



No. 2022-268
품목 대추정(Dried Dates)
HS CODE 0813.50
국가 아랍에미리트(United Arab Emirates)



CONTENTS

I

경쟁제품

3

1. 경쟁제품 선정
2. 조사지표 선정
3. 현지조사 결과

II

경쟁사

17

1. 경쟁사 선정
2. 경쟁사 분석

III

경쟁력 파악

25

1. 가격 경쟁력 분석
2. 벤치마킹 제품 분석

IV

시사점

30

1. 수출 확대 방안
2. 참고 문헌

I

경쟁제품



01

경쟁제품 선정

지원 기업 품목 분석

지원 기업의 제품은 대추정으로 산양삼 발효 칩과 발효 대추를 견과류 형태로 만든 건강 기능성 간식임

(성분) 산양삼, 대추 등

(맛) 인삼 풍미, 단맛

(섭취 방법) 1일 3개 섭취

(특징) 면역력 증진에 도움을 줌, 특허 천연 발효 기술로 가공한 산양삼 사용

(용량) 16개

(가격) 희망 소비자가격은 5만 5,000원(약 152.87디르함¹⁾)임

(패키징) PP/박스

(타겟 소비자) 전 연령 섭취 가능

제품	대추정		
제품 유형	대추정	희망 소비자가격	5만 5,000원(152.87디르함)
용량	16개	포장 형태	PP/박스
성분	산양삼, 대추	특징	면역력 증진에 도움을 줌 발효 산양삼 및 대추 사용

1) 통화환산기준: 1디르함(AED)=359.78원(KRW)(KEB 하나은행 매매기준율, 2023.3.9)

경쟁력 분석 프로세스

I

경쟁제품



단계 1 제품 분석

- ① 신청서 내 제품 분석
- ② 지원 기업 인터뷰
- ③ 경쟁제품군 파악



단계 2 경쟁 현황 분석

- ① 경쟁 현황 분석
- ② 경쟁제품 선정 기준 마련



단계 3 현지조사 기획

- ① 조사 지역 선정
- ② 주요 유통채널 선정
 - 지원 기업 사전신청서 분석
 - 조사 대상국 유통채널별 점유율 파악
- ③ 온라인 사전 조사
- ④ 조사지표 선정



단계 4 조사 수행

- ① 온·오프라인 경쟁제품 선정 기준 전달
- ② 현지조사 수행
- ③ 제품 분석

주요 경쟁제품 브랜드별 점유율

대추정의 상위 품목인 달콤한 비스킷, 스낵바 및 과일스낵의 브랜드별 점유율을 조사함

아랍에미리트 달콤한 비스킷, 스낵바 및 과일스낵 시장의 브랜드별 점유율을 살펴보면, Pladis사의 McVitie's가 7.8%로 점유율 1위를 차지함

- 이어서 Mondelez사의 Oreo(7.7%), Strategic Food International사의 Britannia(7.2%), Loacker사의 Loacker(7.1%), IFFCO사의 Tiffany(7.0%) 순임
- 2021년 기준, 상위 5개사의 시장 점유율 총합은 36.8%를 기록함



표 1

아랍에미리트 비스킷, 스낵바, 과일 스낵 시장 브랜드별 점유율(2017-2021년)

(단위: %)

	브랜드명	2017	2018	2019	2020	2021
1	McVitie's	7.4	7.4	7.5	7.8	7.8
2	Oreo	6.8	6.9	7.2	7.7	7.7
3	Britannia	6.3	6.6	6.8	7.2	7.2
4	Loacker	6.8	6.9	6.9	7.1	7.1
5	Tiffany	6.9	6.9	6.8	7.0	7.0
	상위 5개사 총합	34.2	34.7	35.2	36.8	36.8
	기타 업체 총합	65.8	65.3	64.8	63.2	63.2
	총계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

자료: Euromonitor International

경쟁제품 유통채널 현황

Euromonitor에 따르면, 아랍에미리트의 달콤한 비스킷, 스낵바 및 과일스낵은 편의점 등을 통해 유통되고 있음

아랍에미리트의 달콤한 비스킷, 스낵바 및 과일스낵은 주로 하이퍼마켓을 통해 유통되고 있음. 2021년 기준, 하이퍼마켓의 유통 비중은 전체 유통채널의 53.0%를 차지함

- 이어서 슈퍼마켓(24.9%), 편의점(11.5%), 소형 식료품점(6.3%), 온라인 쇼핑몰(3.3%), 식음료·담배 전문점(0.7%), H&B스토어(0.3%) 순임
- 하이퍼마켓의 유통 비중은 2017년 대비 3.5%p 감소함
- 온라인 쇼핑몰의 유통 비중은 2017년 대비 2.8%p 증가함

 표 2 아랍에미리트 비스킷, 스낵바 및 과일스낵 유통채널별 시장 점유율(2017-2021년)
(단위: %)

유통채널	2017년	2021년	2017년 대비 증감률
하이퍼마켓	56.5	53.0	-3.5
슈퍼마켓	22.7	24.9	2.2
편의점	11.4	11.5	0.1
소형 식료품점	7.3	6.3	-1.0
온라인 쇼핑몰	0.5	3.3	2.8
식음료·담배 전문점	1.4	0.7	-0.7
H&B스토어	0.3	0.3	0.0
총계	100	100	-

자료: Euromonitor International

조사 지역 개요

두바이는 아랍에미리트의 최대 도시로 아랍에미리트를 구성하는 7개 토후국 중 하나인 두바이 토후국의 수도이기도 함

2023년 기준, 두바이의 인구는 약 353만 명으로 아랍에미리트의 최대 인구이며, 면적은 4,114 km²로 아부다비에 이어 두 번째로 큼. 두바이는 아랍에미리트 북부 해안에 위치하고 있으며, 아랍에미리트 대도시권의 중심도시이기도 함

두바이는 중동 및 페르시아 만 지역의 문화 중심지로 지속적으로 성장하고 있으며, 화물, 여객 교통의 중심지임. 석유 산업으로부터 발전하기 시작한 도시이나, 최근 두바이는 관광, 항공, 부동산, 금융 서비스 등 다양한 산업이 발전하고 있음

경쟁제품 선정 결과

경쟁제품 선정 기준

- 1) 말린 대추야자 제품
- 2) 대추야자가 들어간 디저트 제품



표 3

아랍에미리트 대추정 경쟁제품 원산지

	경쟁제품	제품 종류 ²⁾	
		현지산	수입산
1	AJWA JUMBO	○	
2	Khidri Dates with Apricot	○	
3	Bayara Khudri Dates		○
4	DATE CROWN Fard	○	
5	Jomara Dates With Almonds	○	
6	Arabian Delights Chocodate with Almond	○	
7	Madhoor Dates Dry		○
8	Mackintosh'S Quality Street Dates		○
9	Tamrah Assorted Chocolate	○	
10	SIAFA Safawi Dates		○

2) 경쟁사의 소재지가 아닌 해당 제품 생산지를 기준으로 판단

02 조사지표 선정

경쟁제품 조사지표 선정

지원 기업 희망 조사지표와 제품의 특징을 반영하여 아래와 같이 경쟁제품 조사지표를 선정함



표 4

경쟁제품 조사지표 선정

조사 지표	지표 값	지표 값 정의
가격	소비자 판매 가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격
	100g	제품의 100g당 가격
용량	g	제품의 용량
선정 사유	인기 제품, 신제품 등	해당 제품을 경쟁제품으로 선정한 사유
제품 종류	현지산 제품	아랍에미리트 현지 브랜드 제품
	수입산 제품	해외 브랜드 제품
성분	원료 및 첨가물	원료 함유량 등 영양과 관련한 핵심 성분
인증	인증 내용	제품 포장에 표시되어 있는 인증
마케팅 포인트	제품의 홍보 문구	

03

현지조사 결과

아랍에미리트 주요 온라인 채널

지원 기업의 요청에 따라 Bateel 및 Al Barakah Dates Factory의 제품을 주요 경쟁사로 선정하여 해당 기업의 제품을 조사함

그 외 경쟁제품은 아랍에미리트의 주요 온라인 쇼핑몰인 Amazon UAE에서 대추야자 제품을 조사함

- 온라인 쇼핑몰에서 판매량이 높은 제품을 중심으로 조사함
- 대추야자 제품을 우선적으로 조사하되, 대추야자를 활용한 디저트 제품을 추가로 조사함



표 5

Amazon UAE 개요

		개요 및 주요 이슈	- 중동 최대의 오픈마켓 - 서비스 국가는 UAE, 사우디, 이집트 등임 - 영국, 미국, 중국 등으로부터 물품 구입이 가능함 - 2005년 Souq.com 설립 후 2017년 아마존이 5억 8,000만 달러에 인수함 - 취급 품목은 의류, 가전제품, 도서, 생활용품, 화장품, 식품 등 다양함
유통업체명	Amazon UAE	본사 소재지	Aurora Tower, Office 1901, Dubai
연락처	+971-4573-2000	홈페이지	www.amazon.ae

경쟁제품 판매 현황

I

경쟁제품

경쟁제품 정보	제품1	제품2
제품 사진		
제품명	AJWA JUMBO	Khidri Dates with Apricot
제조사	Al barakah dates	Bateel
생산지	아랍에미리트	아랍에미리트
선정 사유	인기 제품	인기 제품
가격	150디르함 (약 5만 3,890원)	71디르함 (약 2만 5,510원)
용량	3kg	1kg
인증	-	-
주요 성분	대추야자	대추야자, 살구
마케팅 포인트	- 자연스러운 단 맛 - 사우디아라비아산 대추야자 - 영양 성분이 풍부함	- 고품질 살구와 유기농 대추야차를 사용하여 만들 - 설탕 무첨가, 비타민, 미네랄이 풍부하게 함유
조사 매장	Al barakah dates 홈페이지	Bateel 홈페이지

경쟁제품 정보	제품3	제품4
제품 사진		
제품명	Bayara Khudri Dates	DATE CROWN Fard
제조사	Bayara	Al Ain Food & Beverages
생산지	중국	아랍에미리트
선정 사유	인기 제품	인기 제품
가격	21디르함 (약 7,540원)	23.85디르함 (약 8,570원)
용량	1 kg	1,500g
인증	-	-
주요 성분	대추야자, 견과류	대추야자, 견과류
마케팅 포인트	- 칼륨, 마그네슘, 섬유질이 풍부하게 함유 - 건강에 좋은 간식으로 가족과 함께 섭취하기 좋음	- 고품질 아랍에미리트 대추로 만든 대추정 - 섬유질, 철분, 마그네슘이 풍부하게 함유
조사 매장	Amazon UAE	Amazon UAE

경쟁제품 정보	제품5	제품6
제품 사진		
제품명	Jomara Dates With Almonds	Arabian Delights Chocodate with Almond
제조사	Jomara	Chocodate
생산지	아랍에미리트	아랍에미리트
선정 사유	인기 제품	인기 제품
가격	23디르함 (약 8,260원)	19.99디르함 (약 7,180원)
용량	250g	150g
인증	할랄	-
주요 성분	대추야자, 아몬드	대추야자, 아몬드, 초콜릿
마케팅 포인트	- 장, 뼈 건강 증진에 도움을 줌 - 방부제 및 정제 설탕을 사용하지 않으며, 100% 천연 재료 사용	- 고품질 다크 초콜릿, 구운 아몬드 사용하여 만든 핑거푸드 - 아몬드의 바삭함과 대추의 부드러움을 느낄 수 있음 - 식욕을 돋우는 풍미, 자연스러운 단맛
조사 매장	Amazon UAE	Amazon UAE

경쟁제품 정보	제품7	제품8
제품 사진		
제품명	Madhoor Dates Dry	Mackintosh'S Quality Street Dates
제조사	Madhoor	Quality Street
생산지	인도	영국
선정 사유	인기 제품	인기 제품
가격	4.59디르함 (약 1,650원)	37.95디르함 (약 1만 3,640원)
용량	400g	255g
인증	-	-
주요 성분	대추야자	대추야자, 밀크초콜릿
마케팅 포인트	- 망간, 구리, 마그네슘이 풍부하게 함유되어 뼈 건강 증진 - 비타민C, 비타민D 함유로 피부 건강에 도움을 줌	- 고품질 대추 및 초콜릿을 사용하여 만들 - 부드러운 질감을 위해 개별 포장 되어 있음
조사 매장	Amazon UAE	Amazon UAE

경쟁제품 정보	제품9	제품10
제품 사진		
제품명	Tamrah Assorted Chocolate	SIAFA Safawi Dates
제조사	Tamrah	SIAFA
생산지	아랍에미리트	사우디아라비아
선정 사유	인기 제품	인기 제품
가격	36.95디르함 (약 1만 3,280원)	48.85디르함 (약 1만 7,550원)
용량	270g	800g
인증	할랄	-
주요 성분	대추야자, 아몬드, 초콜릿	대추야자
마케팅 포인트	- 건강하고 영양이 풍부한 간식 - 개별 포장되어 신선함이 오래 보존됨	- 장 및 뼈 건강에 도움을 줌 - 신경계 건강에 도움을 줌
조사 매장	Amazon UAE	Amazon UAE

II

경쟁사



01

경쟁사 선정

경쟁사 선정 기준

지원 기업 제품은 대추정 건강 기능성 식품임. 따라서 대추야자 제품 중 건강 및 영양 성분을 강조한 제품의 제조사 중 지원 기업의 관심 기업을 경쟁사로 선정함

이에 따라, Al barakah dates와 Bateel을 경쟁사로 선정함



표 6

경쟁제품 조사 결과 및 경쟁사 선정

경쟁제품 현황		생산국	특징
1	AJWA JUMBO	아랍에미리트	자연스러운 단맛 영양 성분이 풍부함
2	Khidri Dates with Apricot	아랍에미리트	고품질 살구와 유기농 대추야자를 사용하여 만들 설탕 무첨가, 비타민, 미네랄이 풍부하게 함유
3	Bayara Khudri Dates	중국	칼륨, 마그네슘, 섬유질이 풍부하게 함유 건강에 좋은 간식으로 가족과 함께 섭취하기 좋음
4	DATE CROWN Fard	아랍에미리트	고품질 아랍에미리트 대추로 만든 대추정 섬유질, 철분, 마그네슘이 풍부하게 함유
5	Jomara Dates With Almonds	아랍에미리트	장, 뼈 건강 증진에 도움을 줌 방부제 및 정제 설탕을 사용하지 않으며, 100% 천연 재료 사용
6	Arabian Delights Chocodate with Almond	아랍에미리트	고품질 다크 초콜릿, 구운 아몬드 사용하여 만들 아몬드의 바삭함과 대추의 부드러움을 느낄 수 있음
7	Madhoor Dates Dry	인도	망간, 구리, 마그네슘이 풍부하게 함유 비타민C, 비타민D 함유로 피부 건강에 도움을 줌
8	Mackintosh'S Quality Street Dates	영국	고품질 대추 및 초콜릿을 사용하여 만들 부드러운 질감을 위해 개별 포장 되어 있음
9	Tamrah Assorted Chocolate	아랍에미리트	건강하고 영양이 풍부한 간식 개별 포장되어 신선함이 오래 보존됨
10	SIAFA Safawi Dates	사우디아라비아	장 및 뼈 건강에 도움을 줌 신경계 건강에 도움을 줌

02 경쟁사 분석

1. Al barakah dates

경쟁사 기본 정보



تمور البركة
AL BARAKAH DATES™

- 1988년 설립된 식품 기업으로 UAE 및 사우디아라비아 내 대추야자 시장을 선도하는 기업 중 하나로 성장함
- Al Barakah Factory는 대추야자, 대추시럽, 대추야자 설탕 생산을 위한 기술 보유
- 중동 최초 A등급 BRCGS 식품 인증 대추야자 공장
- 4만 톤 이상의 대추야자를 냉장 보관하여 제품의 신선도를 유지함

업체명

Al barakah dates

홈페이지

<https://albarakahdatesfactory.com/>

연락처

+971-4-432-4751

주소

Plot 531-562, Dubai Industrial City, Saih Shuaib 2, Dubai

제품 현황



- UAE 및 사우디아라비아산 대추야자 제품 판매
- 3kg, 5kg 중량의 대추야자 제품을 박스에 포장하여 도매로 판매



- 파우치에 개별 포장 된 대추야자 제품 500g을 묶음으로 판매
- Fard, Lulu 등 품종별 영양 특징을 강조함

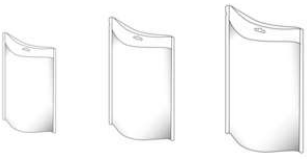
Al Barakah 제품은 고성능 기계를 이용하여 직접 포장하여 판매함

- 제품은 고객사 및 고객의 요청에 따라 크기, 품질, 판촉 및 광고 목적에 따라 포장 방법을 유연하게 바꾸어 판매함
- 도매 및 수출 목적으로 g, kg, 벌크 단위의 제품을 제공함. 제품 중량은 250g에서 10kg까지 포장 가능함
- 일반적으로 많이 사용되는 포장 유형은 다음과 같음



표 7

Al barakah dates 주요 포장 유형

유형	이미지	패키징 용량
Stand up Pouches		250g, 500g, 1 kg
Pillow Pouches		250g, 500g, 1 kg
Flat Thermo		250g, 500g, 1 kg
Thermo		50g, 100g, 250g, 400g, 500g, 1 kg
Rigid Thermo Packs		250g, 500g, 1 kg
Vaccum Packs		250g, 500g, 1 kg
Jawahar		250g, 500g, 1 kg
Mukhallat		250g, 500g, 1 kg

자료: AL Barakah Dates 홈페이지

Al barakah dates에서 판매하는 대추야자는 품질, 맛 측면에서 우수한 품종을 취급함. Al barakah dates에서 일반적으로 판매 중인 대추야자 제품은 크게 아랍에미리트산과 사우디아라비아산으로 나눌 수 있음



표 8

Al barakah dates에서 판매하는 주요 품종

원산지	아랍에미리트산	사우디아라비아산
품종	- NAGHAL - BARHI - FARD - SHISHI - BUMAAN - KHALAS - KHINEZI - SAYER - LULU - DABBAS	- Aiwa - Berni - Mabroom - Safawi - Skkary

자료: AL Barakah Dates 홈페이지

Al barakah dates 제품의 유통기한은 제품마다 다르나 일반적으로 밀봉 및 포장된 제품의 경우, 최대 18개월까지 유통 가능함

- 제품 개봉 후 냉장 보관 시 최대 180일까지 섭취 가능
- 모든 포장 제품에는 제품 특성에 따른 유통기한이 표시되어 있음

Al barakah dates의 제품은 자사 홈페이지, Kibsons, Amazon UAE, Organic & Real, Bayt 등 주요 온라인 채널에서 판매 중임

2. Bateel

경쟁사
기본 정보

- 1989년 사우디아라비아 리야드에서 설립된 식품 브랜드
- 본사는 두바이에 있으며, 아시아, 유럽, 미국 등 16개국에 진출하여 사업 전개 중
- 고품질 유기농 대추야자로 생산한 프리미엄 대추야자 제품을 판매 중임

업체명	Bateel
홈페이지	https://bateel.com/
연락처	+971-4-430-7539
주소	Business Central Towers, 33rd Floor, Tower B, Media City



- 필링이 없는 대추야자 제품으로 1kg당 가격을 책정하여 판매
- 화학 비료 없이 재배한 유기농 대추야자를 판매

제품 현황



- 대추야자에 견과류 및 견과일을 함께 수작업으로 직접 넣어 만든 제품
- 대추야자 필링으로는 살구, 캐러멜 피칸, 피스타치오, 오렌지 껍질, 마카다미아, 설탕에 절인 생강 등이 있으며 1kg당 가격을 책정하여 판매함

Bateel은 고객의 요청 사항에 따라 다양한 무게, 크기, 포장의 제품을 제공함

- 가장 일반적인 포장 무게는 550g으로, 박스 크기는 21×21×4cm임
- 주문 시 대추야자 품종, 포장 스타일, 포장 재료, 디자인, 무게, 수량 등을 선택할 수 있음



표 9

Bateel 주요 포장 유형

유형	이미지
Wooden Presentation Boxes	
Etageres	
Ballotins	
Classic Carton Packaging	
Tray Archives Heritage Tray	
Custom Packing	

자료: Bateel 홈페이지

Bateel 제품의 유통기한은 대추야자 필링에 따라 다르나 일반적으로 밀봉 및 포장된 제품의 경우, 최대 18개월까지 유통 가능함

- 제품 개봉 후 냉장 보관 시 최대 180일까지 섭취 가능
- 모든 포장 제품에는 제품 특성에 따른 유통기한이 표시되어 있음

Bateel 제품은 두바이 식품청 등으로부터 유기농 식품으로 인증 받음

- 이 외에도 USDA Organic, ECO Cert, HACCP, URS International 인증을 획득함

Bateel은 자체적으로 Bateel Cafe, Bateel Boutiques, Bateel Dates Stores 등 오프라인 매장을 운영함

- 중동 지역에서 Bateel은 브랜드 파워를 가지고 있어 타 브랜드에서도 홍보를 위해 Bateel의 오프라인 매장에 입점하고자 함



그림 1

Bateel 오프라인 매장 전경



자료: 현지 조사원

III

경쟁력 파악



01

가격 경쟁력 분석

초콜릿이 들어간 디저트 제품의 가격이 높은 편

조사 제품의 100g당 가격대는 1.15디르함부터 14.88디르함까지 다양하게 형성되어 있으며 제품에 따른 편차가 큰 편임

- 초콜릿이 들어간 대추야자 디저트 제품류의 100g당 가격이 13디르함 이상으로 높게 책정되어 있는 것으로 확인됨
- 일반적인 대추야자 또는 견과류, 견과일 등이 함께 들어 있는 제품은 10디르함 미만으로 가격이 낮은 편임
- 할랄 인증을 받은 제품은 타 제품 대비 가격이 높은 편임
- 지원 기업 제품의 경우, 현지 제품에 비해 가격이 높게 책정되어 있는 것으로 확인됨



표 10 경쟁제품 100g당 가격 비교

(단위: 디르함)

제조사	제품명	생산지	100g당 가격
지원 기업	산양삼 대추정	한국	63.85 ³⁾
Al barakah dates	AJWA JUMBO	아랍에미리트	5.00
Bateel	Khidri Dates with Apricot	아랍에미리트	7.10
Bayara	Bayara Khudri Dates	중국	2.10
Al Ain Food & Beverages	DATE CROWN Fard	아랍에미리트	1.59
Jomara	Jomara Dates With Almonds	아랍에미리트	9.20
Chocodate	Arabian Delights Chocodate with Almond	아랍에미리트	13.33
Madhoor	Madhoor Dates Dry	인도	1.15
Quality Street	Mackintosh'S Quality Street Dates	영국	14.88
Tamrah	Tamrah Assorted Chocolate	아랍에미리트	13.69
SIAFA	SIAFA Safawi Dates	사우디아라비아	6.11

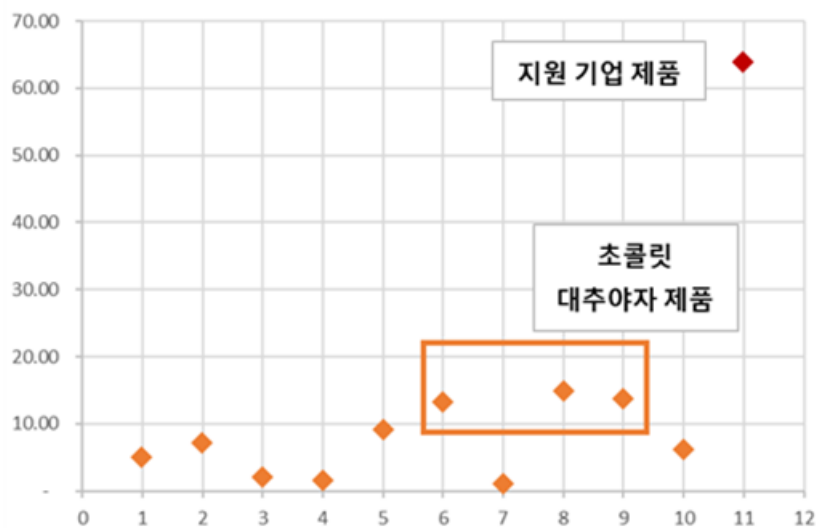
3) 지원 기업의 제품은 16개 1박스 단위로 가격을 책정하고 있는 반면 현지 기업 제품은 중량을 기준으로 가격이 책정되어 있음. 따라서, 지원 기업의 대추정 하나를 15g으로 가정하여 무게 당 가격을 산정하여 계산함



그림 2

제품 유형별 경쟁제품 100ml당 평균 가격 비교

(단위: 디르함)



02 벤치마킹 제품 분석

경쟁제품의 절반 이상이 아랍에미리트 제품

경쟁 제품의 대부분이 아랍에미리트 현지에서 생산된 제품임

- 조사한 경쟁제품 중 6개가 아랍에미리트산 제품이었으며, 중국, 인도, 영국, 사우디아라비아산 제품이 각각 1개로 조사됨



그림 3 경쟁제품 원산지별 개수

(단위: 개)



유기농 및 할랄 인증 제품 다수

제품 패키지에 직접 인증 마크를 적극 활용하지는 않지만, 기업 홈페이지 내 유기농, HACCP 등을 획득한 제품을 생산한다는 것을 강조하는 기업이 많았음

- 경쟁 제품 중 제품의 인증 여부를 직접적으로 강조한 제품은 2개로 모두 할랄 인증 획득 사실을 강조함



그림 4 Jomara 홈페이지 하단의 인증 마크 표시

Jomara is a producer of organic dates and value-added products using fully integrated state-of-the-art facilities and best manufacturing practices to protect and preserve the natural goodness of our produce.



자료: Jomara 홈페이지

패키지 전면에 야자나무 및 중동 이미지 강조

제품 패키지 전면에 야자나무 및 중동 이미지를 크게 강조한 제품이 많았음

- 프리미엄 디저트를 지향하는 제품의 경우, 야자나무를 브랜드 로고로 적극 활용하거나 중동을 상징하는 건축물을 이미지로 활용하는 패키지 디자인이 많았음
- 일부 제품은 Made in Dubai를 크게 강조하는 등 현지 생산 제품임을 강조함



그림 5 칼로리 숫자를 강조한 주요 경쟁제품 패키지 디자인



자료: 각 사 홈페이지

영양 성분등을 강조하는 제품 다수

경쟁 제품 중에는 대추야자 제품을 영양 성분이 풍부하게 함유된 건강 간식으로 소개하는 제품이 많았음

- 해당 제품들의 경우, 마그네슘, 섬유질, 철분, 비타민 등이 풍부하게 함유되어 있음을 강조함
- 제품 섭취 시 뼈 건강 및 장 건강에 도움을 줄 수 있음을 제품의 효능으로 언급하며 건강식품처럼 제품을 홍보하는 경우도 있었음
- 설탕을 사용하지 않았으며 자연스러운 단맛을 강조하는 제품도 일부 발견됨

IV

시사점



01

수출 확대 방안

가격 경쟁력

지원 기업 제품의 국내 판매 가격은 63.85디르함/100g으로 이는 경쟁 제품 10개 품목의 평균 가격 7.41디르함에 비해 매우 높게 나타남

지원 기업 제품 판매 가격은 조사한 경쟁 제품 가격 중 가장 높은 것으로 파악됨. 따라서 국내 판매 가격대로 판매할 경우, 가격 경쟁력은 낮을 것으로 전망됨. 현지에서 비슷한 수준의 가격으로 판매할 경우, 프리미엄 제품으로 포지셔닝하여 현지 제품 대비 높은 가격을 설득할 수 있을만한 원료의 건강상 이점 등을 적극적으로 강조하는 것이 필요함

벤치마킹

경쟁 제품 중에서는 할랄 인증을 받은 제품이 타 제품 대비 높은 가격에 판매되고 있음

인증 마크 등을 패키지에 적극 활용하지는 않으나 상세 페이지 등 제품 소개 시 인증 여부를 강조하는 제품들이 많았음. 할랄, 유기농 등 소비자들에게 신뢰를 줄 수 있는 인증을 획득하고 이를 제품의 특징으로 강조할 경우, 소비자들의 관심을 얻을 수 있을 것으로 전망됨

마케팅

현지에서 대추야자 제품은 마그네슘, 비타민, 철분, 섬유질이 풍부하게 함유된 건강 간식으로 인식되고 있음. 따라서 아랍에미리트 소비자에게 대추정은 프리미엄 건강 간식으로 받아들여질 것으로 예상됨

제품 소개 시, 현지 대추야자 제품과는 차별화되는 산양삼과 발효 대추의 영양성분 및 섭취 시 기대 효능 등을 적극적으로 강조할 경우 현지 소비자들의 관심을 얻을 수 있을 것으로 전망됨

02

참고 문헌

□ 참고 사이트

1. Euromonitor International
2. Amazon UAE
3. Al barakah dates
4. Bateel
5. Jomara

수출기업 맞춤형 조사

발행 겸 편집 aT 한국농수산물유통공사

발행 일자 2022.12

- 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.