 라스베이거스 시장, 김기문 중기중앙회장이 25일(현지시간) 미국 라스베이거스에서 열린 'ASD 마켓 위크 2026' K-굿즈 페어 개막식에서 참석자들과 기념촬영을 하고 있다. /제공=중소기업중앙회

을 전달했다.

현장에서는 북중미, 남미 바이어들의 호응이 이어졌다. 미국 유통체인 빌즈 백화점의 앤젤 디렉터는 "한국 드라마와 케이팝 등 한국 문화 콘텐츠에 대한 관심이 높아지면서 한국 제품을 찾는 수요도 급증했다"며 지속적인 상담 뜻을 밝혔고, 브라질 바이어 미겔 역시 한국산 화장품 제품의 디자인과 품질을 높이 평가하며 샘플을 요청했다.

참가 기업들의 실질적 성과도 기대된다. 지난 3월 전시회에서 250만 달러 규모의 독점 계약을 올린 서현영 스킨앰플러스 대표는 "이번을 계기로 월마트, 코스트코 등 북미

대형 유통망 진출을 확대할 것"이라 말했으며, 한영옥 신일특수금속 대표는 "사전 온라인 미팅을 통해 바이어와의 추가 계약 논의를 신속히 진행하고 있다"고 전했다.

김기문 중기중앙회장은 "최근 통상환경의 불확실성이 심화되는 상황에서도 한국산 화장품과 식품의 위상이 높아져 전시회 주최 측에서 먼저 참가를 요청할 정도"라며 "저출산·고령화 시대에 중소기업의 해외 진출은 필수인 만큼, 이번 행사가 우리 기업들이 북중미 시장에서 새로운 돌파구를 여는 실질적인 수출 플랫폼이 되기를 기대한다"고 강조했다. /오세은 기자

‘메이드 인 코리아’에 북적북적... 美바이어 잡고 수출길 뚫는 中企

美 ‘ASD 마켓 워크’ 가보니

중기중앙회, K굿즈 페어 마련
중기 140곳 바이어·유통망 연결 지원
김기문 “韓 수출, 선택 아닌 필수”

“공장이 어디에 있나요?” “한국입니다.” “오~ 좋아요!”

25일(현지시간) 미국 라스베이거스에서 열린 ‘ASD(Affordable Shopping Destination) 마켓 워크 2026’ 한국관. 화장품 업체 라비오프 부스를 찾은 해외 바이어는 제품을 살펴보다 제조국을 물었다. “한국”이라는 답이 돌아오자 제품을 직접 사용해 보며 관심을 보였다.

심정환 라비오프 부장은 “예전에는 제품에 대해 많은 설명을 해야 했는데 요즘은 바이어들이 먼저 제조국을 묻는다”며 “한국이라고 하면 바로 반응이 좋아진다”고 말했다. 이어 그는 “‘메이드 인 코리아’ 자체를 하나의 브랜드처럼 생각하는 것 같다”고 했다. ASD는 1961년 미국에서 처음 개최한 이후 전



25일(현지시간) 미국 라스베이거스 컨벤션센터에서 열린 ‘ASD 마켓 워크(ASD Market Week) 2026’의 한국관.

세계 유통업자, 도소매 바이어, 온라인 셀러들이 독창적인 상품을 소싱하고 높은 마진을 확보하기 위해 찾는 대표적인 B2B(기업 간 거래) 무역 박람회다.

한국 제품에 대한 높아진 관심이 현장에서 확인되고 있지만, 관심을 실제 주문과 수출로 연결하는 것은 여전히 중소기업의 몫이다. 김기문 중소기업중앙회장은 이날 기자간담회에서 “한국은 수출을 해야 하는 나라”라며 “중소기업에

수출은 하고 싶어서 하는 것이 아니라 필수라고 생각할 정도로 중요하다”고 강조했다.

이번 ASD를 긍정적으로 평가한 것도 같은 이유에서다. 중기중앙회와 미주한인상공회의소총연합회는 이번 행사에 국내 중소기업 140여 곳이 참여하는 약 150개 부스 규모의 ‘K굿즈페어’(K-Goods Fair)를 마련했다.

현장에서는 K뷰티를 넘어 다양한 제

품이 바이어들의 눈길을 끌었다. 셀럽이 선보인 동결건조 온천수 분말을 사용하는 샤워기는 독특한 콘셉트로 관심을 받았다. 이주훈 셀럽 대표는 “온천수가 나오는 샤워기라는 콘셉트를 재미있고 신선하게 받아들였다”고 말했다. 한 바이어는 별도 미팅을 제안하며 발주를 논의하자고 했다.

하지만 관심을 주문으로 바꾸기 위해 넘어야 할 장벽도 선명했다. 바이어들이 반복적으로 던진 질문 가운데 하나는 “미국에 재고가 있느냐”였다. 이 대표는 “바이어들은 현지 창고를 두고 바로 물건을 보내주는 것을 원했다”고 말했다. 온라인 판매만으로 미국 시장을 뚫는 데도 한계가 있다.

라스베이거스 전시장의 한국관에서는 분명 ‘K제품’에 대한 시선이 달라지고 있었다. 결국 관건은 ‘메이드 인 코리아’에 대한 호감이 일회성 관심에 그치지 않도록 하는 것이다. 현지 채고와 물류망을 확보하고, 가격·품질 경쟁력을 높이는 동시에 구매력 있는 바이어와 현지 유통망을 연결해야 한다.

라스베이거스=성주원 특파원 sjw1@

국민일보

2026-08-27 (목) 020면

140개 중소기업이 라스베이거스에 집결했다

중기중앙회, ‘K-goods Fair’ 개최 김기문 회장 “수출 플랫폼 되길 기대”

국내 중소기업 140여곳이 미국 라스베이거스에 모여 북중미 소비재 시장 공략에 나섰다.

중소기업중앙회는 25일(현지시간) 라스베이거스에서 열린 소비재 전시회 ‘ASD 마켓 워크 2026’에서 ‘K-굿즈 페어’(사진) 개막식을 개최했다고 26일 밝혔다. 행사에는 중소벤처기업부 수출 컨소시엄 참여기업과 노란우산공제 가입 소상공인, 홈앤쇼핑 협력사, 지역 중소기업 등 140여곳이 참여했다. 이들은 150여개 부스에서 뷰티와 라이프스타일 등 다양한 소비재를 선보였다.

개막식에는 셸리 버클리 라스베이거스 시장과 황병구 미주한인상공회의소 총연합회장 등이 참석했다. 네바다주와 라스베이거스시는 한·미 비즈니스 협력에 기여한 공로로 김기문 중기중앙회장



과 황 회장에게 감사장을 전달했다.

화장품 개발·유통기업 스킨앰플러스는 지난 3월 ASD 전시회에 처음 참가해 중남미 바이어와 250만 달러(35억원) 규모의 독점 유통계약을 체결했다. 세인트프랑·마마슈 등 자체 브랜드를 운영하는 이 회사는 이번 전시회를 계기로 월마트와 코스트코 등 북미 대형 유통망 진출을 모색하고 있다. 김 회장은 “이번 행사가 국내 중소기업이 북중미 시장에서 새로운 판로를 확보하는 실질적인 수출 플랫폼이 되길 기대한다”고 말했다.

김승연 기자 kite@kmib.co.kr

“韓기업, 꼭 와주세요” 리브콜... 140개사 美소비시장 달궜다

美라스베이거스 ‘K굿즈 페어’

중기중앙회, 대규모 한국관 조성
주최 측으로부터 참가 요청 받아
지역 중소기업·소상공인 등 자리
“중남미에서도 경쟁력” 바이어 효용

한국 중소기업 140개사가 미국 라스베이거스에서 열린 ‘K굿즈 페어’에서 북미 소비시장 집중 공략에 나섰다. K브랜드가 전 세계적으로 인기를 끄는 가운데 중소기업중앙회는 이번 행사를 국내 중소기업의 실질적인 수출 플랫폼으로 키운다는 방침이다.

26일 중기중앙회에 따르면 25일(현지시간) 미국 라스베이거스 컨벤션센터에서 진행된 ‘ASD 마켓 워크 2026’에서 K굿즈 페어 개막식이 개최됐다.

ASD 마켓 워크는 1961년 시작된 미국의 대표적인 기업 간 거래(B2B) 종합 소비재 전시회다. 매년 3월과 8월 두 차례 열리며 미국과 중남미 수입·유통업체



25일(현지시간) 미국 라스베이거스 컨벤션센터에서 열린 ‘ASD 마켓 워크 2026’ 모습. 왼쪽부터 박재훈 노란우산 홍보대사, 김기문 중기중앙회장, 박영선 재정경제부 전략경제자문단 위원장.

중기중앙회 제공

관계자 3만명 이상이 찾는다.

이번 ASD에서 주목할 점은 최근 K뷰티와 K푸드 등의 인기가 높아지면서 주 최 측이 한국 기업의 참가를 요청했다는 것이다. 중기중앙회는 지난 3월 열린 ASD에서 중소기업 15개사로 구성된 ‘KBI Z관’을 운영해 441건, 2415만달러 규모의 상담 성과를 거둔 바 있다. 이를 바탕

으로 이번 전시회 참가 규모를 140개사로 대폭 확대했다. 이전에 중소기업이 수출 상담을 위해 현지 바이어를 직접 찾아다녔다면, 이번에는 대규모 한국관을 통해 바이어를 전시장으로 끌어들이는 방식으로 수출 상담 구조가 바뀐 셈이다. 뷰티, 라이프스타일 등 다양한 K굿즈를 선보이는 150여개 부스에는 중소벤처

기업부 수출컨소시엄사업 참여기업을 비롯해 중기중앙회 노란우산공제 소상공인, 홈앤쇼핑 협력사들과 서울·경기·경북·충북 등 지역 소재 중소기업들이 참여했다. 개막식에는 공동주최 기관인 미주한인상공회의소총연합회의 황병구 회장을 비롯해 셸리 버클리 라스베이거스 시장, 소니 비누야 네바다주 아웃리치 디렉터, 캐럴린 스프라우드 FORGE 수석부회장 등 국내외 주요 인사가 참석했다.

테이프 커팅에 앞서 네바다주와 라스베이거스시는 대규모 한국관 운영을 통한 한미 비즈니스 협력 공로를 인정해 김기문 중기중앙회장과 황병구 미주한상총연 회장에게 감사장을 전달했다.

미국 유통체인 빌즈 디파트먼트의 앤젤 디렉터는 “드라마, K팝 등 한국 콘텐츠에 관심이 높아지면서 한국 제품을 찾는 수요도 많아졌다”며 “이번 대규모 한국관을 통해 다양한 제품을 한자리에서 볼 수 있어 좋았고 전시 기간 여러 제품에 대해 상담을 진행해 볼 예정”이라고 말했다.

브라질에서 온 뷰티프의 바이어 미

결씨는 “평소 눈여겨보던 한국 제품을 현장에서 직접 체험해 보니 기대 이상으로 훨씬 매력적”이라며 “디자인과 품질이 우수한 K뷰티 제품에 관심이 있고 차별화된 기능을 앞세워 중남미 시장에서도 경쟁력이 있다고 판단해 샘플을 요청했다”고 했다.

국내 기업 스킨플러스는 지난 3월 처음 참가한 ASD 전시회에서 중남미 바이어와 250만달러 규모의 독점 계약을 체결한 뒤 이번에도 다시 수출길에 나섰다.

서현영 스킨플러스 대표는 “두 번째 참가를 계기로 월마트, 코스트코 등 북미 대형 유통망과도 성공적으로 계약을 체결해 진출 기회를 확대하고 싶다”고 말했다. 김기문 중기중앙회장은 “최근 통상환경 불확실성이 심화되는 상황에서도 K뷰티와 K푸드는 큰 인기를 끌고 있으며 ASD 전시회 주최 측에서 한국 기업의 참가를 요청할 만큼 그 위상이 높아졌다”며 “저출산·고령화 시대에 중소기업의 해외 진출은 이제 필수”라고 강조했다.

honestly82@fnnews.com 김현철 기자

에너지경제

2026-08-27 (목) 011면

‘K-굿즈’, 해외 바이어 사로잡다...중기중앙회, 미주시장 공략 나서

미국서 ‘ASD 마켓 워크 2026’ 개최
“韓 콘텐츠 관심 늘며 수요도 ‘쑥’”

중소기업중앙회가 국내 중소기업의 미주시장 진출을 지원하기 위해 미국 현지에서 세일즈 외교를 펼친다.

중소기업중앙회는 25일(현지시간) 미국 라스베이거스에서 열린 ‘ASD 마켓 워크 2026’에서 ‘K-굿즈 페어’ 개막식을 개최하고 140여개 한국 중소기업의 미주시장 공략을 본격화했다고 밝혔다.

뷰티, 라이프스타일 등 다양한 K-굿즈를 선보이는 150여개 부스에는 중소벤처기업부 수출컨소시엄사업 참여기업들을 비롯해 중소기업중앙회 노란우산공제 소상공인, 홈앤쇼핑 협력사들과 함께 서울, 경기, 경북, 충북 등 지역 소재 중소기업들까지 다양하게 참여했다.

25일 오전에 열린 개막식에는 공동주최기관인 미주한인상공회의소총연합회(미주한상총연) 황병구 회장을 비롯해



김기문 중소기업중앙회 회장이 25일(현지시간) 미국 라스베이거스에서 열린 ‘ASD 마켓 워크 2026’에서 열린 ‘K-굿즈 페어’ 행사장에서 전시 제품들을 살펴보고 있다.

중기중앙회

△셸리 버클리 라스베이거스 시장 △소니 비누야 네바다주 아웃리치 디렉터 △캐럴린 스프라우드 FORGE 수석부회장 등 국내외 주요 인사가 참석했다.

현장에서 미국 유통체인인 빌즈 디파트먼트의 디렉터인 앤젤은 “드라마, K-Pop 등 한국 콘텐츠에 관심이 높아지면서 한국 제품을 찾는 수요도 많아지고 있다”며 “이번 대규모 한국관을 통해 다양한 제품을 한자리에서 볼 수 있어 좋았으

며, 전시기간 3일 동안 지켜보며 여러 제품에 대한 상담을 진행해 볼 예정”이라고 밝혔다.

이번 한국관에 재참가한 서현영 스킨플러스 대표는 “지난 3월 처음 참가한 ASD 전시회에서 중남미 바이어와 250만 달러 규모의 독점 계약을 체결할 수 있었다”며, “이번 두 번째 참가를 계기로 월마트, 코스트코 등 북미 대형 유통망과도 성공적으로 계약을 체결하여 진출 기회

를 확대하고 싶다”고 말했다.

한영옥 신일특수금속 대표는 “과거에 연락이 끊겼던 멕시코 바이어를 이번 전시회 동안 다시 만나게 되어 추가 계약에 대해 더욱 빠른 논의를 진행할 수 있었다”며, “사전 온라인 미팅을 통해 전시 제품과 상담 전략에 대해 미리 준비할 수 있었으며, 기존 바이어뿐만 아니라 신규 바이어와의 상담도 기대하고 있다”고 전했다.

김기문 중기중앙회장은 “최근 통상환경 불확실성이 심화되는 상황에서도 K-뷰티와 푸드는 큰 인기를 끌고 있으며, ASD 전시회 주최 측에서 한국 기업의 참가를 요청할 만큼 그 위상이 높아졌다”며 “저출산·고령화 시대에 중소기업의 해외 진출은 이제 필수”라며, “이번 ‘K-Goods Fair’ 가 우리 중소기업들이 북중미 시장에서 새로운 돌파구를 여는 실질적인 수출 플랫폼이 되기를 기대한다”고 강조했다.

정희순 기자 hsjung@ekn.kr

K-소비재, 북중미 시장 판로 확대 시동

140개 中企, 美 ‘ASD Market Week’ 150여개 부스 운영

국내 중소기업 140여곳이 미국 라스베이거스에 모여 북미와 중남미 소비재시장 판로 확대에 나섰다.

중소기업중앙회는 미국 라스베이거스에서 개최된 ‘ASD Market Week 2026’에서 ‘K-Goods Fair’ 개막식을 열었다고 26일 밝혔다.

이번 행사에는 국내 중소기업 약 140곳이 참여해 150여개 부스를 꾸렸다. 중소벤처기업부 수출컨소시엄사업 참여기업들 비롯해 노란우산공제 가입 소상공인과 휴먼쇼핑 협력사, 서울·경기·경북·충북 등 각 지역 소재 기업들이 뷰티와 라이프스타일을 포함한 다양한 소비재를 선보였다.

현장을 찾은 해외 바이어들도 한국 제품에 관심을 나타냈다. 미국 유통체인 빌즈 디파트먼트의 디렉터 엔젤은 한국 드라마와 K팝 등 콘텐츠에 대한 관심이 제품 수요로도 연결되고 있다고 평가했다. 다양한 한국 상품을 한곳에서 살펴볼 수 있다는 점을 긍정적으로 평가하며 전시회가 진행되는 3일 동안 여러 업체와 상담을 진행할 계획이라고 밝혔다.

중남미 시장 진출 가능성을 살펴보는 바이어의 발길도 이어졌다. 브라질 뷰티프로의 바이어 미겔은 시즌별 상품을 발굴하기 위해 ASD 전시회를 지속적으로 방문하고 있다며, 관심을 두고 있던 한국 제품을 직접 사용해본 결과 기대보다 경쟁력이 높았다고 평가했다. 특히 디자인과 품질을 갖춘 K-뷰티 제품에

관심을 나타내며 차별화된 기능을 갖춘 제품은 중남미에서도 가능성이 있다고 보고 일부 제품의 샘플을 요청했다.

기존 참가기업의 수출 성과를 확대하려는 움직임도 나타났다. 스킨앰플러스는 지난 3월 처음 ASD 전시회에 참가해 중남미 바이어와 250만달러 규모의 독점계약을 맺은 바 있다. 이번 행사에 다시 참가한 서현영 스킨앰플러스 대표는 북미 대형 유통망과의 계약까지 연결해 시장 진출 범위를 넓히겠다는 계획을 밝혔다.

해외 거래처와 관계를 다시 구축하는 계기가 된 사례도 나왔다. 한영욱 신일특수금속 대표는 과거 거래 과정에서 연락이 끊겼던 멕시코 바이어를 이번 행사에서 다시 만나 추가 계약을 위한 논의를 진행하게 됐다고 설명했다. 전시회에 앞서 진행한 온라인 미팅을 통해 제품 소개와 상담 전략을 준비했으며 신규 거래처 확보도 추진하고 있다.

행사 개막식에는 황병구 미주한인상공회의소총연합회 회장을 비롯해 셀리 버클리 라스베이거스 시장, 소니 비누야 네바다주 아웃리치 디렉터, 캐럴린 스프라우드 FORGE 수석부회장 등이 참석했다. 네바다주와 라스베이거스시는 한국 기업들의 대규모 참가와 한미 간 비즈니스 교류 확대에 기여한 공로로 김기문 중기중앙회장과 황병구 회장에게 감사장을 전달했다.

이지완 기자 wwan2403@



미국 라스베이거스에서 열린 'ASD Market Week 2026' 내 한국관 전경.

사진제공 중소기업중앙회

K-중기 140社, 라스베이거스 총출동

ASD 전시회에 K뷰티 등 소개 북중미 시장 수출 판로지원 운힘

국내 140여개 중소기업이 미국에서 열리는 'K-Goods Fair'를 통해 현지 시장을 공략한다.

중소기업중앙회는 25일(현지시간) 미국 라스베이거스에서 열린 'ASD Market Week 2026'에서 'K-Goods Fair'의 개막식을 열었다고 26일 밝혔다. ASD는 제2차 세계대전 이후 전쟁물자 교환을 계기로 시작된 전시회로 현재 미국과 중남미 지역 3만명 이상의 수입·유통업체 관계자가 참가한다. 올해 ASD에선 한국 제품을 하나의 브랜드로 보여주는 '쇼인쇼(Show In Show)' 형태로 'K-Goods Fair'가 열린다. 총 150개 부스 규모로 뷰티·라이프스타일 등 다양한 분야에서 140여개 중소기업이 참여한다. 중소벤처기업부 수출컨소시엄사업 사업의 참여기업들 비롯해 중기중앙회 노란우산공제 소상공인, 휴먼쇼핑 협력사 등이 자리했다.

현장을 찾은 미국 유통체인 빌즈 디파트먼트의 한 디렉터는 "드라마, K-팝 등 한국 콘텐츠에 관심이 높아지면서 한국 제품을 찾는 수요도 많아지고 있다"며 "대규모 한국관을 통해 다양한 제품을 한 자리에서 볼 수 있다"고 전했다.

브라질에서 온 뷰티프로 바이어도 "시즌 상품을 소싱하기 위해 해당 전시회를 찾고 있다"며 "디자인과 품질이 우수한 K-뷰티 제품에 관심이 있고, 차별화된 기능을 앞세워 중남미 시장에서도 해볼 만할 것 같아 샘플을 요청했다"고 말했다.

한국관에 재참가한 서현영 스킨애플러스 대표는 "3월 처음 참가한 ASD 전시회에서 중남미 바이어와 250만불 규모의 독점 계약을 체결했다"며 "이번 참가를 계기로 월마트, 코스트코 등 북미 대형 유통망과도 성공적으로 계약을 체결해 진출 기회를 확대하고 싶다"고 강조했다. 한영옥 신일특수금속 대표는 "사전 온라인 미팅을 통해 전시 제품과 상담 전략에 대해 미리 준비할 수 있었고, 기존 바이어 뿐만 아니라 신규 바이어와의 상담도 기대하고 있다"고 말했다.

김기문 중기중앙회장은 "최근 통상환경 불확실성이 심화되는 상황에서도 K-뷰티와 푸드는 큰 인기를 끌고 있으며, ASD 전시회 주최 측에서 한국 기업의 참가를 요청할 만큼 그 위상이 높아졌다"며 "저출산·고령화 시대에 중소기업의 해외 진출은 이제 필수다. 이번 행사가 우리 중소기업들이 북중미 시장에서 새로운 돌파구를 여는 실질적인 수출 플랫폼이 되기를 기대한다"고 강조했다.

김동호 기자 sorahosi@

K소비재 앞세운 中企, 美 유통망 공략

라스베이거스 'ASD 마켓 워크' 참가
150개 부스 마련... 수출 계약 기대

중소기업중앙회(회장 김기문)는 미국 라스베이거스에서 열린 'ASD 마켓 워크 2026'에서 'K-굿즈 페어' 개막식을 열고 미국 시장 공략에 나섰다. 26일 밝혔다.

ASD 마켓워크는 1961년 시작된 미국의 대표적인 기업간거래(B2B) 종합 소비재 전시회다. 중기중앙회에 따르면 최근 K뷰티와 K푸드 등의 인기가 높아지면서 주최 측이 한국 기업의 참가를 요청했다.

25일(현지시간) 열린 K-굿즈 페어 개막식에는 김 회장을 비롯해 황병구 미주 한인상공회의소총연합회 회장, 셸리 버클리 라스베이거스 시장, 소니 비부야 네바다주 아웃리치 디렉터, 캐럴린 스프라우드 FORGE 수석부회장 등 현지 인사들이 참석했다. 네바다주와 라스베이거스시는 대규모 한국관 파견을 통한 한·미 비즈니스 협력에 기여한 공로를 인정해 김 회장과 황 회장에게 감사장을 전달했다.

김 회장은 "최근 통상환경 불확실성이 심화되는 상황에서도 K뷰티와 푸드는

큰 인기를 끌고 있으며, ASD 전시회 주최 측에서 한국기업의 참가를 요청할 만큼 그 위상이 높아졌다"며 "저출산·고령화 시대에 중소기업의 해외 진출은 이제 필수"라며 "우리 중소기업들이 북중미 시장에서 새로운 돌파구를 여는 실질적인 수출 플랫폼이 되기를 기대한다"고 강조했다.

총 150여 개 부스로 꾸려진 대규모 한국관에는 중소벤처기업부 수출컨소시엄사업 참여기업들 비롯해 중양회 노란우산공제 소상공인, 홈앤쇼핑 협력사들과 함께 서울, 경기, 경북, 충북 등 지역 소재 중소기업들까지 다양하게 참여했다. 서현영 스킨앰플러스 대표는 "지난 3월 처음 참가한 ASD 전시회에서 중남미 바이어와 250만달러 규모의 독점 계약을 체결할 수 있었다"며 "두 번째 참가를 계기로 월마트, 코스트코 등 북미 대형 유통망과도 성공적으로 계약을 체결하여 진출 기회를 확대하고 싶다"고 말했다. 한영욱 신일특수금속 대표는 "과거에 연락이 끊겼던 멕시코 바이어를 이번 전시회 동안 다시 만나게 되어 추가 계약에 대해 더욱 빠른 논의를 진행할 수 있었다"며 "기존 바이어뿐 아니라 신규 바이어와의 상담도 기대하고 있다"고 전했다. 이도형 기자 scope@segye.com

“K뷰티·라이프스타일 제품 뜀다” 中企 140여곳, 美시장 출격

라스베이거스서 ‘K굿즈 페어’

K콘텐츠를 타고 높아진 한국 제품에 대한 관심이 중소기업의 수출 기회로 이어진다. 국내 중소기업 140여곳이 미국 라스베이거스에 집결해 북미·중남미 바이어를 상대로 K뷰티와 라이프스타일 제품의 판로확대에 나섰다. 중소기업중앙회와 미주한인상공회의소총연합회는 25일(현지시간) 미국 라스베이거스에서 열린 ‘ASD 마켓 위

크 2026’에서 ‘K-굿즈 페어’의 막을 올렸다. 27일까지 150여개 부스 규모로 참여한다.

ASD는 미국과 중남미 지역의 수입·유통업체 관계자 3만명 이상이 찾는 미주 지역 최대규모의 소비재 전문 전시회다. 올해는 기존 전시회 안에 별도의 대규모 전시장을 마련하는 ‘쇼인쇼’(Show In Show) 형태로 한국관을 구성했다. 한국관에는 중소벤처기업부 수출컨소시엄사업 참여기업들을 비롯해

노란우산공제 소상공인과 휴먼쇼핑 협력사 등이 참여했다. 서울·경기·경북·충북 등 지역 중소기업들도 뷰티와 라이프스타일을 비롯한 다양한 소비재를 내놨다. 김기문 중소기업중앙회장은 “통상 환경의 불확실성이 심화하는 상황에서 K뷰티와 K푸드는 큰 인기를 끌고 있다”며 “K-굿즈 페어가 중소기업들이 북중미 시장에서 새로운 돌파구를 여는 실질적인 수출 플랫폼이 되길 기대한다”고 말했다. 이병권 기자 bk223@



탁재훈 중소기업중앙회 홍보대사(왼쪽 두 번째부터), 김기문 중소기업중앙회장, 박영선 전 중기부 장관이 25일(현지시간) 미국 라스베이거스 컨벤션센터에서 열린 ‘ASD 마켓 위크(ASD Market Week) 2026’의 한 전시관에서 박수를 치고 있다.

사진/중소기업중앙회

美 라스베이거스에 140개 중기 집결… 북미 공략

‘ASD Market Week 2026’ 참가… 김기문 “해외 진출 필수” 강조

중소기업중앙회가 미국 라스베이거스에 140개 국내 중소기업들을 집결시켜 K-Goods의 북중미 시장 공략에 나섰다. 김기문 중소기업중앙회장은 현지에서 중소기업 해외시장 진출을 새로운 성장 돌파구로 강조하며 수출 지원에 총력을 기울이겠다는 의지를 밝혔다.

중기중앙회는 25일(현지시간) 미국 라스베이거스에서 ‘ASD Market Week 2026’에서 ‘K-Goods Fair’ 개막식을 열고 국내 중소기업의 미주 시장 진출 본격화를 선언했다고 밝혔다.

이번 행사에는 뷰티와 라이프스타일 등 다양한 소비재를 생산하는 140개 한국 중소기업이 참여했다. 중소벤처기업부 수출컨소시엄사업 참여기업들을 비롯해 중기중앙회 노란우산공제 소상공인, 휴먼쇼핑 협력사, 서울·

경기·경북·충북 등 지역 소재 중소기업들이 참가해 150개 부스에서 제품을 선보였다.

국내 참가기업들은 현지 시장 확대에 대한 기대감을 나타냈다. 서현영 스킨앰플러스 대표는 지난 3월 ASD 전시회에 처음 참가해 중남미 바이어와 250만달러 규모의 독점계약을 체결한 경험을 소개했다. 이번 행사에서는 월마트와 코스트코 등 북미 대형 유통망과의 추가 계약을 통해 시장을 확대하겠다는 목표를 제시했다.

김 회장은 “저출산·고령화 시대에 중소기업의 해외 진출은 이제 필수”라며 “이번 K-Goods Fair가 우리 중소기업들이 북중미 시장에서 새로운 돌파구를 여는 실질적인 수출 플랫폼이 되기를 기대한다”고 강조했다.

윤경진 기자 youn@shinailbo.co.kr

알림

◇ **중소기업중앙회**는 지난 25일(현지시각) 미국 라스베이거스에서 열린 'ASD Market Week 2026'에서 'K-Goods Fair' 개막식을 열고 140여개 한국 중소기업의 미주시장 공략을 시작했다. 네바다주와 라스베이거스시는 이번 대규모 한국관 파견을 통한 한·미 비즈니스 협력 공로를 인정해 김기문 중기중앙회장과 황병구 미주한상총연 회장에게 감사장을 전달했다.

◇ **전북여성단체연합**은 양성평등주간을 맞아 제19회 전북여성영화제 '희허락락'을 새달 3~5일 메가박스 전주객사점에서 한다. '유영하다, 유연하게'라는 주제로 변화하는 세상 속에서 서로 연대하는 여성들의 모습을 담은 영화 10편을 상영한다.

아주경제

2026-08-27 (목) 012면

중소기업 140곳, 美 라스베이거스 모였다

K-굿즈 美 소비재시장 공략

중소기업중앙회는 25일(현지시간) 미국 라스베이거스에서 개최된 'ASD 마켓 위크 2026'에서 'K-굿즈 페어'의 개막식을 열었다고 밝혔다.

올해 행사에는 뷰티, 라이프스타일 등 K-굿즈를 선보이는 150여 개 부스가 마련됐다. 중소벤처기업부 수출컨소시엄사업 참여 기업을 비롯해 중소기업중앙회 노란우산공제 소상공인, 휴먼쇼핑 협력사, 지역 소재 중소기업 등이 참여했다.

개막식에는 공동 주최기관인 미주한인상공회의소총연합회 황병구 회장을 비롯해 셸리 버클리 라스베이거스 시장 등 국내외 주요 인사가 참석

했다. 네바다주와 라스베이거스시는 이번 대규모 한국관 파견을 통한 한·미 비즈니스 협력 공로를 인정해 김기문 중기중앙회장과 황병구 미주한상총연 회장에게 감사장을 전달했다.

한국관에 참가한 **서현영** 스킨앤플러스 대표는 “지난 3월 처음 참가한 ASD 전시회에서 중남미 바이어와 250만 달러 규모의 독점 계약을 체결할 수 있었다”며 “북미 대형 유통망과도 성공적으로 계약을 체결해 진출 기회를 확대하고 싶다”고 말했다.

김기문 중기중앙회장은 “이번 K-굿즈 페어가 우리 중소기업들이 북중미 시장에서 새로운 돌파구를 여는 실질적인 수출 플랫폼이 되기를 기대한다”고 강조했다. 정연우 기자

“한국화장품 직접 써보니 훨씬 매력적”

중기중앙회, 미국 ‘ASD전시회’에 한국관 구성
140개 유망 중소기업, 150개 매장 제품 전시

한국 유망 중소기업 140개사가 미국 라스베이거스에서 열릴 ‘ASD Market Week 2026’에서 ‘K-굿즈 페어’ 개막식을 개최했다.

중기중앙회(회장 김기문)는 25일(현지시간) 미국 라스베이거스에서 열린 ‘ASD Market Week 2026’에서 ‘K-굿즈 페어’ 개막식을 개최했다.

ASD Market Week는 1961년 시작된 60년 이상의 전통을 가진 북미 대표 소비재 기업간거래(B2B) 전시회다. 올해는 미국 라스베이거스에서 25일부터 27일까지 열린다.

중기중앙회는 140여개 한국 유망 중소기업과 한국관을 열었다. 중소기업들은 화장품 생활용품 등 다양한 제품을 150여개 전시매장에서 선보인다. 참가기업은 노란우산공제 소상공인, 홈앤쇼핑 협력사들과 함께 서울 경기 경북 충북 등 지역 중소기업들까지 다양하게 참여했다.

25일 오전에 열린 개막식에는 공동 주최기관인 미주한인상공회의소총연합회 회장, 황병구 회장을 비롯해 △셀리 버클리 라스베이거스 시장 △소니 비누야 네바다주 아웃리치 디렉터 △캐

럴린 스프라우드 FORGE 수석부회장 등 국내외 주요인사가 참석했다.

네바다주와 라스베이거스시에서는 이번 대규모 한국관 파견을 통한 한·미 비즈니스 협력 공로를 인정해 김기문 중기중앙회장과 황병구 미주한상총연 회장에게 감사장을 전달했다.

현장을 방문한 미국 유통체인인 빌즈 디파트먼트의 디렉터 엔젤은 “드라마, 한국 팝 등에 관심이 높아지면서 한국 제품을 찾는 수요도 많아지고 있다”며 “이번 대규모 한국관을 통해 전시기간 3일 동안 지켜보며 여러 제품에 대한 상담을 진행해 볼 예정”이라고 밝혔다.

브라질에서 온 뷰티프로의 바이어 미겔은 “평소 눈여겨보던 한국제품을 현장에서 직접 체험해보니 기대 이상으로 훨씬 매력적”이라며 “디자인과 품질이 우수한 한국화장품 제품에 관심이 있고 차별화된 기능을 앞세워 중남미시장에서도 해를 만날 것 같아 샘플을 요청했다”고 전했다.

참가기업들도 상담성과를 내고 있다. 스킨애플러스는 지난 3월 처음 참가한 ASD 전시회에서 중남미 바이



25일(현지시간) 미국 라스베이거스에서 열린 ‘ASD Market Week 2026’ 내 한국관 전경.

사진 중기중앙회 제공

어와 250만달러 규모의 독점계약을 체결했다. 이번에 다시 참여하며 월마트 코스트코 등 북미 대형 유통망과도 성공적으로 계약을 추진해 진출 기회 확대를 노리고 있다.

한영옥 신일특수금속 대표는 “과거에 연막이 끊겼던 멕시코 구매자(바이어)를 이번 전시회 동안 다시 만나 추가 계약에 대해 더욱 빠른 논의를 진행할 수 있었다”고 전했다. 한 대표는 사전 온라인 미팅을 통해 전시제품과 상담전략에 대해 미리 준비할 수 있었다.

주얼리 제조업체 아르테(ARTE)에는 문을 열자 1시간 만에 구매자가 10명 넘게 방문했다.

김범석 아르테 제조 매니저는 “한국에서 디자인하고 베트남에서 생산 중인데 이제 미국으로의 진출도 염두에 두고 있다”고 말했다.

김기문 중기중앙회장은 “최근 통상환경 불확실성 속에서도 한국 제품은 큰 인기를 끌고 있다”며 “이번 행사가 우리 중소기업들이 북중미시장에서 새로운 돌파구를 여는 수출 플랫폼이 되기를 기대한다”고 강조했다.

한편 전시회에는 1400개 업체가 참가했다. 이중 10%가 한국기업이다. ASD 마켓 주최측은 한국을 올해 전시의 ‘집중 국가’로 선정해 한국기업의 참여를 요청한 것으로 알려졌다.

김형수 기자 hskim@naeil.com

문화일보

2026-08-26 (수) 016면

“내수 한계 넘는다”... K중기 140개社, 라스베이거스 집결

중기중앙회, K굿즈페어 개막
해외 수출 판로지원 등 확대

■ 중소기업중앙회가 미국 라스베이거스에서 열린 ‘ASD 마켓위크 2026’에서 ‘K-굿즈 페어’ 개막식을 열고 미국 시장 공략에 나섰다

ASD 마켓위크는 1961년 시작된 미국의 대표적인 기업간거래(B2B) 종합 소비재 전시회다. 중기중앙회에 따르면 최근 K뷰티와 K푸드 등의 인기가 높아지면서 주최 측이 한국 기업의 참가를 요청했고, 이에 총 150여

개 부스로 꾸려진 대규모 한국관이 마련됐다.

개막식에는 김기문 중소기업중앙회 회장을 비롯해 황병구 미주한인상공회의소총연합회 회장, 셀리 버클리 라스베이거스 시장, 소니 비누야 네바다주 아웃리치 디렉터, 캐럴린 스프라우드 FORGE 수석부회장 등 현지 인사들이 참석했다. 네바다주와 라스베이거스시는 대규모 한국관 파견을 통한 한·미 비즈니스 협력에 기여한 공로를 인정해 김 회장과 황 회장에게 감사장을 전달했다.

중기중앙회는 저출생·고령화와 내수시장 성장 둔화 등으로 중소기업의

해외시장 개척 필요성이 커지고 있다고 보고 수출 판로 지원을 확대하고 있다.

행사를 통해 과거 수출 실적을 올린 기업도 있는 만큼 이번 전시에 참가한 기업들의 기대도 크다. 이번 한국관에 재참가한 서현영 스킨애플러스 대표는 지난 3월 처음 참가한 ASD 전시회에서 중남미 바이어와 250만 달러(약 36억 원) 규모의 독점 계약을 체결했다.

서 대표는 “월마트, 코스트코 등 북미 대형 유통망과도 성공적으로 계약을 체결해 진출 기회를 확대하고 싶다”고 말했다.

박준우 기자