

## 2018 농식품 해외시장 맞춤형조사

---

No . 1806-15

품 목 : 과일차(Fruit Tea)

국 가 : 아랍에미리트(UAE)

# Contents

<b>I. 국가 정보 및 시장통계</b>	4
1. 수출환경 및 경제지표	6
2. 식품산업 현황	10
3. 수출입통계 및 생산통계	16
<b>II. 시장 트렌드</b>	20
1. 정책 트렌드	21
2. 소비·제품 트렌드	22
3. 소비자·유통채널 담당자 인터뷰	23
<b>III. 통관 및 제도</b>	27
1. 통관 및 검역	30
2. 인증정보	35
3. 라벨링	42
4. 위생규정	47

<b>IV. 경쟁제품</b>	.....	50
1. 경쟁제품 선정기준 및 지표	.....	52
2. 오프라인 경쟁 제품	.....	53
3. 온라인 경쟁 제품	.....	58
<b>V. 경쟁사</b>	.....	61
1. 경쟁사 선정	.....	62
2. 경쟁사 분석	.....	63
<b>VI. 유통채널 현황</b>	.....	66
1. 유통채널 개황	.....	67
2. 주요 유통채널 분석	.....	70
<b>참고문헌</b>	.....	80



## I. 국가 정보 및 시장통계

1. 수출환경 및 경제지표
2. 식품산업 현황
3. 수출입통계 및 생산통계

## 국가 개요

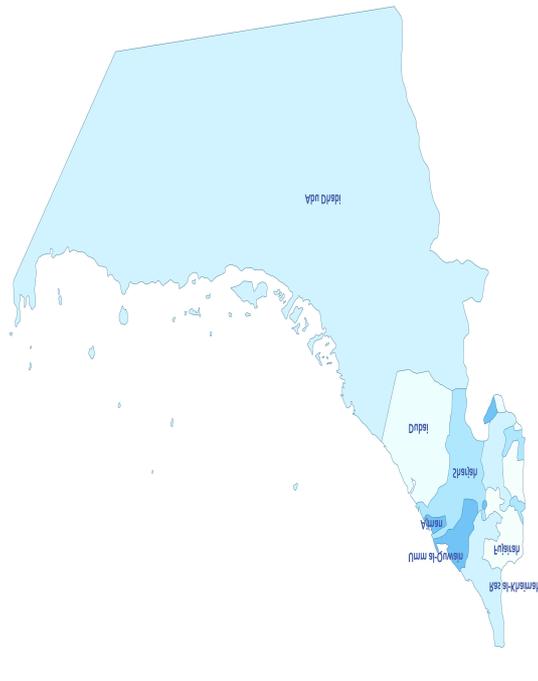
걸프만 연안에 위치한 아랍에미리트(이하 'UAE')는 아부다비(Abu Dhabi), 두바이(Dubai), 아즈만(Ajman), 푸자이라흐(Fujairah), 라스 알-하이마흐(Ras al-Khaimah), 샤르자흐(Sharjah), 움알-카이와인(Umm al-Qaiwain)의 7개 토후국(emirate)으로 구성된 연합국으로 사우디아라비아, 카타르, 오만과 접해 있음. 2016년 말 기준 978억 배럴의 원유(세계 8위)와 6.1조<sup>m³</sup>의 천연가스(세계 7위) 확인매장량을 보유한 자원 부국임. 또한, 두바이는 동서양을 연결하는 지리적 이점, 낮은 조세 부담, 양호한 물류 및 금융 인프라 등을 바탕으로 중동 최대의 중계 무역기지로 발전하고 있음

석유 부문의 GDP 비중이 줄어드는 추세나 여전히 석유·가스 산업에 대한 경제의존도가 높으며, 정부는 건설, 유통, 관광, 물류, 제조업 육성 등 산업 다각화 정책을 지속해서 추진하고 있음

2010년 12월 튀니지에서 시작된 민주화 혁명("아랍의 봄")이 중동 지역 전역으로 퍼져 현재 까지도 중동지역의 일부 국가들이 정정불안을 겪고 있으나, UAE는 Sheikh Khalifa bin Zayed Al Nahyan 대통령(아부다비의 군주)의 통치하에 정치·사회적 안정을 유지하고 있음

### 주요 정보

- ▶ 국명: 아랍에미리트 연합국 United Arab Emirates
- ▶ 수도: 아부다비
- ▶ 주요인사
  - 대통령 : Khalifa bin Zayed Al Nahyan (아부다비 통치자)
  - 부통령 겸 총리 : Mohammed bin Rashid Al Maktoum(두바이 통치자)
- ▶ 인구: 912만명('17, UAE통계청) (외국인 약 88%)
- ▶ 면적: 83,600km<sup>2</sup> 세계115위, 한반도의 약 1/3
  - 7개 토후국(아부다비 토후국, 두바이 토후국, 샤르자 토후국, 아지만 토후국, 움알쿠와인 토후국, 라스알카이마 토후국, 푸자이라 토후국)으로 이루어진 연방 국가
- ▶ 공식어: 아랍어 (영어도 통용)
- ▶ 주요 도시: 두바이
- ▶ GDP: 3,774억 3,500만불 ('17년, IMF)
- ▶ 1인당 GDP: 37,346불('17년, IMF)
- ▶ 경제성장률: 2.0%('17년, EIU<sup>1)</sup>)
- ▶ 화폐단위: UAE 디르함 (AED)



자료: 「Country Insight Snapshot United Arab Emirates September 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.8.13

1) 국가별 경제 전반에 관한 중장기 분석을 제공하는 영국 시사경제주간지 이코노미스 계열사

# 1. 수출환경 및 경제지표

## □ 국가 위험등급 및 전망<sup>2)</sup>

	등급	등급전망
	DB3	긍정적

자료: 「Country Insight Snapshot United Arab Emirates September 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.8.13

## □ 주요 전망

구분	세부내용
긍정적	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2018년 1월과 5월의 유가 인상에 따른 긍정적인 영향으로 신용전망이 '안정적'으로 상향 조정되었으며, 유동성 긴축에 따라 민간 부문의 신용 상태는 이전 대비 개선</li> <li>- 중동지역 비즈니스 허브로서의 입지가 강화됨에 따라 글로벌 시장 진출에 유리</li> </ul>
부정적	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2018년 5월 미국이 이란 핵 협정을 파기함에 따라 지리적 정치 안보 위험 증가</li> <li>- 예멘, 시리아, 이라크와 관련한 사우디아라비아-이란 간 대리전 분쟁에 휘말리고 있음</li> <li>- 자국 기업을 우대하며, 사전 고지 없이 정책이 변경될 수 있음</li> </ul>

Country Insight Snapshot United Arab Emirates September 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.8.13

2) D&B의 국가위험등급은 전 세계 132개 국가를 대상으로 각 국가별 정치, 경제, 사회적 측면의 다양한 요소를 수집, 조사, 분석하여 국가별 투자 및 상거래 위험 수준을 측정한 지표임. 대/내외 안보상황, 정책의 방향성 및 지속성 등의 '정치적 환경', GDP 성장률, 인플레이션율, 무역규모, 재정 및 통화정책, 재정 균형 등의 '경제 및 상업환경', 제도적 투명성, 사법체계, 계약의 준수 정도, 부패지수 등의 '사회적/제도적 환경' 등을 모두 반영하며, 약 9개 항목으로 구성된 국가위험지표 테이블에 따라 산출됨.

## □ 주요 거시경제 지표

- 2017년 경제성장률은 전년 대비 대폭 하락한 0.8%를 기록했으나, 2018년 반등이 예상되며(2.8%), 2022년까지 3% 중후반의 안정적 성장이 전망됨
- 경제 다변화 정책 영향으로 석유 부문의 GDP 비중이 2006년 37.5%에서 2016년 31.1%로 축소되었으나, 여전히 석유 부문이 경제와 산업을 주도하는 상황으로 국제유가 변동과 원유생산량 증감이 국가 경제 전반에 영향을 미침
- 미국 셰일업체의 원유생산량 증가 등으로 인해 2017년 8월 30일 두바이유 가격이 약 46.44달러(배럴당)까지 하락하였으며, 2018년 5월 24일 OPEC이 2017년 11월의 감산 합의(일 3,250만 배럴 유지) 기한을 9개월 연장<sup>3)</sup>함에 따라 석유 부문은 3.7%의 마이너스 성장이 전망됨
- 재정지출 감소, 통화가치 고평가 등에도 불구하고, 글로벌 교역 증가, 엑스포 2020 관련 투자 확대 등에 따라 전체국가 2018년 경제성장률이 2.8%를 기록할 것으로 전망됨
- 원유수출 수입(收入)이 UAE 재정수입의 약 80%를 차지하고 있어, 원유수출에 의한 고정수입과 인프라 확충 등을 위한 재정지출의 규모에 따라 재정수지가 좌우됨. 국제유가 하락세 지속으로 GDP 대비 재정수지는 최근 3개년(2015-2017년) 연속 적자를 기록함
- 2017년 외화보유액은 2012년 이후 저유가로 인한 상품수지 및 경상수지 흑자 감소의 추세 속에서도 외국인 투자 유치 호조 등에 힘입어 2014년 말 784.2억 달러 대비 20.1% 증가한 941.7억 달러를 기록한 것으로 추정됨

표 1.1 주요 거시경제 지표

(단위: %)

구분	2015	2016	2017	2018f	2019f	2020f	2021f	2022f
경상수지/GDP	4.9	3.7	6.9	7.1	6.8	6.6	6.8	7.7
재정수지/GDP	-6.4	-1.3	-0.2	1.8	2.4	3.4	4.2	3.9
물가상승률	4.1	1.6	2.0	3.4	2.9	2.5	2.8	2.9
유가 <sup>4)</sup>	52.4	44.0	54.4	72.6	76.0	73.0	85.0	97.0
경제성장률	5.1	3.0	0.8	2.8	3.4	3.7	3.8	4.0

자료: 「Country Insight Snapshot United Arab Emirates August 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.8.10.

3) 감산 기한 2017년 6월 → 2018년 3월

4) 단위: 1배럴당 미국달러

## □ 무역통상 환경

- UAE의 원유 및 가스 매장량의 94%를 차지하는 아부다비는 1인당 GDP가 약 10만 달러에 이르는 등 풍족한 경제여건을 보유하고 있으며, 두바이는 유통물류·교통·관광 및 부동산 개발 중심의 개방적 경제구조를 갖추고 있어 1인당 GDP가 약 4만 달러 이상으로 선진국 수준에 도달함
- 이에 반해 아즈만, 움 알콰인, 라스 알 카이마, 후자이라 등 북부 토후국들은 부존자원과 산업기반이 빈약하여 저개발 상태로 남아 있는 등, 석유가스 자원 유무, 인구 규모, 외국인투자유치 성공 여부에 따라 토후국 간에 경제발전이 큰 격차를 보이고 있음
- UAE 전체 인구 중 자국민 비중은 11.5%에 불과하여 경제·산업 발전에 필요한 대부분의 인력을 외국 인력에 의존하고 있음
  - 15세 이상의 취업가능인구 중 취업자 비율은 자국민이 39% 수준에 불과한 반면, 외국인은 취업을 전제로 한 거주비자 발급이 이루어짐에 따라 77% 수준의 높은 취업률을 보이고 있음
- 중동·북아프리카 진출을 위한 역할 지속
  - 동-서양을 연결하는 지리적 이점, 비교적 선진화된 정부 규제 및 통관제도 등에 따른 중동·북아프리카의 물류 허브임
  - 특히 석유, 은행, 상업용 부동산 임대 외에는 기업과 개인의 모든 소득에 대해 세금을 부과하지 않고 있으며, 수입관세율도 Gulf Cooperation Council<sup>5)</sup>(이하 GCC) 공통관세율 적용 (5%)으로 낮은 수준
- UAE는 정치적 안정, 친기업적 시장 환경, 양질의 인프라, 주변국 시장으로의 접근 용이성 등 매력적인 투자환경을 보유하여 2016년 세계 경제 포럼(WEF)의 국가경쟁력 순위에서 138개 평가대상국 중 종합 17위에 올라 중동 및 북아프리카 지역에서 가장 높고, 한국(26위)보다 더 높은 순위를 기록함

5) Gulf Cooperation Council 걸프 협력 회의<페르시아만 연안 6개국의 집단 안보 체제를 위한 수뇌 회의>

□ 위험 및 기회 요소

구 분	세 부 내 용
<b>비즈니스 규제 환경</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 비즈니스 규제 제정과 정부 시행력 간의 간극               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 지속적인 규제 환경 개선 노력과 기업법 제정으로 진척의 가속화</li> </ul> </li> <li>○ 15000개의 새로운 일자리 창출 계획               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 자국민을 위한 정책으로 장기간 시행되어 왔으나 성공적이지 못함</li> </ul> </li> <li>○ 과학, 의학, 연구, 투자 등 전문가의 10년짜리 비자 발급               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 높은 외국인 비율인 UAE 내에서 고부가 가치 지역에서의 외국인 거주자들을 끌어들이기 위한 것으로 해석</li> </ul> </li> </ul>
<b>정치적/ 불안정 리스크</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 토후국 간의 경제성장 격차가 잠재적 불안요소               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 연방 정부의 다방적 노력으로 심각한 불안요소는 아니라 판단</li> </ul> </li> </ul>
<b>단기 경제전망</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 경제 중심지 아부다비와 두바이의 저조한 실질GDP 증가율(각 0.5%, 2.8%)</li> <li>○ 비석유 성장 촉진을 위한 경기 부양책 실시               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 2011~2016년 연vud균 4.8% 경제 성장률 보다 낮은 2.8% 예상</li> </ul> </li> <li>○ 유가 강세에 따른 OPEC 생산량 할당 완화</li> <li>○ UAE의 중요한 무역 대상국인 이란에 대한 미국의 제재와 GCC 분쟁때문에 느린 성장률을 나타냄</li> <li>○ 낮은 수치의 5% 부가가치세 적용후 물가 상승률 하락</li> <li>○ 6월 가장 낮은 소비자 물가 상승률 3.28% 기록               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 2018년 소비자 물가 상승률 3.4%, 2019년 2.9% 하락 예상</li> </ul> </li> </ul>

자료: 「Country Insight Snapshot United Arab Emirates September 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.8.13.

## 2. 식품산업 현황

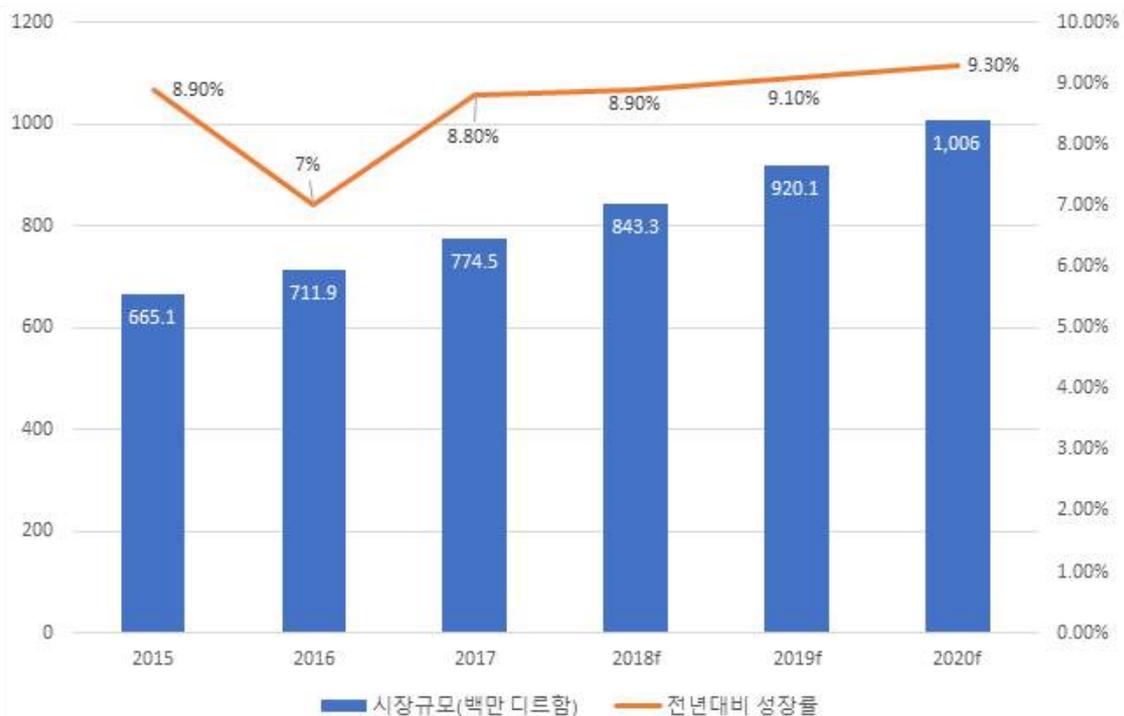
### 1) UAE 차(茶)산업 동향

#### □ 차 산업

o 최근 3년간(2015-2017년) 차 시장은 연평균 8.2%의 높은 성장률을 기록하여, 2017년 기준 시장규모는 약 7억 7천만 디르함<sup>6)</sup>(약 2,340억 원)임

- 유로모니터에 따르면 차 시장 규모는 지속적인 성장세를 나타내고 있으며, 프리미엄 제품에 대한 수요가 증가할 것으로 전망됨. 또한, 높은 외국인 비율로 인해 다국적 소비자를 겨냥한 다양한 종류의 차가 존재함
- UAE는 중동의 커피 및 차 산업 활동의 중심이자 높은 차 소비를 보이는 시장으로 차, 커피 및 기타 유사한 품목을 포함한 뜨거운 음료 재수출의 허브 역할을 함

표 1.2 UAE 차 시장 규모(2015-2020)



자료: Euromonitor International

6) 1디르함(AED) = 311.29원(KRW)(KEB 하나은행 고시 기준. 2018.10.11.)

표 1.3 UAE 차 품목별 시장 규모(2015-2020)

(단위: 백만 디르함)



자료: Euromonitor International

□ 차 산업 경쟁 동향

표 1.4 UAE 차 제품 TOP7 업체 시장 점유율 추이(2013-2017)

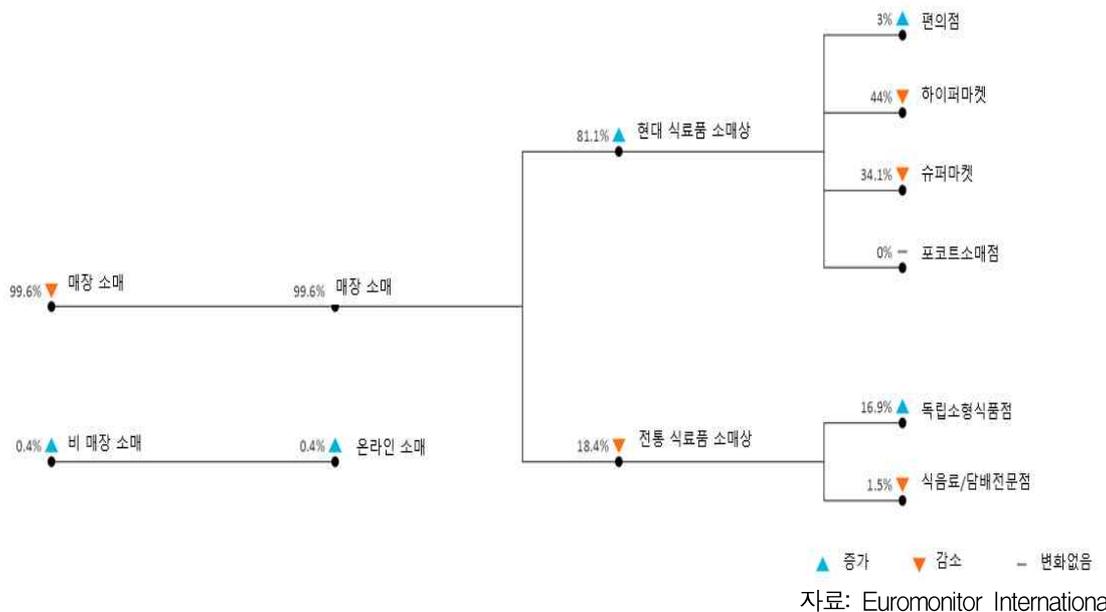
(단위: %)

업체명	2013	2014	2015	2016	2017
Unilever Gulf FZE	58.4	58.6	58.7	58.5	57.1
Alokozay Tea International Ltd	12.1	12.4	12.5	12.8	12.7
Associated British Foods Plc	7.7	8.0	8.1	8.3	8.4
Ahmad Tea Ltd	1.2	1.3	1.3	1.3	1.3
James Finlay Ceylon Ltd	1.2	1.1	1.1	1.0	1.0
Dilmah Tea Ltd	0.8	0.8	0.8	0.8	0.7
21st Century Laboratories Inc	0.4	0.5	0.5	0.5	0.5
기타	18.0	17.3	17.1	16.8	18.5
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

자료: Euromonitor International

- o UAE 차 시장에는 무수히 많은 기업이 존재하지만, Unilever Gulf FZE<sup>7)</sup> 이 압도적 경쟁우위를 나타내고 있음
  - Unilever Gulf FZE 는 2013-2017년 60% 달하는 시장 점유율로 부동의 1위 자리를 지키고 있으며 2017년 기준 전체 시장의 57.1%를 차지함
  - 최근 5년간(2013-2017년) 상위 7개사의 시장 점유율 순위에 변동이 없는 등 UAE 차시장은 별다른 변화가 없었는 것으로 분석됨

그림 1.1 차 유통경로별 점유율(2017) 및 증감추세(2012-2017)



7) 유닐레버는 1929년 네덜란드 마가린 회사인 마가린유니와 영국의 비누 제조업체 레버브라더스가 합병해 세워짐. 1930년대에는 인도와 스리랑카 등을 기반으로 홍차를 생산하던 립턴(Lipton)을 인수하며 사업을 다각화 했으며 유닐레버는 지금도 립턴 브랜드로 홍차를 판매하고 있음.

## 2) 과일/허브차 산업

### □ 산업현황 및 전망

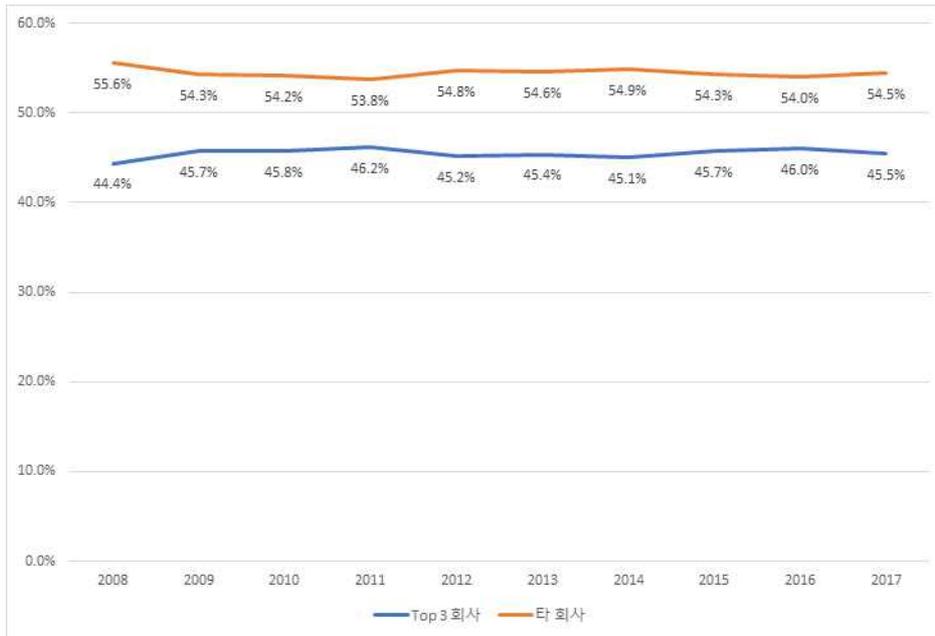
- 고급 티백에 제공되는 과일 및 허브 믹스 차가 새로운 차 트렌드를 이끌 것으로 예상
- 웰빙 포지셔닝 그리고 새롭고 흥미로운 향의 차에 대한 수요 전망이 있음
- 유로모니터에 따르면 과일/ 허브차 시장은 전체 차 산업 내에서 비중이 크지 않지만 (2017년 기준 약 4.6%), 연평균 약 11%의 높은 성장세를 나타내고 있음
- 기능성 차에 대한 수요가 과일/허브차 시장을 긍정적 방향으로 견인할 것으로 예측됨

표1.5 UAE 과일/허브차 시장 규모(2015-2020)



자료: Euromonitor International

표1.6 UAE 과일/허브차 시장 집중도(2008-2017)



자료: Euromonitor International

- o 유로모니터에 따르면 과일/허브차 시장은 상위 3개 기업의 점유율이 약 45%에 이르는 과점적 구조를 나타냄
  - 다만, 상위 6개 사 이외의 기타 기업비중 또한 거의 절반에 이르는 등 다양화되고 세분화된 시장특성을 나타냄

표1.4 UAE 과일/허브차 제품 TOP6 업체 시장 점유율 추이(2013-2017)

(단위: %)

업체명	2013	2014	2015	2016	2017
Unilever Gulf FZE	25.9	25.5	25.6	25.7	25.3
21st Century Laboratories Inc	11.1	11.1	11.2	11.4	11.2
Associated British Foods Plc	8.4	8.5	8.8	9.0	9.0
Alokozay Tea International Ltd	6.3	6.4	6.4	6.4	6.3
Only Natural Products Ltd	0.8	0.8	0.8	0.8	0.7
Golden Temple of Oregon, Inc	0.6	0.6	0.6	0.6	0.5
기타	46.8	47.1	46.6	46.2	46.9
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

자료: Euromonitor International

## 수출입통계 개요

### ❖ 과일차 관련 주요 수치

- 글로벌 HS CODE 2008.30품목의 수입 규모 약 26억 달러(2017년)
- UAE HS CODE 2008.30.90품목의 수입 규모 약 290만 달러, 세계 26위(2017년)
- UAE의 HS CODE 2008.30.90품목 최대 수입국은 스페인으로 시장점유율 58.7% 차지(2016년)
- 한국 HS CODE 2008.30.9000품목의 수출량 및 수출액은 각각 약 612톤, 170만 달러(2017년)

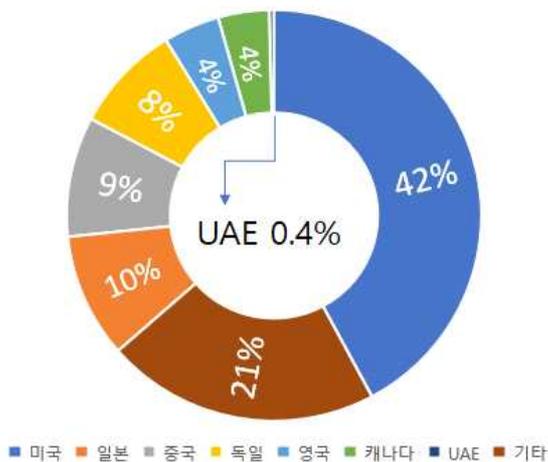
### ❖ 과일차 국가별 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명
한국	2008.30.9000	기타
UAE	2008.30.90	기타

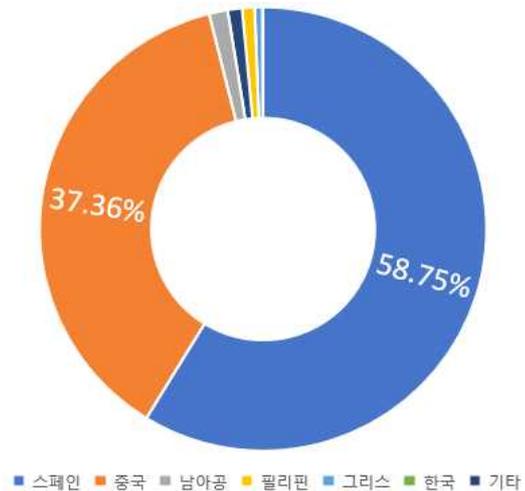
### ❖ 글로벌 HS CODE 2008.30 수입 규모(2017)

수입국		2017
		금액(천 달러)
글로벌		778,375
1	미국	328,091
2	일본	76,175
3	중국	73,521
4	독일	66,062
26	UAE	2,903

### ❖ 글로벌 HS CODE 2008.30 수입 비중(2017)



### ❖ HS CODE 2008.30 UAE 수입국별 점유율(2016년)



### 3. 수출입통계

#### 1) 통계분석 기준 설정

UAE 과일차 통계 기준 설정

- 과일차의 글로벌 및 UAE 수입통계, 과일차의 한국산 수출 통계를 확인하기 위해 HS CODE를 통계 기준으로 설정<sup>8)</sup>

과일차 HS CODE<sup>9)</sup>는 한국 2008.30.9000, UAE 2008.30.90으로 설정

- 글로벌 수입 규모 파악을 위해 HS CODE 2008.30, UAE 수입 규모를 파악하기 위해 HS CODE 2008.30, 한국의 수출 규모를 파악하기 위해 HS CODE 2008.30.9000 을 통계 기준으로 설정

표 1.5 조제 식료품 항목별 통계 기준 설정

조사 항목	통계 기준			
글로벌 수입 통계	HS CODE	2008.30	품명	감귤류의 과일 조제 또는 보존 한 것 설탕 또는 기타 감미료 또는 알코올 첨가 하거나 하지 않은것
UAE 수입 통계		2008.30		기타
한국산 수출 통계		2008.30.9000		기타

표 1.6 조제 식료품 국가별 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명
한국	2008	그 밖의 방법으로 조제하거나 보존처리한 과일·견과류와 그 밖의 식용에 적합한 식물의 부분(설탕이나 그 밖의 감미료나 주정을 첨가했는지에 상관없으며 따로 분류되지 않은 것으로 한정한다)
	2008.30	감귤류 과일
	2008.90.9000	기타
UAE	2008	그 밖의 방법으로 조제하거나 보존처리한 과일·견과류와 그 밖의 식용에 적합한 식물의 부분(설탕이나 그 밖의 감미료나 주정을 첨가했는지에 상관없으며 따로 분류되지 않은 것으로 한정한다)
	2008.30.90	기타

자료: 관세법령정보포털 3.0(unipass.customs.go.kr), 세계 HS 정보시스템(www.customs.go.kr)

표 1.7 HS CODE 검색 사이트

구분	사이트명	URL
HS CODE	관세법령정보포털 3.0	https://unipass.customs.go.kr/clip/index.do
	세계 HS 정보시스템	http://www.customs.go.kr/kcshome/getBuRyuList.po
	두바이세관	www.dubaicustoms.gov.ae
	아부다비 세관	www.auhcustoms.gov.ae

8) 의뢰 제품의 HS CODE를 확인하는 방법으로는 한국관세무역개발원에서 발간한 '2018 HS품목별 수출입 통관편람'을 조회하거나, 관세청 '관세법령정보포털 3.0'을 활용하는 방법 등이 있음

9) HS CODE는 6자리는 전세계 공통, 7-10번째 숫자는 각 나라마다 다르게 구성되어 있으며, 한국은 10자리, 필리핀은 8자리를 사용하고 있음

## 2) 글로벌 수입 통계 (통계기준: HS CODE 2008.30)

□ 2017년 최대 수입국은 미국(28.9%)이며, UAE은 30위(0.6%)

- 2017년 HS CODE 2008.30 품목의 글로벌 수입 규모는 약 7억 7천만 달러이며, 2013-2017년 연평균 성장률은 -1%를 기록함
  - HS CODE 2008.30품목 수입 1위는 미국으로 2017년 기준 약 3억 3천만 달러 (42%)를 수입하였으며 2013-2017년 연평균 2% 하락
- 2017년 UAE의 HS CODE 2008.30품목 수입은 2백90만 달러(26위)를 기록, 2013-2017년 연평균으로는 14% 하락

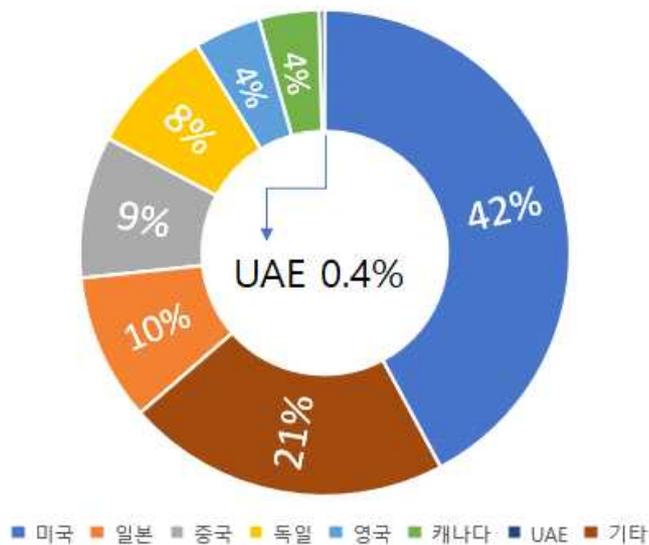
표 1.8 글로벌 HS CODE 2008.30 수입 규모 추이(2013-2017)

(단위: 천 달러)

수입국가	2013	2014	2015	2016	2017	연평균 증감률
글로벌	818,502	770,909	779,357	765,365	778,375	-1%
1 미국	362,573	334,225	342,371	346,611	328,091	-2%
2 일본	78,737	66,392	66,711	74,169	76,175	0%
3 중국	46,917	43,764	66,809	50,831	73,521	11%
4 독일	69,324	64,111	61,819	57,642	66,062	-2%
5 영국	47,307	47,679	38,539	35,414	34,152	-9%
6 캐나다	36,667	37,591	37,370	34,391	30,930	-4%
26 UAE	5,467	8,511	5,659	4,133	2,903	-14%

자료: International Trade Centre

표 1.9 HS CODE 2008.30 국가별 수입 비중(2017년)



자료: International Trade Centre

### 3) UAE 수입 통계 [통계기준: HS CODE 2008.30]

□ 2016년<sup>10)</sup> UAE 내 2008.30 품목 수입 시장 점유율 1위는 스페인 (58.8%)

- 2016년 UAE HS CODE 2008.30품목의 글로벌 수입액은 약 4백만 달러로, 이는 2012년 약 8백만 달러에서 약 50% 감소한 수치<sup>11)</sup>
- 2016년 UAE HS CODE 2008.30품목의 수입 1위는 스페인이며 약 58.8%의 시장 점유율 차지

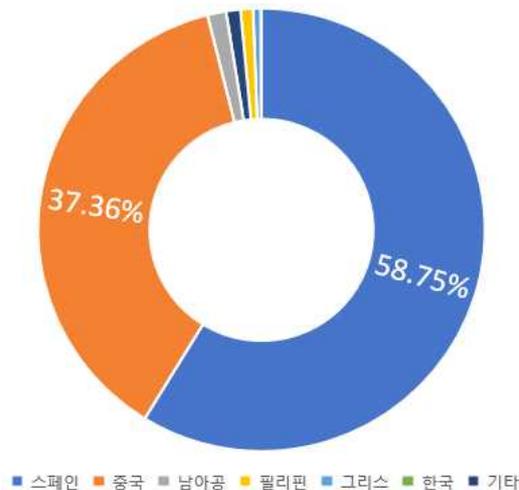
표 1.10 HS CODE 2008.30 UAE 수입 규모 추이(2012-2016)

(단위: 천 달러)

수입국가	2012	2013	2014	2015	2016	연평균 증감률
글로벌	8,189	5,467	8,511	5,659	4,133	-10%
1 스페인	2,084	866	3,152	3,090	2,428	46%
2 중국	4,482	4,119	4,681	1,988	1,544	-19%
3 남아프리카 공화국	91	76	70	34	56	-21%
4 필리핀	0	0	1	336	37	16,705%
5 그리스	6	0	279	108	23	-80%
9 한국	0	0	0	0	2	N/A

자료: International Trade Centre

표 1.11 HS CODE 2008.30.90 UAE 수입국별 점유율(2016년)



자료: International Trade Centre

10) 2017년 국가별 수입실적 데이터가 업데이트 되지 않아 통계분석기간을 2012-2016으로 설정함  
 11) UAE의 HS CODE 2008.30 “설탕이나 기타 감미료 첨가여부를 불문한 감귤류 열매 (그렇지 않으면 조제되거나 보존 된 것)” 항목에 한정된 수치이기에 급격한 감소 추세를 보일 수도 있음. 그러나 2016년 FAO CITRUS FRUIT FRESH AND PROCESSED STATISTICAL BULLETIN 보고서에 따르면 감귤류 과일 UAE의 수입량은 동일기간 약 60% 증가하였음. 따라서 하위 개념의 수입량 감소를 전체 시장의 퇴보로 판단 하기는 어려움

#### 4) 한국 수출 통계 [통계기준: HS CODE 2008.30.9000]

□ 2017년 한국 2008.30.9000품목의 글로벌 수출량 및 수출액은 각각 약 612톤, 약 170만 달러로 전년 대비 상승

- 한국의 HS CODE 2008.30.9000품목 글로벌 수출액은 2013년부터 2017년까지 증감을 반복하였으며, 5년간 평균 수출액 120만 달러 수준
- 2017년 수출액은 170만 달러로 최근 5년(2013-2017년) 내 최고치를 기록함

표 1.12 한국 對 글로벌 HS CODE 2008.30.9000 수출 통계

(단위: kg, 천 미국달러)

구분	2013	2014	2015	2016	2017
중량 (연 증감률)	310,789 (△26.4%)	381,149 (22.6%)	267,996 (△29.7%)	367,499 (37.1%)	612,364 (66.6%)
금액 (연 증감률)	1,025 (△32.2%)	1,331 (29.9%)	875 (△34.3%)	1,201 (37.4%)	1,774 (47.6%)

자료: KATI농식품수출정보(www.kati.net)

□ 한국 2008.30.9000품목의 UAE 수출은 2016년 통계 데이터만 존재

- 2016년 한국이 UAE로 수출한 HS CODE 2008.30.9000품목의 수출량 및 수출액은 각각 281kg, 약 2천 달러로 미미한 수준임

표 1.13 한국 對 UAE HS CODE 2008.30.9000 수출 통계<sup>12)</sup>

(단위: kg, 미국달러)

연도	2013	2014	2015	2016	2017
중량 (연 증감률)	-	-	-	281	0 (△100%)
금액 (연 증감률)	-	-	-	2,020	0 (△100%)

자료: KATI농식품수출정보(www.kati.net)

12) 통계자료 제공업체 “한국 무역통계 진흥원”에 해당 품목의 경우 2016년 자료만 존재



## II. 시장 트렌드

1. 정책 트렌드

2. 제품 소비 트렌드

## 1. 정책 트렌드

### □ 설탕과의 전쟁 중인 UAE<sup>13)</sup>

- 세계보건기구(WHO)에서 권장하는 일일 1인당 설탕소비량은 25g인데 반해, UAE는 2010-2016년 연평균 23kg을 소비, 일일 1인당 설탕 소비량은 WHO 권장량의 약 2.5배인 63g인 것으로 밝혀짐
- 2017년 UAE 정부는 건강에 해로운 소비를 줄이기 위해 설탕이 든 음료와 담배에 대해 ‘최악’이란 명칭의 세금을 부과. 이에 따라 설탕이 든 탄산음료의 가격은 세금부과 전보다 50% 이상 상승. 반면에 에너지 드링크의 소매가격은 전보다 100% 상승
- UAE 정부는 세금부과뿐만 아니라 다양한 캠페인 활동을 전개하고 있음. 보건복지부는 17년도 12월부터 다량의 탄산음료 소비로 따라 발생하는 문제와 위험성을 강조하는 캠페인을 실시함
- 비만 억지 및 설탕 섭취량 감소를 위한 다양한 정책이 시행되는 중으로, 특히 음료에 관한 강력한 정책이 추진되고 있기 때문에 UAE로의 음료 수출 시 칼로리와 설탕 함유량을 고려해야 함
  - 현지인들은 단맛을 선호하므로, 칼로리는 적되 어느 정도 단맛을 내는 첨가제 사용이 필요함. 또한 ‘저칼로리’ ‘저콜레스테롤’ ‘저지방’ 등 건강 관련 식품이라는 점을 활용한 마케팅이 유리하게 작용할 수 있음

13) [gulfnnews.com/news/uae/health/battle-against-obesity-in-uae-starts-with-slashing-sugar-in-food-products-1.2208448](http://gulfnnews.com/news/uae/health/battle-against-obesity-in-uae-starts-with-slashing-sugar-in-food-products-1.2208448)

## 2. 제품 소비 트렌드

### □ 중동지역의 차 소비, 판매량 증가

- 중동지역 소비자들은 전 세계에서 아시아 다음으로 차에 대한 1인당 지출비용이 많은 것으로 나타남
  - 특히 UAE와 사우디아라비아는 2022년 1인당 차 지출이 각각 61.7달러(한화 약 6만 6000원)와 47.8달러(한화 약 5만 1000원)에 이를 것으로 전망
- 차 판매량도 2018년에서 2022년까지 해마다 평균 4.9%의 높은 성장을 보일 것으로 예상
  - 2018년 중동지역의 1인당 평균 차 판매량은 17.2달러(한화 약 1만 8천원)였으나, 2022년에는 20.8달러(한화 약 2만 2천원)로 증가할 것으로 예측됨

### □ 과일 및 허브차의 고급화 전략

- 고급스러운 포장으로 제공되는 여러 종류의 과일 및 허브차가 높은 가격으로 시장에 들어설 것으로 예상

### □ 커피보다는 다양한 종류의 차 소비<sup>14)</sup>

- 아랍국가에서는 커피가 전통적인 음료로 UAE 또한 일정 수준 이상의 커피 소비량을 나타내고 있으나, 높은 외국인 거주 비율(88%)로 인해 차 시장규모가 점진적으로 성장하는 추세(외국인들의 차 습관 유지)
- UAE에서는 매일 285만잔의 차가 소비되며 제벨알리에 위치한 립톤 공장에서는 연간 50억 개의 티백을 생산하고 있음<sup>15)</sup>

### □ 건강에 대한 높은 관심<sup>16)</sup>

- 인도, 파키스탄, 터키, 일본, 중국, 영국과 같은 차 마시는 문화권에서 오는 많은 외국인뿐만 아니라, UAE 거주자들은 건강과 웰빙에 점점 더 관심이 있으며, 이는 젊은 층들이 커피에서 차로 옮겨가는 현상으로 나타남
- 불면증, 다이어트, 탈모예방, 피부건강 등에 효과적인 제품에 대한 수요 증가

14) [www.thenational.ae/lifestyle/move-over-coffee-taking-tea-is-in-fashion-again-1.701650](http://www.thenational.ae/lifestyle/move-over-coffee-taking-tea-is-in-fashion-again-1.701650)

15) [gulfnnews.com/xpress/life-style/it-s-tea-time-folks-1.2140311](http://gulfnnews.com/xpress/life-style/it-s-tea-time-folks-1.2140311)

16) [www.thenational.ae/lifestyle/move-over-coffee-taking-tea-is-in-fashion-again-1.701650](http://www.thenational.ae/lifestyle/move-over-coffee-taking-tea-is-in-fashion-again-1.701650)

❖ [현지 소비자 인터뷰]

<p>소비자 1 ( Nour Al Zahr, 여성, 30세, 이라크 출신 UAE 이민자 )</p>
<p>1) 차 제품 구매 시 주요 고려사항은 무엇인지?          - 맛과 향을 중요하게 생각함. 너무 비싼 제품은 잘 구입하지 않음</p> <p>2) 하루에 어떤 차를 얼마나 섭취하는지?          - 홍차를 2~3잔 정도 마심</p> <p>3) 한국산 차 제품을 먹어본 적이 있는지, 먹어본 적이 있다면 어떤 맛(Flavor)이었는지, 그리고 지속적으로 구매할 의사가 있는지?          - 아직 마셔본 적은 없음</p> <p>4) 한국산 차는 다양한 전통차, 과일차 기능성 차가 있는데, 이에 대해 들어봤는지, 들어봤다면 어떤 내용인지?          - 들어보지 못했지만, 인삼차가 건강에 좋다는 얘기를 들어봄</p> <p>5) 선호하는 차 제품이 있다면 어느 브랜드의 어느 제품인지          - Ahmad Tea가 가격 대비 품질이 좋아 비치해두고 마심. TWG 차도 종류 별로 구입해 두고 가끔씩 마심</p>
<p>소비자 2 ( Husam Houraini , 남성, 43, UAE 로컬 )</p>
<p>1) 차 제품 구매 시 주요 고려사항은 무엇인지?          - 맛을 중요시하고 마시던 차를 계속 마심</p> <p>2) 하루에 어떤 차를 얼마나 섭취하는지?          - 티백 형태의 홍차를 우려내 물 대신 계속 마심</p> <p>3) 한국산 차 제품을 먹어본 적이 있는지, 먹어본 적이 있다면 어떤 맛(Flavor)이었는지, 그리고 지속적으로 구매할 의사가 있는지?          - 한국산은 먹어본 적 없음</p> <p>4) 한국산 차는 다양한 전통차, 과일차 기능성 차가 있는데, 이에 대해 들어봤는지, 들어봤다면 어떤 내용인지?          - 한국 녹차를 들어본 적 있으며 건강에 좋고 품질이 높다고 들음</p> <p>5) 선호하는 차 제품이 있다면 어느 브랜드의 어느 제품인지          - Twinings 사의 얼그레이 차를 주로 마심</p>

소비자 3 ( Joie Silvestre , 여성, 35, 필리핀인, UAE 거주 11년차 )

1) 차 제품 구매 시 주요 고려사항은 무엇인지?

- 상큼한 향이 나는 차를 주로 구입함

2) 하루에 어떤 차를 얼마나 섭취하는지?

- 레몬차, 민트향이 첨가된 녹차를 1~2잔 정도 마심

3) 한국산 차 제품을 먹어본 적이 있는지, 먹어본 적이 있다면 어떤 맛(Flavor)이었는지, 그리고 지속적으로 구매할 의사가 있는지?

- 한국 여행을 갔을 때, 우려낸 녹차가 아닌 죽 같은 녹차를 마셔봤는데 아주 맛있었음. 갈색 빛이 나고 묘한 향이 나는 차(대추차로 추정됨)도 맛있어서 다시 마실 수 있으면 마시고 싶음

4) 한국산 차는 다양한 전통차, 과일차 기능성 차가 있는데, 이에 대해 들어봤는지, 들어봤다면 어떤 내용인지?

- 한국에는 다양한 종류의 전통차가 있다고 들음. 나무 냄새가 나는 차가 있다고 들었으며, 과일을 활용한 차도 많다고 들음

5) 선호하는 차 제품이 있다면 어느 브랜드의 어느 제품인지

- 립톤 사의 제품 중 레몬이나 라임향이 첨가된 제품을 선호함

## ❖ [현지 유통채널 담당자 인터뷰]

### 유통 담당자 (두바이 종합유통회사 상임고문)

#### 1) 유통 담당자 컨택 방법

현지에서는 지인 소개를 통해 접촉하는 방법이 여전히 가장 효과적이거나, 현지에 거래선이 없다면 회사 소개, 제품 카탈로그, 간략한 제안서를 여러 유통상에 보내려는 노력이 필요함. 여기서 간략한 제안서를 같이 보내는게 중요한데, 카탈로그만 주고 마음에 들면 연락하라고 하기 보다는 수출 건당 어느 정도 수량을 공급할 수 있으며 가격은 이 정도 선에서 맞출 수 있기에 우리가 경쟁력이 있다, 우리는 중동 외 이런이런 지역에 성공적으로 수출한 바 있다는 등 상세한 내용을 담아야 현지 기업으로부터 반응을 얻을 수 있음. 현지 거래 관행상 이메일보다는 직접 방문하는 방식이 효과적

#### 2) 한국산 제품 소비의 트렌드

한국산 제품은 화장품, 의류가 유명하며 식품 중에는 라면, 김 등이 인지도가 있는 편. 이는 UAE에 거주하는 다수 필리핀인의 영향인 것으로 알고 있음. 한국산 차는 현재 인삼차 정도가 건강기능 식품으로 알려진 수준

#### 3) 한국산 제품, 아시아 제품 강점

한국산, 일본산에 대한 신뢰도가 높고 화장품의 경우 가성비가 우수하다는 인식이 있음. 식품에서는 특히 일식이 건강에 좋은 식생활로 폭넓게 인기를 얻고 있으며, 관련 식재료와 제품의 진출도 활발한 편. 한국산 제품은 독특한 맛과 향을 가지고 있다고 생각하므로 기존 제품과 차별화를 시도하기에 용이 할 수 있음

#### 4) 인기 있는 한국산 건강 기능 식품

인기 있는 한국산 차 제품에 대해서는 들어본 바 없음

#### 5) 한국산 건강기능 식품의 판매 규모

UAE에서는 영국산 차의 판매가 압도적인데, 이는 영구 문화의 영향을 많이 받은 걸프 지역 국가의 특성 때문. 또한, 외국인의 다수를 차지하는 인도, 파키스탄인들이 즐기는 까락(홍차에 우유, 카다멈 등을 섞어 만든 차)도 수요가 높음. 현재까지 한국을 포함한 동아시아산 차의 판매 규모는 미미한 편

**6) 한국산 건강 기능 식품의 주요 구매층**

추후 한국산 차가 인기를 얻게 된다면 그 대상은 20~30대 젊은 층 인종적으로는 이마라티(UAE 자국민). 필리핀인을 중심으로 인기를 얻게 될 것으로 예상. 이들은 타 인종(남아시아계, 유럽계)에 비해 새로운 제품에 대한 관심이 높고 동아시아 식품에 호의적

**7) 각 연령대 구매층별 선호 차**

인종별로 즐기는 차가 달라, 이에 대한 파악이 필요함. 걸프 국가 국민은 기본적으로 달지 않은 일반 홍차, 홍차에 우유를 타 먹는 것을 즐기지만 남아시아계는 까락과 같이 아주 달게 만든 홍차 베이스의 음료를 즐김. 필리핀계는 다양한 향의 음료를 폭넓게 즐김.

연령대별로 중장년층에서는 고전적인 형태의 차를 즐기지만 젊은 층에서는 향이 첨가된 음료를 즐기며, 녹차도 인기를 얻어 가고 있음

**8) 기타 코멘트**

A: UAE 시장은 인종 구성이 다양하기에 타겟 고객을 선정하는 데 어려움을 겪을 수 있음. 또한, 개개인의 소득 격차가 극심한 나라라 프리미엄 제품을 출시할지 일반 소비자를 대상으로 출시할지 충분한 검토가 필요

B: 현지에 건강식품에 대한 관심이 날로 커지고 있다는 점을 활용하면 도움이 될 것



### Ⅲ. 통관 및 제도

1. 통관 및 검역
2. 인증정보
3. 라벨링
4. 위생요건

## 관세 및 세금 개요

### ❖ UAE HS CODE 2008.30.90 (2018년 기준)

HS CODE 품명	구 분	관세율
2008.30.90 기타	최혜국 대우(MFN)	5%

### ❖ UAE 관세 정보

현재 우리나라는 UAE와 별도의 FTA를 체결하지 않았기 때문에 FTA를 활용할 수 없음

### ❖ UAE 관세율 확인 방법

- 1) '관세법령정보포털 3.0 > 세계 HS > 관세율표에서 UAE를 선택한 후 확인하고자 하는 품목의 HS Code를 입력하면, 해당 품목의 관세율 확인 가능
- 2) '통합무역정보서비스(www.tradenavi.or.kr) > FTA/관세 > 통합관세비교(한국 FTA기준)'에서 FTA 협정 정보, 관세율, 원산지 기준 확인 가능
- 3) 해당 HS CODE에 대한 관세율을 UAE 관세청에서 직접 확인하려면 UAE 연방 관세청 웹사이트 에서 조회 가능

분류	기관 사이트명	URL
관세율	관세법령정보포털 3.0	unipass.customs.go.kr/clip/index.do
	통합무역정보서비스	www.tradenavi.or.kr
	두바이 관세청	www.dubaicustoms.gov.ae

## 통관 및 검역 개요

### ❖ UAE 식품 수입통관 절차

UAE의 전반적인 식품수입 통관 절차는 다음과 같음

번호	절차	주요 내용
1	세관 신고 및 서류 제출	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 수입업체 통관 절차에 필요한 모든 서류를 확보하여 EDI를 통해 온라인으로 세관 신고서를 작성함.</li> <li>- 수입업체는 HS 코드와 관련하여 수입제품에 관한 모든 세부사항을 제공해야함</li> </ul>
2	세관 직원의 서류 검사	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 세관원은 EDI에 제출된 정보의 유효성을 확인하고 관련 서류를 평가함</li> <li>- 세관 신고가 승인되면, 시스템에서 검사 절차 및 관련 당국의 정보를 제공함</li> </ul>
3	인증서 및 물품 제출	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 수입업체는 수입식품에 대한 모든 건강증명서 및 서류를 식품 당국의 식품 검사관에게 제출함</li> </ul>
4	식품 검사관의 서류 심사	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 제출된 서류는 식품 검사관이 검토하며, 위험도 및 사전 정의된 매개 변수에 따라 수입제품을 해당 위생검사 채널에 할당함</li> </ul>
5	식품 제품 평가 및 반출	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 서류검토 및/또는 화물 검사를 통과하면 항구에서 식품이 반출되며, 수입업체는 당국으로부터 제품을 인도할 수 있음</li> </ul>

자료: 두바이 관세청

**그림3.1 세관 통관 절차(두바이)**



자료: Saudi Export Development Authority(2016), UAE 수입절차 가이드

# 1. 통관 및 검역

## 1) 수입통관절차<sup>17)</sup>

### □ STEP 1. 수입신고 전 준비

#### ○ 1-1. 수입에이전트 지정

개요	<ul style="list-style-type: none"><li>- UAE는 외국인의 직접 진출을 통해 물품을 판매할 수 없는 유통구조로 에이전트를 통해서만 공급이 가능함</li><li>- 한국인의 지사 혹은 해외사무소를 통해 수입한 경우 수입 및 유통이 제한되므로, 현지 에이전트 선정이 필수적임</li></ul>
유의사항	<ul style="list-style-type: none"><li>- 에이전트와 계약 시 계약서의 계약 기간, 거래물품의 내용, 가격, 인도시기와 방법, 대금결제 방법 등을 정확히 작성하여 분쟁 시 문제가 없도록 해야 함</li><li>- 다음 물품의 경우 현지 에이전트 없이 외국기업이 수입할 수 있음; 가축, 유제품, 지방과 기름, 꿀, 계란, 과일주스, 소금, 이스트, 동물사료, 세제, 위생용품 등</li></ul>

#### ○ 1-2. 원산지증명서 등 준비서류

개요	<ul style="list-style-type: none"><li>- UAE의 경우 수출국 상공회의소에서 인증한 원산지 증명서가 수입통관 필수 서류이므로 수출 전 준비가 필요함</li><li>- 수입물품에 따라 원산지 증명서 및 상업송장 상에 수출국 소재 UAE 대사관의 확인을 요구하는 경우도 있으니 사전에 바이어를 통해 확인 후 제출서류를 준비하도록 함</li></ul>
----	--

17) 트레이드네비(<http://www.tradenavi.or.kr>)

## □ STEP 2 수입 신고 및 관세납부

### o 2-1. 수입신고 시 제출서류

개요	- 수입물품이 보세구역에 반입되면 아래의 서류를 갖추어 수입신고를 함
제출서류	- 수입신고서 - 상업송장(Commercial Invoice) - 선하증권(Bill of Lading) - 포장명세서(Packing List) - 원산지증명서(Certificate of Origin)

### o 2-2. 관세납부

개요	- UAE의 경우 수입물품의 수입신고 후 공통관세 5%를 납부하게 되며, 관세 납부는 수입물품 검사 이전에 이루어짐
유의사항	- 수입업자는 관세 및 제비용 등을 신용카드나 자동이체로 지불할 수도 있음 - 관세와 그 밖의 제비용 등을 지불한 후 수입신고서를 프린트 할 수 있음

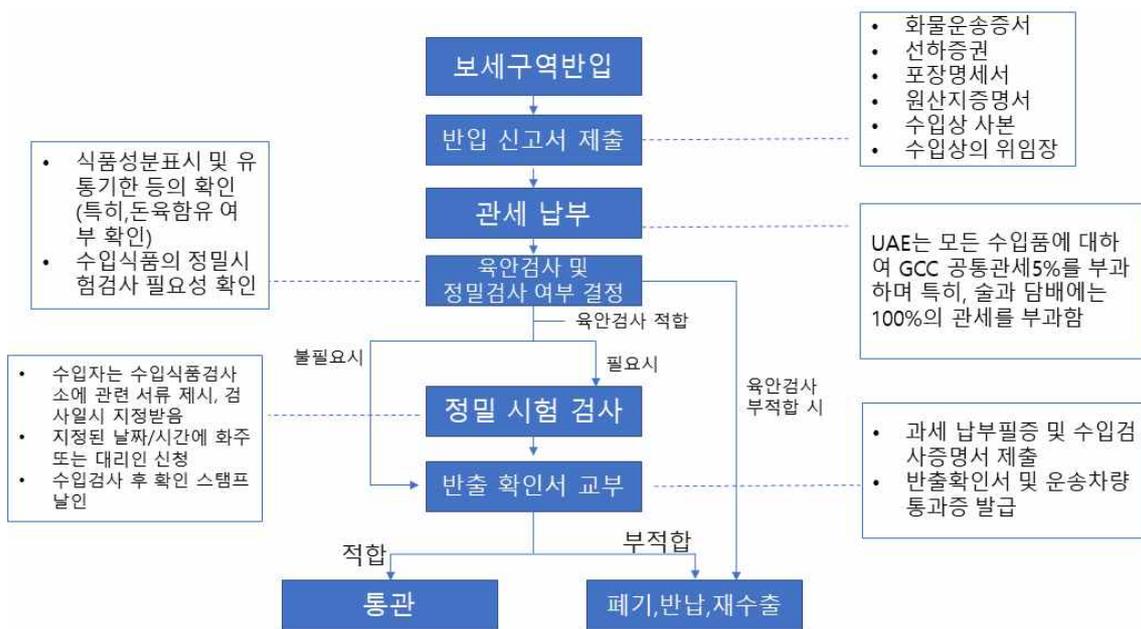
## □ STEP 3 물품검사

개요	- UAE의 경우 물동량이 많기 때문에 서류가 잘 갖추어지고, 특이한 점이 없다면 대부분의 경우 특별한 검사 없이 통관이 이루어짐
검사 절차	- 수입물품 검사소에 관련 서류 제출하고 검사 일시를 지정 받음 - 지정된 날짜/시간에 화주 또는 대리인 입회 하에 수입 물품 검사가 이루어지며 이상이 없을 경우 수입신고서에 "Cleared" 라는 확인 스탬프를 날인함
유의사항	- 수입물품 검사소에 관련 서류 제출하고 검사 일시를 지정 받음 - 지정된 날짜/시간에 화주 또는 대리인 입회 하에 수입 물품 검사가 이루어지며 이상이 없을 경우 수입신고서에 "Cleared" 라는 확인 스탬프를 날인함

## □ STEP 4 물품 반출

개요	- 수입자는 관세를 납부하고 통관이 완료되면 물품반출서를 발급받아 보세구역 등으로 부터 물품을 반출할 수 있음
----	---

그림3.2 UAE 식품 수입 절차 흐름도



출처: 해외 식품 인증 정보포털

## 2) 식품검역

□ 식품에 대한 수입 규제<sup>18)</sup>

### 1) 개요

- UAE로 식품류를 수입하고자 할 때에는 두바이 식품관리부로부터 식품무역거래 라이선스를 취득해야 함. 이렇게 취득된 식품무역거래 라이선스는 식품위생증명서, 할랄 증명서 등과 함께 수입통관 시 제출되어야 함
- 두바이의 식품 수입은 식품관련 사업자 등록증을 보유한 UAE 사업자와의 계약 → DM의 E-government에 회사정보 입력 → FIRS 활성화 → 식품라벨 승인(단, 식품 종류에 따른 예외 적용) → FIRS상에 식품정보와 바코드 등록 → 수입 통관 → 현지 판매의 기본 절차를 따름

### 2) 라이선스 취득

- 해당 제품을 수입하기 위해서는 두바이 식품관리부 (Dubai Municipality Food Control Department)로부터 식품무역거래 라이선스를 취득해야 함
- 해당 라이선스는 식품 수입업체가 FIRS(식품 수입 및 재수출 시스템)에 수입업체 및 수입물품을 사전에 등록함으로써 발급됨
- 식품 수입업체는 FIRS 를 통해 해당식품의 수입현황, 검역 및 반출 과정을 모니터링할 수 있음

### 3) 기타 제출서류

- 식품 통관 시, 원산지국의 보건부로부터 발급받은 식품위생증명서(Health Certificate) 원본, 포장명세서(Packing List) 등이 요구될 수 있으며, 유기농 식품의 경우 UAE 식품 관리부에서 발급하는 유기농 인증서가 필요함

※ 육류가 포함된 경우, 할랄인증서 (Halal Certificate)를 제출하여야 함

- 이외에도 과실류에 대한 샘플 채취 및 추가 검역이 실시될 수 있음

### 4) 라벨링 표시

- 식품 라벨에는 품명, 용량, 판매자의 이름과 주소, 성분 표기, 영양 표기, 유통 기한,

---

18) 트레이드네비

원산지 등의 정보를 기재해야 함

5) 포장

- 소비자가 용기에 들어있는 양을 오인하지 않는 방법으로 포장하여야 함. 포장의 디자인과 표시도 소비자에게 용량과 품질에 대해 오해를 주지 않는 형태이어야 함. 포장의 재질에는 소비자에게 해를 끼칠 가능성이 있는 물질을 포함해서는 안됨

6) 통관 서류

- 식품류가 다음에 해당될 때에는 입항지에서 통관이 서류될 수 있음
  - 위생증명서(Health Certificate)가 제출되지 않은 경우
  - 육류 제품에 대한 할랄증명서(Halal Certificate)가 제출되지 않은 경우
  - 외관상 상태가 완전치 못한 경우
  - 해충 감염이 있는 경우
  - 수입 업체가 규제 위반으로 블랙리스트 상에 기재되어 있는 경우
  - 수입 업체가 식품과 관련이 없는 업종인 경우

## 2. 인증정보

### 1) 할랄인증<sup>19)</sup>

#### □ 개요

- 할랄(Halal)이란 이슬람 율법하에 이슬람교도들이 쓰고 먹을 수 있는 제품을 말함
- UAE에서 판매 혹은 수입되는 모든 국내생산 상품과 수입상품은 UAE 표준측량청인 ESMA(Emirates Authority for Standardization & Metrology)가 승인한 공식 표준을 준수해야 함
- UAE는 각료회의 결의(No.10/2014) 및 ESMA 이사회 결의(No.36/2014)를 통해 할랄식품의 기술적 요구사항, 적합성 평가기관에 대한 인정, 도축장에 대한 특별 요구조건 등을 제시하였을 뿐만 아니라 세계적 수준의 할랄인증 및 인정 플랫폼 구축을 위한 기반을 마련함

#### □ UAE 할랄인증 표준

- UAE에서 판매 혹은 수입되는 모든 상품은 ESMA(표준측량청)가 승인한 공식 표준 준수
- UAE는 2014년 각료회의 및 ESMA 이사회 결의를 통해 할랄 제품 관리에 대한 UAE 규정의 확정과 세계적 수준의 할랄 인증 및 인정 플랫폼 구축을 위한 기반 마련

표 3.1 할랄 관련 규정에 대한 UAE 표준

표준 번호	표준제목
UAE.S 2055-1	할랄 제품-파트1: 할랄 식품에 대한 일반 요구사항
UAE.S 2055-2	할랄 제품-파트2: 할랄 인증기관에 대한 일반 요구사항
UAE.S 2055-3	할랄 인증기관을 승인하는 할랄 인정기관의 요구사항
UAE.S 993	이슬람법에 따른 도축에 대한 요구사항
UAE.S GSO 713	가금류 도축에 대한 위생 규칙
UAE.S GSO 21	식품 기반시설 및 인력에 대한 위생 규칙
UAE.S GSO 1694	식품위생의 일반원칙
UAE.S/GSO CAC RCP 58	육류를 위한 위생실습 계획
UAE.S/ GSO 9	포장된 식품의 라벨링

19) 해외식품인증 정보포털, 신흥교역국의 통관환경 연구 UAE

□ UAE 할랄인증 절차

- 할랄인증 신청 절차는 ESMA의 할랄국가마크(Halal National Mark)를 획득하기 위한 과정을 의미
- 할랄국가마크는 UAE 할랄규정의 요구사항을 준수한 제품에만 부여
- UAE 할랄인증은 UAE의 대표적 할랄인증기관인 RACS를 통해 승인 및 획득

그림 3.3 UAE 할랄 인증 절차



□ 인증 소요기간 및 비용

- 소요기간 : 3개월
- 신청비 : 600 AED
- 서류심사비 : 2500 AED (1인 1일 기준)
- 공장실사비 : 2500 AED (1인 1일 기준)
- 인증비 : 1만5500AED

□ 제출서류

- 유효한 사업자등록증 / 면허
- 성분목록표
- 재료목록표
- 성분/원재료 할랄인증서 사본 또는 제품 사양서 사본
- 제조공정 플로우차트 및 생산절차
- 라벨 디자인
- 시험성적서
- FSMS / GMP / GHP / QMS 실시 증명

□ 인증결정

제품 인증 결과	결과에 따른 조치
승인	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ESMA가 인정한 적합성 인증서 발급 승인</li> <li>- RACS 인증 제품 등록소에 인증 제품 등록</li> </ul>
거부	<ul style="list-style-type: none"> <li>- RACS는 거부 사유가 기재된 공식 거부 성명서(증명서 발급 확인서)를 이메일을 통해 고객에게 전달</li> </ul>

## 2) FTA<sup>20)</sup>

### HS CODE 분류체계

HS CODE	Product Description
2008	Fruit, nuts and other edible parts of plants, otherwise prepared or preserved, whether or not containing added sugar or other sweetening matter or spirit, not elsewhere specified or included.
2008.30	- Citrus fruit:
2008.30.90	- Other

### 관세율

세율종류	세율
기본세율	5%

※ 기본관세율(MFN Rate)이란 한국을 포함한 WTO협정 회원국에게 적용되는 세율로서, UAE는 8단위 기준으로 관세를 부과하며 대다수의 수입물품에 대해 기본관세율 5%가 적용됨

### FTA

- 현재 우리나라는 UAE와 별도의 FTA를 체결하지 않았기 때문에 FTA를 활용 할 수 없음. 다만, 2007년 03월 대통령의 중동 방문 시 한-GCC FTA 추진을 합의하는 것을 시작으로 2009년 7월 제3차 한-GCC FTA 협상을 개최까지 진행한 상태임. 이후 별다른 협상진전은 이루어지지 않은 상태

### GCC

- 1981년 5월 걸프만 연안의 6개 산유국이 역내 협력을 강화하기 위해 결성한 지역협력기구이며, 초기에는 GCC 공동방위군을 창설하는 등 안보협력이 주된 목적이었으나 점차 경제협력에 초점을 둔 기구로 변화. 회원국으로는 사우디, 바레인, 쿠웨이트, 오만, 카타르, UAE가 있음

20) 트레이드 네비([www.tradenavi.or.kr](http://www.tradenavi.or.kr)), 산업통상자원부([www.motie.go.kr](http://www.motie.go.kr))

## 5) HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Point)

HACCP		
인증/검사명	HACCP	
인증 설명	식품의 제조, 가공, 공정의 모든 단계에서 발생할 우려가 있는 미생물 오염 등 위험을 방지하고 영업자에 의한 식품의 안전 확보를 목적으로 함	
발행/검사기관	식품의약품안전처	
성격	권장	
제출서류	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 영업허가(신고)증 사본</li> <li>- 영업자, 종업원 또는 농업인의 교육훈련 수료증 사본 1부</li> <li>- 최근 3개월간의 생산 또는 영업실적</li> <li>- 위생관리 프로그램 및 1개월 이상의 운용실적 1부</li> <li>- 업종별 또는 품목별 자체 위해요소중점관리기준 및 1개월 이상의 운용실적 1부</li> </ul>	
비용	수수료 20만 원	
소요기간	1년 전후	
유효기관	3년	
인증절차	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) HACCP 시스템수립을 위한 생산, 기술, 설계, 연구 및 개발 등의 부서 대표자를 포함한 프로젝트팀 구성</li> <li>2) 제품의 구성, 보관, 포장상태, 사용방법 등 나타내는 제품 기술서와 생산공정 흐름도를 작성</li> <li>3) 생산공정의 각 단계와 도출된 유해요소를 파악하여 유해요소 발생 가능성과 발생 시 결과의 심각성에 근거해 위험을 평가</li> <li>4) 식품안전을 위해 관리가 요구되는 중요 관리점(CCP, Critical Control Points) 선정하여 식품안전을 위한 일반 관리 사항(POA)를 파악</li> <li>5) 모든 유해요소의 관리가 기준치 설정대로 충분히 이루어지는지 여부를 파악할 수 있는 한계치 설정</li> <li>6) 모니터링을 하며 서류기록을 한 뒤 지속적인 개선조치</li> </ol>	

## 6) ISO 22000 (Food Safety Management System)<sup>21)</sup>

ISO 22000		
인증/검사명	ISO 22000	
인증 설명	식품안전을 보장하기 위해 식품위해요소를 사전 예방 관리하는 자율적인 식품 안전관리 시스템. 고객 만족을 위해 식품안전경영시스템 수립 및 운영할 수 있는 국제적인 인증	
발행/검사기관	한국품질보증원, AFAQ EAQA Korea	
성격	권장	
제출서류	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 심사 신청서</li> <li>- 사업자 등록증</li> </ul>	
비용	신청비 60만 원 (심사비는 산정 기준에 따라 상이)	
소요기간	직원 수에 따라 인증 심사일수 상이	
유효기관	3년	
인증절차	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) 등록 신청서 작성</li> <li>2) 인증 심사 1단계 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 경영시스템 매뉴얼이 ISO 22000에 준수하는지 확인</li> <li>- 수행상태 및 인증범위 확인</li> <li>- 시정조치 계획에 동의하는 보고서 발행</li> </ul> </li> <li>3) 인증 심사 2단계 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 생산방법, 관리, PRP 등 인증범위 내 프로세스 활동에 대한 샘플 심사</li> <li>- 시스템 규격의 준수 정도 문서화</li> <li>- HACCP 계획 및 절차서, 직원 능력 및 지식 테스트</li> </ul> </li> <li>4) 한글 및 영문 인증서 발행</li> <li>5) 사후 심사관리 정기적으로 실시</li> </ol>	

21) 한국품질보증원

## 7) 제출서류22)

### □ 원산지 증명서

- 국제 상업 회의소(International Chamber of Commerce)에 따르면, 원산지 증명서(CoC)는 수입된 상품이 특정 국가에서 전적으로 취득, 생산, 제조 또는 가공되었음을 증명하는 서류
- 우리나라는 대한상공회의소 무역인증서비스센터(<http://cert.korcham.net>)에서 회원가입 후 발급 가능함

<b>1. Exporter (Name, address, country)</b> HONG KIL DONG CO., LTD. 45, HADAEHIM ROAD, JUNG-GU, SEOUL 100-745 KOREA		Reference No. 001-10-0197651 Reference Code, 0d80-b1be	<b>ORIGINAL</b>
<b>2. Consignee (Name, address, country)</b> SANG HONG MOTORS URAHIE LTD. WITH IT PRINCIPAL ADDRESS AT 2-A ELECTRIKOR STR., 00011 YUL, URAHIE		<b>CERTIFICATE OF ORIGIN</b> issued by <b>THE KOREA CHAMBER OF COMMERCE &amp; INDUSTRY</b> Seoul, Republic of Korea	
<b>4. Transport details</b> FROM : BUSAN PORT, KOREA TO : JILICHE SI, URAHIE BY : HANJIN AIRLINES CO. LTD. ON OR ABOUT : AUG 23, 2009		<b>3. Country of Origin</b> THE REPUBLIC OF KOREA	<b>5. Remarks</b> L.C. NO. 010000H410 III-010E NO. H10002-5  Invoice number & date : H1007-0100 & 2009-10-23
<b>6. Marks &amp; numbers; number and kind of packages; description of goods</b> KIL DONG MOTORS URAHIE LTD. Ultrasonic fish finders AT 2-A ELECTRIKOR STR., 00011 YUL, URAHIE		<b>7. Quantity</b> 1 SET 301-G 311-G PCS 301-G 311-G 20PC	
<b>8. Declaration by the Exporter</b> The undersigned, as an authorized signatory, hereby declares that the above-mentioned goods were produced or manufactured in the country/ies within box 3.		<b>9. Certification</b> The undersigned authority hereby certifies that the goods described above originate in the country/ies within box 3 to the best of its knowledge and belief.	
(Signature)  (Name) <b>PRESIDENT HONG KIL DONG</b>		  Manager <b>KYUNG-SOOK LEE</b> 29 MAR 2010 Authorized Signatory	

\*Identify the authenticity of certificate for verification with the website (<http://cert.korcham.net/search>)

□ 할랄인증서(Halal Certificate)

- 할랄 인증서는 특정 제품을 철저히 조사하고, 이슬람 샤이라 법률을 준수한다는 사실을 확인하기 위해 관할 당국이 발행함

- Halal certificate for Export of products of Meat Origin

Halal Certificate for Meat Products in Processed Foods exporting to GCC Countries		شهادة الجلال لمنشآت اللحوم في الاقضية المصنعة المصدرة لبلد مجلس التعاون لدول الخليج العربية					
1. Certificate details							
1.1 Halal Certificate Reference No.	الرقم المرجعي للشهادة الجلال	1.2 Source	مصدرها				
1.3 Date:	تاريخها						
4							
توصيف وتصنيف الاقضية المصنعة التي تحتوي على منتجات اللحوم							
Identification of the meat and processed foods containing meat Products							
Name & Description of Meat/Processed Food	Source for meat and derivatives	Brand Name	Slaughtering Date	Expiry Date	No Packages	Batch No.	Total Weight
اسم ووصف المادة الغذائية	مصدر اللحوم ومشتقاتها	العلامة التجارية	تاريخ الذبح	تاريخ الانتهاء	عدد الطرود	رقم التشغيلة	الوزن الكلي
5							
Halal Attestations							
بلدة الجلال							
Fats & Meat derivatives (such as gelatin) used as one of the ingredients of the processed foods, have been extracted under the supervision of an Islamic Agency in the manufacturing country and approved by the GCC on the basis of the original Halal certificate of the slaughtered animals issued by an Islamic Agency approved by the GCC in the country of origin; assurance has been provided that the meat and fat derivatives used in the food processing are the same ones covered by the original Halal certificates.		ان الدهون ومنتجات اللحوم المستخدمة كأحد مكونات المواد الغذائية المصنعة (مثل الجيلاتين) قد تم استخلاصها تحت إشراف هيئة إسلامية معتمدة من قبل السلطات المختصة لبلد مصدر اللحوم الطهي في بلد التصنيع بناءً على شهادة التمتع الجلال الأصلية الصادرة من هيئة إسلامية معتمدة من قبل السلطات المختصة لبلد مصدر اللحوم الطهي في بلد المنشأ للحوم. مع التأكيد على أن منتجات اللحوم المستخدمة في التصنيع هي ذات النوع المذكورة شهادة التمتع الجلال الأصلية.					
6							
Responsible body for signature		الجهة الرسمية المسئمة الموقعة بالتوقيع					
Name	الاسم	Official Stamp	الختم الرسمي				
Position	الوظيفة	Date	التاريخ				
Signature	التوقيع						

### 3.라벨링

#### 1) 라벨링 규정

- UAE의 라벨링 규정은 “UAE.S.GSO 9: 포장식품의 라벨링(Labeling of Prepackaged Foodstuffs)” 을 근거표준으로 함
- “UAE.S.GSO 2233: 영양라벨링 요건(Requirements on nutritional labelling)” 등 다양한 유관 표준과 할랄식품표준인 “UAE.S.GSO 2055-1” 및 수입식품관리지침인 “GCC Guide For Control On Imported Foods” 에 언급된 라벨링 규정을 종합적으로 참고할 수 있음

표 3.2 라벨링 관련 규정

관련 규정	발행처
UAE.S/GSO 9: 포장식품의 표시(Labeling of Prepackaged Foodstuffs)	ESMA
UAE.S 2055-1: 할랄식품의 일반 요구사항(General Requirements for Halal Foods)	ESMA
식료품 수입 및 재수출 요구사항(Import & Re-export Requirements for Foodstuffs)	두바이 지자체, 식품 관리과
수입식품 관리를 위한 GCC 가이드(GCC Guide For Control on Imported Foods)	GCC
식품수입 가이드 (Food Importers Guide)	아부다비 식품관리국
식품 코드 (Food Code)	두바이 지자체

#### 2) 라벨링 요구사항

- 과거 UAE는 영어 전용 라벨을 허용했지만, 현재 아랍어·영어를 병기한 라벨을 허용함
- 라벨링 규정은 벌크 및 규격 사이즈의 컨테이너로 운송되는 모든 제품에 적용됨.
  - 신선한 과일 및 채소 박스는 대부분의 라벨 정보가 포함되어야 하지만, 생산/유통기한을 지킬 필요는 없음. 그러나 생산일자는 중요한 차별점으로 작용

표 3.3 UAE의 포장 식품 라벨링 기재사항

기재사항	필요 정보
제품명(식품명)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 식품의 본질을 식별하는 이름</li> <li>○ 라벨에 눈에 띄는 위치에 기재</li> </ul>
모든 성분 목록	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 다음 사항에 대해 중량의 내림차순으로 기재               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품 첨가물</li> <li>- 과민증을 일으킬 가능성이 있는 식품 및 성분의 명시</li> <li>- 성분의 수치 코드(Numerical codes)</li> </ul> </li> </ul>
E-번호를 사용하는 첨가제	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 그룹 이름 허용</li> </ul>
동물성 지방(쇠고기, 버팔로 등)의 공급원	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 동물성 지방 및 성분은 할랄방식으로 도축된 동물에게서 공급받아야 함.</li> <li>○ 모든 돈육 관련 제품을 성분으로 하는 돈육 지방의 사용은 제한됨.</li> <li>○ 돈육 및 돈육 함유 제품에 대한 라벨은 일반 라벨링 요건을 준수해야 하며, 제품에 돈육이 포함되어 있음을 명확히 명시해야 함.</li> </ul>
영양정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 영양 표시는 의무사항은 아님.</li> <li>○ 하지만, 제품의 비타민, 미네랄 함유량, 100g당 영양가 및 적절한 사용, 저장에 대한 자세한 정보가 포함되어야 하는 식이요법, 건강 및 유아식과 같은 특수 식품의 경우 의무 기재임.</li> </ul>
순중량	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 무게 또는 부피 기준               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 유동식품: 부피, 고형식품은 무게</li> <li>- 반고형·점성식품: 무게 또는 부피로 표시</li> </ul> </li> </ul>
저장과 사용에 대한 설명	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 식품의 저장 조건과 관련된 특정요구사항 제공</li> </ul>
알러지 성분	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 과민증을 일으키는 것으로 알려진 식품 및 성분은 항상 표시</li> </ul>
명칭 및 주소	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 제조자, 생산자, (재)포장업체, 유통업체, 수입업체, 수출업체 또는 벤더</li> <li>○ 공급업체는 라벨에 표시</li> </ul>
원산지 국가	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 식품의 원산지 국가는 마지막으로 제조된 국가에 따라 라벨에 명시</li> </ul>
생산 및 유효기간	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 지워지지 않는 잉크를 사용하여 생산 당시의 원래 라벨 또는 기본 포장에 직접 새기거나, 엠보싱, 인쇄 혹은 도장으로 찍어야 함.</li> <li>○ P/E(생산 및 유효) 일자 는 제품의 유효기간에 따라 다음과 같은 방식으로 인쇄해야 함.               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 유효기간이 3개월 이하: 일, 월, 년 순서로 표기</li> <li>- 유효기간이 3개월 이상: 월, 년의 순서로 표기</li> </ul> </li> </ul>

건강 강조표시 식품	○ 건강 강조에 따라 표시되어야 하며, 보건부의 사전 승인을 받아야 함.
방사선 처리식품 표시	○ 전리방사선(이온화방사선) 처리된 식품은 라벨의 식품명과 가까운 곳에 기재 ○ 성분의 경우, 성분목록에 기재

- 가공식품의 라벨에는 다른 식품과 혼동을 야기할 수 있는 표현을 사용할 수 없음
- 유기농 제품과 같은 로고를 사용하려면 반드시 증거를 제공해야 함
- 품질경영시스템(QMS)과 관련된 문구나 로고는 사용할 수 없음

### 3) 식품 라벨 사전 승인

- 대부분 주요 지자체에서는 식품 수입을 용이하게 하고 식품 수입을 촉진하고자(통관 시간을 줄임으로써) 선적 전 식품 라벨 승인 서비스를 제공함
- 라벨 승인은 두바이 식품관리국<sup>23)</sup>, 아부다비 식품관리청 등의 각 관할당국에 검토를 위해 직접 혹은 수입업체를 통해 신청함
  - 무료서비스이며, 팩스 사본 또는 이메일을 통해서도 가능함
- 관할 당국은 제출된 라벨을 심사하여 수정사항이 있는 경우, 통보함
- 경우에 따라서는, 지역 보건 당국이 사소한 표시 위반의 식품수입을 허용하기도 하며, 면제의 경우 일회성으로 부여됨
- 라벨이 승인되면, 제품 바코드가 해당 지자체의 승인된 제품 목록에 추가됨
  - 이후 수입업체의 요청에 따라 제품이 등록되어야 함
- 두바이 토후국이 마련한 수입 “메커니즘” 을 통해 오직 영어 라벨만 사용이 허가된 제품은 다음과 같으며, 수출업체는 선적 전 수입업체에게 라벨링 요구사항을 반드시 확인해야 함

영어 라벨 허용 제품	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ HRI 부문을 위해 특별히 수입된 제품</li> <li>○ 추가 처리 또는 포장을 위한 식품 성분</li> <li>○ 일반 소비자에게 판매되지 않는 특수 환자식</li> <li>○ 재수출을 위한 식품</li> <li>○ 포장의 최대 표면적이 10cm<sup>2</sup> 미만인 경우</li> </ul>
-------------	--

23) 두바이의 경우 전자신청 시스템 “FIRS(Food Import Re-export System)”를 통해 신청이 이루어짐.

#### 4) UAE 차 라벨링

□ Green Tea with Lively Lemon



**Unilever**

Lipton is a Unilever brand: Green Tea with Lively Lemon  
 Made in Jebel Ali, United Arab Emirates by Unilever Gulf FZE,  
 P.O. Box 17055, Dubai.  
 Imported in Egypt By: Commercial United for Import & Export,  
 1st Industrial Zone Smouha-Sidi Gaber-Beside 14 May Bridge  
 Alexandria. P.O. Box 80 Sidi Gaber.  
 Imported in Syria By: International Mega Brands -  
 Damascus - Syria.  
 Distributed in Kingdom of Saudi Arabia by Saeid Mohammad  
 Obaid Binzagr Company and Partners, PO Box 54, Jeddah 21411.  
 Distribuée en Tunisie par Utic Distribution, Voie Z4-2014  
 Mégrine Riadh -Tunisie.  
 Imported for KFF SAL Beirut-Lebanon.  
 All Lipton copyrights reserved by  
 arrangement with the trademarks  
 proprietor.  
 Preparation: Use one tea bag per person  
 in a cup or tea pot. Add hot water and  
 leave to infuse for 2 to 3 minutes.  
 Add sugar if desired.  
 Store in a cool dry place.  
 Best before: See side panel.  
 Ingredients: Green tea from Kenya and Indonesia 84.5%, natural  
 lemon & lemongrass flavours 10.5%, lemon peels 5%.

ليبتون هو أحد ماركات يونيليفر: شاي أخضر مع الليمون  
 صنع في جبل علي، الإمارات العربية المتحدة بواسطة يونيليفر ب.م.م.ج.  
 ص.ب. 17055، دبي.  
 المستورد في مصر: الشركة التجارية المتحدة للاستيراد والتصدير المنطقة الصناعية الأولى  
 سموحة - سيدى جابر - بوزار كويب 14 مايو - الإسكندرية ص.ب. 80 سيدى جابر  
 المستورد في سوريا: شركة الإنشغال ميغا براجد - دمشق - سوريا.  
 المستورد في المغرب: يونيليفر المغرب، كلم 10، الطريق الساحلي، عين السبع،  
 الدار البيضاء، المغرب.  
 وزع في المملكة العربية السعودية بواسطة شركة سعيد محمد عبد بن  
 زغر وشركاه، ص.ب. 54 - جدة 21411.  
 المستورد في الجزائر: يونيليفر الجزائر، د.أ. المنطقة الصناعية، حاسي عاصي،  
 رقم تجاري: تونيف - 31025 وهران.  
 الموزع في تونس: أوتيك للتوزيع، طريق 4، طريق الرياض، 2014 تونس.  
 مستورد لصالح شركة خليل فطال وأولاده ش.م.ب. بيروت - لبنان.  
 جميع حقوق الطبع محفوظة لليونيليفر بالاتفاق مع أصحاب  
 العلامات التجارية.  
 طريقة التحضير: ضعي كيس شاي واحد لكل شخص في  
 الكوب أو إبريق. أضيفي الماء الساخن واتركيه لمدة 2-3  
 دقائق. أضيفي السكر حسب الرغبة.  
 يحفظ في مكان بارد وجاف.  
 يفضل استهلاكه فوراً نظراً لحليته.  
 المكونات: شاي أخضر من كينيا وإندونيسيا 84.5%، كمية  
 الليمون الطبيعي وعشبة الليمون 10.5%، قشر الليمون 5%.

NUTRITIONAL INFORMATION	
100 ml tea infusion prepared as directed (with no milk or sugar) typically gives you:	
Energy	1 kcal / 4 kJ
Protein	<0.5 g
Carbohydrates	<0.5 g
of which sugars	<0.5 g
Fat	0 g
of which saturates	0 g
Fibre	0 g
Sodium	0 g

معلومات غذائية	
كل 100 مل من الشاي المحضر حسب طريقة التحضير المذكورة (دون إضافة الحليب والسكر) تحتوي تقريباً على:	
الطاقة	1 كيلوكالوري / 4 كيلوجول
البروتين	<0.5 غ
السكريات	<0.5 غ
منها سكريات	<0.5 غ
الدهون	0 غ
منها مشبعة	0 غ
الألياف	0 غ
الصوديوم	0 غ

**Net Weight: 150 g (100 x 1.5 g) e**      **الوزن الصافي: 150 جم (100 × 1.5 غ) e**

- ① 수량 / 중량 : 150g (1.5g 100티백)
- ② 제조일 : 언급되어 있지 않음
- ③ 유효기간 : 측면에 별도로 적혀 있음
- ④ 성분, 성분의 양·영양가치(nutritional value) : 케냐산/인도네시아산 녹차 84.5%, 천연 레몬, 레몬그래스 향 10.5%, 레몬 껍질 5% / 영양가치 : 추출한 차 100ml 당 (별도의 우유나 설탕을 첨가하지 않은 경우) 열량 1kcal / 4KJ, 단백질 <0.5g, 탄수화물 <0.5g, 당류 <0.5g, 지방 0g, 포화지방 0g, 식이 섬유 0g, 염류 0%
- ⑤ 사용 방법, 보관 방법 : 컵이나 다기에 1개의 티백을 넣고, 뜨거운 물을 부어 2~3분간 우려내 주세요. 설탕을 첨가해서 드셔도 좋습니다. 시원하고 건조한 장소에 보관하세요
- ⑥ 위험 경고 : 없음

## 5) E-code 및 라벨링

- o E-code는 할랄인증을 받은 가공식품의 성분표에 숫자로 표기되는 코드로서, 가공식품의 첨가물질에 따른 각 재료별 코드임.
- o 단순한 인증마크보다 종교적으로 기피하는 재료를 더 신중하게 확인하고 구매하고자 하는 소비자들의 수요를 반영한 것임.

그림 3.4 E-code 표시(예시)



자료: 한국농수산물유통공사 [UAE 할랄식품시장 진출가이드]

## 4. 위생규정 24)

### 1) 개요

- UAE는 다음과 같이 수입금지 식품첨가물을 규정하고 있음. 다음 수입이 금지되는 식품첨가물의 품목은 어떠한 경우에도 수입이 금지되지만 특정식품 허용 첨가물의 품목은 허용식품에 따라 허용됨

### 2) 수입이 금지되는 식품첨가물

- 퀴놀린 옐로우 (Quinoline Yellow, yellow no.1)
- 패스트 옐로우 A B (Fast Yellow A B)
- 옐로우 2 G (Yellow 2 G, Food Yellow 5)
- 아마란스 (C.I 16185. FD 및 C Red 2)
- 폰소 4 R (Red 2) (C.I. 16255)
- 파텐트 블루 V (C.I. 42051)
- 그린 S (Acid Brilliant Green, Food Green S, Lissamine Green, C. 44090)
- 브롬산 칼륨 (빵제품)
- 사이클라메이트 (Cyclamate)
- 에탄올 (알코올)

### 3) 특정 식품에 허용되는 첨가물

- 다음에 기재된 첨가물은 특정 식품에 첨가되는 것이 허용됨. 그러나 하기 표기된 최대허용량을 초과하여 사용될 수 없음

첨가물(색소)	허용 식품	최대허용량
에리트로신 (Erythrosine)	체리 및 체리제품	
레드 2G	소세지 및 가향 요구르트	20ppm
칸타크산틴 (Canthaxanthin)	조리된 소시지, 식용 얼음	30ppm 100ppm
알루미늄	케이크 파이의 장식용으로 사용되는 설탕과자의 외부 코팅	GMP

24) 트레이드네비

은(Silver)	과자의 외부 코팅	GMP
금(Gold)	과자의 외부 코팅	GMP
리토트루바인 BK(Lithotrubine BK)	식용 치즈의 표면	GMP
오렌지 B	소시지 표면	150ppm
시트러스 레드 2(Citrus Red No. 2)	오렌지 껍질	2ppm
산화티타늄(Titanium dioxide)	타헤나(Tahena)	

#### 4) 기타 규제사항

- 식품에 알코올을 첨가하는 것은 허용되지 않음. 다만, 알코올 성분이 해당 물품 특성 상 생기는 경우(예: 주스)는 제외되나 이러한 경우라도 UAE에서 정하는 알코올 첨가 식품 관련 규정을 준수해야 함
- 걸프 표준(Gulf standards)에서 사용이 허용된 식품 첨가물의 표기 시에는 구체적인 명칭 또는 국제번호(일반 명칭)로 표기하여야 함. 예: 벤조산 나트륨 또는 E 201(방부제), 식용황색 또는 E110 (색소)

##### o 위험기반의 식품관리 체계<sup>25)</sup>

- 다른 GCC국가와 마찬가지로 UAE는 수입식품의 잠재적 위험에 대응하기 위해 식품별 위생 위험도를 체계적으로 파악·분류함으로써 위험기반의 식품관리 체계를 적용함
- 식품관리체계는 식품을 위험도에 따라 고 위험, 중 위험, 저 위험의 3등급으로 분류함
- 감귤가공식품은 저 (차) 또는 중 (주스) 위험 식품군으로 분류 가능.

25) 출처. 농림축산식품부, 한국식품연구원 보고서

<위험도별 식품분류>

고위험 식품	육류, 닭고기 및 수산물, 우유, 요거트 및 치즈, 아이스크림, 달걀 및 버터, 우유와 계란을 함유한 냉동 패스트리 및 베이커리류, 유아용 식품, 특별규정식, 말린 견과나 견과로 만든 플레이크, 코코넛, 참깨, 타히니 및 땅콩버터, 자른 포장채소, 증류한 저산성 식품
중위험 식품	생수, 탄산음료, 주스 및 농축액, 신선과일 또는 포장과일, 냉동야채 및 과일, 코코아 및 초콜릿, 비스킷 및 사탕, 향신료 및 건조스프, 이스트 및 박테리아 배양물, 커피크림, 휘핑크림, 잼 및 젤리, 쌀, 밀가루와 전분, 튀김 및 조리용 시리얼, 산성식품
저위험 식품	커피 및 차, 설탕, 시럽 및 꿀, 탄산음료 농축액, 식품첨가물 및 향료추출물, 기름, 지방, 마가린, 견과일 및 포장야채, 곡물 및 콩, 파스타, 스파게티 및 쿠스쿠스, 말린 허브, 소금 및 식초, 알코올음료 및 희석주류

- 또한, 식품의 위험도와 위생검사 채널에 따른 식품화물검사 수준 및 빈도는 다음과 같음

<식품화물검사 수준과 빈도>

구분	적색절차 빈도	황색절차 빈도	녹색절차 빈도
고위험 식품	80~100%	0~10%	0~10%
중위험 식품	15~25%	15~25%	50~70%
저위험 식품	5~10%	0~5%	85~90%

- 녹색절차의 경우 위생서류 검토만 이루어지며, 황색절차는 화물검사가 추가로 이루어짐. 적색절차로 분류되는 식품일 경우, 위생서류 검토 및 화물검사와 더불어 무작위 샘플 채취를 통해 검사가 이루어짐



## IV. 경쟁제품

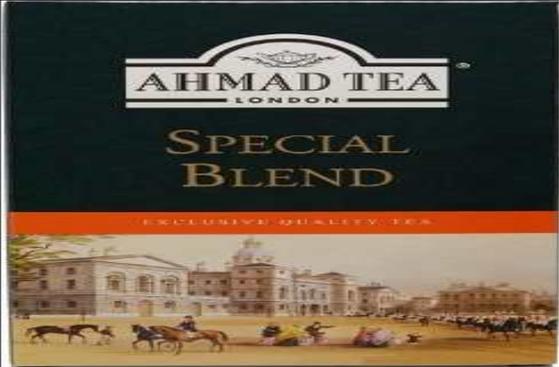
1. 경쟁제품 선정기준 및 지표
2. 오프라인 경쟁제품
3. 온라인 경쟁제품

## 경쟁제품 온·오프라인(현지) 조사 OVERVIEW

### 제품분석 결과

	원료(성분)	차잎
	유통기한	평균 3년
	포장형태	종이상자 대부분 종이상자에 날개로 포장된 티 백 형태

### 대표 분석제품 상세

	
<p>Lipton은 UAE 까루프 매장에서 가장 쉽게 발견할 수 있는 영국 차 브랜드. 대중적인 지도가 높고. UAE 소비자가 즐겨 마시는 브랜드임</p>	<p>Lipton 과 Twinings에 비해 가격이 저렴한 영국 브랜드로 가격 대비 품질이 좋다는 소비자들의 의견이 많음.</p>

- 현 UAE 차 시장에서는 한국산 차 제품을 찾기 어려우며, 소비자들도 한국산 차 제품에 대해 아는 많지 않음
- 한국의 인삼차 정도가 UAE에 알려졌으며, 아시아의 제품들이 가격대비 품질이 좋다는 인식이 퍼져있음
- 건강에 대한 관심이 높아지며 차 수요가 크게 늘고 있음

# 1. 경쟁제품 선정기준 및 지표

오프라인 쇼핑물 선정

- o 현지 조사원을 통해 두바이 시내 대형 하이퍼/슈퍼마켓 방문
- o 주요 매장 방문 후 가장 많이 진열된 제품 위주로 선정

온라인 쇼핑물 선정

- o 온라인 경쟁제품을 선정하기 위해 온라인몰(까르푸, Souq, Namshi) 통해 진행

UAE 온라인 쇼핑물 탑 3는 까르푸, Souq, Namshi

- o 온라인 채널의 경우 UAE 현지 조사원에게 UAE 현지인들이 보편적으로 사용하는 웹사이트를 의뢰
- o 대표 방문매장

온라인		
까르푸	Souq	Namshi
		
<a href="https://www.carrefouruae.com/">https://www.carrefouruae.com/</a>	<a href="https://uae.souq.com/ae-en/">https://uae.souq.com/ae-en/</a>	<a href="https://en-ae.namshi.com/">https://en-ae.namshi.com/</a>

분석기준 및 지표설정

- o 제품 상세 스펙에서 공통으로 확인되는 용량, 가격, 포장형태, 성분 등의 항목으로 분석함

## 2 오프라인 경쟁제품

### □ 오프라인 경쟁제품

구분		제품 #1
이미지	제품 이미지	
	매장 이미지	
제품스펙	제조사	Unilever Gulf FZE
	제품명	Lipton Yellow Label
	제품특성	기본적인 맛, 대중성
	포장 용기	종이 상자
	성분	홍차
	조사매장	Carrefour Ibn Battut Mall, Sheikh Zayed Road, Dubai UAE
	용량	200g (2g x 100포)
	제품가격	16AED (약 4,264원)
	유통기한	제조일로부터 3년
	인증	N/A
선정사유	인기제품( V ), 신제품( ), 한국제품( )	

구분		제품 #2
이 미 지	제품 이미지	
	매장 이미지	
제 품 스 펙	제조사	Alokozay Group of Companies
	제품명	Alokozay Black Tea
	제품특성	기본적인 맛, 대중성 한국어, 중국어, 일본어 설명이 병기되어 있음
	포장 용기	종이상자
	성분	홍차
	조사매장	Carrefour Ibn Battut Mall, Sheikh Zayed Road, Dubai UAE
	용량	400g (2g x 200포)
	제품가격	21.75 AED (약 6,648원)
	유통기한	N/A
	인증	ISO9001, ISO14001, HACCP, OHSAS 18001
선정사유	인기제품( V ), 신제품( ), 한국제품( )	

구분		제품 #3	
이 미 지	제품 이미지		
	매장 이미지		
제 품 스 펙	제조사	ABF Twinings beverages (Shanghai)	
	제품명	Twinings Earl Gray Tea	
	제품특성	기본적인 맛, 대중성	
	포장 용기	종이상자	
	성분	홍차, 천연 감미료	
	조사매장	Carrefour Ibn Battut Mall, Sheikh Zayed Road, Dubai UAE	
	용량	100g (2g x 50포)	
	제품가격	13 AED (약 3,976원)	
	유통기한	3년	
	인증	N/A	
선정사유	인기제품( V ), 신제품( ), 한국제품( )		

□ 주요 제품 소매가(까르푸 기준) 현황 - 2018년 9월 기준

제품명	용량	가격(AED)	한화 (원)
Carrefour English Breakfast	50bag	9.5	2,905
Alokozay Ginger & Lemon	25bag	9.7	2,966
Alitea Signature Ginger Tea	12Stick (Powder type)	13.35	4,082
Dilmah White Tea	10bag	33.1	10,122
Alokozay Strawberry Tea	25bag	7.35	2,247
Alokozay Orange Tea	25bag	7.35	2,247
Taylors Green Tea with Jasmine	20bag	13.00	3,975
Alokozay Flavour Assortment	25bag	9.25	2,828
Riston Sweet Berries	25bag	17.35	5,305
Ahmad Tea (English Breakfast)	100bag	15.5	4,740
Ahmad Tea (Cardamom Tea)	100bag	15.5	4,740
Yorkshire Tea (Leaf Tea)	250g	17.85	5,458
Brook Bond Red Label	100bag	10.10	3,088
Lipton Karak Cardamom	10sticks	11.50	3,516
Barley tea (Japanese Product)	10bag	23.50	7,186
Yamamotoyama green tea (Japanese Product)	16bag	15.20	4,648

□ 특이사항

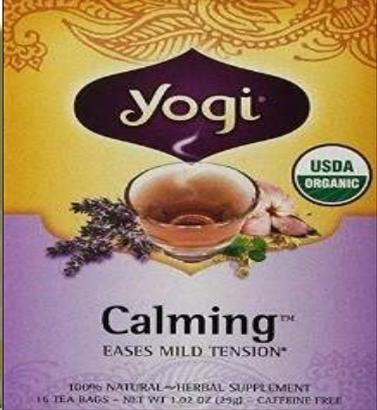
- o Carrefour등 대부분의 UAE 대형 소매점은 다류/커피 코너 외에도 외국인을 위한 국가별 상품 코너를 마련해 놓고 있음. 중국, 일본, 스리랑카 코너에는 각국을 대표하는 차 제품이 입점해 있으나, 한국 코너에는 라면과 김 등 대중적으로 인지도가 있는 제품 외에는 찾을 수 없음



### 3. 온라인 경쟁제품

□ 온라인 경쟁제품 정보

구분	제품 #1	제품 #2	
제품 정보	제품 사진		
	원산지	영국	영국
	제품명	Ahmad Tea Special Blend Loose Tea Packet	Twinings Infuso Lemon & Ginger Tea - 50 bags
	제조사	Ahmad Tea (UK)	Twinings (UK)
	유통 기한	-	-
	조사매장	Souq	Souq
	제품가격	22 AED (약 6,742원)	35.98 AED (약 11,026원)
	중량	500g	80g
	성분	홍차, 베르가못 향	생강 뿌리 (37%), 천연 레몬 향과 기타 천연 향(25%), 레몬스라스, 블랙베리 잎, 레몬껍질, 회향, 천연 생강 향과 기타 천연 향(3.5%)

구분		제품 #3	제품 #4
제품 정보	제품 사진		
	원산지	UAE	미국
	제품명	Alokozay Vanilla Tea Bags, 25 Bags	Yogi Tea Calming Tea, 29g
	제조사	Alokozay (UAE)	Yogi Tea (US)
	유통 기한	-	-
	조사매장	Souq	Souq
	제품가격	8.24 AED (약 2,525원)	15.75 AED (약 4,827원)
	중량	40g	29g
	성분	홍차, 바닐라 향	유기농 카모마일 꽃, 유기농 감초 뿌리, 유기농 코타 잎, 유기농 히비스커스 꽃, 유기농 회향목, 유기농 레몬 그라스, 유기농 카 다몬 씨앗, 유기농 오렌지 껍질, 유기농 로즈힙, 유기농 라벤더 꽃

구분		제품 #5	제품#6
제품 정 보	제품 사진		
	원산지	한국	파키스탄
	제품명	인삼차	Hemani Slim&Smart Herbal Tea with Mix Fruit 20 Tea Bags
	제조사	C사	Hemani (Pakistan)
	유통 기한	온라인 쇼핑몰 제품 사진 표기 기준 2019년 8월	-
	조사매장	Souq	Souq
	제품가격	60.98 AED (약 18,691원)	75 AED (약 22,989원)
	중량	300g	30g
	성분	프룩토스, 인삼 추출물	홍차, 과일향



## V. 경쟁사

1. 경쟁사 선정
2. 경쟁사 분석

# 1. 경쟁사 선정

- o 방법론 01. 오프라인 매장 조사
  - 현지 유통채널 방문
  - ‘홍차’, ‘녹차’, ‘과일차’ 등의 제품을 현지 조사원이 조사
  
- o 방법론 02. 온라인 쇼핑몰 조사
  - 온라인 쇼핑몰 분석
  - 키워드: Black Tea, Blended Tea, Green Tea 등
  
- o 두 가지 방법론을 통한 주요 경쟁사 도출
  - 차/커피 진열장에서 가장 주목도가 높은 위치에는 TWININGS(영국)사와 LIPTON(영국)사의 제품이 진열되어 있음. 또한 비교적 저가 라인업에서는 AHMAD TEA(영국)이 주류를 이루고 있음



주요 경쟁사		
브랜드	대표제품	국가
	홍차/녹차류 단일침출차(Twinings Earl Gray) 및 혼합침출차(Twinings Green Tea and Forest Fruits)	영국
	홍차/녹차류 단일침출차(Lipton Yellow Label) 및 혼합침출차(Lipton Black tea with Mint)	영국
	홍차/녹차류 단일침출차	영국

## 2. 경쟁사 분석

### □ Twinings

기업 개요			
	- 영국 앤도버에 위치한 차 제조사. 토마스 트와이닝은 1706년에 최초로 티 룸을 열었는데, 그 티 룸은 아직도 런던 스트랜드 216번지에 남아 있음. 1964년에 어소시에이티드 브리티시 푸즈사에 인수된 후, 샘 트와이닝스가 회사를 10대째 경영하고 있음		
기업 유형	차 조제 회사	홈페이지	www.twining.co.uk
취급품목	각종 차	연락처	-
소재지	영국 런던 스트랜드	설립연도	1706년
대표 제품			

□ Lipton

기업 개요			
	- 립톤(Lipton)은 유니레버가 제조생산하여 세계적으로 가장 잘 알려지고 가장 많이 팔리는 차와 차 음료 브랜드 중 하나임		
기업 유형	차 조제 회사	홈페이지	<a href="http://www.lipton.com">www.lipton.com</a>
취급품목	각종 차	연락처	-
소재지	영국	설립연도	1871년
대표 제품	<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">    </div>		

□ Ahmad Tea

기업 개요			
	<p>- Ahmad Tea는 영국 런던에 본사를 둔 차 회사로, 홍차, 녹차, 및 허브 차를 포함하여 다양한 종류의 티백, 선물용 차를 생산함. 2015년에는 다양한 블렌디드 차로 최우수 차 상을 수상</p>		
<p>기업 유형</p>	<p>차 조제 회사</p>	<p>홈페이지</p>	<p>www.ahmadtea.com</p>
<p>취급품목</p>	<p>각종 차</p>	<p>연락처</p>	<p>-</p>
<p>소재지</p>	<p>영국 런던</p>	<p>설립연도</p>	<p>1986년</p>
<p>대표 제품</p>			



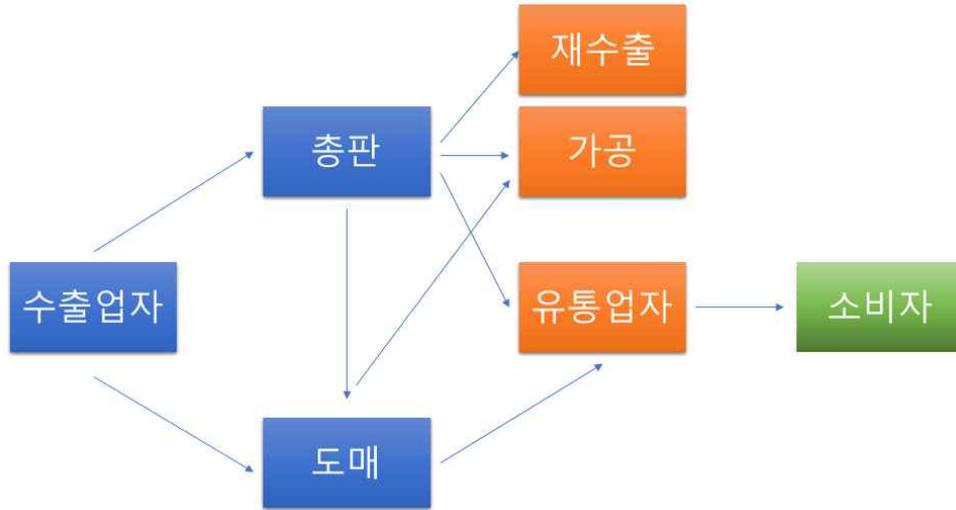
## VI. 유통채널 현황

### 1. 유통채널 개황

### 2. 주요 유통채널 분석

# 1. 유통채널 개황

그림 6.1 UAE 내에서의 유통구조



## 1) 개요

### □ UAE의 유통은 총판이 주축을 이룸

- 유통의 내수 및 재수출 과정은 총판이 주축을 이룸
- 총판이 도매, 유통, 가공, 재수출의 중심임

### □ 대형매장의 성장세

- UAE의 소비자들 75%는 아부다비 두바이 샤르자(Sharjah)에 거주하며 대형 유통매장을 선호함
- 기존의 소형매장과는 차별화된 서구적인 분위기와 고급 식자재를 제공하는 유통업체가 접근이 용이한 거주 지역 내에서 발달하고 있음
- 대형 소매업체의 확장으로 전통 소매업체의 입지 감소하는 추세
- 현재의 주요 유통 형태는 대형쇼핑몰의 출점과 아울렛 매장등의 건설이지만 더욱 다양해질 것으로 예상

## □ 유통채널의 주요 특징

- 할랄시장에 대한 국내 및 해외 유통기업들의 관심이 높아짐에 따라 이들 간의 경쟁이 치열함
- 고객 확보를 위한 국내 및 해외 유통기업 간의 적극적인 마케팅 전략이 치열함
- 대형 유통업체별로 특징이 상이하므로 수출하고자 하는 제품과 유통업체에 대한 면밀한 분석이 필요
- 최근 대형 식품유통업체들이 Neighborhood Store와 편의점에 관심을 가지기 시작함  
Carrefour는 향후 5년간 해당 입점 형태에 적극적인 투자를 할 계획임
- UAE의 식품소매 시장은 서구식 대형 유통업체에 의해 재편될 가능성이 크며, 식품소매시장에서 대형 유통업체는 다양한 UAE 소비자와의 접점으로서 그 중요성은 점점 커질 것으로 보임
- 식품수입은 일반적으로 도소매 업체 및 유통 전문 회사에 의해 처리됨. 그러나 2018년 4월 기준 정부는 대리인의 독점권을 없애고 이 부문을 개방함
- UAE로 식료품·생활용품 등을 수출할 계획을 가진 한국 업체의 입장에서는 수출하고자 하는 제품과 각 유통업체의 특징을 비교하여 선별하는 과정이 요구되는 한편, 현지 대형 유통업체와 긴밀한 관계 구축도 중요한 부분임을 명시해야함

## □ UAE, 중동지역 유통부문 선두주자

- UAE가 GCC에서 차지하는 유통매장 규막 전체의 절반에 가까움
  - UAE의 현대식 쇼핑센터는 아부다비, 두바이, 샤르자 등 3대 토후국에 집중되어 있음
  - 지방의 경우, 여전히 재래시장 (수크, Souk)이 중심을 이룸

그림6.2 두바이 전통 시장 수크



□ 유통단계별 물류 인프라 중심 구축

- 지리적으로 유럽, 아프리카, 그리고 아시아를 연결하는 위치에 자리하고 있는 UAE는 무역과 상업의 중심지로 오랜 기간 동안 그 명성을 유지하고 있음
- 아부다비와 두바이는 세계에서 손꼽히는 항구를 보유하고 있는 지역으로, 특히 두바이는 세계에서 9번째로 큰 컨테이너 항구를 보유하고 있음
  - 두바이의 대표적인 항구로는 Port Rashid와 Jebel Ali가 있으며, 위 두 지역은 UAE의 성장을 나타내는 대표적인 장소일 뿐만 아니라 UAE를 거쳐 중동, 아프리카, 아시아, 유럽으로 물류를 운송하는 임무를 수행하고 있음
  - Jebel Ali는 UAE가 지정한 자유 무역 지구로써 세계에서 가장 큰 인공 항구이며, 급증하는 수요를 충족시키기 위하여 2020년까지 82개의 정박장과 125개의 포트사이드 크레인이 증축될 예정임

□ 쇼핑센터, 문화, 레저 복합 초대형 쇼핑몰로 진화

- 1981년 두바이에 건설된 'Al Ghurair City' 쇼핑몰은 UAE의 현대식 쇼핑센터의 효시로써 현재도 많은 내외국인의 쇼핑 명소로 각광 받고 있음
  - 이후, 1995년 현지 대기업인 Majid Al Futtaim 그룹이 두바이에 Deira City centre를 개장하고, 이어 샤르자에 Sahara Mall이 문을 열면서 현대식 쇼핑몰 건설이 본격화 됨
  - Deira City centre는 Carrefour를 입점시킴으로써 UAE에 처음으로 하이퍼마켓 개념을 소개하였으며, 이후 쇼핑몰과 하이퍼마켓의 결합은 하나의 트렌드로 자리 잡음

## 2. 주요 유통채널 분석

### 1) 온라인 유통채널

#### □ 온라인 주요매장

o UAE의 온라인 주요매장은 Carrefour 와 Souq가 있음

표 6.1 UAE 온라인 주요 매장

기업명	규모 및 형태	특징	마케팅 전략
Carrefour	- 오프라인 매장이 최대를 이루며 온라인 매장 또한 대규모	- 다양한 제품들을 판매해 One-stop 시장이 가능	- 가격 할인 행사 자주 실시 할인 품목 또한 다양해 다른 제품을 사려고 했던 고객들이 더 많은 구매가 할 수 있도록 유도 - 할인 폭이 5~60%가지도 오를 정도로 파격적인 할인 프로모션을 제공
Souq	- 아랍권에서 가장 큰 전자 상거래 플랫폼	- 영유아의 인구 구성 비율이 높아 현지 영유아 음료 판촉이 집중	- aT는 최근 K-Food 중동 온라인 판촉전을 벌임 - 한국 식품 전용관 최초 개설, 운영

### 2) 오프라인 유통채널

#### □ 현대적 유통채널

o 글로벌 대형유통업체의 진출 및 매장 확장

- UAE에 처음 진출한 대형 유통업체는 Carrefour(까르푸)로서 로컬 기업 MAF와 합작형태로 두바이 Deira City centre에 입점함
- 까르푸 진출 이후, 영국, 독일 등 유럽계 유통업체의 진출이 현지 기업과의 합작형태로 다수 이루어짐
- UAE의 대표적인 유통기업들은 자국 내 신규매장 추가개설과 더불어 GCC를 비롯한 레반트, 인도 지역 등으로의 확장 계획을 잇달아 발표

표 6.2 유통형태별 특징

유통형태	특징
백화점	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 막스앤스펜서, 블루밍데일스 등 소수 업체만 진출</li> <li>- 쇼핑몰 운영 업체가 업종별로 전문 품목의 점포를 유치함에 따라 백화점이 크게 환영받지 못함</li> </ul>
하이퍼마켓/ 대형슈퍼마켓	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 하이퍼마켓: Carrefour, LuLu Hyper</li> <li>- 대형 슈퍼마켓: Choitram, LuLu Super</li> </ul>
중소형 슈퍼마켓/ 편의점 체인	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 중소형 슈퍼마켓: LIFCO, Al Safeer Super</li> <li>- 편의점: Emarats Gas Mart 등</li> </ul>
전문점/프랜차이즈점/독립점포	<ul style="list-style-type: none"> <li>o 전자제품, 의류 및 패션 액세서리, 공구류, 스포츠용품 등을 중심으로 한 프랜차이즈 브랜드점 <ul style="list-style-type: none"> <li>- H&amp;M, GAP, NIKE 등 글로벌 브랜드</li> <li>- 종합전자전문점 Plug-ins, JUMBO 등</li> </ul> </li> <li>o 소규모 독립점포 Souq</li> </ul>

□ 대표 슈퍼마켓/하이퍼마켓

- o 식품 유통의 중추적인 역할을 담당
- o 두바이, 아부다비 등의 대도시에서 유통이 많이 이루어지며, 대개 에이전트를 통해 믿을 수 있는 제품을 공급 받음
  - 대표적인 채널로 까르푸 루루 스피니즈 등이 있음

□ Carrefour

<p>이미지</p>		
<p>규모</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 총 71개 매장</li> <li>- 하이퍼마켓 28개</li> <li>- 슈퍼마켓 43개</li> <li>- 고용자 9200명</li> </ul>	
<p>특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 다양한 물품구비, 다양한 고객층</li> <li>○ 낮은 단가로 제공하는 가격정책</li> <li>○ 대부분 제품에 E-code가 적혀있음</li> <li>○ 특정 소비층보다는 mass value 추구</li> <li>○ 외국인을 위한 국가별 상품 코너를 마련해 놓고 있음</li> </ul>	
<p>매장전경</p>	 <p style="text-align: center;">한국산 제품 입점 모습</p>	 <p style="text-align: center;">각종 차 제품 진열대</p>

□ Union coop

<p>이미지</p>		
<p>규모</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 14개 매장</li> <li>- 대형 몰에 입점 또는 단독 하이퍼마켓</li> </ul>	
<p>특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 별도의 국적별 상품 코너는 없음. 차 코너에서 일본 차 섹션을 별도로 마련하고 있으며, KAGURA, UJIDO, ITO EN, OSK 등 일본 브랜드가 다수 입점해 있음. 주력인 마차(Macha), 녹차 외에도 호지차, 현미녹차(겐마이차) 등을 판매하고 있음</li> <li>○ 일본 차 제품들은 동급의 타 제품들보다 비싼 가격에 판매되고 있으며, 비교적 고급스러운 포장으로 눈길을 끌고 있음. 한국 제품도 고급스러운 포장을 갖추 수 있다면, 일본 제품과 유사한 가격에 판매할 수 있을 것으로 보임(하단 가격표 참고)</li> <li>○ PB(Private Brand) 상품은 이란산 스리랑카산 제품이며 이외에는 영국산, 네덜란드산 이집트산 제품이 주류를 이루고 있음. 한국 차 또는 중국 차는 없음</li> </ul>	
<p>매장전경 및 제품</p>	 <p>차 제품 진열대</p>	 <p>일본 차 제품 포장</p>

표 6.3 Union Coop 일본 차 제품 가격

제품명	가격
KAGURA Matcha Powder Organic 50g	54.95 AED (14.96 USD)
KAGURA Premium Sencha Green Tea (10 Tea bag)	17.59 AED (4.79 USD)
OSK Premium Lemon Tea 44G	26.66 AED (7.26 USD)
ITO EN Matcha Green Tea 20 Tea Bag	28.88 AED (7.86 USD)
UJIDO Green Tea Powder 50g	47.25 AED (12.86 USD)

자료출처: 현지조사원

□ Choithrams

<p>이미지</p>	
<p>규모</p>	<p>○ UAE내 39 개의 매장을 가지고 있는 중형 슈퍼마켓 체인</p>
<p>특징</p>	<p>○ 한국산 식품 코너가 마련되어 있으나 차 제품은 없음          ○ 2005년 “Grocer of the year” 상을 수상할 정도로 체인의 효율성 우수</p>

□ Spinneys

<p>이미지</p>	
<p>규모</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 총 53개 매장</li> <li>- 두바이 34개, 아부다비 15개, 샤르자 2개, 아즈먼 1개, 라스알카이마 1개</li> </ul>
<p>특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 차 제품 코너에는 PB상품(인도, 스리랑카산), Twinings, 립톤, 유니레버사 제품 (영국), Tetley(인도)사 제품만 진열되어 있음</li> <li>○ 별도의 국가별 코너는 마련되어있지 않으며, 한국 차 제품 뿐 만 아니라 중국/일본산 차 제품도 없음</li> <li>- 이는 Spinneys 몰 특성상 영미권 제품을 선호하는 서양인을 주 타겟으로 하기 때문으로 보임</li> <li>○ 유기농 제품에 대한 마케팅에 적극적</li> <li>○ 유기농 제품 비율이 높음</li> <li>○ 신선하고 고품질의 식품만 취급하여 건강을 중시하는 고객이 타깃임</li> </ul>

## [ 참고 문헌 ]

### ■ 참고 자료

1. 「Country Insight Snapshot United Arab Emirates September 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.8.13
2. 「Country Insight Snapshot United Arab Emirates August 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.8.10.
3. 「Rising Obesity Rates in the Gulf States Create an Opportunity for Health-Positioned Beverages」, Euromonitor Research Report, 2017.01
4. 「UAE 통관절차」, 한국 식품연구원
5. 「국가신용도 평가리포트」, 한국수출입은행, 해외경제연구소 2017.08.30
6. 「UAE 할랄식품시장 진출 가이드」, 환경산업무역포털, 농수산식품수출지원정보 2015
7. 「신흥교역국의 통관환경 연구 UAE」, 해외식품인증 정보포털
8. 「Saudi Export Development Authority(2016)」, UAE 수입절차 가이드
9. 「UAE 할랄식품시장 진출가이드」 한국농수산식품유통공사
10. 「CITRUS FRUIT FRESH AND PROCESSED STATISTICAL BULLETIN 2016」, FAO 2016

### ■ 참고 사이트

1. 카할리지 타임스 [www.khaleejtimes.com](http://www.khaleejtimes.com)
2. 관세법령정보포털 3.0([unipass.customs.go.kr](http://unipass.customs.go.kr))
3. 세계 HS 정보시스템([www.customs.go.kr](http://www.customs.go.kr))
4. International Trade Centre([www.trademap.org](http://www.trademap.org))
5. 유엔식량농업기구([www.fao.org](http://www.fao.org))
6. 한국농수산식품유통공사 [www.at.or.kr](http://www.at.or.kr)
7. 걸프뉴스 [gulfnews.com](http://gulfnews.com)
8. 더 네셔널 UAE [www.thenational.ae](http://www.thenational.ae)
9. Duabi International Coffee&Tea Festival [www.coffeeteafest.com/](http://www.coffeeteafest.com/)
10. 한국식품연구원 [www.kfri.re.kr](http://www.kfri.re.kr)
11. 한국AEO진흥협회 [www.aeo.or.kr](http://www.aeo.or.kr)
12. 유로모니터([www.portal.euromonitor.com](http://www.portal.euromonitor.com))
13. 닐슨([www.nielsen.com](http://www.nielsen.com))
14. 통합무역정보 서비스 [www.tradenavi.or.kr](http://www.tradenavi.or.kr)
15. 농림축산식품부 [www.mafra.go.kr](http://www.mafra.go.kr)
16. 두바이 관세청 [www.dubaicustoms.gov.ae](http://www.dubaicustoms.gov.ae)
17. 미국 정부 수출 지원 홈페이지 [www.export.gov](http://www.export.gov)

## 2018 농식품 해외시장 맞춤형조사

No . 1806-15

품 목 : 과일차(Fruit Tea)

국 가 : 아랍에미리트(UAE)

-----  
보고서 기획 및 작성  
- 한국농수산물유통공사

-----  
발 행 일 2018  
발 행 처 한국농수산물유통공사 수출정보부  
(58217) 전라남도 나주시 문화로 227  
02-6300-1119 <http://www.kati.net>  
자료문의 aT수출정보부  
02-6300-1119

- o 본 자료는 원본으로 본문 전체는 한국농식품유통공사 농식품수출정보 [www.kati.net](http://www.kati.net)에서 보실 수 있습니다.
- o 본 자료집에 실린 내용은 한국농수산물유통공사의 공식 견해와 반드시 일치하는 것은 아닙니다.
- o 본 자료집의 내용은 출처를 명시하면 인용할 수 있으나 무단전제, 복사는 법에 저촉됩니다.