
8월 ASD Market Week 중소기업대표단 파견 결과보고

2026. 9

KBIZ 중소기업중앙회

□ 기본개요

- 출장목적 : 북미 최대 소비재 전시회인 ASD Market Week에 한국관(K-Goods Fair) 조성 및 참가를 통한 한국 중소기업의 미국 시장 진출 지원
- 출장기간 : 2026.8.22(토) ~ 8.29(토), 6박 8일
- 출 장 지 : 미국 라스베가스, LA
- 참 가 자 : 중앙회장, 김희중 경제정책본부장, 김철우·조준호·성기동·강지철 실장, 김덕룡 팀장, 황정아·조경옥·박모현·강유리 대리, 박다원 사원

□ 주요일정

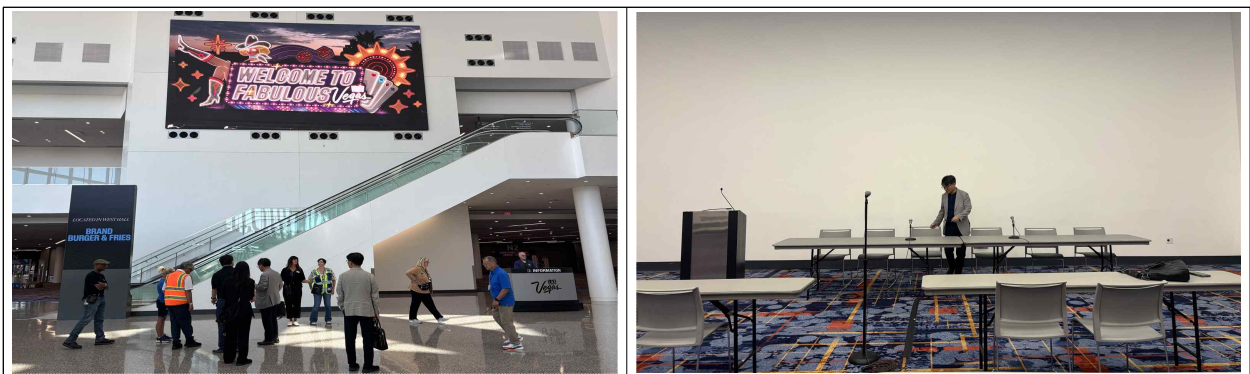
일자	주요 일정
8.22 (토)	[출국] 인천 - 라스베가스 21:00 - 16:40(11h40m, KE005) ○ (18:00) 웰컴디너 행사장 사전점검
8.23 (일)	○ (10:00) 개막식 등 행사장 사전점검 ○ (18:30) 미주한인상공회의소 간담
8.24 (월)	○ (13:00) 전시장 부스 준비상황 점검 ○ (18:00) 기자단 간담
8.25 (화)	○ (11:00) 한국관 개막식 ○ (16:00) 참가기업 간담 ○ (16:30) 기자 회견 ○ (18:20) 웰컴 디너
8.26 (수)	[이동] 라스베가스 - LA (차량) ○ (17:00) 미국 진출 중소기업 방문 ○ (18:00) 미주한인기업인 간담(슈페리어 그로서스 회장 등)
8.27 (목)	○ (09:30) 가든그로브시 MOU ○ (18:00) 미주한인경제인 간담(한미은행 등)
8.28 (금)	[귀국] LA - 인천 13:00 - 17:50 ⁺¹ (12h50m, KE018)
8.29 (토)	○ (17:50) 인천 도착

□ 웰컴디너 사전점검

- 일시/장소 : 8.22(토) 18:00 / 호박식당
- 참 석 자 : 중소기업대표단
- 주요내용 : 웰컴디너 행사장 구성 및 세부계획 협의 등

□ 개막식 등 행사장 사전점검

- 일시/장소 : 8.23(일) 10:00 / 라스베가스 컨벤션센터
- 참 석 자
 - 중소기업대표단 및 미주한상총연
 - Forge : 조디 모슬리·에이드리언 벨크 부사장, 조셉 우 디렉터 등
- 주요내용
 - 개막식 장소 점검 및 리허설
 - 사전환담장 및 기자회견장 세팅 점검 등
- 현장사진



□ 미주한인상공회의소 간담

- 일시/장소 : 8.23(일) 18:30 / 아리아 호텔
- 참 석 자 : 중소기업대표단 및 미주한상총연
- 주요내용 : 한국관 준비 현황 및 부스 사전점검 계획 논의

□ 전시장 부스 준비상황 점검

- 일시/장소 : 8.24(월) 13:00 / 라스베가스 컨벤션센터
- 참 석 자 : 중소기업대표단 및 미주한인상공회의소총연합회,
조셉 우 Forge 디렉터, 박영선 前장관 등
- 주요내용
 - 한국관 부스설치 및 준비 상황 최종 점검
 - 개막식 및 한국관 부스 투어 동선 점검 등
- 현장사진



□ 기자단 간담

- 일시/장소 : 8.24(월) 18:00 / 온담
- 참 석 자
 - 주요 참석자 : 중앙회장, 미주총연 황병구 회장·존박 대변인, 박영선 前장관 등
 - 특 파 원 : 연합뉴스, 매일경제, 한국경제, 서울경제, 이데일리
 - 한인언론 : 미주중앙일보, 월드코리안뉴스
- 주요내용 : ASD 한국관 조성 배경 및 주요 참가부스 설명 등

□ 한국관 개막식

- 일시/장소 : 8.25(화) 11:00 / 라스베가스 컨벤션센터 노스홀
- 참 석 자
 - 중 앙 회 : 중소기업대표단
 - 미주총연 : 황병구 회장, 김미경 이사장, 케이전 총괄수석부회장, 지역 한인상의 등
 - 내빈(미국) : 셸리 버클리 라스베가스 시장, 소니 비누야 네바다주 아웃리치디렉터, 캐럴린 스프라우스 Forge 총괄부사장 등
 - 내빈(한국) : 박영선 前장관, 이건홍 기업은행 부행장, 황정일 서울경제진흥원 이사, 김민철 경기도시장상권진흥원장 등
 - 한인기업인 : 박의경 미주뷰티여성경영인협회 회장, 박형권 뷰티마스터 회장 등
- 주요내용
 - 라스베가스시장 및 네바다주지사 명의 감사장 전달식
 - 한국관 개막식
 - 한국관 주요 부스 라운딩 등
- 현장사진



한국관 개막식



한국관 부스 라운딩



□ 부스 참가기업 간담

- 일시/장소 : 8.25(화) 16:00 / 라스베가스 컨벤션센터 N260
- 참 석 자
 - 중앙회 : 김기문 회장
 - * (배석) 김희중 본부장, 이창호 단장, 김재진 홈앤쇼핑 전무
 - 참가기업 : 김효이 이너시아 대표, 이형석 감해산업사 대표, 김선아 아미로스 대표, 최희수 두숨 대표, 권오역 메타플라이로마 대표, 김수미 코스웨이 대표
- 주요내용 : 참가기업 소회 및 애로사항 등 간담
- 현장사진



□ 기자회견

- 일시/장소 : 8.25(화) 16:30 / 라스베가스 컨벤션센터 N258
- 참 석 자
 - 주요참석자 : 김기문 회장, 황병구 회장, 캐럴린 스프라우스 Forge 총괄부사장
 - * (배석) 김희중 본부장, 이창호 단장, 김재진 홈앤쇼핑 전무
 - 참가기업 : 김효이 이너시아 대표, 권오역 메타플라이로마 대표
- 취재언론
 - 특 파 원 : 연합뉴스, 매일경제, 한국경제, 서울경제, 이데일리
 - 한인언론 : MBC America, 미주중앙일보, 미주조선일보, 월드코리안뉴스
- 주요내용 : K-Goods Fair 추진 배경 및 전시회 소개, 한국 포커스 그룹 지정 이유 등 설명, 부스 참가업체 소감 공유, 질의응답 등

○ 현장사진



□ 웰컴디너

- 일시/장소 : 8.25(화) 18:20~20:30 / 호박식당
- 참석자 : 60여명
 - 중소기업대표단 및 미주한인상공회의소총연합회
 - 내빈·유관기관 : 박영선 前장관, 이건홍 기업은행 부행장, 황정일 SBA 이사, 김민철 경기도시장상권진흥원장 등
 - 기업인 : 박의경 미주뷰티여성경영인협회장, 박형권 뷰티마스터 회장, 이준호 LG CNS 미주법인장, 장재민 트리니타스 대표 등
- 주요내용 : 축하공연, 참가자 네트워킹 만찬 등
- 현장사진



□ 미국 진출 중소기업 방문

- 일시/장소 : 8.26(수) 17:00 / 한울생약 LA 사무소
- 참 석 자 : 중소기업대표단
- 주요내용 : 미주 시장 진출 전략 및 성공 사례 공유
- 현장사진



□ 미주한인기업인 간담

- 일시/장소 : 8.26(수) 18:00 / 월서 컨트리클럽
- 참 석 자 : 중소기업대표단, 미미 송 슈퍼리어 그로서스 회장, 수 최 대표, 미리언 킴 대표 등
- 주요내용 : 미주한인기업인과 네트워킹 및 협력방안 논의
- 현장사진



□ 가든그로브시 MOU 체결

- 일시/장소 : 8.27(목) 09:30 / 가든그로브시 경찰서
- 참 석 자
 - 중 앙 회 : 중소기업대표단
 - 가든그로브 : 스테파니 클로펜슈타인 시장, 리사 킴 시티매니저, 맷 웨스트·우르술라 루나-레이노사 부매니저, 아미르 엘 파라 경찰국장, 제니 리 국장 등
- 주요내용
 - 한국 중소기업의 미국 진출 지원을 위한 업무협약 체결
 - 가든그로브시에 코리아 데스크 설치 및 연말 한국 상품 판매전 개최 등 제안
 - 가든그로브 시장 중소기업 리더스포럼 초청 등
- 현장사진



□ 미주한인경제인 간담

- 일시/장소 : 8.27(목) 18:00 / 캡틴 잭스
- 참 석 자 : 중소기업대표단, 바니 리 한미은행장, 조만선 한미은행 본부장, 박기홍 허브천하보험 회장 등
- 주요내용 : 미주한인경제인과 네트워킹 및 협력방안 논의

내일신문

2026-08-26 (수) 016면

“한국화장품 직접 써보니 훨씬 매력적”

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

한국 유망 중소기업 140개사가 미국 라스베이거스로 집결했다. 미국시장 진출을 위해서다.

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, 홈쇼핑 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 앤젤은 “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. 스킨앰플러스는 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.

한영욱 신일특수금속 대표는 “과거에 연락이 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 반 만에 구매자가 10명 넘게 방문했다.

김법석 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

bridge

2026-08-27 (목) 018면

“K-굿즈 페어, 中企 북중미 수출 플랫폼 도약 기대”

美 ‘ASD’ 대규모 한국관 오픈

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

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

중기중앙회는 25일(현지시간) 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, 홈쇼핑 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·유통업체 관계자 3만여명이 찾는 미주 대표 소비재 전문 전시회다. 올해는 기존 ASD의 전시 인프라와 바이어 네트워크를 활용하면서



김기문(오른쪽) 중기중앙회장이 셀리 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.

중기중앙회 제공

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

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

현지 바이어들의 관심도 이어졌다. 미국



유통체인 빌즈 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.

스킨앰플러스 서현영 대표는 지난 3월 ASD에 처음 참가해 중남미 바이어와 250만달러 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, 네컷 사진 등 체험형 콘텐츠도 운영한다. 제품을 단순히 전시하는 데 그치지 않고 현지 바이어가 직접 체험할 수 있도록 해 상담과 계약으로 연결한다는 전략이다.

김기문 중기중앙회장은 “최근 통상환경의 불확실성이 커지고 있지만 K-뷰티와 푸드에 대한 인기는 여전히 높고, ASD 주 최 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.

김동욱 기자 east@viva100.com



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 온힘

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

중소기업중앙회는 25일(현지시간) 미국라스베이거스에서 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·유통업계 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, 휴먼쇼핑협력사 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 "시존 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 스킨앰플러스 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@

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

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

美 ‘ASD 마켓 위크’ 가보니

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

“공장이 어디에 있나요?” “한국입니
다.” “오~ 좋아요!”

25일(현지시간) 미국 라스베이거스에서 열린 ‘ASD(Affordable Shopping Destination) 마켓 위크 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 위크(ASD Market Week) 2026’의 한국관.

세계 유통업자, 도소매 바이어, 온라인 셀러들이 독창적인 상품을 소장하고 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 마주한 인상공회·의소총연합회는 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. 설렘이 선보인 동결건조 온천수 분말을 사용하는 샤워기는 독특한 콘셉트로 관심을 받았다. 이주훈 설렘 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 재고와 물류망을 확보하고, 가격·관세 경쟁력을 높이는 동시에 구매력 있는 바이어와 현지 유통망을 연결해야 한다.

라스베이거스=성주원 특파원 sjw1@

서울신문

2026-08-27 (목) 022면

중기중앙회 ‘K굿즈페어’로 美 시장 공략

중소기업중앙회가 한국 중소기업의 ‘아메리칸드림’ 실현에 나섰다.

중기중앙회는 25일(현지시간) 미국 라스베이거스에서 진행되는 ‘소비재 전시회’(ASD 마켓위크 2026)에서 ‘K굿즈페어’ 개막식을 열었다. 행사장에 마련된 150여개 부스에는 중소벤처기업부 수출 컨소시엄사업 참여 기업을 비롯해 중기중앙회 노란우산공제 소상공인, 휴앤쇼 핑 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 회장에게 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 마켓위크 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. 세종김우진 기자

“아마존 벗어나자” ... 美 직접공략 나선 K중기

최대 소비재展 ‘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 래임사와스는 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. 중소기업중앙회 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

한겨레

2026-08-27 (목) 023면 중양일보

2026-08-27 (목) b04면

알림

◇ **중소기업중앙회**는 지난 25일(현지시간) 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 중소기업중앙회장과 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.

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, 140여개 한국 중소기업의 미주시장 공략을 본격화했다고 밝혔다. 중소벤처기업부 수출컨소시엄사업 참여기업들을 비롯해 노란우산공제 소상공인, 홈앤쇼핑 협력사들, 지방 중소기업 등이 뷰티·라이프스타일 등 다양한 제품을 선보인다.

K에 반한 美...전시회 최초로 '한국관' 열었다

美 ASD 마켓워크 가보니

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

이들의 발길을 붙잡는 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 이틀이 돌린 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.

진열대에는 각종 K뷰티 화장품이 빼곡히 놓였고, 매립된 면로와 넷플릭스 애니메이션 '케이팝 데몬 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 바이어들 관심은 실제 제품 발품로 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 마켓워크 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 인기에 한국관 먼저 제안
"미국 젊은층 한국 문화에 열광"
바이어들 K뷰티·생활용품 몰려
중기중앙회 비용 80% 지원하며
국내 中企 140곳 판로 개척 도와

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

그가 꼽은 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 제법하고 있다.

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

한 대표는 "해의 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 "中企에 절호의 기회"

올해 ASD가 한국 기업들을 전면에 내세운 것은 최근 미국 시장에서 한국 산 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 선물용품, 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 중기중앙회 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

머니투데이

2026-08-27 (목) 014면

"K뷰티·라이프스타일 제품 뜬다" 中企 140여곳, 美시장 출격

라스베이거스에서 '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 참여기업들 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 K푸드 등 큰 인기를 끌고 있다"며 "K-굿즈 페어가 중소기업들이 북중미 시장에서 새로운 돌파구를 여는 실질적인 수출 플랫폼이 되길 기대한다"고 말했다. 이병권 기자 bk223@

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 미주 시장 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

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 26일 밝혔다.

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, 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.

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 전시회에 참가한 기업들의 기대도 크다. 이번 한국관에 재참가한 서현영 스킨앰플러스 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

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, 홈앤쇼핑 협력사, 지역 소재 중소기업 등이 참여했다.

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

했다. 네바다주와 라스베이거스시에서는 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



탁재훈 중기중앙회 홍보대사(왼쪽 두 번째부터), 김기문 중기중앙회장, 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 중소기업을 집결시켜 K-Goods의 북중미 시장 공략에 나섰다. 김기문 중기중앙회장은 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 참여기업들 비롯해 중기중앙회 노란우산공제 소상공인, 홈앤쇼핑 협력사, 서울·

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

국내 참가기업들은 현지 시장 확대에 대한 기대감을 나타냈다. 서현영 스킨애플러스 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

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 홈앤쇼핑 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 살펴

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

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

해외 거래처와 관계를 다시 구축하는 계기가 된 사례도 나왔다. 한영옥 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 셸리 버클리 라스베이거스 시장, 소니 비누야 네바다주 아웃리치

‘K-굿즈’, 해외 바이어 사로잡다…중기중앙회, 미주시장 공략 나서

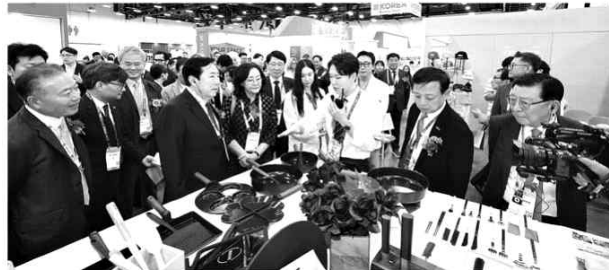
미국서 ‘ASD 마켓 워크 2026’ 개최
“韓 콘텐츠 관심 늘며 수요도 ‘쑹’”

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 미주 시장 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

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

현장에서 미국 유통체인인 빌즈 디파트먼트의 디렉터인 엔젤은 “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 참가한 서현영 스킨앰플러스 대표는 “지난 3월 처음 참가한 ASD 전시회에서 중남미 바이어와 250만불 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 상황에서 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 중소기업들의 해외 진출은 이제 필수”라고 강조했다.

정희순 기자 hsujung@ekn.kr

파이낸셜뉴스

2026-08-27 (목) 018면

“韓기업, 꼭 와주세요” 러브콜… 140개사 美소비시장 달궜다

美라스베이거스 ‘K굿즈 페어’

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

한국 중소기업 140여개사가 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 카운다는 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 탁재훈 노란우산 홍보대사, 김기문 중기중앙회장, 박영선 재정경제부 전략경제자문단 위원장. 중기중앙회 제공

관계자 3만명 이상이 찾는다.

이번 ASD에서 주목할 점은 최근 K뷰티와 K푸드 등의 인기가 높아지면서 주최 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 140여개사로 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 참여기업들을 비롯해 중기중앙회 노란우산공제 소상공인, 홈앤쇼핑 협력사들과 서울·경기·경북·충북 등 지역 소재 중소기업들이 참여했다. 개막식에는 공동주최 기관인 미주한인상공회의소총연합회의 황병구 회장을 비롯해 셀리 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 엔젤 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 뷰티프로의 바이어 미

겔지는 “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 스킨앰플러스는 지난 3월 처음 참가한 ASD 전시회에서 중남미 바이어와 250만달러 규모의 독점 계약을 체결한 뒤 이번에 다시 수출길에 나섰다.

서현영 스킨앰플러스 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 상황에서 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

“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 150여 개 부스가 조성됐다. 중소벤처기업부 수출컨소시엄 사업 참여 기업을 포함해 노란우산공제 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 전시에서 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 “저출생·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

metr

2026-08-27 (목) 010면

한류 타고 뜬 ‘K-굿즈’... 中企 140여곳 북중미 수출길 연다

(뷰티·푸드 등)

美 ‘ASD Market Week’
중기중앙회, ‘K-Goods Fair’ 개막
소비재 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 수출컨소시엄사업 참여기업들 비롯해 중기중앙회 노란우산공제 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.

브라질에서 온 뷰티프로의 바이어 미겔은 “시선 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 해를 만날 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 “아침부터 한국관을 찾는 사람들의 발길이 이어지며 북적북적했다. 외국인들의 관심이 K-goods에 쏠려 있다는 데 어께가 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 “저출생·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. /김승호 기자

bada@metroseoul.co.kr



metr

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 참여기업들 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 스킨애플러스 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

140개 中企, 라스베이거스 집결… 美 시장 공략

‘K굿즈 페어’ 개관식 열려

중소기업중앙회는 25일(현지 시각) 미 라스베이거스에서 개막한 소비재 전시회 ‘ASD 마켓워크 2026’에서 대형 한국관인 ‘K굿즈 페어’ 개관식을 열었다고 26일 밝혔다. 1961년 시작한 ASD 마켓워크는 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 스킨앰플러스 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

ASD 한복판에 펼친 K-굿즈... 中企 경제영토 넓혔다

〈미주 최대 소비자 박람회〉



중소기업중앙회는 지난 25일(현지시간) 미국 라스베이거스에서 열린 'ASD Market Week 2026'에서 150개 부스 규모의 'K-Goods Fair' 개막식을 개최했다. 김기문 중소기업회장(왼쪽에서 다섯번째) 등 주요 인사들이 개막식 테이프 커팅식을 진행하고 있다. 왼쪽부터 김나희·최재훈 노란우산 홍보대사, 박영신 재정경제부 전략경제자문단 위원장, 엘리 버클리 라스베이거스 시장, 김기문 회장, 황병구 미주한상총연 회장, 캐럴린 스프라우스 FORGE 수석부회장, 권혁홍 예조중 중소기업회 수석부회장. 촬영: 김기문



미국 최대규모 소비자박람회에 참가, 부스 150여개 구축
K-콘텐츠의 인기가 힘입어 현지 바이어들도 관심 집중
알짜끼 바이어와 상담... 대규모 유통망 진출 정조준
중기중앙회 "새 해외시장 여는 플랫폼으로 자리매김할 것"

한국 중소기업 140여개사가 미국 라스베이거스에 집결해 북중미 시장 공략에 나섰다. K-콘텐츠의 인기가 한국 소비재에 대한 관심으로 확산하는 가운데 현지 대형 유통망 진출과 신규 바이어 발굴에 나선 것이다.

중소기업중앙회는 25일부터 27일까지 사흘간(현지시간) 미국 라스베이거스에서 열린 'ASD Market Week 2026'에서 'K-Goods Fair'를 운영했다고 밝혔다. 북중미 최대 규모 소비자 박람회인 ASD Market Week에 마련된 K-Goods Fair에는 140여개 국내 중소기업이 150여개 부스를 꾸리고 뷰티와 라이프스타일 등 다양한 소비재를 선보였다.

K콘텐츠 인기가 제품으로 미주 바이어 '높도장' 참가기업은 중기부 수출권소사업사업 참여기업들 비롯해 중기중앙회 노란우산공제 기업 소상공인, 홈앤쇼핑 협력사, 서울·경기·경북·충북 등 지역 중소기업들로 구성됐다. 25일 오전에 열린 개막식에는 광동주최기관인 미주한상총연회의소총연합회 황병구 회장을 비롯해 △셀리 버클리 라스베이거스 시장 △박영신 재정경제부 전략경제자문단 위원장 △소니 비누야 네바다주 아웃리치 디렉터 △캐럴린 스프라우스 FORGE(ASD 주최사) 수석부회장 등 국내외 주요 인사가 다수 참석했다.

네바다주와 라스베이거스시는 개막식에 앞서 대규모 한국관 파견을 통한 한미 비즈니스 협력에 기여한 공로로 김기문 중기중앙회장과 황병구 회장에게 감사장을 전달했다.

숫자로 돌아본 ASD마켓위크

65년

1961년 시작된 ASD의 역사

80개국

참관객 출신국가 수

1,800여개사

공식 참가업체

30,000여명

참석 바이어

ASD 주최사 공식 홈페이지 기준

현지 바이어들도 한국 제품에 높은 관심을 보였다. 미국 유통체인 빌즈 디파트먼트의 디렉터 앤젤은 "드라마와 K팝 등 한국 콘텐츠에 대한 관심이 높아지면서 한국 제품을 찾는 수요도 많아지고 있다"며 "다양한 제품을 한자리에서 볼 수 있어 전시기간 여러 제품과 상담을 진행할 예정"이라고 말했다.

중남미 시장에서도 관심이 이어졌다. 브라질

뷰티프로의 바이어 미겔은 "한국 제품을 직접 체험해보니 기대 이상으로 매력적이었다"며 "디자인과 품질이 우수한 K뷰티 제품은 차별화된 기능을 앞세우면 중남미 시장에서도 경쟁력이 있을 것으로 보고 샘플을 요청했다"고 말했다.

재참가 기업들 성과 자신...신규 바이어 발굴도 이번 행사는 지난 3월 ASD Market Week에서 확인한 한국 중소기업의 수출 가능성을 실제 계약과 현지 유통망 진출로 연결하는 데 초점을 맞췄다.

재참가 기업인 스킨엔플러스는 지난 3월 전시에서 중남미 바이어와 25만달러 규모의 독점 계약을 체결했다. 서현영 스킨엔플러스 대표는 "이번에는 월마트와 코스트코 등 북미 대형 유통망과의 계약까지 성사시켜 진출 기회를 확대하고 싶다"고 말했다.

전시회에 참가한 또 다른 중소기업인 신일텍 수급측은 과거 거래가 끊겼던 멕시코 바이어와 이번 전시에서 다시 만나 추가 계약 논의에 들어갔다고 전했다.

한영욱 신일텍수급측 대표는 "사전 온라인 미팅을 통해 전시 제품과 상담 전략을 미리 준비했다"며 "기존 바이어와의 추가 계약뿐 아니라 신규 바이어 발굴도 기대하고 있다"고 밝혔다.

중기중앙회는 이번 K-Goods Fair를 단순 제품 전시를 넘어 중소기업과 미주 바이어를 연결하는 수출 플랫폼으로 활용한다는 계획이다.

김기문 중기중앙회장은 "최근 통상환경의 불확실성이 심화되는 상황에서 K뷰티와 푸드는 큰 인기를 끌고 있고, ASD 주최 측에서 한국 기업의 참가를 요청할 만큼 위상도 높아졌다"고 말했다. 이어 "저출산·고령화로 소비인구가 지속 감소하는 시대에 중소기업의 해외 진출은 이제 필수"라며 "K-Goods Fair가 우리 중소기업이 북중미 시장에서 새로운 돌파구를 여는 실질적인 수출 플랫폼이 되길 기대한다"고 강조했다.

유병호 기자 ▶관련기사 2·3면

한상 네트워크 활용해 '美 洲 수출 플랫폼' 닷 올린 중앙회

중소기업중앙회는 미주한인상공회의소총연합회와 함께 지난 25일부터 27일(현지시간)까지 미국 라스베이거스 컨벤션센터에서 열린 'ASD Market Week 2026'에 대규모 한국관인 'K-Goods Fair'를 구성해 운영했다. 한국관에는 국내 중소기업 140개사가 150개 부스를 꾸리고 다양한 소비재를 선보였다. ASD 주최 측은 이를 '미국 내 최대 규모의 한국상품 직접 소싱 행사'로 소개했다.

ASD Market Week는 1961년 시작된 북미 대표 종합소비재 B2B 전시회로 매년 3월과 8월 네바다 주 라스베이거스에서 열린다. 지난해에는 17개국 1400여개 기업과 3만명 이상의 유통업체 관계자가 참가했다. 참가자의 90%가 구매 의사결정에 관여하고 미국과 중남미의 다양한 유통 바이어가 찾는다. 이는 특징이다.

한류가 띄운 K-굿즈 수출 무대

K-Goods Fair 추진의 출발점은 북미에서 확산한 K-컬처 열풍이었다. K팝과 K-드라마의 흥행이 한국 소비재 전반에 대한 관심으로 번지자 ASD 주최사인 Forge(구 Emerald X)는 중소기업중앙회에 대규모 한국기업 참가를 제안했다. 한국 중소기업의 미국 진출 확대를 모색해온 미주한인상공연도 한국 소비재 전시 개최에 뜻을 같이하고 현지 네트워크를 활용한 지원을 약속했다.

이에 중소기업중앙회는 경쟁력 있는 국내 소비재 중소기업의 미국 시장 진출을 확대하기 위해 ASD 전시장 안에 별도의 한국 상품전을 여는 '쇼인쇼(Show In Show)' 방식의 K-Goods Fair를 기획했다. 단순한 공동관을 넘어 다양한 K-소비재를 하나의 브랜드로 묶어 현지 바이어에게 집중적으로 선보인다는 구상이었다.

15개사 성공 기반으로 140개사 '도전'

첫 단계는 지난 3월 ASD에서 운영한 'KBIZ관'이었다. 당시 중소

최대 소비재 전시회 'ASD 마켓위크'

3월 KBIZ관 성과에 힘입어 참가사 9배로 급증
ASD 바이어망 통해 사전 상담과 계약 기회 확보

한상총연, 바이어 소통 돕고 후속협약까지 지원
김기문 "실질성과 낼 수 있는 전시회 지속 발굴"

기업 15개사가 사흘 동안 450건에 가까운 상담을 진행해 약 2415만달러의 상담 실적을 올렸다. 참가기업 가운데 13개사가 8월 행사에도 다시 참여하겠다는 의사를 밝힐 정도로 만족도도 높았다. 중소기업중앙회는 이때 확인한 가능성을 바탕으로 불과 5개월 만에 참가 규모를 15개사에서 140개사로 확대했다.

기업 모집에는 중소기업계와 유관기관이 힘을 모았다. 중소기업중앙회 직접 지원한 82개사는 중소벤처기업부 수출컨소시엄사업 참여기업 23개사, 노란우산 가입기업 28개사, 휴먼쇼핑 협력기업 31개사로 구성됐다.

여기에 KOTRA와 서울·경기·경북·충북 등 유관기관과 지방자치단체가 발굴한 지역 중소기업이 합류했다. 이 과정에서 중소기업중앙회는 참가기업들이 현지에서 실질적인 성과를 거둘 수 있도록 지원체계를 구축하고 전시회의 완성도를 높이는 데 공을 들였다. 미주한인상공연은 현지 네트워크를 활용해 참가기업과 바이어의 원활한 소통을 돕고, 전시 이후 후속 협약까지 지원하는 가교역할을 맡았다.

ASD 측은 올해 처음으로 한국을 '포커스 국가'로 선정하고 한

국관 전용 홍보와 참가기업 교육, 월마트·코스트코 등 주요 유통기업 바이어와의 상담 매칭을 지원했다. 전시장 안팎에도 광고와 안내물, 제품 디스플레이를 배치해 바이어들의 한국관 방문을 유도했다.

빈틈없는 준비로 완성한 수출 기회

김기문 중소기업중앙회장은 준비 상황을 직접 확인하기 위해 지난 6월 말에 라스베이거스를 찾았다. 전시장을 둘러보며 한국관 부스와 제품 쇼케이스 위치를 점검하고 체험공간 운영, 현장 홍보, 바이어 매칭 방안을 구체화했다. 본 행사에서도 개막식 전후로 참가기업의 전시·상담 현장을 살피고 애로사항을 청취하는 등 현장 운영을 총괄 지휘했다. 이 같은 준비에 힘입어 K-Goods Fair 부스는 행사 기간 북미권 바이어들의 방문과 수출 상담이 끊이지 않았으며 높은 관심을 끌었다.

김기문 회장은 현지 기자간담회에서 "해외전시회는 참가 자체보다 실질적인 계약으로 이어질 수 있는지가 중요하다"며 "ASD는 탄탄한 현지 바이어망을 바탕으로 참가기업의 제품 정보를 사전에 제공하고 관심 바이어와 상담을 연결해 일부 기업은 개막 전부터 10~20건의 상담 일정이 잡힐 만큼 매칭 효과가 뛰어나다"고 평가했다. 이어 "앞으로도 중소기업이 실질적인 수출 성과를 낼 수 있는 전시회를 지속해서 발굴해야 한다"고 강조했다.

한편 중소기업중앙회는 이번 행사에서 이뤄진 상담과 후속 계약 성과를 분석해 내년 3월 ASD 마켓위크 참가 규모 확대 여부를 검토할 예정이다. 아울러 ASD의 바이어 기반과 미주한인상공연의 현지 네트워크를 활용해 K-Goods Fair를 '미주 진출 플랫폼'으로 발전시키고, 중소기업의 현지 유통망 진출을 지원하는 방안도 모색한다.

유병호 기자

한국식 메이크업 하는 마릴린 먼로... K-뷰티 공간 북적

지난 25일부터 27일까지 사흘(현지시간) 미국 라스베이거스 컨벤션센터에서 열린 'K-Goods Fair'는 한국 중소기업 제품과 K-컬처가 어우러진 수출 현장이었다. 'ASD Market Week 2026'에 마련된 대규모 한국관에는 미국과 중남미 바이어들의 발길이 이어지며 한국 소비재의 미주 시장진출 가능성을 보여줬다.

감사장 전달식 | 한대로 시작된 K-굿즈 페어

25일 오전 열린 개막식에 앞서 김기문 중소기업중앙회장은 라스베이거스시와 네바다주로부터 각각 감사장을 받았다. 셀리 버클리 라스베이거스 시장은 대규모 한국관 파견을 통해 한미 비즈니스 협력을 확대하는 데 기여한 공로로 회 회장에게 라스베이거스시 명의의 감사장을 직접 전달했다.

버클리 시장은 "한국 제품 전시를 라스베이거스에 유치할 수 있어 기쁘다"며 "한인 커뮤니티는 라스베이거스에서도 크게 성장하고 있는 커뮤니티여서 더욱 의미가 있다"고 말했다. 이어 소니 비누아 네바다주 이웃리치 디렉터도 네바다주 명의의 감사장과 격려 메시지를 전달했다. 감사장 전달을 마친 참석자들은 개막식장으로 이동해 테이프 커팅을 함께했다.

전시장 라운딩 | K콘텐츠 입고 바이어 사로잡다

개막식 이후 김기문 회장 등 중소기업 대표단은 K-Goods Fair 전

라스베이거스 달군 K-Goods Fair 현장

노란우산 모델 탁재훈·김나희 참가, 기업 응원
라스베이거스, 한미 경제교류 성과에 감사 표해

시관을 돌며 참가기업들과 만났다. 전시장 곳곳은 한국 제품을 직접 사용해 보거나 가격과 유통 조건을 문의하는 외국인 바이어들로 북적였다. 특히 K-뷰티 제품 체험 공간이 가장 큰 인기를 끌었다. 전시관 라운딩에 동행한 마릴린 먼로와 윈터우먼 복장을 한 코스프레 모델들은 직접 한국식 메이크업을 체험하는 모습을 보이기도 했다.

한쪽 편에서는 '케이팝 데몬 헌터스'의 캐릭터로 분장한 모델들이 전시장을 누비자 사진 찍거나 함께 포즈를 취하려는 관람객들도 모여들어 K-콘텐츠의 인기를 실감하게 했다.

노란우산 홍보대사인 탁재훈과 김나희도 전시장 라운딩에 동행해 참가기업들을 응원했다. 이번 전시에는 노란우산을 통해 선정된 소기업·소상공인 28개사가 중소기업중앙회의 지원으로 참가해 미국과 중남미 바이어를 상대로 새로운 판로를 모색했다.

전시 부스에서는 | 상담 넘어 현지 계약점조준

참가업체들은 ASD 측의 사전 바이어 매칭과 현지 바이어들의 적극적인 반응에 만족감을 보였다. 중소기업중앙회 수출컨소시엄 사업을 통해 참가한 여성용품 기업 이너시아는 '디프러미' 생리대를 선보이며 오프라인 유통망 확대에 주력했다. 이너시아는 기존엔 아마존과 틱톡숍 등 온라인 채널을 통해 미국 시장에 진출해 왔다.

김효이 이너시아 대표는 "좋은 제품을 온라인에서 바이럴시키는 것과 좋은 소매업자를 만나는 것은 다른 차원의 이야기"라며 "이번에 만난 바이어들은 의사결정도 빨라 전시 기간 안에 실제 거래를 만들어보자는 이야기까지 나왔다"고 밝혔다.

같은 사업으로 참가한 화장품 제조기업 에코먼트는 전시장을 찾은 바이어들에게 자사의 세럼과 엠폴을 소개했다. 해당 기업은 미국 농무부(USDA) 유기농 인증 등 해외 인증 이력을 내세우며 현지 브랜드·유통업체와의 협력 가능성을 모색했다.

노란우산을 통해 이번 행사에 참가한 뷰티업체 아마로스는 피부관리 기기 '아마롤러'와 세럼·클렌저 등 화장품을 선보였다. 지난 3월 ASD에서 42건의 상담을 진행한 데 이어 이번 전시에도 다시 참가해 기존 상담의 후속 협의와 신규 거래선 발굴에 나섰다.

바이어들은 한국 제품을 직접 손에 들고 사용법을 묻는 한편, 가격과 최소 주문 수량, 공급 일정까지 꼼꼼히 확인하며 상담을 이어갔다.

유병호 기자

중기중앙회 - 가든그로브市 MOU 美 시장에 K-푸드 진출 거점 구축

중소기업중앙회가 미국 대형 소비재 전시회에 이어 현지 시 정부와 협력체계를 구축하며 국내 중소기업의 미국 진출 기반을 넓혔다. 한인 상권과 산업시설을 갖춘 캘리포니아 가든그로브시를 식품·패션·생활용품 중소기업의 현지 진출 거점으로 활용한다는 구상이다.

중기중앙회는 27일(현지시간) 미국 캘리포니아주 가든그로브시 커뮤니티센터에서 가든그로브시와 '한인 비즈니스 지구 활성화를 통한 한국 중소기업의 미국 진출 지원 업무협약'을 체결했다고 밝혔다.

협약식에는 김기문 중기중앙회장과 스테파니 클로펜슈타인 가든그로브시장 등 양 기관 관계자들이 참석했다. 중기중앙회가 미국 시 정부와 중소기업의 현지 진출을 위한 업무협약을 맺은 것은 이번이 처음이다.

양 기관은 앞으로 △한국 중소기업의 미국시장 진출 지원 △가든그로브시 한인 비즈니스 지구의 국내 홍보 △상호 비즈니스 네트워크 구축 등에 협력한다.

캘리포니아주 오렌지카운티에 위치한 가든그로브시는 디즈니랜드 등 주요 관광지과 가까운 관광객 유입이 많은 도시로 식품·외식·관광산업이 지역 경제의 주요 산업으로 자리 잡고 있다.

특히 가든그로브대로의 비치대로부터 브룩허스트 스트리트까지 약 3.5km 구간에는 '리틀 서울'로 불리는 공식 한인 비즈니스 지구가 조성돼 식품 제조기업과 한식 프랜차이즈가 밀집해 있다.

이외에도 식품 생산·경공업 기업이 입주할 산업시설과 근로자 첫 주택 구매 지원 등 정착 지원책도 갖춰 한국 중소기업의 미국 진출 거점으로 적합하다는 평가다.

이번 협약은 중기중앙회가 라스베이거스에서 개최한 'K-Goods Fair'와 맞물려 의미를 더한다. K-Goods Fair가 국내 중소기업 제품의 시장성을 확인하고 현지 바이어를 발굴하는 무대였다면, 가든그로브시와의 협약은 지방정부와 한인 상권의 네트워크를 활용

해 기업들의 현지 진출과 정착을 뒷받침할 기반을 마련했다는 점에서 한발 더 나아갔다.

중기중앙회는 협약식에서 가든그로브시의 K-푸드 산업 활성화 노력에 대한 감사와 향후 협력 의지를 담아 가든그로브시를 'K-푸드 & K-굿즈 친화 도시(K-Food & K-Goods Friendly City)'로 선언하는 현판도 전달했다.

김기문 중기중앙회장은 "가든그로브시는 탄탄한 한인 커뮤니티와 K-푸드 등 한국 제품에 대한 높은 관심을 바탕으로 우리 중소기업의 미국시장 진출 거점으로서 잠재력이 큰 도시"라며 "가든그로브시에 '코리아데스크'를 설치해 캘리포니아를 비롯한 미국 전역에 진출하려는 중소기업들을 지원하는 등 구체적인 협력방안을 마련해 나가자"고 제안했다. 이어 "우 수 중소기업 제품을 상시 전시·판매할 수 있는 공간을 조성하고, 연말에는 현지 소비자들이 다양한 한국 제품을 직접 만나볼 수 있는 '한국상품 판매전'을 개최하자"고 말했다.

스테파니 클로펜슈타인 가든그로브시장은 "한인 커뮤니티라는 도시의 강점을 활용해 지역 경제에 새로운 활력을 불어넣을 수 있는 좋은 아이디어"라며 중기중앙회의 제안에 협력 의사를 밝혔다.

유병호 기자

美 지방정부와 첫 협약

식품제조 중소기업 현지 진출 확산 물꼬
판로개척 넘어 현지 생산·정착 지원 연계



김기문 중기중앙회장(오른쪽)과 스테파니 클로펜슈타인 가든그로브시장이 27일(현지시간) 미국 캘리포니아주 가든그로브시 커뮤니티센터에서 한국 중소기업의 미국 진출 지원을 위한 업무협약을 체결한 뒤 협약서를 들어 보이고 있다.

중기중앙회, 미국진출 교두보 구축

가든그로브시와 업무협약 한인 비즈니스지구와 협력

중소기업중앙회(회장 김기문)가 국내 주요 중소기업의 미국진출을 위한 교두보를 구축했다. 중기중앙회는 27일(현지시간) 미국 캘리포니아주 가든그로브시와 한인 비즈니스지구 활성화를 통한 한국 중소기업의 미국 진출 지원 업무협약을 체결했다. 가든그로브시는 오렌지카운티에

위치한 도시다. 인근에 디즈니랜드 등 주요 관광지가 자리하고 있어 관광객 유입이 많다. '리틀 서울'이라 불릴 정도로 큰 규모의 공식 '한인 비즈니스지구'가 지정돼 있다.

이 지역을 중심으로 한국식품 관련 산업이 크게 발달해 현재 식품제조 관련 중소기업과 다양한 한식 프랜차이즈가 진출해 있다. 식품 생산과 경공업 기업 입주가 가능한 산업시설이 마련돼 있어 시 차원에서 기업유치와 정착을 돕기 위한 정책을 실행하고 있다.

중기중앙회는 가든그로브시의 한인상권과 식품기업, 패션, 생활용품 등에 친화적인 산업기반 등 강점을 높이 평가해 미국 시 정부와는 처음으로 업무협약을 체결했다.

협약에 이어 중기중앙회는 가든그로브시의 한국식품(K푸드) 산업 활성화 노력에 대한 감사와 향후 협력 의지를 담아 가든그로브시를 'K푸드 & K굿즈 친화 도시'로 선언하는 현판을 수여했다.

김형수 기자 hskim@naeil.com

中企 미국 진출 거점 구축... 중기중앙회, 가든그로브와 '맞손'

이지원 기자 | 승인 2026.08.28 08:42 | 댓글 0

구글 신호 출처 추가

美 지방정부와 첫 업무협약, 한인 비즈니스 지구 활용해 판로 확대
K푸드·패션·생활용품 산업기반 주목...연말 한국상품 판매전 제안



(왼쪽부터) 스테파니 클로켄슈타인 가든그로브시장과 김기문 중기중앙회장이 업무협약을 맺고 기념촬영하고 있다. 사진= 중기중앙회 제공

매일일보 = 이지원 기자 | 중소기업중앙회가 미국 캘리포니아주 가든그로브시와 손잡고 국내 중소기업의 현지 진출 기반 확대에 나선다. 한인 상권이 형성된 지역 특성을 활용해 K푸드와 패션, 생활용품 등 국내 중소기업 제품의 미국시장 진출 접점을 넓힌다는 구상이다.

중기중앙회는 미국 캘리포니아주 가든그로브시 경찰청에서 가든그로브시와 한국 중소기업의 미국 진출을 지원하기 위한 업무협약을 맺었다고 28일 밝혔다. 중기중앙회가 미국 지방정부와 업무협약을 체결한 것은 이번이 처음이다.

협약식에는 김기문 중기중앙회장과 스테파니 클로켄슈타인 가든그로브시장 등 양측 관계자들이 참석했다. 양 기관은 이번 협약을 계기로 한국 중소기업의 미국시장 진출을 지원하고 가든그로브 한인 비즈니스 지구를 국내에 알리는 데 협력하기로 했다. 기업 간 교류를 확대할 수 있도록 비즈니스 네트워크 구축에도 힘을 모은다.

가든그로브는 캘리포니아주 오렌지카운티에 위치해 있으며 인근에 디즈니랜드를 비롯한 관광지가 자리하고 있다. 관광객 유입을 기반으로 식품·외식·관광업 등이 지역의 주요 산업으로 형성돼 있다. 한국 기업이 활용할 수 있는 현지 기반도 갖추고 있다. 가든그로브 대로의 비치대로부터 브룩허스트 스트리트까지 약 3.5km 구간에는 공식 한인 비즈니스 지구가 지정돼 있다. '리틀 서울'로 불릴 만큼 한인 상권이 발달한 곳으로, 현재 식품 제조 중소기업과 한식 프랜차이즈 등이 진출해 있다.

내 한국 제품 컨벤션 개최 희망"

Angeles 입력 2026.08.27 20:00 업데이트 2026.08.27 19:17

가든그로브-중소기업중앙회 투자·경협 등 업무협약 체결 직원 파견 근무 방안 협의중



파니 클롭펜스타인(왼쪽에서 아홉 번째) 가든그로브 시장과 김기문 중소기업중앙회장이 서명을 마친 업무협약서를 보여주고 있다.

든그로브 시가 한국의 중소기업중앙회와 투자 및 경제 협력에 나선다.

테파니 클롭펜스타인 시장과 리사 김 시 매니저, 제니 이 인사국장을 비롯한 가든그로브 시 관계자들은 27일 신축이 완료된 경찰국에서 김기문 회장을 포함한 중소기업중앙회 임직원들로 구성된 미국 방문단과 만나 상무협약(MOU) 체결식을 가졌다.

롭펜스타인 시장과 김 회장은 협약서에 서명하고 앞으로 양측 모두가 좋은 성과를 거둘 수 있도록 협조할 것을짐했다.

롭펜스타인 시장은 “한인 사회는 시의 경제, 문화에 걸쳐 중요한 역할을 해왔다. 시는 코리안 비즈니스 디스트도 보유하고 있다. 한국 중소기업들의 투자 유치와 경제 협력을 통해 한인을 포함한 시의 경제 활성화를 기대하고 말했다.

26. 9. 14. 오후 9:10

"연내 한국 제품 컨벤션 개최 희망" | 미주중앙일보

회장은 “가든그로브를 통해 한국의 우수 중소기업 제품이 미국 시장에 진출하길 바란다”고 화답했다. 또 “올 리스마스 전에 가든그로브에서 한국 제품을 전시, 판매하는 컨벤션을 열 수 있기를 바란다”고 말했다.

든그로브와 중소기업중앙회는 가든그로브 시청에 코리안 데스크를 설치하는 방안도 협의 중이다. 중소기업중앙회 직원들이 가든그로브에 파견해 회원사 제품의 미국 진출을 돕는 한편, 미국 내 한국 제품 수요를 파악하고 각종에도 응할 수 있게 하려는 목적이다.

측은 중소기업중앙회가 결정만 하면 언제든지 코리안 데스크를 설치할 수 있다는 입장인 것으로 알려졌다.

든그로브 시는 지난해부터 본격적으로 중소기업중앙회와 교류를 시작했다.

시 매니저와 맷 웨스트 시 부매니저, 이 인사국장 등은 지난해 제주도에서 열린 중소기업중앙회 리더십 포럼에 석해 가든그로브 시의 특징과 장점을 홍보했다. 이 인사국장과 웨스트 부매니저는 오는 10월 한국에서 열릴 포에서도 시 홍보에 나설 예정이다.

롭펜스타인 시장은 지난해 중소기업중앙회 신문인 중소기업뉴스와 가진 인터뷰에서 ▶양국간 투자, 교역을 촉진하는 MOU 체결 ▶한·미 기업 컨벤션 개최 ▶코리안 푸드타운을 비롯한 전용 비즈니스 클러스터 조성 ▶K-뷰티·K-패션·테크 산업 등으로의 확장 등을 추진할 계획이라고 밝힌 바 있다.

사진=임상환 기자