

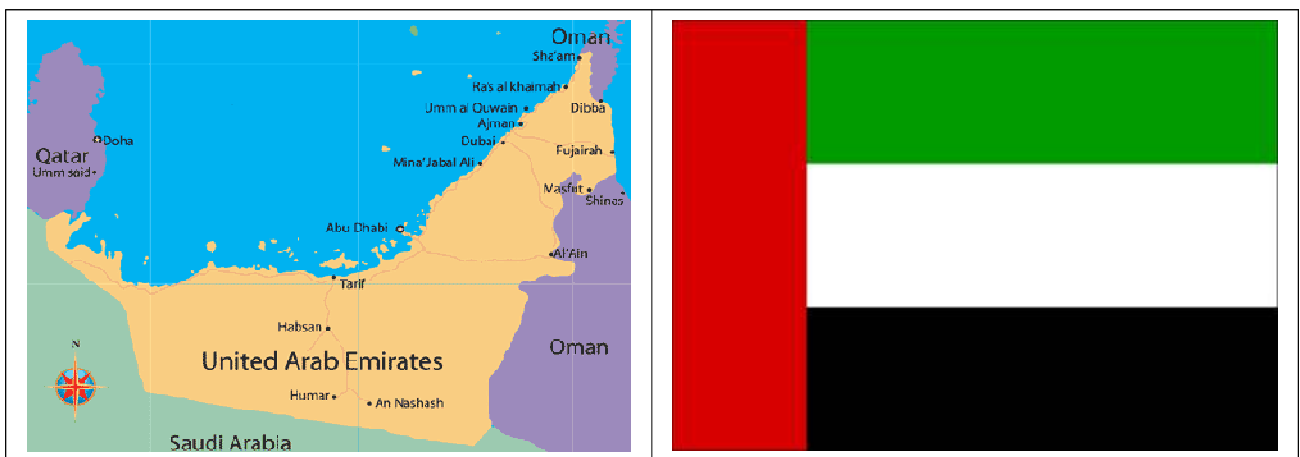
최근 UAE 경제동향 및 시장여건 분석 내용

(작성부서 : 해외마케팅팀)

1. 국가개황

1) 기본정보

- 면적 : 83,600km²
- 인구 : 약 790만명('11)
- 민족 : 아랍계 혈통의 에미리트인 (20%), 외국인 (80%)
- 기후 : 고온다습 아열대성 및 사막성 기후(최고 53℃)
- 종교 : 이슬람교(수니파 80%, 시아파 20%)
- GDP : ('14) 426,711백만 달러 → ('15) 453,034백만 달러(추정)
- 1인당 GDP : ('14) 69,731달러 → ('15) 70,127달러(추정)
- 경제성장률 : ('14) 4.6% → ('15) 4.5%(추정)



2) 경제 현황

- 유전이 발견되기 이전 사막지역의 작은 공국에서 2014년 높은 수준의 삶을 영유하는 부강한 국가로 변모 한 UAE는 높은 국민 소득과 무역 흑자를 바탕으로 개방경제체제를 지향 중.

2009년 세계 경제위기로 인해 자산가치가 하락, 신용위기를 겪은 UAE 경기는 2011년부터 본격적인 회복 양상을 보이는 중. 2014년 9월 현재, 경제 다각화를 추진하여 다양한 산업의 육성을 꾀하는 정부의 노력에 부흥하듯 석유가스산업뿐 아니라 경제 전반에 호조양상을 보임. 그럼에도 불구하고 천연자원과 해외이민자에 의존하는 경제구조는 장기적으로 UAE 경제에 큰 도전이 될 것 전망

2. 시장정보

□ 식품소비 트렌드

(1) 고기

- 뉴질랜드, 인도, 호주, 미국, 캐나다 등이 UAE 육류시장에서 활동하는 주요 국가로 인도는 저 품질의 양고기를 소매업체와 지방 제조공장에 제공하고 있으며 뉴질랜드는 호텔과 소매 시장에 고품질의 육류를 제공하고 있음
- 전체 수입된 돼지고기 중 91%가 냉동처리된 것으로 이중 브라질에서 수입된 돼지고기가 86%로 매우 압도적인 모습을 보여주고 있음
- 돼지고기는 호텔과 레스토랑에서 외국인과 관광객, 비즈니스 방문객들에게 판매되거나 식료품 소매&유통업체에서 직접적으로 최종 소비자에게 판매되고 있음
- 소매&유통업체를 통해 돼지고기를 구입하는 주요 소비자는 필리핀 사람들로 UAE에는 서비스 산업에 종사하는 많은 필리핀사람들이 거주하고 있음
- UAE에서 돼지고기를 판매할 수 있는 기업은 Spinneys, T.Choithrams&Sons Ltd, Lal's 총 세 군데로 세계적인 유통기업인 Carrefour는 돼지고기를 판매할 수 있는 인증을 가지고 있지 않

은 것으로 알려져 있음

- 쇠고기도 호텔과 레스토랑에서 판매되는 주요 육류 품목이지만 광우병 같은 동물 질병 예방 및 방지를 위해 위험한 국가로 분류되는 미국과 캐나다 등의 쇠고기는 반드시 관련 인증을 취득해야 UAE에 수입될 수 있음
- UAE의 두바이와 아부다비의 도시 개발 프로젝트가 지속적으로 진행되고 있기 때문에 향후 UAE의 육류시장은 지금 보다 훨씬 더 커질 것으로 예상되고 있음
 - 특히 두바이는 세계적인 관광지로 명성이 높아지고 있기 때문에 해외 관광객이 많이 소비하는 돼지고기와 쇠고기의 소비량이 상대적으로 더 많이 증가될 수 있음

(2) 수산물

- 수산물은 UAE인들의 주요 소비 식품으로 인구 당 수산물 소비량은 33 kg로 전 세계 평균 인구 당 수산물 소비량 16.5 kg보다 무려 2배나 높은 수치를 나타내고 있음
- 게다가 5성급 호텔과 레스토랑이 지속적으로 건설되고 있는 만큼 향후에도 수산물에 대한 수요는 하락하지 않을 것으로 예측되고 있음
- 냉동 수산물 전품목이 소매 시장에서 판매되고 있으며 유럽, 남아공, 호주, 말레이시아 등에서 제조된 수산물 가공 식품도 유통되고 있음
- 게다가 훈제 연어와 통조림 제품도 UAE에서 큰 인기를 끌고 있음

(3) 이슬람 식용육 제품

- 이슬람 식용육 제품이란 이슬람 교리에 따라 알코올과 돼지, 기타 금지 물질이 포함되어 있지 않은 육류 식품으로 이슬람 규정에 따라 가축이 도살되어야만 됨
- 전 세계의 이슬람 식용육 시장의 규모는 약 4,000 ~ 5,800억 달러로 추정되지만 UAE의 이슬람 식용육 제조 기업은 글로벌 트렌드를 따르기보다는 지방 및 UAE인들의 취향에 맞는 식품만을 제조하고 있는 것으로 파악되고 있음

(4) 음료

- 생수와 주스 시장은 UAE 기업의 영향력이 매우 높는데 UAE 현지 기업은 저렴한 가격으로 시장을 장악하고 있고, 수입 생수의 경우 전 세계적으로 잘 알려진 브랜드를 가진 기업의 제품만 시장에서 일정한 점유율을 가지고 있는 것으로 파악됨
- UAE 특유의 기후 때문에 생수 판매량이 특히 높는데 수돗물과 혼합해서 가공된 제품이기 때문에 안전하기는 하지만 물맛은 다소 떨어진다는 특징이 있음
- 탄산음료의 소비량도 매우 높은 편으로 거의 모든 세계적인 탄산음료 브랜드가 이미 UAE 시장에 진출해 있음
- 주스의 경우 UAE 현지 기업(생수, 유제품 제조 기업)이 가장 두각을 나타내고 있으며 해외 국가로는 남아공이 가장 큰 점유율을 보유하고 있음

(5) 유제품

- 수입 유제품의 경우 뉴질랜드 산 유제품이 큰 인기를 끌고 있는 제품으로, 분유, 버터, 치즈 등 다양한 품목의 뉴질랜드 산 유제품 인기를 얻고 있음

- 서양 유제품은 특히 요구르트, 치즈 등의 품목에서 큰 인기를 끌고 있으며 UAE인들의 유제품 소비량도 비교적 높은 편에 속함

(6) 유기농 제품

- UAE 내에서도 건강관리에 대한 사회적인 관심이 급증되면서 유기농 제품을 찾는 소비자들이 다수 발생하였고 2005년 두바이에서 처음으로 유기농 슈퍼마켓이 개장하였음
- 유기농 전문 슈퍼마켓은 주로 서양 출신의 외국인들을 주 고객층으로 선정하고 소박한 스타일의 구매 경험을 느끼게 해주는 사업 전략을 사용하고 있음
- 유기농 주스가 유기농 슈퍼마켓에서 가장 많이 판매되는 제품으로 알려져 있음

3. 바이어 정보

- 현재 상관은 면대면 상담을 중시 여기는 관계로 유선, 이메일 등을 통한 비즈니스 활동보다는 현지 방문을 통해 직접 면담을 실시하는 것이 가장 바람직
- UAE, 특히 두바이의 경우에는 연중 크고 작은 전시회가 개최되고 있음. 전시회 참여는 UAE 뿐만 아니라 중동·아프리카 시장 진출의 가장 효과적인 방법. 과거와 비교하여 한국 업체의 전시회 참여 빈도 및 규모가 확대되었으며 각종 협회 등지에서 회원사 대상으로 각종 전시회에 참여하고 있음