

2024 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202411-04
품목 | 홍삼음료(Red Ginseng Drink)
HS CODE | 2202.99-1000
국가 | 아랍에미리트(UAE)



CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 조사

I. 요약

1. 요약	04
-------	----

II. 시장규모

1. UAE 무알콜음료 시장규모	06
2. UAE 무탄산음료 시장규모	07
3. UAE 홍삼음료 수입규모	08

III. 시장트렌드

1. 인기브랜드 1위: '부스트'	11
2. 성분 키워드 1위: '비타민'	12
3. 홍보문구 키워드 1위: '천연'	13

IV. 유통채널

1. UAE 홍삼음료 유통채널 점유율	15
2. UAE 홍삼음료 주요 유통채널	16



CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 조사

V. 진입장벽

1. UAE 홍삼음료 통관 및 검역 절차	23
2. UAE 홍삼음료 품질 인증	28
3. UAE 홍삼음료 라벨링	33
4. UAE 홍삼음료 성분 및 유해물질	39

VI. 수입·유통업체 인터뷰

1. 까르푸(Carrefour) UAE	45
2. noon(Noon) UAE	48
3. 사하자말파머시(Saha Jamal Pharmacy)	51

※ 참고문헌	54
--------	----



UAE 홍삼음료 시장

시장 현황

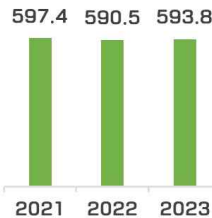
무알콜음료 시장규모

단위 : 십억 달러



무탄산음료 시장규모

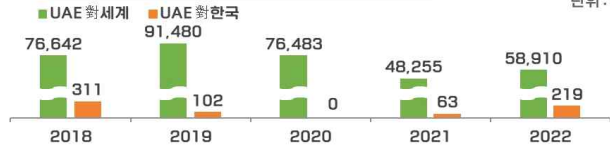
단위 : 백만 달러



수출입 현황

수출입 현황 (HS CODE 2202.99 기준)

단위 : 천 달러



국가별 수입규모



시장 트렌드

빅데이터 분석

부스트
어플라이드 뉴트리션 브랜드
셀루코어
다이나믹헬스
패스트앤업
엑스본드

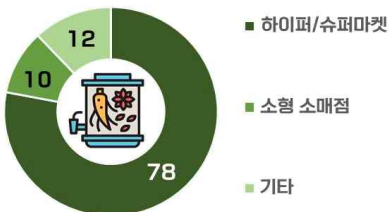
비타민 성분
단백질
칼슘
아연
마그네슘
칼륨

내추럴
에너지
영양
건강한
홍보문구
근육
글루텐프리

* UAE 아마존 홍삼음료 제품 203건 분석 결과

주요 유통채널

유통채널 점유율



통관 및 제도

수출 통관 유의사항

세금
기본 세율 5%
사전 준비
연방 식품 포털(ZAD) 통한
수입 식품 사전 등록 必
유기농 식품 ECAS 인증 必

관장 인증



유의사항

수입 에이전트 지정
외국인의 직접 진출을 통한 물품 판매 불가로 현지 에이전트 필요
라벨 필수 표기사항
제품명, 원재료명, 영양성분, 업체 정보, 보관 방법, 원산지 등

수입유통업체 인터뷰

인터뷰 대상 :



Point 01.

소비자 수요 건강을 중시하는 중산층 이상 고객들이나, 늘어나고 있는 UAE 내 동아시아 출신 이주민들에게서 수요가 있을 것으로 기대됨
홍삼음료 인식 홍삼을 활용한 음료에 대한 인식은 아직 미약한 수준으로, 온라인 플랫폼을 활용한 적극적인 마케팅이 권장됨
유통채널 및 홍보전략 약국이나 건강식품 매장, 고급 슈퍼마켓 등 오프라인 채널과 온라인 소매 채널을 동시에 활용하는 것이 권장됨

Point 02.

가격 UAE는 구매력이나 소비 성향이 다양한 편이지만, 대부분의 소비자들에게 합리적인 가격으로 받아들여질 것으로 보임
포장 형태 현지에서 알루미늄 캔 음료는 보편적이며, 주로 한번에 섭취할 용량(180ml)임을 고려할 때 적합한 포장 형태로 판단됨
수입 규제 사전 제품 등록이 필수적이며, 알루미늄 캔 포장은 포장 규제 측면에서 크게 문제되지 않을 것으로 보임

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

II 시장규모



1. UAE 무알콜음료 시장규모
2. UAE 무탄산음료 시장규모
3. UAE 홍삼음료 수입규모

1. UAE 무알콜음료 시장규모

UAE 국가 일반 정보¹⁾

면적	8만 3,600km ²
인구	105만 명
GDP	5,894억 달러
GDP (1인당)	5만 9,006달러

▶ 2023년 UAE 무알콜음료 시장규모, 2.64조 원²⁾³⁾⁴⁾

UAE의 무알콜음료 시장규모는 2023년 기준 2.64조 원으로 집계되었으며, 이는 최근 5년(2019-23년)간 연평균 1.4%씩 감소한 수치임. UAE의 무알콜음료 시장은 같은 해 33.5조 원 규모로 집계된 한국 무알콜음료 시장의 약 8% 수준의 규모를 가진 것으로 확인됨

▶ UAE 무알콜음료 시장, 향후 연평균 -0.2% 성장 전망

UAE의 무알콜음료 시장은 향후 5년(2024-28년)간 연평균 0.2%씩 역성장하여 2.60조 원 규모로 시장이 소폭 위축될 것으로 예측됨. UAE는 현재 높은 비만율로 인해 자국민 건강 확보를 위한 국가 차원의 노력이 계속되고 있으며, 2020년부터는 당이 첨가된 모든 음료에 약 50-100%의 높은 세금을 부과하기 시작함.⁵⁾ 이에 따라 향후 탄산음료 등의 소비는 줄어든 것으로 보이며, 비교적 건강한 선택지로 수요가 일부 이동할 것으로 전망됨

[표 2.1] UAE 무알콜음료 시장규모⁶⁾⁷⁾

단위 : 십억 달러



자료: 스태티스타(Statista)

1) 자료: 외교부 홈페이지

2) 자료: 스태티스타(Statista), 'Non-Alcoholic Drinks - United Arab Emirates', 2024.11

3) 스태티스타에 따르면, '무알콜음료(Non-Alcoholic Drinks)'는 알코올이 함유되지 않은 모든 종류의 음료를 포함함

4) 조사제품 '홍삼음료'의 제품 유형을 고려해 '무탄산음료(Non-Carbonated Soft Drinks)'와 상위 시장인 '무알콜음료' 시장을 조사함

5) 자료: KOTRA해외시장뉴스, 'UAE 식음료 업계, 지속 가능성 트렌드 확산 중', 2024.08

6) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

7) 1달러=1,379.30원(2024.11.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

8) 연평균 성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

2. UAE 무탄산음료 시장규모

▶ 2023년 UAE 무탄산음료 시장규모, 8,190억 원⁹⁾10)

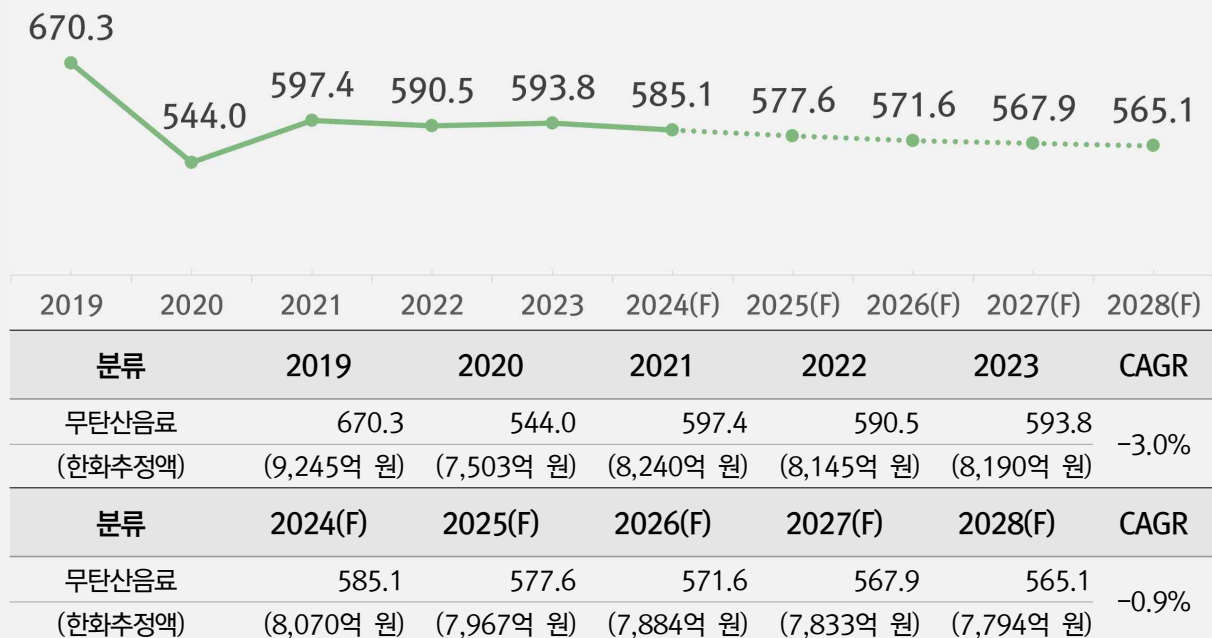
2023년 기준 UAE의 무탄산음료 시장규모는 8,190억 원으로 집계되었으며, 이는 최근 5년(2019-23년)간 연평균 3.0%씩 감소한 수치임. UAE의 무탄산음료 시장은 같은 해 12.1조 원 규모로 집계된 한국의 무탄산음료 시장의 약 7% 수준의 규모를 가진 것으로 확인됨

▶ UAE 무탄산음료 시장, 향후 연평균 -0.9% 성장 전망

UAE의 무탄산음료 시장은 향후 5년(2024-28년)간 연평균 -0.9%씩 역성장하여 2028년에는 7,794억 원 규모로 시장이 소폭 위축될 것으로 예측됨. UAE의 무탄산음료 시장은 2020년 설탕세 확대와 코로나19 봉쇄로 인한 외식 업소 소비 감소를 중심으로 시장이 크게 위축되었으며, 이후 소폭 반등했으나 이전의 규모를 회복하지는 못하고 있음. 당 음료에 대한 정부의 조치 하에서 시장의 확대는 기대하기 어려울 것으로 전망되며, 당 함량이 적거나 건강 증진에 도움이 되는 음료의 소비가 늘어날 것으로 기대됨¹¹⁾

[표 2.2] UAE 무탄산음료 시장규모

단위 : 백만 달러



자료: 스탯ISTA(Statista)

9) 자료: 스탯ISTA(Statista), 'Non-Carbonated Soft Drinks - United Arab Emirates', 2024.11

10) 스탯ISTA에 따르면, '무탄산음료(Non-Carbonated Soft Drinks)'는 탄산이 인공적으로 첨가되지 않은 다양한 청량음료를 포함함

11) 자료: KOTRA해외시장뉴스, 'UAE 음료 시장동향', 2021.07

3. UAE 홍삼음료 수입규모

HS CODE 2202.99

해당 장에서 조사제품 홍삼음료는 HS CODE 2202.99로 분류됨. HS CODE 제2202호의 품명은 '설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물'이며, HS CODE 2202.99의 품명은 '기타'로 확인됨

▶ HS CODE 2202.99 UAE의 對글로벌 수입액, 812억 원

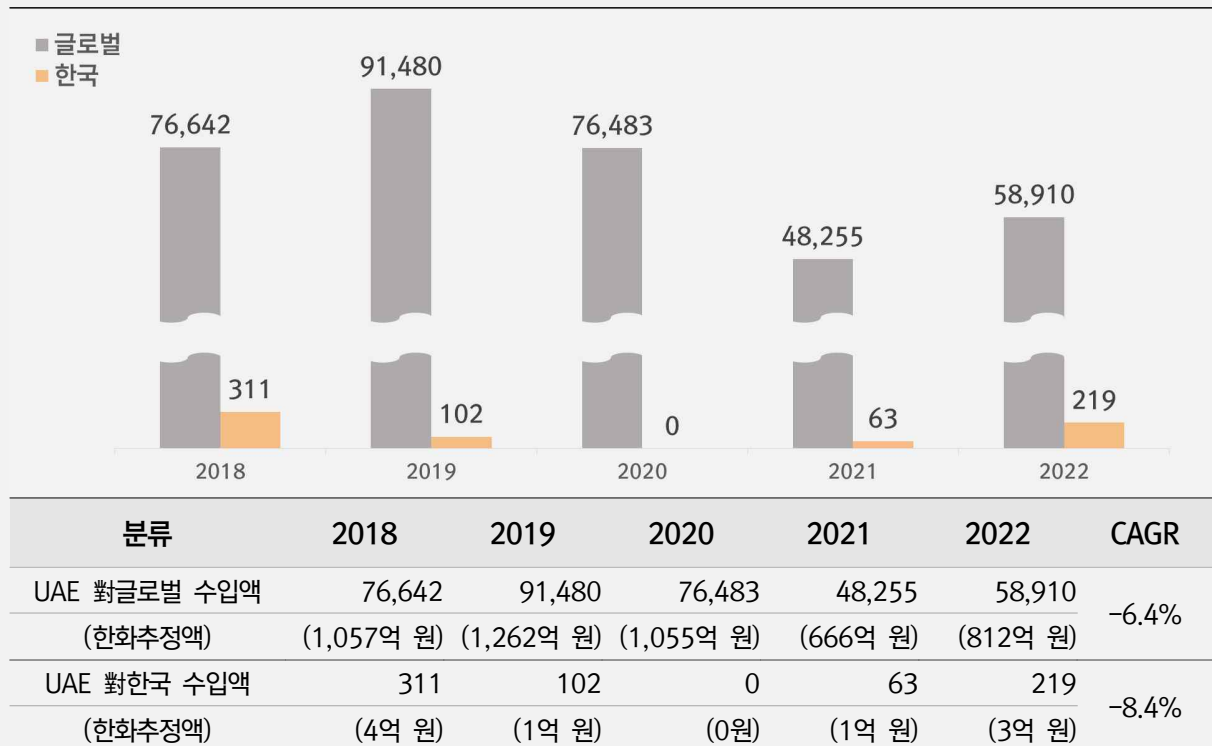
2022년 기준 HS CODE 2202.99 품목에 대한 UAE의 對글로벌 수입액은 812억 원으로 집계됨. 해당 품목에 대한 UAE의 對글로벌 수입액은 지난 5년(2018-22년)간 증가와 감소를 거쳐 연평균 6.4%씩 감소한 것으로 확인됨

▶ HS CODE 2202.99 UAE의 對한국 수입액, 글로벌 21위

2022년 기준 HS CODE 2202.99 품목에 대한 UAE의 對한국 수입액은 3억 원으로 집계되었으며, 이는 글로벌 21위에 해당함. 해당 품목에 대한 UAE의 對한국 수입액은 지난 5년(2018-22년)간 연평균 8.4%씩 감소한 것으로 확인됨. 한편, 해당 품목에 대한 UAE의 국가별 수입액은 2022년 기준 1위 일본(262억 원), 2위 덴마크(121억 원), 3위 태국(50억 원) 순으로 확인됨

[표 2.3] UAE HS CODE 2202.99 수입규모¹²⁾

단위 : 천 달러



자료: ITC(International Trade Centre)

12) UAE의 최신 수출입 통계는 2022년의 통계로 확인되어, 2022년과 이전 5개년 자료를 조사함

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

III 시장트렌드



1. 인기브랜드 1위: '부스트'
2. 성분 키워드 1위: '비타민'
3. 홍보문구 키워드 1위: '천연'

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ UAE 온라인 쇼핑몰 입점 홍삼음료¹³⁾

- 데이터 수집 키워드: 건강음료(Health Drink)
- 데이터 수집량: 203건
- 데이터 수집원: UAE 온라인 쇼핑몰 아마존(Amazon)

▶ UAE 온라인 쇼핑몰 입점 건강음료 특징 분석

- 데이터 분석 항목
- ① 브랜드 ② 성분 ③ 홍보문구

항목	키워드 (국문/영어)		빈도	키워드 (국문/영어)		빈도
브랜드	부스트	Boost	64	다이나믹헬스	Dynamic Health	5
	어플라이드 뉴트리션	Applied Nutrition	13	엑스본드	Xbond	5
	셀루코어	Cellucor	9	셀시어스	Celsius	3
	패스트앤업	Fast&Up	6	프라임 하이드레이션	Prime Hydration	3
성분	비타민	Vitamin	94	아연	Zinc	22
	단백질	Protein	55	철분	Iron	6
	칼륨	Potassium	44	오메가	Omega	5
	마그네슘	Magnesium	34	섬유질	Fibre	3
	칼슘	Calcium	34	(-)	(-)	(-)
홍보문구	천연	Natural	108	회복	Recovery	37
	에너지	Energy	89	Non GMO	Non Gmo	27
	영양	Nutrition	68	유기농	Organic	25
	건강	Healthy	66	코셔	Kosher	21
	글루텐프리	Gluten Free	61	할랄	Halal	18
	근육	Muscle	43	면역력	Immunity	16
	비건	Vegan	40	무방부제	No Preservatives	10

13) UAE 온라인 쇼핑몰 내 판매 중인 홍삼음료 제품의 수가 충분하지 않아, 제품의 맛과 제형을 고려하여 '건강음료' 키워드를 조사함

1. 인기브랜드 1위: ‘부스트’

▶ UAE 건강음료 브랜드 1위, ‘부스트’

- UAE 건강음료 브랜드 관련 키워드 중 ‘부스트’가 64건으로 가장 높은 빈도 수를 기록함
- 해당 브랜드는 UAE 브랜드로, 에너지 음료 및 건강 보조 음료를 주력으로 판매 중임. 특히, 비타민, 단백질 음료로 유명한 것으로 알려짐

▶ 스포츠 및 피트니스 중심 브랜드 빈출

- 영국 브랜드로 스포츠 및 피트니스 중심의 기능성 음료와 보충제를 주력으로 판매 중인 ‘어플라이드뉴트리션’이 13건 빈출됨
- 뒤를 이어, 미국의 스포츠 및 피트니스 보충제 브랜드로 알려진 ‘셀루코어’가 9건 도출됨

부스트		어플라이드뉴트리션		셀루코어	
					
제품명	인스턴트 초콜릿 드링크 (Instant Chocolate Drink)	제품명	ABE 프리워크아웃 드링크 (ABE Pre-Workout Drinks)	제품명	씨포 에너지 드링크 (C4 Energy Drink)
브랜드	부스트 (Boost)	브랜드	어플라이드뉴트리션 (Applied Nutrition)	브랜드	셀루코어 (Cellucor)
용량	500g	용량	330ml x 12캔	용량	335ml x 12병
가격	20.79디르함(7,807원 ¹⁴⁾)	가격	120.00디르함(45,062원)	가격	89.95디르함(33,778원)

[표 3.1] UAE 판매 건강음료 브랜드 관련 키워드



자료: UAE 온라인 쇼핑몰 판매 제품 내 ‘건강음료’ 관련 게시물 203건 분석

14) 1디르함=375.52원(2024.11.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 성분 키워드 1위: ‘비타민’

▶ UAE 건강음료 성분 키워드로 ‘비타민’ 1위

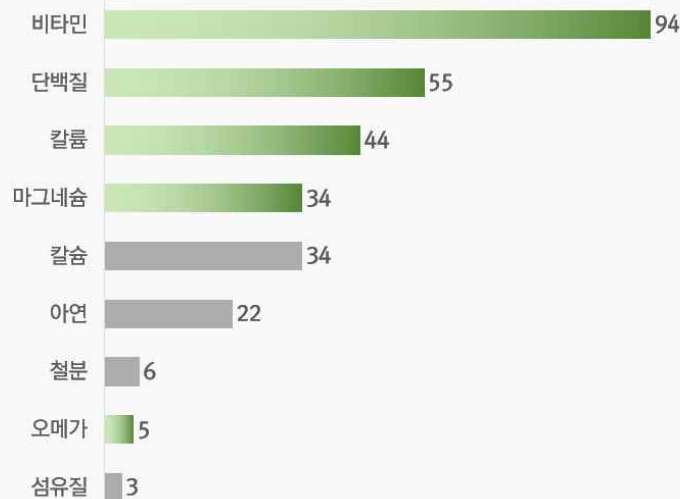
- UAE 온라인 쇼핑몰에서 판매 중인 건강음료 제품의 성분 키워드로 ‘비타민’이 94건으로 가장 많이 도출됨
- 또한, ‘비타민’을 포함하여 ‘칼륨’이 44건, ‘마그네슘’과 ‘칼슘’이 각 34건, ‘아연’이 22건 등 영양소 관련 키워드가 빈출됨

▶ ‘단백질’, ‘오메가’ 등 다양한 성분 키워드 빈출

- ‘단백질’ 키워드가 55건, ‘오메가’ 키워드가 5건으로 에너지 증진 및 체력 강화 효과를 내세울 수 있는 키워드들이 빈출됨
- 이외에도 소화 개선 및 장 건강에 도움을 줄 수 있는 성분으로 알려진 ‘섬유질’도 총 3건 발견됨

비타민		단백질		칼륨	
					
제품명	씨파이프 하이드레이션 (C5 Hydration)	제품명	소야 프로틴 초콜릿 드링크 (Soya Protein Chocolate Drink)	제품명	프라임 하이드레이션 드링크 (Prime Hydration Drink)
브랜드	씨파이프 (C5)	브랜드	알프로 (Alpro)	브랜드	프라임하이드레이션 (Prime Hydration)
용량	500ml x 12개	용량	250ml x 6개	용량	500ml x 12개
가격	89.00디르함(33,421원)	가격	57.31디르함(21,521원)	가격	178.00디르함(66,843원)

[표 3.2] UAE 판매 건강음료 성분 관련 키워드



자료: UAE 온라인 쇼핑몰 판매 제품 내 ‘건강음료’ 관련 게시물 203건 분석

3. 홍보문구 키워드 1위: ‘천연’

▶ UAE 건강음료 홍보문구 키워드로 ‘천연’ 1위

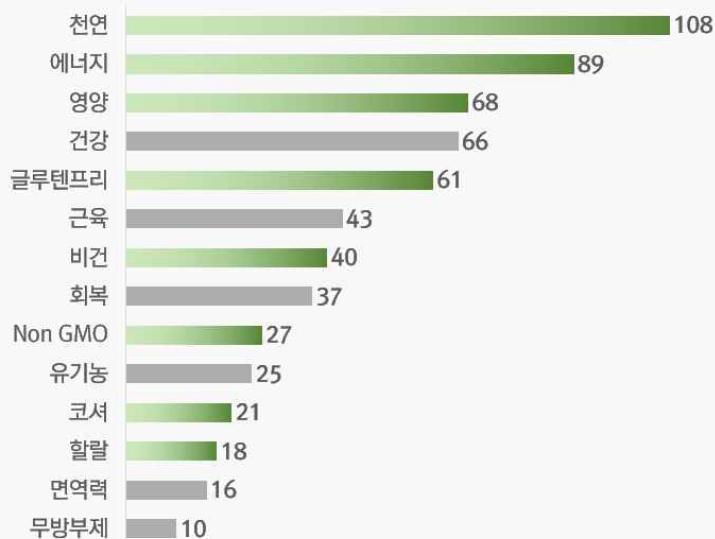
- 홍보문구 키워드로 ‘천연’이 총 108건으로 높은 빈도로 언급됨. 이를 통해, UAE 소비자들이 천연 원료로 만든 제품을 선호하는 것을 알 수 있음
- 또한, ‘영양’이 68건, ‘건강’이 66건, ‘면역력’이 16건 등 건강과 웰빙 중심의 키워드들이 빈출됨

▶ ‘글루텐프리’, ‘비건’ 등 특수 식단과 인증 강조 키워드 다수

- ‘글루텐프리’ 61건, ‘비건’ 40건, ‘Non GMO’ 27건, ‘코셔’ 21건, ‘할랄’ 18건 등 식단 제한이나 인증 관련 키워드가 다수 빈출됨
- 따라서, 프리미엄 건강 음료로 자리매김하기 위해 고품질 인증을 강조하는 것이 주효할 것으로 분석됨

천연		영양		글루텐프리	
					
제품명	콤부차 (Kombucha)	제품명	고스트 에너지 드링크 (Ghost Energy Drink)	제품명	오가닉 알로에베라 (Organic Aloe Vera)
브랜드	보레차(Borécha)	브랜드	고스트(Ghost)	브랜드	다이나믹헬스(Dynamic Health)
용량	330ml x 4캔	용량	423ml x 12캔	용량	946ml
가격	37.04디르함(13,909원)	가격	164.95디르함(61,942원)	가격	37.25디르함(13,988원)

[표 3.3] UAE 판매 건강음료 홍보문구 관련 키워드



자료: UAE 온라인 쇼핑몰 판매 제품 내 ‘건강음료’ 관련 게시물 203건 분석

IV 유통채널



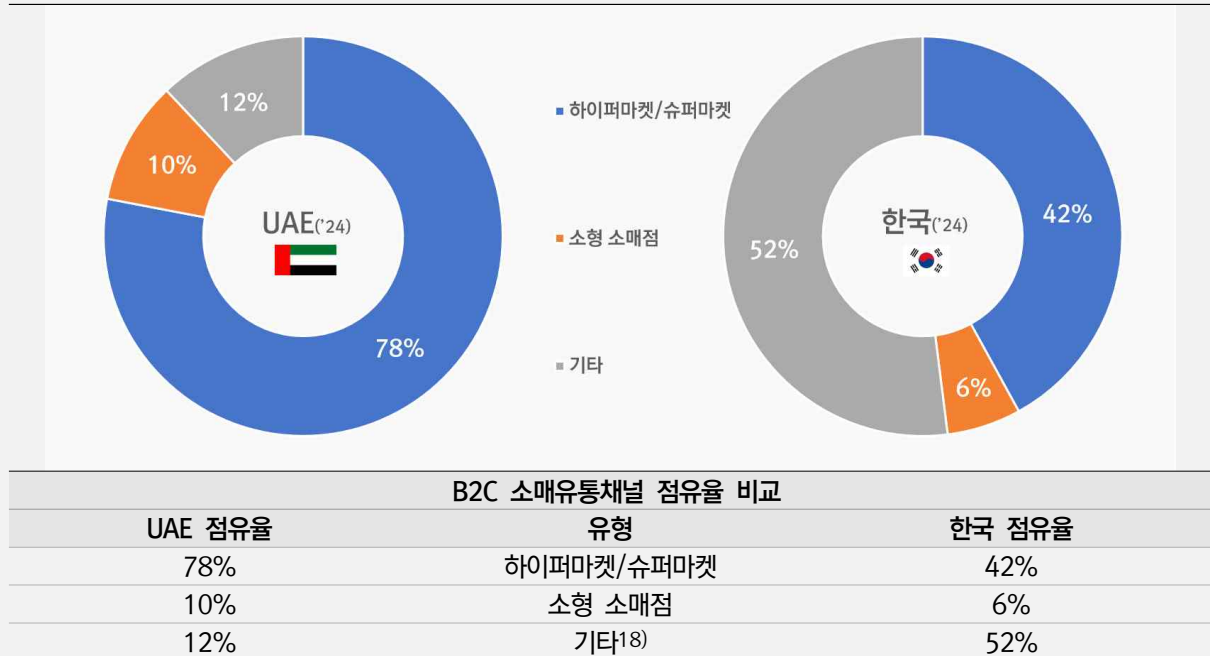
1. UAE 홍삼음료 유통채널 점유율
2. UAE 홍삼음료 주요 유통채널

1. UAE 홍삼음료 유통채널 점유율

▶ UAE 소비재 유통채널, ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’이 1위

2024년 1분기 기준 UAE 내 식료품을 비롯한 소비재 유통채널 중 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’이 78%의 점유율로 대부분을 담당하는 것으로 파악됨. 12%의 ‘기타’가 2위, 10%의 ‘소형 소매점’이 3위로 그 뒤를 이었음. 한편, 한국은 온라인 채널이 포함된 ‘기타’가 52%로 1위, ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’이 42%로 2위, ‘소형 소매점’이 6%로 3위를 차지함. UAE의 경우 식료품을 비롯한 소비재 유통에 있어 하이퍼마켓/슈퍼마켓의 비중이 절대적인 것으로 나타났으며, 소형 소매점, 지역 협동조합 등이 나머지 일부를 담당하는 것으로 확인되었음. 한국의 경우 39%를 차지하는 ‘온라인’ 채널이 ‘기타’ 항목으로 편입되며 ‘기타’의 점유율이 가장 높게 집계된 점이 특징적임. UAE의 경우 소비재 유통에 있어 하이퍼마켓/슈퍼마켓으로의 심한 편중과 이외 현대적 유통채널의 부족으로 유통채널 선정에 있어 그 선택의 폭이 비교적 제한된 상황임. 따라서 높은 점유율의 하이퍼마켓/슈퍼마켓과 현재 현지에서 빠르게 성장 중인 온라인 시장 위주의 공략이 특히 효과적일 것으로 판단됨¹⁵⁾

[표 4.1] UAE 및 한국 FMCG B2C 소매유통채널 점유율 비교¹⁶⁾¹⁷⁾



자료: 스탯ISTA(Statista)

15) 자료: KATI농식품수출정보, '[UAE] 전자상거래(E-Commerce) 시장의 성장과 전망', 2024.03

16) 해당 장에서 '홍삼음료'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 '일용소비재(Fast-Moving Consumer Goods, FMCG)'의 유통채널 정보를 확인함

17) 자료: 칸타월드패널(Kantar Worldpanel), 'Asia Pulse - Q1 2024', 2024.06

18) '기타'는 온라인, 편의점 등을 포함함

2. UAE 홍삼음료 주요 유통채널 ① 하비니콜스

기업 기본 정보	기업명	하비니콜스(Harvey Nichols)		HARVEY NICHOLS
	기업구분	백화점		
	홈페이지	www.harveynichols.com		
	위치	두바이(Dubai)		
	규모	매출액('23) • 7,972만 파운드(약 1,426억 원19))		
	기업 요약	• 1831년 영국 런던(London)에 처음 설립된 고급 백화점 체인 • UAE, 홍콩, 이스탄불, 사우디아라비아 등 과거 영국과 밀접한 관계의 국가를 중심으로 해외 진출을 진행해 왔음 • 일부 지점에는 고급 식료품 코너인 '푸드마켓(Foodmarket)'이 운영됨 • 퍼스널 쇼핑 어드바이저 서비스 등 고객 맞춤형 서비스를 제공함		
매장정보	입점 가능 품목	• 고급 패션, 액세서리, 뷰티 제품, 주방용품, 신선식품, 주류 등		
	선호 제품	• 유럽 내 유명 브랜드, 프리미엄 제품		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 - 문의 시 일반적으로 필요한 정보 ① 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 등) ② 공급 제품 정보(주요 시장, 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오 등) ③ 참고자료(회사소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 - 전화번호: +971-4-409-8888 - 이메일: harveynicholscustomerrelations@altayer.com		

자료: 하비니콜스(Harvey Nichols), 스탯티스타(Statista)

사진 자료: 구글맵(Google Maps)

19) 1파운드=1,788.29원(2024.11.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

2. UAE 홍삼음료 주요 유통채널 ② 까르푸 UAE

기업 기본 정보	기업명	까르푸(Carrefour) UAE	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.carrefouruae.com	
	위치	UAE 전역	
	규모	매출액('23) ²⁰⁾ • 247억 디르함(9조 2,753억 원 ²¹⁾) 기타 규모 • 매장 수('24): 97개	
기업 요약		1958년 프랑스에서 시작된 세계 최대 하이퍼마켓/슈퍼마켓 체인 중 하나임 30개 국가에서 약 1만 3,894개의 매장을 운영 중임 - 중동 및 북아프리카 지역에서는 '마이드알푸타임(Majid Al Futtaim)' 그룹이 UAE를 포함해 15개국에 375개 매장을 운영 중임 - UAE 내에서 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 소규모 슈퍼마켓 등 다양한 형태로 도심과 교외에 폭넓게 위치함	
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 가공식품, 육류, 수산물, 생선류, 냉동식품 등	
	선호 제품	• 공인된 공급업체 및 UAE 내에서 생산된 식품, 인증을 취득한 수입품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 홈페이지를 통한 입점 문의 - 홈페이지 하단 'Contact Us(연락)' 클릭 (www.carrefouruae.com/helpcenter) - 해당 페이지 하단에서 'Send Message(메세지 보내기)' 클릭 - Inquiry(문의) - Product(제품) - Product Inquiry(제품 문의) 항목 선택 'Did this solve your issue?(문제가 해결되었습니까?)'란 'No(아니오)' 체크 - 담당자 이름, 연락처, 이메일 입력 후 문의 내용 입력 - 문의사항 연락처 - 전화번호: +971-800-73232	

자료: 까르푸(Carrefour) UAE, 마이드알푸타임(Majid Al Futtaim)

사진 자료: 까르푸(Carrefour) UAE, 타임아웃두바이(Time Out Dubai)

20) 모기업 마이드알푸타임(Majid Al Futtaim)의 중동, 북아프리카 지역 매출액

21) 1디르함=375.52원(2024.11.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

2. UAE 홍삼음료 주요 유통채널 ③ 스피니즈

기업 기본 정보	기업명	스피니즈(Spinneys)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.spinneys.com	
	위치	UAE 전역	
	규모	매출액('23) • 28억 7,000만 디르함(1조 777억 원) 기타 규모 • 매장 수('24): 65개	
	기업 요약	• 고품질, 신선한 식품 취급에 집중하는 중동의 프리미엄 슈퍼마켓 브랜드 • 1924년 이집트에서 설립되었으며, 1961년 처음 두바이(Dubai)에 진출함 • 주로 서양 이주민들이 이용하는 것으로 알려져 있으며, 영국산 제품과 함께 '논-무슬림(Non-Muslim)' 코너가 존재해 베이컨, 돼지고기 등을 판매함 • 2024년 가족기업으로는 드물게 기업공개(IPO)를 단행해 사세 확장에 나서고 있으며, 현재 사우디아라비아 진출에 집중하고 있음²²⁾	
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 즉석식품, 냉동식품, 음료류, 주류, 소스류, 스낵류, 생활용품 등	
	선호 제품	• UAE 내 식품 인증을 취득한 제품, 프리미엄 유기농 제품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 입점 문의(www.spinneys.com) - 홈페이지 하단 'Contact(연락)' 클릭 - 'Leave us a comment(의견 남기기)' 클릭 - 하단 'Simple Online Form(간단한 온라인 양식)' 클릭 - 공급자 정보(이름, 전화번호, 이메일) 및 문의 내용 입력, 첨부해 제출 • 기타 문의사항 연락처 - 전화번호: +971-600-57-57-56 - 이메일: support@spinneys.com	

자료: 스피니즈(Spinneys), KATI농식품수출정보

사진 자료: 아라비안비즈니스(Arabian Business), 걸프뉴스(Gulf News)

22) 자료: KATI농식품수출정보, '[UAE] 슈퍼마켓 체인 Spinneys 기업공개(IPO)에 따른 유통업계 변화', 2024.05

2. UAE 홍삼음료 주요 유통채널 ④ 룰루하이퍼마켓

기업 기본 정보	기업명	룰루하이퍼마켓(Lulu Hypermarket)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.luluhypermarket.com	
	위치	UAE 전역	
	규모	매출액('23) ²³⁾ • 42억 5,000만 달러(5조 8,620억 원 ²⁴⁾ 기타 규모 • 매장 수('24): 103개 ²⁵⁾	
	기업 요약	• UAE 아부다비(Abu Dhabi)에 본사를 둔 대형 하이퍼마켓 체인 • 현재 UAE, 사우디아라비아, 인도, 이집트, 인도네시아 등 10개국에 진출해 있음 • 신선식품의 경우 유기농, 수입 프리미엄 제품을 주로 취급하며, 생활용품과 가전, 의류 등도 폭넓게 취급함 • 다양한 국가의 제품을 수입해 취급하며, 저렴한 상품군부터 프리미엄 수입 식료품까지 갖춰 다양한 범위의 소비자층을 겨냥함	
매장정보	입점 가능 품목	• 신선과일 및 채소, 가공식품, 냉동식품, 수입 식료품, 생활용품 등	
	선호 제품	• 식품 인증을 취득한 제품, 유기농 식품, 수입 프리미엄 식품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 유선 연락 및 이메일을 통한 문의 - 문의 시 일반적으로 필요한 정보 ① 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 등) ② 공급 제품 정보(주요 시장, 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오 등) ③ 참고자료(회사소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 - 이메일: customercare@luluhypermarket.com - 전화번호: +971-600-540048	

자료: 룰루하이퍼마켓(Lulu Hypermarket)

사진 자료: 룰루하이퍼마켓(Lulu Hypermarket), 아라비안비즈니스(Arabian Business)

23) 모기업 룰루리테일그룹(Lulu Retail Group) 전체 매출액

24) 1달러=1,379.30원(2024.11.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

25) 하이퍼마켓과 익스프레스(Express) 매장을 포함한 매장 수

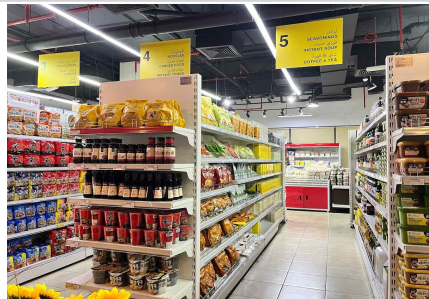
2. UAE 홍삼음료 주요 유통채널 ⑤ 1004고메

기업 기본 정보	기업명	1004고메(1004 Gourmet)		
	기업구분	아시안마트/한인마트		
	홈페이지	www.1004gourmet.com		
	위치	두바이(Dubai), 아부다비(Abu Dhabi)		
	규모	기타 규모 • 매장 수('24): 3개		
	기업 요약	• 2008년 설립되어 현재 두바이와 아부다비에 지점을 운영 중인 한인마트 • 한국산 신선식품, 가공식품 뿐 아니라 일본, 중국, 대만, 태국 등 아시아 내 다양한 국가의 제품을 직접 수입해 유통 중임 • 소매유통뿐 아니라 호텔, 레스토랑, 타 슈퍼마켓 등지에 도매 유통도 수행함 • 온라인 쇼핑몰이 활성화되어 있으며, 기간 한정 할인을 빈번히 진행함 • 한국 내 유명 외식 프랜차이즈와 제휴한 홍삼음료, 갈비탕 등 다양한 HMR(가정간편식) 제품을 취급 중임		
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 가공식품, 냉동 육류 및 해산물, 생활용품, 한국산 화장품 등		
	선호 제품	• 식품 인증을 취득한 제품, 현지 수요가 높은 한국 및 아시아 제품		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 유선 연락 및 이메일을 통한 문의 - 문의 시 일반적으로 필요한 정보 ① 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 등) ② 공급 제품 정보(주요 시장, 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오 등) ③ 참고자료(회사소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 - 전화번호: +971-4-882-9882 - 이메일: Info@1004gourmet.com		

자료: 1004고메(1004 Gourmet)

사진 자료: 1004고메(1004 Gourmet), 트리플(Triple)

2. UAE 홍삼음료 주요 유통채널 ⑥ 패밀리케이

기업 기본 정보	기업명	패밀리케이(FamilyK)		
	기업구분	아시안마트/한인마트		
	홈페이지	www.familyk.ae		
	위치	두바이(Dubai)		
	기업 요약	2015년 ‘K-Food & Asian Foodstuff Import & Marketing’이라는 기업명으로 설립된 한국산 식료품 유통 업체로, 소매업 영역까지 사업 확장 후 ‘패밀리케이(FamilyK)’로 사명 변경 - 한국 식품 트렌드에 맞는 새로운 제품들을 지속적으로 수입하고 있음 - 인스타그램 등 SNS를 활용해 신제품 소식, 할인 정보를 공유함 - 온라인 쇼핑몰이 활성화되어 있으며, 100디르함(3만 5,927원) 이상 주문 시 두바이 내 당일·무료배송 서비스를 주 6일 제공함		
매장정보	입점 가능 품목	신선식품, 가공식품, 할랄 식품, 김치, 쌀, 냉동식품, 라면 등		
	선호 제품	식품 인증을 취득한 제품, 현지 수요가 높은 한국 제품		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 홈페이지를 통한 입점 문의 - 홈페이지 우측 상단 ‘Contact Us(연락)’ 클릭 - 문의 시 필요한 정보 ① 공급자 정보(담당자 이름, 이메일) ② 문의 주제 및 문의 내용 - 문의사항 연락처 - 전화번호: +971-4-328-1543 - 이메일: sales@familyk.ae		

자료: 패밀리케이(FamilyK)

사진 자료: 패밀리케이(FamilyK), 두바이로컬(Dubai Local)

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

V 진입장벽



1. UAE 홍삼음료 통관 및 검역 절차
2. UAE 홍삼음료 품질 인증
3. UAE 홍삼음료 라벨링
4. UAE 홍삼음료 성분 및 유해물질

1. UAE 홍삼음료 통관 및 검역 절차²⁶⁾

▶ UAE 홍삼음료 수출 통관 단계별 주요사항

UAE로 수입되거나 생산 및 판매되는 모든 식품은 반드시 사전 식품 등록을 거쳐야 함. UAE는 각 토후국²⁷⁾ 정부가 식품 안전에 관하여 각기 관할하고, 식품 등록 절차도 개별 토후국의 등록 시스템을 이용해 왔음. 그러나 2018년 2월 연방정부와 두바이 정부가 연방 식품 포털(ZAD: Federal Portal for Food Trade in the UAE)을 개설하여, 해당 포털을 통해 공통적으로 식품 등록 절차를 수행할 수 있게 됨. 식품 등록 절차를 진행하며 식품 라벨에 대한 심사도 이루어짐

[표 5.1] UAE 홍삼음료 통관 검역 절차



자료: 관세청

26) 해당 내용은 국가 상황에 따라 변동 가능하니 최신 내용을 확인 부탁드립니다.

27) 아부다비, 두바이, 샤르자, 움알카이와인, 아즈만, 라스알카이마, 푸자이라의 7개 토후국을 지칭

[표 5.2] UAE 통관 제도 1

사전 등록	- 수입신고 전 수입업체를 통해 FIRS(Food Import&Re-export System) 또는 연방 식품 포털(ZAD: Federal Portal for Food Trade in th UAE)에 수입식품의 사전 등록 필요 - FIRS 등록 시 온라인으로 수입신청서와 함께 제품의 라벨 사진을 첨부하여 제출해야 하며, 제품의 라벨 사진 첨부이 어려운 경우 제품의 사진으로 대체 가능함 - ZAD 등록 시 온라인으로 수입신청서와 함께 제품의 라벨, 포장, 제품의 건강 및 영양 강조 표시에 대한 원산지 관할 당국의 확인증을 제출해야 함 - 수입식품 등록을 통해 식품 라벨 승인을 받을 수 있으며, 수입식품 등록 미진행 시 통관이 거부됨 - 또한, 식품 수입 전 두바이 중앙식품시험소(Dubai Central Food Laboratory) 또는 국제 인정 시험소로부터 수입 대상 식품의 소비적합성 성적서 취득을 권장하며, 성적서 미보유 시 화물 도착 후 샘플 시험결과가 나올 때까지 반출이 보류됨
세관 신고	- 수입업체, 현지 대리인 또는 관세사를 통해 세관 신고를 진행함 - 온라인 또는 허가받은 통관 브로커를 통해 수입신고서를 제출하며, 항공송장, 선하증권, 송장, 원산지증명서, 포장명세서, 화물인도지시서, 수입통관허가증을 제출해야 함
관세 부과	- 걸프 협력 회의(GCC: Gulf Cooperation Council) 관세 협정에 따라 회원국 이외의 다른 국가로부터 수입되는 대부분의 식품에는 CIF 기준으로 평균 5%의 관세가 부과됨 - 담배의 관세율은 100%, 술의 관세율은 50%이며, 예외적으로 무관세를 부과하는 품목도 존재함 - 관세 부과량은 품목에 따라 상이함
관능 검사	- 유통기한과 표시사항 규정의 준수 여부 확인을 위해 모든 수입식품을 대상으로 관능 검사를 실시함 - 정밀검사가 불필요한 경우 반출확인서가 교부되어 통관이 완료되며, 육안 검사 부적합 시 위험분류에 따라 단계별 정밀검사 여부를 결정함
물품 반출	- 관세 납부와 물품검사 완료 시 물품 반출 확인서를 발급받은 후 물품의 반출이 가능함 - 통관 시 수입업자는 반입신고서와 함께 다음과 같은 서류를 현지 세관에 제출해야 함 - 수출입화물 명세신고서, 화물인도지시서 또는 선하증권, 상업 송장, 포장명세서, 수입허가서, 원산지증명서, 할랄인증서, 검역증명서

자료: 한국농수산물유통공사

[표 5.3] UAE 통관 제도 2

수입 에이전트 지정	• UAE는 외국인의 직접 진출을 통해 물품을 판매할 수 없으며, 에이전트를 통해서만 공급이 가능함. 한국지사 혹은 해외 사무소를 통해 수입한 경우 수입 및 유통이 제한되므로, 현지 에이전트 선정이 필수적임 • 에이전트와 계약 시 계약서의 계약 기간, 거래 물품 세부 내역, 가격, 인도 시기와 방법, 대금결제 방법 등을 정확히 작성하여 분쟁 시 문제가 없도록 해야 함 • 다음 물품의 경우 현지 에이전트 없이 외국 기업이 수입할 수 있음 - 가축, 유제품, 지방과 기름, 꿀, 계란, 과일주스, 소금, 이스트, 동물사료, 세제, 위생용품 등
제출 서류 준비	• 수출국 상공회의소에서 인증한 원산지 증명서가 수입통관 필수 서류이므로 수출 전 준비가 필요함 • 수입 물품에 따라 원산지증명서 및 상업송장상에 수출국 소재 UAE 대사관의 확인을 요구하는 경우도 있어, 사전에 바이어를 통해 확인한 후 서류를 준비하도록 함
세관 사전 확인	• 연방 세관(FCA Federal Customs Authority)이 세관 절차 개선 및 통합을 위해 창설되었지만 지역별 세관을 통해 실제 통관이 진행되면서 세관별로 업무 수행 세부 기준이 다른 경우가 많아 수입신고 전 세관을 통해 세부 내용을 다시 한번 확인할 필요가 있음

자료: 한국농수산물유통공사

▶ UAE 검역 제도

UAE는 식품의 종류에 따라 식품의 위험도를 세 가지로 분류하며, 식품 위험도 별로 적색 절차, 황색 절차, 녹색 절차의 검역을 진행함. 위험도가 낮은 식품일수록 비교적 간단한 녹색 절차를 밟을 확률이 높으며, 위험도가 높은 식품일수록 비교적 까다로운 적색 절차를 밟을 확률이 높음

[표 5.4] UAE 검역 제도 - 식품 위험도 분류

식품 위험도 분류	저위험식품	커피, 차, 설탕, 시럽, 꿀, 탄산음료 농축액, 식품첨가물, 향료추출물, 기름, 지방, 마가린, 견과일, 포장 채소, 곡물, 콩, 파스타(스파게티 및 쿠스쿠스), 말린 허브, 소금, 식초, 알코올음료, 증류주
	중위험식품	생수, 탄산음료, 주스, 농축액, 신선과일, 포장 과일, 냉동야채 및 과일, 코코아, 초콜릿, 비스킷, 사탕, 향신료, 건조 수프, 이스트, 박테리아 배양물, 커피 화이트너, 휘핑크림, 잼, 젤리, 쌀, 밀가루, 전분, 튀김, 조식용 시리얼, 산성식품
	고위험식품	육류, 수산물, 우유, 요거트, 치즈, 아이스크림, 달걀, 버터, 냉동 패이스트리 우유와 계란을 함유한 베이커리 제품, 유아용 식품, 특별 규정식, 말린 견과류 및 코코넛, 견과 및 코코넛 플레이크, 참깨, 타히니, 땅콩버터, 자른 사전포장 채소, 증류한 저산성 식품

자료: 한국농수산물유통공사

[표 5.5] UAE 검역 제도 - 식품 위험도별 검역 진행 비율

구분	적색 절차	황색 절차	녹색 절차
고위험식품	80~100%	0~10%	0~10%
중위험식품	15~25%	15~25%	50~70%
저위험식품	5~10%	0~5%	85~90%
검사 내용	- 위생 서류 검토 - 화물 검사 - 무작위 샘플 채취를 통한 추가 검사	- 위생 서류 검토 - 화물 검사	위생 서류 검토만 진행

자료: 한국농수산물유통공사

▶ UAE로 홍삼음료 수출 국내 업체, AEO 등록 시 통관 혜택 多

수출입안전관리 우수공인업체(AEO: Authorized Economic Operator)란 수출입기업, 운송인, 창고업자 등 무역과 관련된 기업 중 관세 당국이 법규준수, 안전관리 수준 등에 대해 심사하고 공인한 기업을 의미함. AEO 기업에 대해서 신속통관, 세관검사 축소 등 통관 절차상의 다양한 혜택을 부여하고, 사회 안전 및 국민건강을 위협할 수 있는 물품의 반입을 차단하려는 것이 제도의 핵심임. AEO 기업에는 물품 검사비용이 축소되고 서류 제출이 생략되어 물류 흐름이 원활해지며, 각종 관세조사의 원칙적 면제, 수입 신고 시 담보 생략으로 인한 자금부담 완화 등 다양한 혜택이 있음. 한국과 UAE의 상호인정약정(MRA: Mutual Recognition Arrangement)이 2018년 10월부터 발효됨에 따라, 한국 수출 물품이 UAE에서 수입통관 시 검사 축소, 우선 통관 등의 혜택을 받을 수 있음

[표 5.6] 수출입안전관리 우수공인업체(AEO) 제도 정보

정의	수출입기업, 운송인, 창고업자, 관세사 등 무역과 관련된 기업 중 관세 당국이 법규준수, 안전관리 수준 등에 대해 심사를 통해 공인한 기업	
적용 대상	납세자, 수출업자, 제조업자, 통관업자, 화물운송업자, 해운대리점, 창고업자, 해상운송업자, 항공운송업자	
AEO 혜택	세관 혜택	- 수입검사를 축소, 서류 심사 간소화, 세관 연락관 활용 등 신속통관 혜택 - AEO 제도 시행국가들과 상호인정약정(MRA)을 체결하게 되면 검사 생략, 검사 선별 시 우선 검사 등의 혜택을 받을 수 있음
	경쟁력 강화	- 타국의 세관 당국에서도 천재지변, 국경폐쇄 등 비상시 AEO 화물을 우선 조치·통관해 줌 - 통관 애로 사항, 무역장벽을 해소하여 수출경쟁력을 높일 수 있음 - AEO를 통해 법규준수, 안전관리 역량 등이 우수한 기업으로 인정받게 되어 거래선 유지 확보 등에서 이점이 있음
	비용 절감	- 수출입 시 신속통관 편의 등의 각종 혜택을 부여받게 되어 국제 무역 거래 진행의 리드 타임과 각종 비용을 절감할 수 있음 - 내부 관리 능력이 제고되어 물품의 정기운송률이 높아지고, 손실 방지와 재고 화물 감소 등을 통해 물류비용 절감이 가능함
신청방법	1단계(공인신청): 신청업체가 관세청 유니패스를 통해 신청서 제출	
	2단계(공인심사): 서류 심사(60일 이내), 현장심사(60일 이내)	
	3단계(AEO 공인심의회위원회): 공인 여부, 등급조정, 공인취소 및 유보 결정	
	4단계(종합심사): 5년 주기, 서류+현장심사, 기준유지 점검(통관 적법성 포함)	

자료: 관세청

2. UAE 홍삼음료 품질 인증

▶ UAE 유기농 식품, ECAS 인증 必

UAE 내에서 생산하거나 수입, 유통되는 상품은 UAE 산업첨단기술부(MoIAT: Ministry of Industry and Advanced Technology, 구 ESMA²⁸⁾)가 규정한 규격 기준을 준수해야 하며, MoIAT는 규제 품목에 대한 필수 인증인 ECAS(Emirates Conformity Assessment Scheme)와 임의 인증인 EQM(Emirates Quality Mark) 발급을 통해 해당 제품의 UAE 규격 기준 부합 여부를 고지함. 유기농 식품(Organic Food)은 ECAS 인증의 대상 품목으로, 고객사 제품이 유기농 식품에 해당하는 경우에는 ECAS 인증을 취득해야 함

[표 5.7] UAE ECAS 인증

ECAS 인증 개요	- MoIAT에서 강제하는 필수 인증인 ECAS는 해당 제품의 안전 및 환경에 대한 위해 여부, 국제 기준 준수 여부를 평가하는 기준임 - 규제 대상 품목으로 지정되면 해당 품목의 생산자나 수입업자 등은 반드시 UAE 수입 이전에 ECAS를 취득해야 함. 유효 기간은 1년이며 만료 1개월 이전에 갱신 신청을 해야 함
대상 품목	케이블 및 저전압 전기선, 조명 기구, 전기온수기, 산화 생물 분해성 플라스틱 물질, 담배, 향수, 식품 접촉 물질, 유기농 식품, 수전, 페인트, 니스, 윤활유, 해상 선외기 엔진, 전기제품, 상용 에어컨, 중고 차량, 유아용 시트, 자동차 부품, 화장품, 세제류, 개인 보호 장비, 전자담배 기기 및 관련 제품, 스쿠터, 호버보드, 에너지 드링크
인증 절차	- 인증기관의 안내에 따라 MoIAT 홈페이지 가입 후 신청 - Test Report 발급 및 제출 - 인증기관의 검토 및 승인 - 인증서 발급

자료: 한국농수산물유통공사

28) 기존 규제 제정 및 제품 제재를 관할하던 UAE 표준측량청(ESMA: Emirates Authority for Standardization and Metrology)이 2020년 MoIAT로 흡수됨

[표 5.7] UAE ECAS 인증

제출 서류	• 신청서 • UAE 사업자등록증 • 자기 적합 선언서 • 제품 확인서 • 제품 라벨 • 포장 라벨 • 매뉴얼(영문 및 아랍어) • 에너지 효율 성적서(해당 제품) • RoHS 시험 성적서(해당 제품) • 그 외 MoIAT에서 요구하는 기타 서류 수입 에이전트 지정
인증 기관	• 2016년부터 MoIAT가 지정한 민간 인증기관을 통해 인증서를 발급받을 수 있음 • 2021년 5월 기준 MoIAT에서 지정한 인증기관은 다음과 같음 - Bureau Veritas (middle-east.bureauveritas.com) - Dubai Municipality (www.dm.gov.ae) - THE Q (www.q-ae.com) - TUV NORD (www.tuv-nord.com) - TUV SUD (www.tuv-sud.ae) - bsi (www.bsigroup.com) - TUV Rheinland (www.tuv.com) - PRIME www.primegroup.ae) - Abu Dhabi Quality and Conformity Council (jawdah.qcc.abudhabi.ae) - UL (www.ul.com/middle-east) - Intertek (www.intertek.com) - RACS (www.racs-me.com) - GULFTIC (www.gulftic.com) - SGS (www.sgs.com)

자료: 한국농수산물유통공사

▶ 할랄 인증 기관

UAE 산업첨단기술부(MoIAT)는 글로벌 할랄 인증 기관(HAB: Halal Accreditation Body)을 선정하여 할랄 인증 기관(HCB: Halal Certification Body)을 평가 및 인증할 수 있는 권한을 위임하였으며, 해당 기관이 인정한 인증 기관이 실질적인 할랄 인증 발급 및 마크 부착 과정을 수행하게 됨. MoIAT가 승인한 한국의 인증 기관으로는 한국인증지원센터, 국제할랄인증지원센터가 있음. 국제할랄인증지원센터는 인증 대상 품목 코드 중 C, D, E, N을 다룸

[표 5.8] 국제할랄인증지원센터 할랄 인증 절차

국제할랄 인증지원센터 	취득 절차	• 신청서 작성 및 검토: 인증심사에 필요한 설명과 비용 제안 • 계약 검토: 인증심사 계약서 서명 날인, 심사일 수 결정 및 심사원 선정 • 1단계 심사(현장 방문): 2단계 현장 심사에 대한 할랄보증시스템(제품) 준비상황 검토 • 2단계 심사(현장 방문): 할랄보증시스템(제품)의 효과성을 포함하여 고객의 경영시스템 실행 여부 평가 • 시정조치 및 확인: 심사 중 발견된 부적합 사항에 대한 시정조치의 확인 및 재심사 여부 판단 • 인증서 발급: 3년 유효한 인증서 발급 • 사후관리심사: 인증범위에 포함되는 분야 및 기능을 최소 1년 주기로 모니터링, 변동사항 통보 및 확인 • 갱신심사: 인증된 할랄보증시스템(제품)이 지속적으로 적합하고 효과적인지를 매 3년마다 심사
	필요 서류	• 사업장등록증 그리고/또는 영업등록증 • Halal, HACCP, GMP, ISO 9001 그리고/또는 ISO 22000 인증서 • 시험성적서 또는 제품성분분석검사(CoA) • 기술 사양 또는 품목제조보고서 • 설비 배치도 • 제조 공정도 • 제조 프로세스 설명서 • 제품 라벨 내용 • 라벨 디자인(외관 디자인을 확인할 수 있는 이미지) • 공장 주변 지도 • HACCP 혹은 ISO 매뉴얼

자료: 국제할랄인증지원센터

[표 5.9] UAE 할랄 인증 대상 품목

코드	범주	분야별 사례
A	농업 1(동물)	동물, 어류, 계란, 생산, 우유 생산, 양봉, 어업, 사냥
B	농업 2(식물)	과일, 채소, 곡물, 향신료, 원예 제품
C	가공 1(썰기 쉬운 동물성 제품)	농업 이후의 모든 활동들을 포함함 예) 동물 및 가금류 도축, 계란, 유제품 및 어류 제품
D	가공 2(썰기 쉬운 식물성 제품)	신선 과일, 신선 주스, 보존 과일, 신선 채소, 보존 채소
E	가공 3(실내 온도에서 장기간의 유통기한을 갖는 제품들)	통조림 제품, 비스킷, 스낵, 기름, 음료수, 파스타, 밀가루, 설탕
F	사료 생산	동물 사료, 어류 사료
G	음식 서비스	호텔, 식당
H	유통	소매점, 상점, 도매점
I	서비스	상수도 공급, 세탁, 하수 처리, 폐기물 처리, 제품 개발, 공정 및 장비, 수의학 서비스, 이슬람 금융 서비스
J	운송 및 보관	운송 및 보관
K	장비 제조	산업용 장비, 자판기
L	화학제품 및 생화학제품 제조	식품첨가제, 다이어트 보조식품, 세제, 가공첨가제, 미생물
M	포장자재 제조	포장자재
N	기타 자재 제조 I	화장품
	기타 자재 제조 II	섬유, 가죽 제품 등

자료: 국제할랄인증지원센터

▶ UAE 기타 권장 식품 인증 사항

UAE로 홍삼음료를 수출할 때, HACCP, IFS 등 식품 안전에 관한 인증을 선택적으로 취득할 수 있음. 특히 GMP, HACCP, ISO 22000 등의 식품 안전 인증은 국제할랄인증지원센터에서 할랄 인증 취득 시 요구되는 인증이기 때문에, 할랄 인증 취득을 고려 중이라면 권장되는 인증 사항임. 또한 UAE에서도 인정받는 글로벌 비건 인증인 V-label 인증을 받아 활용할 가능성도 있음

[표 5.10] UAE 홍삼음료 인증 취득 정보

인증명	인증 성격	강제 유무	인증 및 발급 기관	인증 마크
GMP	식품 생산 안전 인증	선택	지방식품의약품안전처	
HACCP	식품 생산 안전 인증	선택	식품의약품안전처 (한국식품안전관리인증원)	
ISO 22000	식품 생산 안전 인증	선택	정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관	
IFS	식품 생산 안전 인증	선택	IFS 지정 인증기관	
BRCGS Food Safety	식품 생산 안전 인증	선택	BRC 지정 인증기관	
FSSC 22000	식품 생산 안전 인증	선택	FSSC 지정 인증기관	
브이라벨 (V-Label)	비건 식품 생산 인증	선택	유럽 채식주의 협회 브이라벨 공식 홈페이지	

자료: 각 인증기관

3. UAE 홍삼음료 라벨링

[표 5.11] UAE 홍삼음료 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	1. 기본 사항	- 수입되는 식품의 라벨에 기재되는 모든 정보는 아랍어로 표기되어야 하며, 영어를 병기할 수 있음 - 원본 라벨에 사용된 언어가 아랍어가 아닐 경우, 필수 정보를 포함한 아랍어 라벨을 스티커 형태로 추가 부착할 수 있음 - 스티커 부착 시 제품 표면의 다른 글자, 그림, 가격표 등 중요 정보를 가려서는 안 됨 - 스티커는 원본 라벨과 일관되지 않는 내용을 포함하지 않아야 함 - 라벨에 표시되는 정보는 라벨링 규정에 언급되는 모든 필수 요구사항과 충돌하지 않아야 하며, 등급 분류가 표기될 경우 소비자들이 쉽게 이해할 수 있어야 하고, 소비자를 오도하거나 기만하는 정보를 제공해서는 안 됨
	2. 제품명	- 주요 패널에 굵은 글씨로 표시되어야 함 - 제품의 명확한 실체를 나타낼 수 있는 이름이어야 함 - 제품의 명칭을 단독으로 사용하거나 설명과 함께 구성 가능(둘 이상의 단어 포함 가능) - 포장이 바닥에 놓였을 때, 바닥과 제목은 평행하게 위치해야 함
	3. 원재료명	- 모든 성분을 성분의 함량에 따라 내림차순으로 표시해야 함 - 한 성분이 두 개 이상 성분의 혼합물일 경우, 혼합된 성분의 비율에 따라 괄호 안에 표시해야 함 ‘성분(ingredient)’이라는 단어로 시작하거나 포함되어야 함 - 알레르기 반응이나 불내성으로 인해 과민반응을 유발하는 물질이 포함되었을 경우 성분목록에 표시되어야 함 - 식품첨가물의 경우에는 구체적인 첨가물 이름이나 E-번호를 식품첨가물 그룹으로 성분 목록에 포함해야 함
	4. 영양소 라벨	- 영양성분 표시에 관한 관련 기술 규정을 준수해야 함 - 소비자들이 제품에 들어있는 영양성분량을 이해할 수 있도록 전달해야 함
	5. 용량	- 제품의 용량은 미터법으로 표시해야 함 - 액체 식품은 부피, 고체 식품은 중량, 반고체 및 점성 식품의 경우 중량 또는 부피로 표시해야 함

자료: 한국농수산식품유통공사

[표 5.12] UAE 홍삼음료 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	6. 업체명 및 주소	- 포장업체와 제조업체, 유통업체, 수입업체, 수출업체 중 한 곳의 이름과 주소가 반드시 표기되어야 함 - 유통업체, 수출업체, 판매업체, 수입업체 등은 선택적으로 표기할 수 있음
	7. 보관 조건	- 다음의 경우에는 보관 시 준수해야 하는 조건을 명시해야 함 - 소비자가 식품 포장을 개봉한 후 특정 규칙을 지켜야 하는 경우 - 보관 방법에 다양한 선택권이 있는 경우 - 특정 환경 및 상황에서 식품의 사용법이 적절하지 않은 경우
	8. 원산지	- 국가명 또는 국가 코드로 표기할 것 - 다음의 경우에는 제품 라벨에 원산지를 반드시 표기할 것 - 제3국에서 식품의 본질이 바뀌는 가공을 거칠 경우, 가공이 이루어진 국가를 원산지로 표기할 것 - 원산지 정보가 없어서 소비자의 오해를 불러일으킬 수 있는 경우에는 원산지를 반드시 표기할 것 - 이외의 경우에 원산지 표기는 제조업자의 재량에 달림 - 식품과 원재료의 원산지가 다른 경우, 원재료의 원산지 또한 별도 표기
	9. 로트 번호 (LOT number)	- 사전포장 식품의 라벨에는 로트 식별 번호를 표기해야 함 - 사전포장 식품이 아닌 경우에는 포장 또는 비슷한 상업 문서에 표기해야 함 - 쉽게 볼 수 있고 명확하게 읽을 수 있으며 지워지지 않아야 함
	10. 제조일자, 유통기한 등	- 사전포장제품의 경우, 최종 소비자에게 판매될 때 유통기한과 제조일이 라벨 또는 포장에 표시되어 있어야 함 - 유효기간은 제조업체 또는 생산업체에 의해서 명시되어야 함 - 유효기간이 3개월 미만일 경우 ‘일/월/년’ 순으로, 3개월 이상인 경우에는 ‘월/년’ 순으로 표시해야 함
	11. 사용 방법	- 필요한 경우에는 소비자들이 식품의 조리, 가열, 준비를 위해서 또는 적절하지 않은 목적으로 사용하지 않도록 사용 방법을 표기할 것 - 사용 방법 없이 식품을 적절하게 섭취 및 이용할 수 없는 경우에 표기할 것

자료: 한국농수산물유통공사

▶ UAE 홍삼음료²⁹⁾ 라벨 샘플



[앞면 라벨링]



[옆면 라벨링]



[뒷면 라벨링]

[앞면 - 아랍어/영어]

- ① Barakat
PREPARED DAILY
- ② Ginseng Shot
جرعة الجينسنغ
- ③ Energize
تنشيط
- ④ EVERYDAY GOODNESS
الجودة كل يوم
- ⑤ 60ml
- ⑥ Know more at
www.barakatfresh.ae/biodegradable

[앞면 - 국문]

- ① 바라카트
매일 준비됨
- ② 인삼 샷
- ③ 활력 충전
- ④ 매일의 건강함
매일의 품질
- ⑤ 60ml
- ⑥ 자세한 정보는
www.barakatfresh.ae/biodegradable
에서 확인하세요.

29) UAE 현지 마트에서 홍삼음료 제품의 확인이 불가해 유사 품목인 인삼음료로 라벨 조사를 대체함

[옆면 - 아랍어/영어]

①

Nutrition Facts		حقائق تغذوية
Serving Size 60 ml		حجم الحصة ٦٠ مل
Servings Per Pack 1		الحصص لكل عبوة
Amount Per Serving	60 ml	لكمية لكل حصة
Calories	60 kcal / 251.04 kJ	ات الحرارية
% Daily Value*		% القيمة اليومية
Total Fat 0g	0%	الدهون الكلية 0
Saturated Fat 0g	0%	الدهون المشبعة 0
Trans Fat 0g		الدهون المتحولة 0
Cholesterol 0mg	0%	الكوليسترول 0 ملغ
Sodium 5mg	0%	صوديوم 5 ملغ
Total Carbohydrate 13g	5%	إجمالي الكربوهيدرات 13 غ
Dietary Fibre 1g		الألياف الغذائية 1 غ
Sugars 12g		سكريات 12 غ
Added Sugar 0g	0%	السكر المضاف 0
Protein 0g		بروتين 0 غ
Vitamin A 0%		فيتامين أ 0%
Calcium 0%		كالميوم 0%
Vitamin C 1%		فيتامين سي 1%
Iron 0%		حديد 0%
* Percent Daily Values are based on a 2,000 calorie diet. Your daily values may be higher or lower depending upon your calorie needs.		تستند النسبة المئوية للقيم اليومية إلى نظام غذائي يحتوي على ٢٠٠٠ سعرة حرارية. قد تكون قيمك اليومية أعلى أو أقل اعتماداً على احتياجاتك من السعرات الحرارية

②

٩٩.٩ عبوة و غلاف قابل للتحلل

[옆면 - 국문]

①

영양 성분표		영양 정보
1회 제공량 60 ml		1회 분량 60ml
총 제공량 1회		팩당 제공량 1회
1회 제공량당 함량	60 ml	1회 분량당 함량
칼로리	60 kcal / 251.04 kJ	열량
% 일일 기준치*		일일 기준치 %
총 지방 0g	0%	총 지방 0g
포화 지방 0g	0%	포화 지방 0g
트랜스 지방 0g		트랜스 지방 0g
콜레스테롤 0mg	0%	콜레스테롤 0mg
나트륨 5mg	0%	나트륨 5mg
총 탄수화물 13g	5%	총 탄수화물 13g
식이섬유 1g		식이섬유 1g
당류 12g		당류 12g
첨가당 0g	0%	첨가당 0g
단백질 0g		단백질 0g
비타민 A 0%		비타민 A 0%
칼슘 0%		칼슘 0%
비타민 C 1%		비타민 C 1%
철 0%		철 0%
* 일일 기준치 퍼센트는 2,000 칼로리 식단을 기준으로 합니다. 개인의 칼로리 필요에 따라 일일 기준치는 더 높거나 낮을 수 있습니다.		일일 기준치 퍼센트는 2,000 칼로리 식단을 기준으로 합니다. 개인의 칼로리 필요에 따라 일일 기준치는 더 높거나 낮을 수 있습니다.

②

99.9% 생분해성 포장 및 용기

[뒷면 - 아랍어/영어]

[뒷면 - 국문]

① بلا مواد مضافة
No Additives

① 무첨가

② بدون
إضافة سكر
No Added Sugar

② 설탕 무첨가

③ رج جيداً قبل الشرب
SHAKE WELL BEFORE DRINKING

③ 마시기 전에 잘 흔들어주세요

④ يحضر من الفواكه والخضروات الطازجة مما يؤدي
إلى تفاوت بالنكهة و اللون
Made from fresh fruits and vegetables
resulting in flavour and colour variance.

④ 신선한 과일과 채소로 만들어져 맛과
색상이 다를 수 있습니다.

⑤ معالجة الضغط العالي
High pressure processing.

⑤ 고압 처리 방식.

⑥ المكونات:
تفاح أحمر، عصير قصب السكر، مسحوق
الجينسنغ (0.9%)، ليمون، زنجبيل
Ingredients:
Red Apple, Sugarcane Juice,
Ginseng Powder (0.9%), Lemon,
Ginger.

⑥ 성분:
빨간 사과, 사탕수수 주스, 인삼 가루
(0.9%), 레몬, 생강.

⑦ عصير Juice

⑦ 주스

⑧ يحفظ بدرجة حرارة من ٢ إلى ٤ درجة مئوية
في جميع الأوقات
To be kept at 2°C - 4°C at all times

⑧ 항상 2°C - 4°C에서 보관하십시오

⑨ للإستعمال الفوري بعد الفتح
Consume immediately once opened

⑨ 개봉 후 즉시 섭취하십시오

⑩ بركت كواليتي بلاس ش ذ م م
صلب ٤١٨٩٨٩ دبي الإمارات العربية
+المتحدة، هاتف ٩٧١٤٨٨-٢١٢١
Barakat Quality Plus LLC
PO Box 48989. Dubai, UAE
Tel +971 4 880 2121

⑩ 바라카트 퀄리티 플러스 LLC
PO Box 48989. 두바이, UAE
전화 +971 4 880 2121

⑪ صنع في الإمارات العربية المتحدة
Made in United Arab Emirates

⑫ barakatfresh.ae

⑬ 99.9% Biodegradable Packaging

⑪ 아랍에미리트에서 제조

⑫ barakatfresh.ae

⑬ 99.9% 생분해성 포장

4. UAE 홍삼음료 성분 및 유해물질

▶ 식품첨가물

UAE에서는 식품첨가물 및 잔류물질에 대한 자국 규정을 별도로 규정하고 있지 않으며, 기본적으로 국제식품규격위원회(CAA: Codex Alimentarius Commission)의 기준을 준수함. 하기 표는 UAE에서 홍삼음료에 적용될 수 있는 식품첨가물 유형과 사용 기준의 일부임. 더욱 자세한 규정 및 기준, 사용조건은 KATI농식품수출정보 홈페이지 또는 국제식품규격위원회에서 확인할 수 있음

[표 5.12] UAE 홍삼음료 식품첨가물 분석

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	사용 기준	식품 유형
1	트리에틸 시트레이트	Triethyl citrate	200 mg/kg	물을 베이스로 한 착향 음료, 스포츠 음료, 에너지 드링크, 전해질 음료, 미립자 음료 포함
2	스테아릴 시트레이트	Stearyl citrate	500 mg/kg	
3	이소프로필 시트레이트 또는 모노이소프로필 시트레이트	Isopropyl citrate or Monoisopropyl citrate	200 mg/kg	
4	사이클라믹산 및 그 염들, 나트륨, 칼슘 사이클라메이트	Cyclamic acid, its salts, sodium, calcium cyclamates	350 mg/kg	
5	소르빈산과 나트륨, 칼륨, 칼슘 소르베이트	Sorbic acid and sodium, potassium and calcium sorbates	500 mg/kg	
6	티오디프로피온산	Thiodipropionic acid	1,000 mg/kg	
7	벤조산과 나트륨, 칼륨, 칼슘 벤조에이트	Benzoic acid and sodium, potassium and calcium benzoates	250 mg/kg	

자료: KATI농식품수출정보

▶ 유해물질

UAE에서 홍삼음료에 적용될 수 있는 유해물질의 유형과 그 잔류 허용 기준은 하기 표와 같음. 더욱 자세한 규정 및 기준, 사용 조건은 KATI농식품수출정보 홈페이지 또는 국제식품규격위원회에서 확인할 수 있음

[표 5.13] UAE 홍삼음료 유해물질 분석

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	잔류 허용 기준	식품 유형
1	주석	Tin (Sn)	150 mg/kg	캔음료
2	아크릴로니트릴	Acrylonitrile	0.02 mg/kg	식품
3	버지니아마이신	virginiamycin	0.01 mg/kg	
4	멜라민	Melamine	2.5 mg/kg	식품 (유아용 조제식 제외)
5	세슘 134	134 Cesium (134 Cs)	1,000 Bq/kg	유아용 식품 외 모든식품
6	탄소 14	14 carbon (14 C)	10,000 Bq/kg	
7	요오드 129	129 iodine (129 I)	100 Bq/kg	
8	플루토늄 239	239 Plutonium (239 Pu)	10 Bq/kg	
9	루테늄 103	103 Ruthenium (103Ru)	1,000 Bq/kg	
10	우라늄 235	235 uranium (235 U)	100 Bq/kg	

자료: KATI농식품수출정보

▶ 알레르겐

2020년 3월, 두바이 식품안전부(Food Safety Department)는 식품 안전 및 위생 관련 규정의 적용 및 준수를 위한 방법과 지침을 제공하는 공식 문서인 「FOOD CODE 2020」을 발표함. 해당 문서에는 알레르겐에 대한 일반 요구사항을 다루고 있음, 하기 성분들이 식품에 포함되어 있을 경우, 그 성분의 양과 관계없이 라벨에 명시해야 함

[표 5.14] UAE 알레르기 성분 규정

순번	표시 의무 여부	대상
1	의무	갑각류 및 해당 제품 (예: 새우)
2	의무	땅콩 및 해당 제품
3	의무	대두 및 해당 제품
4	의무	견과류 및 해당 제품 (예: 아몬드, 헤이즐넛, 호두 등)
5	의무	참깨 및 해당 제품
6	의무	생선 및 해당 제품
7	의무	계란 및 해당 제품
8	의무	우유 및 해당 제품
9	의무	글루텐 및 글루텐을 포함하는 곡물 (예: 밀, 호밀, 귀리, 보리 등)
10	의무	셀러리 및 해당 제품
11	의무	겨자 및 해당 제품
12	의무	아황산 및 아황산염

자료: 두바이 식품안전부(Food Safety Department)

▶ 사용 금지 농약 리스트

UAE 기후변화환경부(MOCCA: Ministry of Climate Change and Environment)는 2020년 UAE에서의 금지 농약 성분 리스트를 배포했으며, 하기 표는 그 중 일부를 다룸. 더욱 자세한 내용은 UAE 기후변화환경부가 배포한 원문의 영어 해석본 「List of Registered Pesticides in the Ministry (MOCCA)」를 참고할 것을 권장함

[표 5.15] UAE 사용 금지 농약 리스트

순번	금지 성분명	CAS No.	순번	금지 성분명	CAS No.
1	Acephate	30560-19-1	21	Azinphos-methyl	86-50-0
2	Acifluorfen-sodium (Acifluorfen)	62476-59-9 [50594-66-6]	22	Bendiocarb	22781-23-3
3	Acrolein	107-02-8	23	Benfuracarb	82560-54-1
4	Acrylonitrile	107-13-1	24	Benomyl	17804-35-2
5	Alachlor	15972-60-8	25	Bensulide	741-58-2
6	Aldicarb	116-06-3	26	Bensultap	17606-31-4
7	Aldoxycarb	1646-88-4	27	Benzene hexachloride	608-73-1
8	Aldrin	309-00-2	28	(Gamma-HCH)	508-73-1
9	Allethrin [(IR-isomers)]	584-79-2	29	Binapacryl	485-31-4
10	Alpha-HCH/AlphaHexa chlorocyclohexane	319-84-6	30	Bioallethrin S-cyclopentenyl isomers	28434-00-6
11	Ametryn	834-12-8	31	(S-Bioallethrin)	28434-00-6
12	Amitraz	33089-61-1	32	Bioresmethrin	38434-01-7
13	Amitrole (Aminotripole)	61-82-5	33	Bromacil	314-40-9
14	Anthraquinone	84-65-1	34	Bromophos-ethyl	4824-78-6
15	Aramite	140-57-8	35	Bromoxynil Phenol	1689-84-5
16	Arsenic compounds	1327-53-3	36	Butralin	33629-47-9
17	Arsenic compounds	2163-80-6	37	Butylate	2008-41-5
18	Atrazine	1912-24-9	38	Cadusafos	95465-99-9
19	Azamethiphos	35575-96-3	39	Calcium arsenate	7778-44-1
20	Azinphos-ethyl	2642-71-9	40	Calcium cyanamide	156-62-7

자료: UAE 기후변화환경부(MOCCA)

[표 5.16] UAE 사용 금지 농약 리스트

순번	금지 성분명	CAS No.	순번	금지 성분명	CAS No.
41	Calcium cyanide	592-01-8	61	Chlorobenzilate	510-15-6
42	Calcium phosphide	1305-99-3	62	Chloroform	67-66-3
43	Camphecholor (Toxaphene)	8001-35-2	63	Chloropicrin	76-06-2
44	Captafol	2425-06-01	64	Chloropropylate	5836-10-02
45	Carbaryl	63-25-2	65	Chlorthal-dimethyl (DCPA)	1861-32-1
46	Carbofuran	1563-66-2	66	Chlorothalonil	1897-45-6
47	Carbon disulphide	75-15-0	67	Chlorthiophos	21923-23-9
48	Carbon tetrachloride	56-23-5	68	Chlozolate	84332-86-5
49	Carbophenothion	786-19-6	69	Copper sulfate (anhydrous)	7758-98-7
50	Carbosulfan	55285-14-8	70	Coumaphos	56-72-4
51	Cartap	15263-53-3	71	Coumafuryl	117-52-2
52	Chinomethionat [oxythioquinox]	2439-01-02	72	Crimidine	535-89-7
53	Chloranil	118-75-2	73	Cuprous oxide	1317-39-1
54	Chlordane	57-74-9	74	Cyanazine	21725-46-2
55	Chlordecone	143-50-0	75	Cyanide Compounds	74-90-8
56	Chlordimeform [Chlordimform hydrochloride]	6164-98-3 19750-95-9	76	Cyanamide	420-04-2
57	Chlorethoxyphos	54593-83-8	77	Cycloheximide	66-81-9
58	Chlorfenapyr	122453-73-0	78	Cyhalothrin	68085-85-8
59	Chlorfenvinphos, CVP	470-90-6	79	Cyhexatin	13121-70-5
60	Chlormephos	24934-91-6	80	Cypermethrin- Theta	71697-59-1

자료: UAE 기후변화환경부(MOCCAE)

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

VI 수입·유통업체 인터뷰



1. 까르푸(Carrefour) UAE
2. noon(Noon) UAE
3. 사하자말파머시(Saha Jamal Pharmacy)

Interview ①

30)



까르푸(Carrefour) UAE Customer Care Representative

까르푸(Carrefour) UAE

- 유형: 하이퍼마켓/슈퍼마켓
- 업체 특징:
 - 1995년에 설립된 소매업체로 신선 식품, 과일 및 채소, 식료품, 음료, 유아용품, 전자제품 등을 취급하고 있음
 - 두바이를 기반으로 다양한 소비재 및 식료품을 취급하는 대형 소매업체

담당자 정보

Customer Care
Representative

Q. 고객사의 홍삼 음료를 알루미늄 캔에 담아 UAE 시장에 수출할 때 적용될 수 있는 특정 수입 규정이나 환경 기준이 있습니까? 또한 어떤 주요 사항을 염두에 두어야 할까요?

UAE 식품안전청(FSDA) 규정에 주의를 기울일 것을 권고합니다. FSDA는 식품 제품에 대한 구체적인 기준을 가지고 있으며, 여기에는 라벨링, 영양 정보, 성분 명세가 포함됩니다. 또한, UAE의 상당한 무슬림 인구를 고려할 때 할랄 인증 취득이 중요합니다. 아울러, UAE에는 7개의 토후국이 있는데, 제조 회사는 제품을 아랍에미리트 시장에 출시하기 전에 한 토후국에 접근하여 제품 등록을 해야 합니다.

Q. UAE B2B 시장에서 고가의 기능성 음료를 선호하는 특정 소비자 그룹이 있다면, 그들이 이러한 프리미엄 제품을 선호하는 이유는 무엇일까요?

UAE의 B2B 시장에서 고가의 기능성 음료, 특히 한국 홍삼을 함유한 제품을 선호할 수 있는 특정 소비자 그룹으로는 건강을 중시하는 전문직 종사자와 경영진이 있습니다. 이들은 바쁜 생활을 하며 자신의 건강을 우선시하는 경향이 있습니다. 따라서 인지 기능 향상, 스트레스 감소, 에너지 수준 향상과 같은 잠재적인 건강 혜택을 제공하는 프리미엄 제품에 투자할 의향이 있습니다. 또한, 고급 브랜드와 한국 홍삼과 같은 독특한 성분과 관련된 명성은 이 까다로운 소비자층에게 매력적으로 다가갈 수 있습니다.

Q. UAE 소비자들은 인삼/홍삼 음료에 대해 어떻게 인식하고 있을까요?

UAE에서 인삼과 그 파생 제품들이 특히 건강을 중시하는 소비자들 사이에서 인기를 얻고 있습니다. 그러나 홍삼 음료에 대한 구체적인 인식은 아직 형성 중입니다. 인삼에 대해서는 많은 소비자들이 전통 중국 의학과 에너지 증진 및 면역 기능 강화와 같은 잠재적인 건강 이점과 연관 짓고 있습니다. 다른 형태의 인삼에는 없는 홍삼의 잠재적 이점과 홍삼의 독특한 특성에 대해 소비자들을 교육하는 것이 중요합니다.

Q. 고객님의 홍삼 음료 목표 소매 가격이 약 7.98디르함인 경우, UAE 현지 소비자들에게 합리적으로 받아들여질 것이라고 생각하십니까? 아니면 현지화에 맞춰 가격 조정이 필요할까요?

프리미엄 건강 음료의 가격이 7.98디르함(2,997원³¹⁾)으로 설정되는 것이 합리적일 수 있다고 생각합니다. 또한, UAE는 현지인뿐만 아니라 전 세계에서 온 수백만 명의 여행자와 근로자들이 함께하는 곳이며, 이들은 모두 다양한 구매력을 가지고 있습니다. 이러한 관점에서 볼 때, UAE 소비자 시장은 예산을 중시하는 소비자와 고액 제품 소비자를 모두 포함하는 다양한 시장입니다. 일부 소비자들은 고품질 건강 제품에 대해 프리미엄을 지불할 의향이 있을 수 있지만, 다른 소비자들은 가격에 민감할 수 있습니다.

Q. 알루미늄 캔 포장으로 된 고객님의 홍삼 음료가 UAE 소비자들에게 매력적으로 다가갈 수 있을까요? 캔 크기나 디자인 측면에서 개선이 필요하다면, 추천 사항을 제시해 주시기 바랍니다.

UAE에서 특히 음료에 있어 알루미늄 캔 포장은 인기 있는 선택입니다. 알루미늄 캔은 휴대성, 편리함, 현대적인 외관 등 여러 장점을 제공합니다. 그러나 UAE 소비자에게 어필하기 위해서는 캔 디자인이 시각적으로 매력적이며 제품의 고급스러움을 반영해야 합니다. 전통적인 한국 미학 요소, 예를 들어 우아한 서예나 고요한 풍경을 디자인에 포함하는 것을 고려해볼 만합니다. 또한, 세련되고 미니멀한 디자인은 UAE 시장의 세련된 취향에 잘 맞을 수 있습니다.

Q. UAE에서 비건 인증 제품에 대한 관심이 높아지고 있는 상황에서, 고객님의 홍삼 음료에 비건 인증을 부여하는 것이 UAE 시장 내 마케팅에 긍정적인 영향을 미칠 수 있다고 생각하십니까?

비건 인증이 UAE에서 홍삼 음료의 마케팅에 크게 기여할 수 있다고 확신합니다. 특히 젊은 소비자들 사이에서 식물 기반 및 지속 가능한 라이프스타일로의 눈에 띄는 변화가 있습니다. 비건 인증을 받음으로써 고객님의 제품은 이러한 성장하는 트렌드와 일치하게 되어 더 넓은 소비자층을 끌어들이 수 있습니다. 이는 음료를 더 건강하고 윤리적인 선택으로 자리매김하게 하여 비건과 기타 채식주의를 수행하는 다양한 소비자들에게 매력적으로 다가갈 수 있습니다. 또한, 비건 인플루언서 및 블로거와의 협업 기회를 열어 제품의 도달 범위와 신뢰성을 증대시킬 수 있습니다.

31) 1디르함=375.52원(2024.11.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

Q. 고객사의 홍삼 음료를 UAE에서 가장 효과적으로 유통하기 위해 어떤 유통채널을 추천하시겠습니까? 추가적으로, 추천하신 유통채널을 통해 주요 소비자층(30~50세)을 효과적으로 타겟팅할 수 있는 프로모션 전략이 있다면 무엇인가요?

20세에서 50세 사이의 소비자를 대상으로 한 다채널 유통 전략이 권장됩니다. 약국과 건강식품 매장은 건강을 중시하는 소비자들에게 이상적인 장소입니다. 또한, 프리미엄 제품 섹션을 갖춘 슈퍼마켓과 대형마트도 효과적일 것입니다. 더불어, 온라인 소매업체는 기술에 익숙한 소비자들에게 편리함을 제공하며 접근하기 좋은 방법이 될 수 있습니다. 제품 홍보를 위해 매장 내 프로모션, 예를 들어 제품 샘플링과 할인 행사를 고려할 수 있습니다. 디지털 마케팅 캠페인, 특히 소셜 미디어 광고와 인플루언서와의 협업을 통해 특정 연령층을 타겟으로 하여 음료의 건강상 이점을 강조할 수 있습니다. 또한, 의료 전문가나 웰니스 인플루언서와의 협업은 신뢰성을 높이고 목표 소비자를 끌어들이는 데 도움이 될 것입니다.

Interview ②

32)



눈(Noon) UAE

- 유형: 온라인 종합 쇼핑몰
- 업체 특징:
 - 2016년에 설립된 소매업체로 일상 식료품, 전자제품, 패션, 홈&키친, 뷰티 및 유아용품을 취급하고 있음
 - 두바이를 기반으로 다양한 제품을 온라인으로 제공하고 있음

담당자 정보

Manager

눈(Noon) UAE
Manager

Q. 고객사의 홍삼 음료를 알루미늄 캔에 담아 UAE 시장에 수출할 때 적용될 수 있는 특정 수입 규정이나 환경 기준이 있습니까? 또한 어떤 주요 사항을 염두에 두어야 할까요?

규제 업무에 대한 전문 지식이 없으므로 일반적인 사항만 답변할 수 있습니다. 예를 들어, 홍삼 음료를 UAE에 수출하려면 반드시 UAE에서 제품 등록이 필요합니다. 제품 등록 외에도 라벨링은 영어와 아랍어로 모두 작성되어야 합니다. 라벨링에는 모든 성분, 음료의 유통기한, 영양성분이 명확히 기재되어야 합니다. 경험에 따르면, 음료 포장에 관한 엄격한 규제는 없습니다. 최근 소비자들은 플라스틱 포장을 선호하지 않지만, 유리나 캔 기반의 포장은 여전히 소비자 관점에서 선호되고 있습니다.

Q. UAE B2B 시장에서 고가의 기능성 음료를 선호하는 특정 소비자 그룹이 있다면, 그들이 이러한 프리미엄 제품을 선호하는 이유는 무엇일까요?

UAE B2B 시장에서 고가의 기능성 음료에 관심을 가질 수 있는 잠재 소비자 그룹으로 럭셔리 호텔과 고급 레스토랑을 꼽을 수 있습니다. 이러한 시설들은 종종 독점적이고 고품질인 제품에 프리미엄을 지불할 의향이 있는 부유한 고객층을 대상으로 합니다. 프리미엄 홍삼 음료는 독특하고 고급스러운 음료로 자리매김할 수 있는데, 이는 전반적인 식사의 질을 향상시키고, 이들 시설의 브랜드 이미지를 강화할 수 있습니다.

Q. UAE 소비자들은 인삼/홍삼 음료에 대해 어떻게 인식하고 있을까요?

UAE 소비자들, 특히 웰니스와 자연 요법에 관심이 많은 사람들이 새로운 건강 제품을 시도하는 데 더 개방적입니다. 그러나 홍삼 음료에 대한 인식은 다를 수 있습니다. 시장에서 홍삼 음료가 다른 음료에 비해 노출이 적기 때문에 일부 소비자는 홍삼 음료를 프리미엄 럭셔리 제품으로 볼 수 있습니다. 그러나 또 다른 일부 소비자들은 홍삼 음료를 특정 건강상의 이점을 지닌 기능성 음료로 인식합니다. 이러한 다양한 인식을 이해하는 것은 다양한 소비자 그룹을 공감시키기 위한 마케팅 전략과 메시지를 조정하는 데 도움이 될 것입니다.

Q. 고객님의 홍삼 음료 목표 소매 가격이 약 7.98디르함인 경우, UAE 현지 소비자들에게 합리적으로 받아들여질 것이라고 생각하십니까? 아니면 현지화에 맞춰 가격 조정이 필요할까요?

소매 가격의 설정에는 제품의 인식 가치가 매우 중요한 요소로 작용합니다. 홍삼 음료가 독특한 혜택과 높은 품질을 제공한다고 소비자들이 인식할 경우, 프리미엄 가격을 지불할 의향이 높아질 수 있습니다. 180ml의 홍삼 음료에 대해 8디르함(3,004원)은 전혀 비싼 가격이 아니며, 이와 같은 가격은 제품은 품질이 좋지 않을 경우에만 문제가 될 수 있습니다. 가격은 결코 장벽이 될 수 없습니다.

Q. 알루미늄 캔 포장으로 된 고객님의 홍삼 음료가 UAE 소비자들에게 매력적으로 다가갈 수 있을까요? 캔 크기나 디자인 측면에서 개선이 필요하다면, 추천 사항을 제시해 주시기 바랍니다.

UAE에서는 알루미늄 캔이 인기를 끌고 있으며, 많은 유명 브랜드들이 이 포장 방식을 사용하고 있습니다. 또한 180ml 크기는 개인이 사용하기에 적합합니다. 그러나 캔은 개봉 후 다시 밀봉할 수 없고, 대량 포장에 비해 가격이 더 비싼 경우가 많아 가족 단위 소비에는 적합하지 않을 수 있습니다.

Q. UAE에서 비건 인증 제품에 대한 관심이 높아지고 있는 상황에서, 고객님의 홍삼 음료에 비건 인증을 부여하는 것이 UAE 시장 내 마케팅에 긍정적인 영향을 미칠 수 있다고 생각하십니까?

비건 인증이 홍삼 음료의 마케팅 매력을 확실히 높일 수 있습니다. 이는 제품을 경쟁사와 차별화할 수 있고, 윤리적이고 지속 가능한 선택을 중시하는 건강 지향 소비자들을 끌어들이 수 있습니다. UAE에는 다양한 인구가 있는데, 특히 비건주의가 인기를 얻고 있는 서구 국가 출신의 많은 외국인들이 포함되어 있습니다. 이 그룹을 겨냥하면 수익성 있는 시장에 진입하고 충성도 높은 고객 기반을 구축하는 데 유리할 수 있습니다.

Q. 고객사의 홍삼 음료를 UAE에서 가장 효과적으로 유통하기 위해 어떤 유통채널을 추천하시겠습니까? 추가적으로, 추천하신 유통채널을 통해 주요 소비자층(30~50세)을 효과적으로 타겟팅할 수 있는 프로모션 전략이 있다면 무엇인가요?

전략적 접근법으로써, 전통적인 유통채널과 현대적인 유통채널을 모두 활용하는 것이 바람직합니다. 홍삼 음료와 같은 건강 중심 제품에는 약국과 건강식품 매장이 자연스럽게 어울립니다. 또한, 고급 소비자를 대상으로 하는 고급 슈퍼마켓과 전문 매장도 고려할 수 있습니다. 전자상거래 플랫폼은 특히 젊은 소비자에게 더 넓은 접근성과 편리함을 제공할 수 있습니다. UAE 시장에서는 효과적인 홍보를 위하여 디지털 마케팅이 필수입니다. 30대에서 50대 연령층을 대상으로 한 소셜 미디어 캠페인은 제품의 이점을 강조하고 시각적으로 매력적인 콘텐츠를 사용한다면 매우 효과적일 수 있습니다. 또한, 특히 축구 산업에서의 현지 또는 국제 스포츠인과의 협력은 판매 생성 측면에서 중요한 가치를 더할 수 있습니다.

Interview ③


**사하자말파머시
(Saha Jamal Pharmacy)**

- 유형: 약국 체인점
- 업체 특징:
 - 1989년에 설립된 약국 체인점으로, UAE와 사우디아라비아에서 운영되고 있음
 - 비타민, 화장품, 유아용품, 건강 및 웰니스 제품 등을 취급하고 있음

담당자 정보

Sales Representative

33)

**사하자말파머시(Saha Jamal Pharmacy)
Sales Representative**

Q. 고객사의 홍삼 음료를 알루미늄 캔에 담아 UAE 시장에 수출할 때 적용될 수 있는 특정 수입 규정이나 환경 기준이 있습니까? 또한 어떤 주요 사항을 염두에 두어야 할까요?

UAE는 식품 및 음료 수입에 대해 매우 엄격한 규제를 가지고 있으며, 이는 인삼 음료에도 동일하게 적용됩니다. 인삼 음료는 UAE 시장에 진입하기 전에 식품안전청(FSDA)의 승인을 받아야 합니다. 이 외에도 제품 등록에는 두 가지 방법이 있습니다. 첫째, 제조사가 직접 제품을 등록할 수 있으며, 둘째, 현지 대리인이나 파트너 회사를 통해 등록할 수 있습니다. 또한 제품에는 라벨링(영어와 아랍어의 이중 언어), 성분 정보, 원산지, 유통기한, 영양 성분이 명확히 기재되어야 합니다. 알루미늄 캔에 관해서는, UAE에서 이미 많은 브랜드가 음료를 캔에 담아 판매하고 있기 때문에 고객사 제품의 포장 또한 규제 문제는 없을 것으로 보입니다.

Q. UAE B2B 시장에서 고가의 기능성 음료를 선호하는 특정 소비자 그룹이 있다면, 그들이 이러한 프리미엄 제품을 선호하는 이유는 무엇일까요?

UAE 내 증가하는 외국인 커뮤니티, 특히 동아시아 출신의 외국인 그룹이 고가의 기능성 음료의 잠재 시장이 될 수 있다고 믿습니다. 그리고 중국, 일본, 한국과 같은 국가 출신의 많은 외국인들은 홍삼의 건강 효능에 익숙하며, 진정성 있고 고품질의 제품에 프리미엄을 지불할 의향이 있을 수 있습니다. 또한, 전통적인 치료법과 천연 성분에 대한 문화적 친화성은 이 그룹 내에서 기능성 음료에 대한 수요를 높게 할 수 있습니다. 이 외에도 호텔 산업은 홍삼 음료의 중요한 B2B 시장입니다.

Q. UAE 소비자들은 인삼/홍삼 음료에 대해 어떻게 인식하고 있을까요?

홍삼 음료는 UAE 시장에서 아직 인기가 높지는 않습니다. 이를 인기 있게 만들기 위해서는 마케팅 전략이 필요할 것입니다. UAE 인구의 상당 부분이 소셜 미디어와 온라인 트렌드에 영향을 받는다고 느끼고 있습니다. 따라서 홍삼 음료에 대한 인식은 온라인 리뷰, 인플루언서의 추천, 소셜 미디어 토론을 통해 형성될 수 있습니다. 신뢰할 수 있는 출처로부터의 긍정적인 온라인 평가와 추천은 소비자 인식에 큰 영향을 미치며 소비자들의 선택을 촉진할 수 있습니다. 디지털 플랫폼을 활용하여 홍삼 음료에 대한 인식을 높이고 긍정적인 브랜드 이미지를 구축하는 것이 중요합니다.

33) 사진 자료: 사하자말파머시(Saha Jamal Pharmacy)

Q. 고객사의 홍삼 음료 목표 소매 가격이 약 7.98디르함인 경우, UAE 현지 소비자들에게 합리적으로 받아들여질 것이라고 생각하십니까? 아니면 현지화에 맞춰 가격 조정이 필요할까요?

현지화 노력이 가격 책정에 중요한 역할을 할 수 있습니다. 제품의 포지셔닝과 마케팅 메시지를 현지 소비자가 공감할 수 있도록 맞춤화함으로써, 홍삼음료를 판매하고자 하는 고객사는 더 높은 가격을 책정할 수 있을 것입니다. 예를 들어, 특정 지역에서의 홍삼의 문화적 중요성을 강조하거나 제품의 독특한 건강상 이점을 부각시키는 것이 인식 가치를 높이는 데 도움이 될 수 있습니다. 궁극적으로 소비자 기대, 경쟁 환경, 제품 포지셔닝을 균형 있게 고려한 포괄적인 가격 전략이 UAE 시장에서의 장기적인 성공에 필수적입니다. 또한, 프리미엄 음료의 경우, 가격의 높고 낮음이 중요한 것이 아니라 제품이 어떻게 제시되는지가 중요합니다. 이와 관련하여, 고객사는 홍삼 음료의 프리미엄 측면과 건강상의 이점을 강조할 것을 권장합니다. 브랜드 신뢰성을 구축하기 위해 현지 음식 인플루언서나 스포츠 협회와의 협업도 적극 추천합니다.

Q. 알루미늄 캔 포장으로 된 고객의 홍삼 음료가 UAE 소비자들에게 매력적으로 다가갈 수 있을까요? 캔 크기나 디자인 측면에서 개선이 필요하다면, 추천 사항을 제시해 주시기 바랍니다.

알루미늄 캔 포장의 매력을 더욱 높이기 위해서는 혁신적인 기능을 도입할 필요가 있습니다. 예를 들어, 쉽게 열 수 있는 뚜껑이나 온도 조절이 가능한 캔을 활용하면 제품의 가치를 높이고 경쟁 제품과 차별화할 수 있을 것입니다. 또한, 재활용 가능한 알루미늄 캔이나 지속 가능한 원료 조달과 같은 친환경 포장 옵션을 고려하는 것도 환경을 중시하는 UAE 소비자들에게 호응을 얻을 수 있습니다. 미적 매력, 실용성 및 지속 가능성을 결합하면 알루미늄 캔 포장은 홍삼 음료를 UAE 시장에서 고급 제품으로서 효과적으로 자리매김하도록 도울 수 있습니다.

Q. UAE에서 비건 인증 제품에 대한 관심이 높아지고 있는 상황에서, 고객사의 홍삼 음료에 비건 인증을 부여하는 것이 UAE 시장 내 마케팅에 긍정적인 영향을 미칠 수 있다고 생각하십니까?

홍삼 음료의 비건 인증은 브랜드 이미지와 시장 포지셔닝을 강화하는 전략적 움직임이 될 수 있습니다. 이는 제품의 품질, 투명성, 윤리적 원료 조달에 대한 공헌을 나타내는데, 이러한 공헌은 동물 복지와 환경 영향을 중시하는 소비자들 사이에서 신뢰와 충성도를 높일 수 있습니다. 또한, 비건 친화적인 소매업체 및 레스토랑과의 파트너십 기회를 열어 제품의 유통채널을 확장할 가능성도 있습니다.

Q. 고객사의 홍삼 음료를 UAE에서 가장 효과적으로 유통하기 위해 어떤 유통채널을 추천하시겠습니까? 추가적으로, 추천하신 유통채널을 통해 주요 소비자층(30~50세)을 효과적으로 타겟팅할 수 있는 프로모션 전략이 있다면 무엇인가요?

고객사 제품의 최대한의 도달 범위와 효과를 위해 다양한 채널의 조합을 추천합니다. 약국과 건강식품 매장은 제품의 건강상 이점과 잘 맞아떨어지는 믿음만한 선택입니다. 유명 슈퍼마켓과 대형마트 체인은 홍삼 음료와 같은 제품의 유통에 중요한 역할을 합니다. 온라인 소매업체는 바쁜 직장인들에게 특별히 편리한 옵션으로 작용합니다. 30대에서 50대 연령층을 효과적으로 타겟팅하기 위해 디지털 마케팅이 핵심 전략이 될 수 있습니다. 인스타그램과 페이스북 같은 플랫폼에서의 소셜 미디어 캠페인은 타겟 광고와 흥미로운 콘텐츠를 통해 원하는 대중에게 도달할 수 있습니다. 건강 및 웰니스 전문가들과의 인플루언서 협업은 신뢰성을 더하고 화제를 불러일으킬 수 있습니다. 홍삼의 효능에 대한 블로그와 기사 콘텐츠 마케팅은 타겟 대중을 교육하고, 그들의 참여를 유도하는데 효과적입니다.

[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 스태티스타(Statista), 'Non-Alcoholic Drinks - United Arab Emirates', 2024.11
2. 스태티스타(Statista), 'Non-Carbonated Soft Drinks - United Arab Emirates', 2024.11
3. KOTRA해외시장뉴스, 'UAE 식음료 업계, 지속 가능성 트렌드 확산 중', 2024.08
4. KOTRA해외시장뉴스, 'UAE 음료 시장동향', 2021.07
5. 칸타월드패널(Kantar Worldpanel), 'Asia Pulse - Q1 2024', 2024.06
6. KATI농식품수출정보, '[UAE] 전자상거래(E-Commerce) 시장의 성장과 전망', 2024.03
7. KATI농식품수출정보, '[UAE] 슈퍼마켓 체인 Spinneys 기업공개(IPO)에 따른 유통업계 변화', 2024.05
8. 한국농수산식품유통공사, '2022년 한눈에 보이는 농식품 수출 교역조건현황[UAE]', 2023.06
9. UAE 기후변화환경부(MOCCAE), 'List of Registered Pesticides in the Ministry (MOCCAE)', 2021.08

■ 참고 사이트

1. 외교부 (www.mofa.go.kr)
2. 스태티스타(Statista) (www.statista.com)
3. KEB하나은행 (www.kebhana.com)
4. KOTRA해외시장뉴스 (dream.kotra.or.kr)
5. ITC(International Trade Centre) (www.trademap.org)
6. 아마존(Amazon) UAE (www.amazon.ae)
7. 칸타월드패널(Kantar Worldpanel) (www.kantarworldpanel.com)
8. 하비니콜스(Harvey Nichols) (www.harveynichols.com)
9. 구글맵(Google Maps) (www.google.com/maps)
10. 까르푸(Carrefour) UAE (www.carrefouruae.com)
11. 마이드알푸타임(Majid Al Futtaim) (www.majidalfuttaim.com)
12. 타임아웃두바이(Time Out Dubai) (www.timeoutdubai.com)
13. 스피니즈(Spinneys) (www.spinneys.com)
14. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
15. 아라비안비즈니스(Arabian Business) (www.arabianbusiness.com)
16. 걸프뉴스(Gulf News) (gulfnews.com)
17. 룰루하이퍼마켓(Lulu Hypermarket) (www.luluhypermarket.com)
18. 1004고메(1004 Gourmet) (www.1004gourmet.com)
19. 트리플(Triple) (triple.guide)
20. 패밀리케이(FamilyK) (www.familyk.ae)
21. 한국농수산식품유통공사 (www.at.or.kr)
22. 국제할랄인증지원센터 (www.ihcc.co.kr)
23. UAE 기후변화환경부(MOCCAE) (www.moccae.gov.ae)
24. UAE 산업첨단기술부(MoIAT) (moiat.gov.ae)
25. 플래티콘(Flaticon) (www.flaticon.com)
26. 관세법령정보포털 (unipass.customs.go.kr)
27. noon(Noon) UAE (www.noon.com)
28. 사하자말파머시(Saha Jamal Pharmacy) (www.sahajamal.com)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발 행 일 자 | 2024.12.06

본 보고서 내용의 전부 또는 일부에 대한
무단전재 및 재배포는 저작권법에 의하여 금지되어 있습니다.
본문 내용 중 문의사항이나 개선할 사항에 대해서는
aT 한국농수산물유통공사로 연락하여 주시기 바랍니다.

Copyright 2024 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea