

2023 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202310-23
품목 | 분유(Infant formula)
HS CODE | 1901.10-1010
국가 | 아랍에미리트(UAE)



CONTENTS

2023 수출기업 맞춤형 시장조사

시장 분석형

I. 요약

1. 요약	04
-------	----

II. 시장규모

1. UAE 영유아 식품 시장규모	06
2. UAE 영유아 조제분유 시장규모	07
3. UAE 분유 수입규모	08

III. 시장트렌드

1. '분유'와 '퓨레', UAE에서 수요 가장 많은 영유아식	11
2. '네슬레' 제품 압도적 인기	12
3. '팩' 패키징 및 '400g' 중량 다수	13
4. '유기농', '편리한' 문구로 홍보	14

IV. 유통채널

1. UAE 분유 유통채널 점유율	16
2. UAE 분유 주요 유통채널	17

CONTENTS

2023 수출기업 맞춤형 시장조사

시장 분석형

V. 진입장벽

1. UAE 분유 통관 및 검역 절차	30
2. UAE 분유 품질 인증	34
3. UAE 분유 라벨링	40
4. UAE 분유 성분 및 유해물질	49

VI. 수입·유통업체 인터뷰

1. 눈(Noon)	53
2. 카르푸(Carrefour)	56
3. 루루(LuLu)	59

VII. 시사점

1. 시사점	63
--------	----

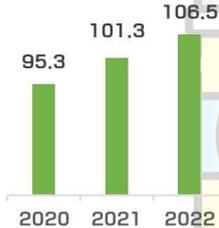
※ 참고문헌	66
--------	----

UAE 분유 시장

시장 현황

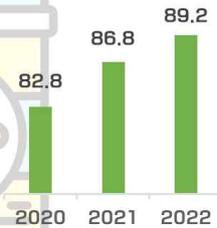
영유아 식품 시장규모

단위 : 백만 달러



영유아 조제 분유 시장규모

단위 : 백만 달러



수출입 현황

수출입 현황 (HS CODE 1901.10 기준)



국가별 수입규모



시장 트렌드

빅데이터 분석



* UAE 온라인 쇼핑몰 분유 제품 559건 분석 결과

주요 유통채널

유통채널 점유율



통관 및 제도

수출 통관 유의사항

세금
기본 세율 0%

사전 준비
연방 식품 포털(ZAD, FIRS)
사전 식품 등록
산업 및 첨단기술부 표준 준수
할랄 인증 취득 必

권장 인증



라벨링 유의사항

필수 표기사항
아랍어 표기 必
제품명, 원재료명, 영양소 라벨, 용량,
업체명 및 주소, 보관 조건, 원산지,
로트 번호, 제조일자 및 유통기한,
사용 방법 표기 필요

수입유통업체 인터뷰

인터뷰 대상 :



Point 01.

제품 수요 유망 국제 브랜드들을 기반으로 한 분유 및 영유아 제품들의 수요는 크나, 한국산 분유에 대한 인지도 및 수요는 전무한 수준임
제품 트렌드 건강과 영양에 대한 관심이 증가하며 분유 제품 또한 성분과 효능, 영양을 가장 중시하는 트렌드가 존재함
제품 적정 유통채널 슈퍼마켓, 약국, 영유아 전문매장 등 오프라인 채널을 우선적으로 공략하여 진출할 것을 권장함

Point 02.

제품 가격 피드백 고객사 분유 제품은 현지에서 판매되는 분유 제품 대비 비싼 편이지만, 고품질 고려 시 합리적인 수준임
제품 포장 피드백 캔 포장은 보관 및 운송에 용이하여 기존 대다수의 분유 업체들 또한 활용하고 있는 방식이기 때문에 적합함
제품 홍보문구 피드백 제품의 효능 및 성분에 대해 설명하고 있으므로 긍정적이지만, 이를 뒷받침하는 실험 결과 등을 보완할 것을 권장함

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

II 시장규모



1. UAE 영유아 식품 시장규모
2. UAE 영유아 조제분유 시장규모
3. UAE 분유 수입규모

1. UAE 영유아 식품 시장규모

UAE 국가 일반 정보¹⁾

면적	8만 3,600km ²
인구	928만 명
GDP	4,153억 달러
GDP (1인당)	4만 4,741달러

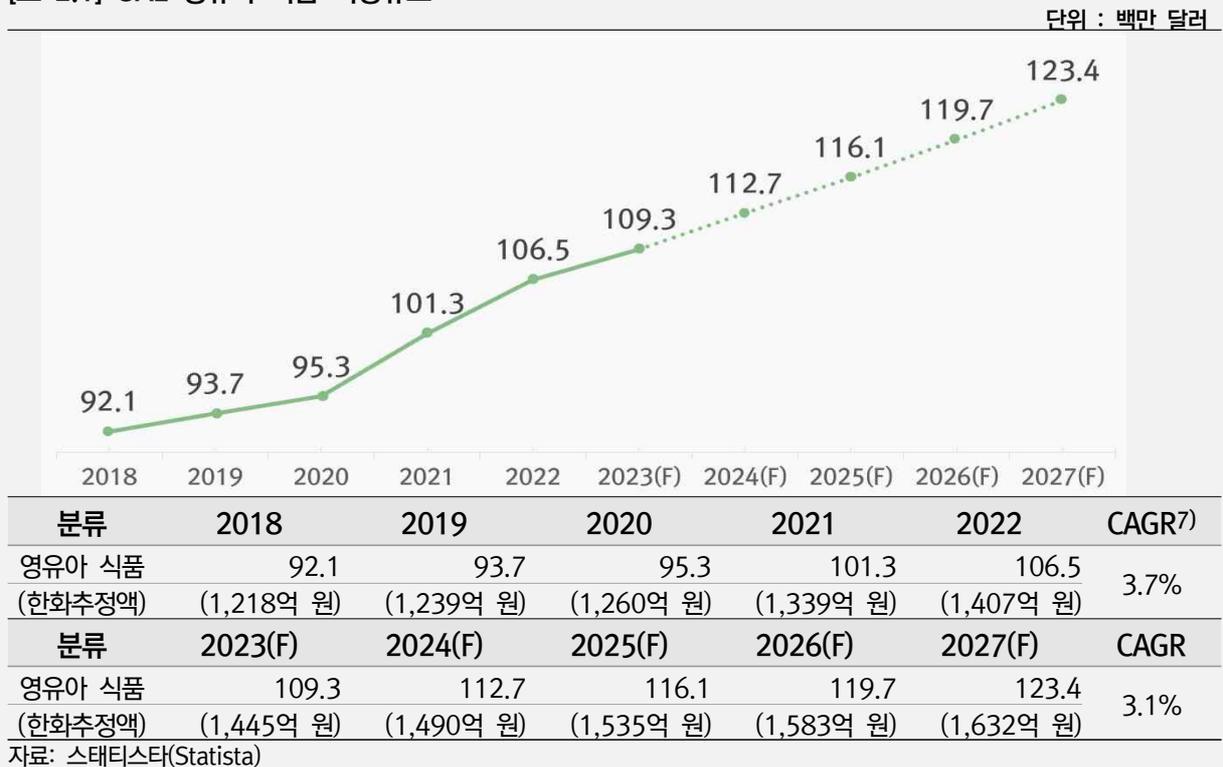
▶ UAE 영유아 식품 시장규모 1,407억 원, 연평균 3.7% 성장

2022년 기준 UAE 영유아 식품 시장규모는 1,407억 원이며, 최근 5년(2018-22년)간 평균 1,292억 원을 기록함. 5년간 연평균성장률이 3.7%인데 비해, 2021년에는 전년 대비 6.3%의 비교적 높은 시장 성장을 보임

▶ UAE 영유아 식품 시장규모, 향후 5년간 3.1%씩 성장 예상

UAE 영유아 식품 시장은 향후 5년(2023-27년)간 연평균 3.1%씩 성장하여 2027년 1,632억 원을 기록할 것으로 예상됨. 최근 UAE 영유아식 시장은 도시화, 여성 소득 및 직장 내 역할 변화의 영향으로 수입제품, 분유 등이 인기를 끌고 있으며, 두바이와 아부다비 지역의 소비가 전체의 75%를 차지하는 것으로 조사됨²⁾³⁾

[표 2.1] UAE 영유아 식품 시장규모⁴⁾⁵⁾⁶⁾



1) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2022

2) 자료: KATI농수산물수출정보, 「UAE 영유아식품 시장」, 2019.02

3) 조사제품 '분유'의 특징을 기준으로 '영유아 조제분유'의 시장규모와 상위품목인 '영유아 식품'의 시장규모를 조사함

4) 자료: 스탯티스타(Statista), 「Baby Food_United Arab Emirates」, 2023.08

5) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

6) 1달러=1,322.30원(2023.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

7) 연평균성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

2. UAE 영유아 조제분유 시장규모

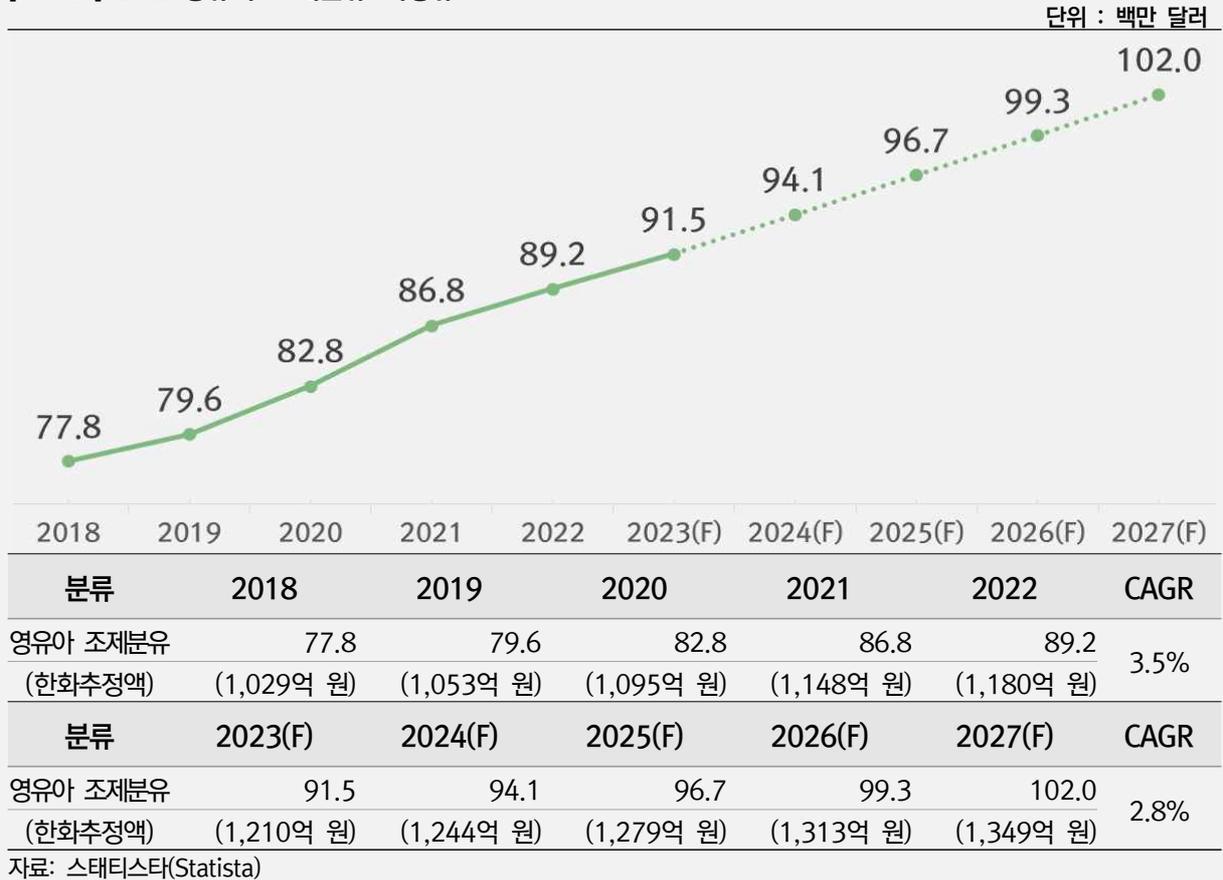
▶ UAE 영유아 조제분유 시장규모 1,180억 원, 연평균 3.5% 성장

2022년 기준 UAE 영유아 조제분유 시장규모는 1,180억 원이며 최근 5년(2018-22년)간 평균 1,101억 원을 보이고 있음. 최근 5년간 연평균성장률이 3.5%인데 비해 2021년에는 전년 대비 4.8%의 비교적 높은 성장률을 기록함

▶ UAE 영유아 조제분유 시장규모, 향후 5년간 2.8%씩 성장 예상

UAE 영유아 조제분유 시장은 향후 5년(2023-27년)간 연평균 2.8%씩 성장하여 2027년 1,349억 원을 기록할 것으로 예상됨. 코로나19 이후에는 건강에 대한 관심 증가로 면역기능 향상에 도움이 되는 무기질과 비타민이 추가된 특수 분유 등이 인기를 얻고 있음⁸⁾

[표 2.2] UAE 영유아 조제분유 시장규모⁹⁾¹⁰⁾



8) 자료: EMERiCs 신흥지역정보 종합지식포털, 「코로나 사태로 영향을 받고 있는 UAE 영유아식품 시장」, 2022.02

9) 자료: 스탯스타(Statista), 「Baby Milk & Infant Formula_United Arab Emirates」, 2023.08

10) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

3. UAE 분유 수입규모

분유 HS CODE

해당 장에서 분유는 HS CODE 1901.10으로 분류. HS CODE 제1901호의 품명은 - 맥아 추출물과 고운 가루·부순 알곡·거친 가루·전분이나 맥아추출물의 조제 식료품, HS CODE 1901.10-1010의 품명은 조제 분유로 확인

▶ 2017-21년 UAE HS CODE 1901.10 對글로벌 연평균성장률 5.3%

UAE HS CODE 1901.10 품목인 분유의 對글로벌 수입규모는 지난 5년(2018-22년)간 연평균성장률 5.3%를 보이면서 2021년도에는 2,172억 원을 기록함. 최근 5년간 연평균성장률이 5.3%인데 비해 2019년에는 전년 대비 25.9%의 높은 성장률을 기록함

▶ UAE 내 HS CODE 1901.10 품목 수입규모, 한국 집계 불가

2017년 UAE 내 분유의 對한국 수입규모는 130만 원을 기록하였고 이후의 규모는 집계되지 않음. 2021년 기준 1위국 칠레(725억 원, 33%)는 최근 3년(2019-21년)간 연평균성장률 36.2%를 기록했고, 2위국 네덜란드(484억 원, 22%)는 지난 5년(2017-21년)간 연평균성장률 0.1%를 기록함. 3위국 스위스(219억 원, 10%)는 5년간 연평균 6.4% 증가함

[표 2.3] UAE HS CODE 1901.10 수입규모¹¹⁾¹²⁾

단위 : 천 달러



자료 : ITC(International Trade Centre)

11) 자료 : ITC(International Trade Centre)

12) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

III 시장트렌드



1. '분유'와 '퓨레', UAE에서 수요 가장 많은 영유아식
2. '네슬레' 제품 압도적 인기
3. '팩' 패키징 및 '400g' 중량 다수
4. '유기농', '편리한' 문구로 홍보

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ UAE 온라인매장 입점 분류

- 데이터 수집 키워드 : 분류(Infant formula)
- 데이터 수집량 : 559건
- 데이터 수집원 : UAE 온라인쇼핑몰 아마존(Amazon UAE)

▶ UAE 온라인매장 입점 분류 특징 분석

- 데이터 분석 항목
 - ① 경쟁제품 ② 경쟁브랜드 ③ 패키징 ④ 홍보문구

항목	키워드 (국문/영어)		빈도	키워드 (국문/영어)		빈도
경쟁제품	분유	Formula	667	빵튀기	Puffs	36
	퓨레	Puree	266	스무디	Smoothie	24
	(유아용)과자	Snack	153	(유아용)비스킷	Biscuits	22
	오트밀	Oat	105	웨이퍼	Wafers	12
	시리얼	Cereal	90	푸딩	Pudding	3
경쟁브랜드	난	Nan	283	후마나	Humana	74
	거버	Gerber	199	시밀락	Similac	61
	네슬레	Nestle	145	압타밀	Aptamil	15
	세레락	Cerelac	118	오르데사	Ordesa	15
	해피 패밀리	Happy Family	102	힙	Hip	10
	S26	S26	86	비베나	Bibena	6
패키징	팩	Pack	401	400g	400g	78
	캔	Can	372	800g	800g	41
	파우치	Pouch	234	90g	90g	40
	봉지	Bag	112	900g	900g	27
홍보문구	유기농의	Organic	394	뇌 발달	Brain	126
	편리한	Convenient	214	오메가3 함유	Omega 3	74
	비타민	Vitamin	200	DHA 함유	DHA	68
	천연의	Natural	158	프리바이오틱 함유	Prebiotics	45
	성장에 도움을 주는	Growth	155	튼튼한 뼈를 위한	Bone	31

1. ‘분유’와 ‘퓨레’, UAE에서 수요 가장 많은 영유아식

▶ ‘분유’와 ‘퓨레’, UAE에서 영유아식으로 수요 가장 많아

- UAE 온라인 몰에서 영유아식으로 ‘분유’ 제품이 가장 많이 판매되고 있는 것으로 확인됨
- 그다음으로는 ‘퓨레’ 266건, ‘유아용 과자’ 153건을 비롯하여 ‘오트밀’, ‘시리얼’ 등 키워드도 다수 도출됨
- ‘오트밀’은 단독 원료보다는 ‘시리얼’ 제품의 원료로 사용된 경우가 대부분임

▶ 곡물과 과일로 만든 다양한 분유 경쟁제품 판매

- UAE 온라인 몰에서 ‘퓨레’, ‘시리얼’, ‘빵튀기’, ‘웨이퍼’ 등 곡물과 과일을 아기가 먹을 수 있게 다양한 형태로 가공한 제품 판매 중인 것으로 확인
- 특히 ‘유아용 과자’의 경우, 막대나 대롱, 작은 도넛 모양 등으로 형태가 가장 다양함
- ‘시리얼’은 국내 유아용 시리얼과 달리 분말 형태로 된 제품이 다수

퓨레		유아용 과자		시리얼	
					
제품명	유아식 바나나 퓨레 4개월 이상	제품명	유기농 슈퍼푸드 퍼프	제품명	유아식 시리얼 밀 & 5가지 과일
브랜드	히어로 베이비(Hero Baby)	브랜드	해피베이비(Happy Baby)	브랜드	비베나(Bibena)
중량	125g	중량	60g	중량	250g
가격	5.82디르함(2,095원 ¹³⁾)	가격	26.94디르함(9,698원)	가격	14.00디르함(5,040원)

[표 3.1] UAE 분유 경쟁제품 관련 키워드



자료: UAE 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘분유’ 관련 게시물 559건 분석

13) 1디르함=360.00원(2023.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. '네슬레' 제품 압도적 인기

▶ '난', '거버' 등 '네슬레' 브랜드, UAE 분유 시장 과반 이상 점유

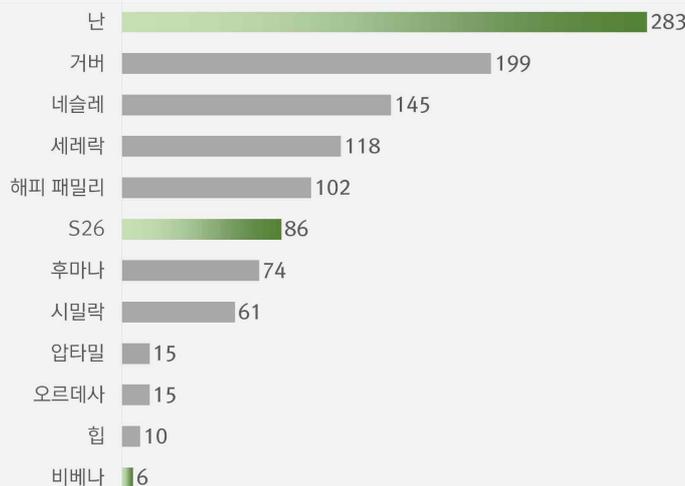
- 스위스 다국적 식품 제조기업인 '네슬레'의 분유 브랜드 '난'이 283건, 마찬가지로 '네슬레'의 이유식 브랜드인 '거버'가 199건, 영유아용 시리얼 브랜드 '세레락' 118건, 기타 '네슬레' 브랜드 145건으로 '네슬레' 산하 브랜드가 UAE 온라인 판매 분유 제품 대다수 차지함

▶ UAE 분유 제품, 수입 브랜드가 대부분

- '네슬레'의 여러 영유아식 브랜드를 비롯하여 미국 유기농 기업 '해피 패밀리', 네슬레 자회사 브랜드 'S26', 독일 분유 '후마나'와 '압타밀', 미국의 '시밀락' 등 UAE 경쟁브랜드 대다수가 수입 브랜드로 확인됨
- UAE 국내 영유아식 브랜드 '비베나'도 일부 도출됨

NAN		S26		Bibena	
					
제품명	난 A.R.스타터 0-12개월용	제품명	염소유 분유 3단계	제품명	0-6개월용 분유
브랜드	난(NAN)	브랜드	S26(S26)	브랜드	비베나(Bibena)
중량	380g	중량	380g	중량	400g
가격	39.55디르함(14,238원)	가격	82.95디르함(29,862원)	가격	38.63디르함(13,907원)

[표 3.2] UAE 판매 분유 경쟁브랜드 관련 키워드



자료: UAE 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 '분유' 관련 게시물 559건 분석

3. ‘팩’ 패키징 및 ‘400g’ 중량 다수

▶ ‘팩’ 묶음 판매 제품 다수

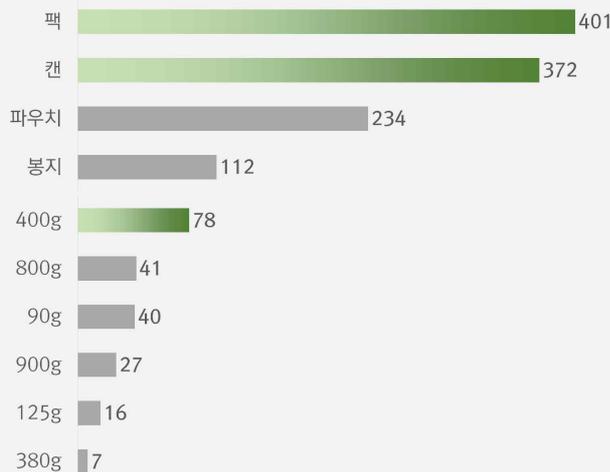
- 패키징 관련 키워드 조사 결과, ‘팩’ 키워드 401건 도출함
- 그 외, ‘캔’ 키워드 372건, ‘파우치’ 234건 도출함
- UAE 온라인 몰 판매 분유 제품 대부분 ‘캔’ 패키징 적용함
- ‘파우치’, ‘봉지’ 포장은 분유 외 푸레, 시리얼 등 이유식 제품에만 해당됨

▶ ‘400g’, ‘800g’ 중량 분유 제품 많아

- UAE 분유 제품 대부분이 ‘400g’, ‘800g’, ‘900g’ 중량으로 판매
- ‘90g’, ‘125g’ 등 비교적 소용량 제품은 분유가 아닌 푸레 등 다른 이유식 제품이 많았으며 분유 외 이유식 또는 유아용 과자 등 제품은 중량이 다양한 편임

팩		캔		400g	
					
제품명	블레밀 플러스 컴포트 분유	제품명	오가너 콤비오틱 신생아 분유	제품명	어드밴스 1단계 0-6개월용
브랜드	오르데사(Ordessa)	브랜드	힉(HiPP)	브랜드	압타밀(Aptamil)
중량	400g	중량	800g	중량	400g
가격	695.23디르함(250,283원)	가격	89.05디르함(32,058원)	가격	47.75디르함(17,190원)

[표 3.3] UAE 판매 분유 패키징/중량 관련 키워드



자료: UAE 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘분유’ 관련 게시물 559건 분석

4. '유기농', '편리한' 문구로 홍보

▶ '유기농', '편리한' 키워드, 홍보문구로 가장 많이 사용

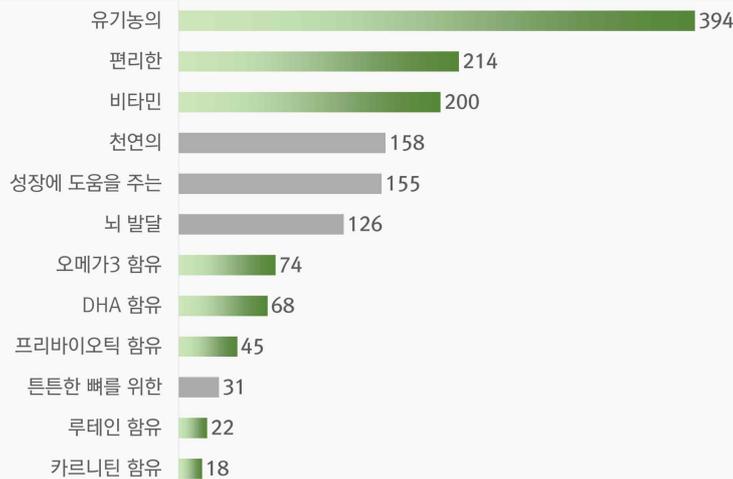
- UAE 분유 홍보문구 중 '유기농' 키워드 394건 확인함
- 최근 환경·지속가능성·유기농 등의 가치를 중시하는 소비자들이 늘면서 많은 기업들이 이러한 부분을 제품 개발과 출시에 반영하고 있는 추세임
- 또한 사회활동과 육아를 병행하는 여성들이 증가함에 따라 육아 시간을 줄이기 위해 분유와 간편 이유식 수요가 지속적으로 증가할 것으로 예상되는 가운데 이를 반영한 '편리한' 홍보문구도 214건 확인됨

▶ 영양소 첨가한 특수 분유 제품 인기

- 코로나 사태 이후 면역기능 향상과 영유아 성장에 필요한 비타민, 무기질 등 영양소를 첨가한 특수 분유가 인기를 얻고 있음
- UAE 온라인 몰 판매 분유 제품에도 '비타민', '오메가3 함유', 'DHA 함유', '프리바이오틱 함유' 등 추가 영양소 첨가를 강조한 홍보문구 사용함¹⁴⁾

유기농의		편리한		오메가3 함유	
					
제품명	유기농 분유 1단계	제품명	수퍼푸드 베이비푸드 파우치	제품명	토들러 오메가 식물성 분유
브랜드	홀레(Holle)	브랜드	해피패밀리(Happy Family)	브랜드	엘즈뉴트리션(Else Nutrition)
중량	400g	중량	120g	중량	624g
가격	85.42디르함(30,751원)	가격	13.40디르함(4,824원)	가격	223.00디르함(80,280원)

[표 3.4] UAE 판매 분유 홍보문구 관련 키워드



자료: UAE 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 '분유' 관련 게시물 559건 분석

14) 자료: EMERICs, '코로나 사태로 영향을 받고 있는 UAE 영유아식품 시장', 2022.02

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

IV 유통채널



1. UAE 분유 유통채널 점유율
2. UAE 분유 주요 유통채널

1. UAE 분유 유통채널 점유율

▶ UAE 분유 유통채널 점유율, ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’ 1위

2023년 1분기 UAE 분유를 비롯한 일용소비재(FMCG)의 유통채널 중 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’은 55%의 점유율을 차지했으며, 전년 동기 대비 3%p 비중이 낮아졌으나 여전히 UAE 식품 유통 영역에서 큰 영향력을 행사하고 있음. 한국도 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’의 비중이 43%로 1위 유통채널로 확인됨. 이어서 UAE 내 두 번째로 높은 비중을 차지한 유통채널인 ‘전통 시장’은 6%의 점유율을 차지하고 있음. 한국도 동일하게 6%의 점유율을 차지함. UAE는 특히 코로나19로 인해 UAE 내 외국인 수가 크게 감소하고, UAE 국민 소득수준이 하락함에 따라 백화점 등의 고급 유통채널보다는 하이퍼마켓 또는 슈퍼마켓을 입점 목표로 하는 것이 UAE 소비자들에게 접근하기에 유리할 것으로 보임¹⁵⁾

[표 4.1] UAE 및 한국 분유 소매유통채널 점유율 비교



UAE 및 한국 분유 소매유통채널 점유율 비교¹⁶⁾¹⁷⁾

UAE	유형	한국
55%	하이퍼마켓/슈퍼마켓	51%
6%	전통 시장	6%
39%	기타 ¹⁸⁾	43%

자료: 캐나다농식품부(Canada Agriculture), 칸타(Kantar)

15) 자료: 캐나다농식품부(Canada Agriculture), 「Market Overview - United Arab Emirates」, 2021

16) ‘분유’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 ‘일용소비재(FMCG)’ 시장의 정보를 확인함

17) 자료: 칸타(Kantar), 「ASIA'S FMCG MARKET AT A GLANCE」, 2023.07

18) 기타 항목은 ‘바칼라/미니마켓(Baqalas/Minimarkets)’, ‘현대식 상점(Newly added stores)’, 약국(Pharmacies), 전문점(Specialty Stores) 등을 비롯한 ‘기존 상점(Remaining stores)’을 포함함

2. UAE 분류 주요 유통채널 ① 갤러리아파예트

기업 기본 정보	기업명	갤러리아파예트(Galleries Lafayette)	
	기업구분	백화점	
	홈페이지	www.gallerieslafayette.ae	
	위치	두바이(Dubai)	
	규모	순수익('22) • 500만 달러(66억 원 ¹⁹⁾ 기타 규모 • 매장 수('23): 1개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1893년에 파리에 처음 설립된 프랑스 백화점 브랜드 • 2009년 두바이의 더두바이몰(The Dubai Mall)에 입점 • 두바이 최대 규모의 백화점 • 갤러리아파예트 내 미식 컨셉의 푸드코트 르고르멧(Le Gourmet) 운영 • 온라인 쇼핑몰을 운영하여 UAE 내 당일 배송 및 반품 서비스를 지원함 	

매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 즉석식품, 냉동식품, 소스류, 곡류, 간편식품 등
	선호 제품	• 유기농 제품, 수입식품
	매장 전경	 

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 하단 좌측에 'Contact Us' 클릭 (www.gallerieslafayette.ae/contact-us) ① 담당자 정보(이름, 이메일, 전화번호), 화신 요청 여부 ② 문의 주제, 문의 내용 - 정보 기입 완료 후 'Submit' 클릭 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +971-4-339-9933 - 왓츠앱: +971-54-792-1117 - 이메일: customerservice.uae@gallerieslafayette.ae
-------------	---------------------	---

자료: 갤러리아파예트(Galleries Lafayette)

사진 자료: 갤러리아파예트(Galleries Lafayette), 트립어드바이저(TripAdvisor), 두바이쇼핑가이드(Dubai Shopping Guide)

19) 1달러=1,322.30원(2023.09.01., KEB하나은행 매매기준을 적용)

2. UAE 분류 주요 유통채널 ② 마크스앤스펜서

기업 기본 정보	기업명	마크스앤스펜서(Marks & Spencer)	
	기업구분	백화점	
	홈페이지	www.marksandspencer.com/ae	
	위치	두바이(Dubai), 아부다비(Abu Dhabi) 등	
	규모	매출액('22) • 119억 파운드(19조 9,406억 원 ²⁰⁾) ²¹⁾ 기타 규모 • 매장 수('22): 16개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1884년 영국에서 처음 설립됨 • 런던 패딩턴에 본사를 두고 있는 다국적 백화점 소매 기업 • 의류, 미용, 생활용품, 식품 소매를 중심으로 하고 있음 • UAE 기반 소매 기업 김슨(Kibsons)과 파트너십을 맺고 자체 식품 브랜드 제품을 공급하고 있음 	

매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 가공식품, 수입식품, 음료류, 의류 브랜드 등
	선호 제품	• 고급 수입식품, 음료 등
	매장 전경	 

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 하단 'Contact Us' 클릭 - 'Need Some Help?' 아래의 항목 중 'Contact us' 선택 - By email 우측의 'click here' 클릭 (www.marksandspencer.com/ae/contactus) ① 담당자 이름, 연락처, 이메일 ② 문의 주제, 문의 내용 - 정보 기입 완료 후 'Submit my enquiry' 클릭 <ul style="list-style-type: none"> • 문의사항 연락처 - 전화번호(지점별 상이): +971-800-62637(테이라시티센터 지점)
-------------	---------------------	--

자료: 마크스앤스펜서(Marks & Spencer), 타임아웃두바이(TimeOutDubai)

사진 자료: 두바이익스플로러(Dubai Explorer), 더내셔널(The National)

20) 1파운드=1,675.68원(2023.09.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

21) 영국 본사 2022년 연결매출액

2. UAE 분류 주요 유통채널 ③ 몰오브디에미레이트

기업 기본 정보	기업명	몰오브디에미레이트 (Mall of the Emirates)		 Mall of the Emirates
	기업구분	백화점		
	홈페이지	www.malloftheemirates.com		
	위치	두바이(Dubai)		
	규모	매출액('22)	• 363억 디르함(13조 680억 원 ²²⁾) ²³⁾	
		기타 규모	• 매장 수('23): 1개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 두바이의 알 바르샤에 위치한 백화점 형태의 쇼핑몰로, 2005년 처음 설립됨 • 마지드알푸타임(Majid Al Futtaim) 그룹이 소유하고 있음 • 중동에서 2번째로 규모가 큰 쇼핑센터로, 극장 및 스키장을 갖추고 있는 것이 특징적임 • 두바이 지하철역(Emirates Center Station)과 연결되어 접근성이 매우 좋음 		
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 가공식품, 고급 향신료, 음료류, 주류, 수입식품, 의류 브랜드 등		
	선호 제품	• 브랜드 신뢰도가 높은 상품, UAE 표준 식품 인증을 취득한 제품		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 하단 메뉴 'Contact Us' 아래 'Contact Form' 클릭 (www.malloftheemirates.com/en/feedback) - 등록 시 필요한 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 담당자 정보(담당자명, 이메일 주소, 전화번호) ② 문의 내용(문의 주제, 문의 상세 내용) • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +971-800-663-6255 - 이메일: info.moe@maf.ae 		

자료: 몰오브디에미레이트(Mall of the Emirates)
 사진자료: 구글맵(Google Maps), 크라이오캐빈(Criocabin)

22) 1디르함=360.00원(2023.09.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

2. UAE 분류 주요 유통채널 ④ 까르푸 아랍에미리트

기업 기본 정보	기업명	까르푸 아랍에미리트(Carrefour UAE)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.carrefouruae.com	
	위치	두바이(Dubai) 외	
	규모	매출액('22)	• 363억 디르함(13조 680억 원) ²⁴⁾
		기타 규모	• 매장 수('23): 270개
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1995년 UAE 시티 센터 데이이라에서 첫 매장을 오픈함 • 마이디알푸타임리테일(Majid Al Futtaim Retail) 그룹이 소유하고 있음 • 까르푸(Carrefour) 자체 브랜드 제품의 범위와 품질을 지속적으로 확장하고 있음 • 유기농 라인 까르푸바이오(Carrefour Bio) 브랜드를 유통하고 있음 		
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 가공식품, 수산물, 생선류, 냉동식품 등	
	선호 제품	• 공인된 공급업체 및 UAE 식품 인증을 취득한 수입업체 제품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 하단 'Contact Us' 클릭 (www.carrefouruae.com/helpcenter) - 해당 페이지 하단에서 'Send Message' 클릭 - Inquiry - Product - Product Inquiry 항목 선택 후 'Did this solve your issue?'에 'No' 체크 ① 문의 내용 ② 담당자 이름, 연락처, 이메일 - 정보 기입 완료 후 'SEND' 클릭 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +971-800-73232 	

자료: 까르푸 아랍에미리트(Carrefour UAE)

사진 자료: 아라비안비즈니스(Arabian Business), 디스커버두바이(Discover Dubai)

23) 모회사 Majid Al Futtaim Retail의 2022년 총매출액

24) 모기업 Majid Al Futtaim Retail의 2022년 총매출액

2. UAE 분류 주요 유통채널 ⑤ 알마야슈퍼마켓

기업 기본 정보	기업명	알마야슈퍼마켓(Al Maya Supermarket)			
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓			
	홈페이지	www.almaya.ae/supermarket			
	위치	두바이(Dubai) 외			
	규모	수익액('21) <ul style="list-style-type: none"> • 2,400만 달러(317억 원) 기타 규모 <ul style="list-style-type: none"> • 매장 수('23): 50개 • 직원 수('23): 1,050명 			
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1982년 설립된 알마야그룹(Almaya Group)의 슈퍼마켓 소매 체인 브랜드 • 국제식품안전관리기준, HACCP, ISO 22000:2005를 충족하는 제품을 유통하고 있음 • 자체 베이커리 브랜드를 운영하고 있음 • 100개 이상의 일용소비재(FMCG) 브랜드가 입점되어 있음 				
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> • 신선식품, 가공식품, 수산물, 생선류, 냉동식품 등 			
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> • UAE에서 효력이 있는 식품 인증을 취득한 제품, 브랜드 신뢰도가 높은 제품 			
	매장 전경	 			
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 이메일 또는 유선 연락을 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소) ② 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고 자료(회사 소개서, 서비스 제공 범위, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +971-4-823-0000 - 이메일: info@almaya.ae 			

자료: 알마야그룹(Al Maya Group), 로켓리치(RocketReach)

사진 자료: 두바이시티(Dubai City), 나이스로컬(NiceLocal)

2. UAE 분류 주요 유통채널 ⑥ 스피니스

기업 기본 정보	기업명	스피니스(Spinneys)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.spinneys.com	
	위치	두바이(Dubai), 아부다비(Abu Dhabi), 알함라(Al Hamra)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('23): 50개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1961년 설립됨 • 1996년 스피니스(Spinneys)의 자체 매거진 'Living in the Gulf'를 최초로 발행함 • 'Farmers Club' 및 'Spinneys Local Business Incubator'와 같은 이니셔티브를 기반으로 지역 사업체와 농가를 지원하고 있음 • 2020년 온라인 쇼핑몰을 설립하여 아랍에미리트 전역 배송 가능 	
매장정보	입점 가능 품목	• 수산물, 생선류, 가공식품, 냉동식품, 스낵류, 음료류 등	
	선호 제품	• UAE에서 효력이 있는 식품 인증을 취득한 제품, 브랜드 신뢰도가 높은 제품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 스피니스 홈페이지 하단 'Contact Us' 클릭 - 해당 페이지의 'Leave us a comment' 항목 아래 'simple online form' 클릭 (www.feedback.spinneys.com) - 등록 시 필요한 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보(공급자 이름, 전화번호, 이메일 주소) ② 문의 내용 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +971-60-057-5756 - 이메일: support@spinneys.com 	

자료: 스피니스(Spinneys)

사진 자료: 아라비안비즈니스(ArabianBusiness), 걸프뉴스(Gulf News)

2. UAE 분류 주요 유통채널 ⑦ 1004고르멧

기업 기본 정보	기업명	1004고르멧(1004 Gourmet)	
	기업구분	아시안마트/한인마트	
	홈페이지	www.1004gourmet.com	
	위치	두바이(Dubai), 아부다비(Abudabi)	
	규모	기타 규모 • 매장 수(*23): 3개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 2008년에 설립되었으며, 아시아 지역 국가의 수입식품을 주로 취급 • UAE 전 지역에 배송 서비스 제공 • 3,000개 이상의 물류를 처리하는 자체 물류 시스템을 보유하고 있음 • 까르푸(Carrefour), 촐쓰람즈(Cholthrams) 등의 현지 슈퍼마켓, 호텔, 레스토랑 등에 도매로 납품하고 있음 • 한국 식품 및 화장품 브랜드가 다양하게 입점되어 있음 	
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 가공식품, 수산물, 스낵류, 음료류 등	
	선호 제품	• 아시안 식품 및 향신료, 한국산 식료품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 이메일 또는 유선 연락을 통한 입점 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소) ② 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고 자료(회사 소개서, 서비스 제공 범위, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +971-4-882-9882 - 이메일: info@1004gourmet.com - 왓츠앱 +971-54-584-7741 	

자료: 1004고르멧(1004 Gourmet)

사진 자료: 타임아웃아부다비(TimeOut Abudhabi), 1004고르멧(1004 Gourmet)

2. UAE 분유 주요 유통채널 ⑧ 패밀리케이

기업 기본 정보	기업명	패밀리케이(FamilyK)			
	기업구분	아시안마트/한인마트			
	홈페이지	www.familyk.ae			
	위치	두바이(Dubai)			
	규모	기타 규모	• 매장 수('23): 1개		
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 2015년 'K-Food & Asian Foodstuff Import & Marketing'이라는 기업명으로 설립된 한국산 식료품 유통 업체로, 소매업 영역까지 사업 확장 후 'Family K'로 사명 변경 • 한국 식품 트렌드에 맞는 새로운 제품들을 공급하고 있음 • 카카오톡 채널을 운영하여 신제품 소식, 할인 혜택 소식 등을 공유하고 있음 			
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> • 신선식품, 가공식품, 할랄 식품, 김치, 쌀, 냉동식품, 라면 등 			
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> • 한국의 식품 트렌드에 맞는 제품 			
	매장 전경	 			
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 상단 우측에 'Contact Us' 클릭 (www.familyk.ae/contact-us) - 주어진 양식 작성 - 등록 시 필요한 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보(담당자 이름, 이메일 주소) ② 문의 주제, 문의 내용 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +971-4-328-8717 - 이메일: care@familyk.ae 			

자료: 패밀리케이(FamilyK)

사진 자료: 패밀리케이(FamilyK), 피네이익스팻(PinayExpat)

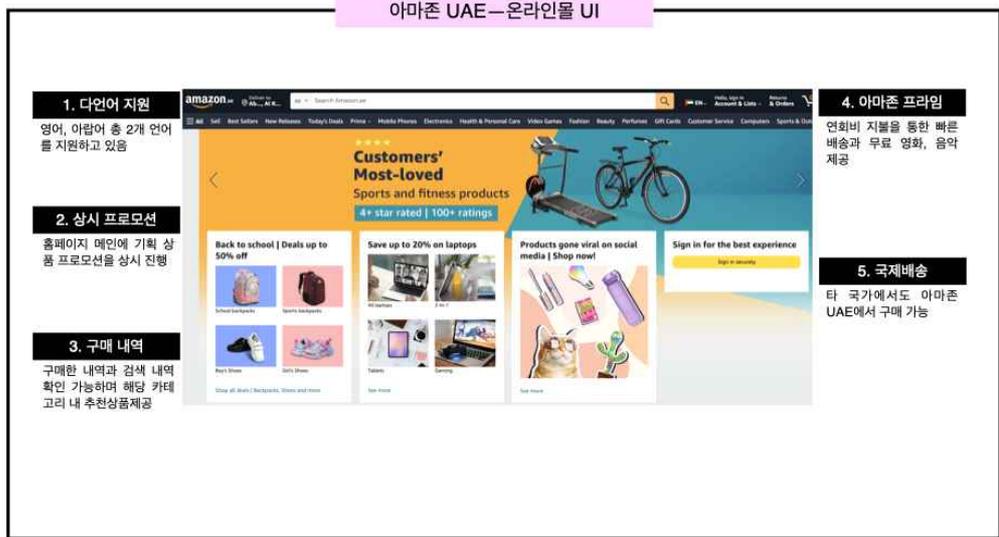
2. UAE 분유 주요 유통채널 ⑨ 아마존 UAE

기업 기본 정보	기업명	아마존 UAE(Amazon UAE)	
	기업구분	온라인 종합 쇼핑몰	
	홈페이지	www.amazon.ae	
	규모	매출액(*22)	4억 9,600만 달러(6,559억 원)
		기타 규모	• 방문횟수(최근 1개월): 2,710만 회
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1994년 미국 워싱턴에 설립된 전 세계적인 이커머스 기업 2005년 UAE으로 진출 • UAE의 온라인 마켓 플레이스 중 영향력이 가장 높은 웹사이트 	
매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	네슬레(Nestle), 압타밀(Aptamil) 등
		해외 판매	해외 판매 일부 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색
주요 프로모션 정보			
	플래시 딜, 아마존 스마트홈 특별관, 후불제 등의 다양한 프로모션 상시 제공		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 직접 등록 및 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 하단 'Sell on Amazon' 클릭 후 'Sign Up' 클릭 - 아마존 UAE 웹사이트 회원가입 혹은 로그인 - 등록 시 필요한 정보 <ul style="list-style-type: none"> 공급자 정보(회사명, 회사 홈페이지 주소, 국가, 담당자명, 연락처, 이메일 등) 결제 정보(신용카드 정보) 공급 제품 정보(UPC/EAN 보유 여부, 제품 종류, 예상 매출액, 판매 입고량 등) • 평가 기준 <ul style="list-style-type: none"> - 아마존 행동 강령 준수 - 아마존 PB 브랜드 공급업체일 경우 공인검사기관에서 TPI(Third Party Inspection) 혹은 아마존 자체 검사 결과 통해 품질 기준 충족 인증 	

자료: 아마존 UAE(Amazon UAE), 이커머스디비(ecommerceDB), 시밀러웹(SimilarWeb)

사진 자료: 아마존 UAE(Amazon UAE)

온라인몰 UI ①



인기상품을 홈페이지 상단에 게시하며, 상시 프로모션 홈페이지 상단 게시 아랍어, 영어 2개 언어 지원

온라인몰 UI ②



카테고리별, 평점별, 브랜드별로 필터링하여 검색 가능한 가격대를 지정하여 검색할 수 있음

자료: 아마존 UAE(Amazon UAE)
사진 자료: 아마존 UAE(Amazon UAE)

2. UAE 분유 주요 유통채널 ⑩ 김슨

기업 기본 정보	기업명	김슨(Kibsons)		
	기업구분	온라인 종합 쇼핑몰		
	홈페이지	www.kibsons.com		
	규모	순매출액('22)	470만 달러(62억 원)	
		기타 규모	• 방문횟수(최근 1개월): 7만 8,400회	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1980년 두바이 에미레이트에서 설립 • 과일, 채소, 육류, 생선, 수산물 등을 포함한 신선식품 부문 도/소매업에 특화되어 있음 • 600개 이상의 공급업체와 협력하고 있음 • 냉장/냉동 물류센터, 식품 가공센터 등 물류 관리 시설 전반에서 HACCP 인증을 취득함 			



매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	다나락(Danalac), 아파타밀(Aptamil)
		해외 판매	해외 판매 불가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색

주요 프로모션 정보	
	계절맞이 할인 프로모션, 인기상품, 유기농 식품, 시즌 상품, 신제품 등의 프로모션 상시 제공

입점 등록 절차	<p>등록 방법 및 등록 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 입점 신청 • 홈페이지 하단 우측 'INTERESTED IN BECOMING A SUPPLIER TO KIBSONS?' 밑 'Here' 클릭 (forms.monday.com/forms/fb207f5aef1b514f7fb02b161fc669e8?r=use1) • 양식에 맞추어 정보 작성 <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시 필요한 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 입점 희망 품목, 업체명, 업체 소재지(국가) ② 담당자 정보(담당자 이름, 이메일 주소, 전화번호) ③ 업종 특징, 제안서 및 카탈로그 첨부 - 'Subject' 클릭하여 양식 제출 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +971-800-542-7667 - 이메일: customercare@kibsons.com
-------------	---

자료: 김슨(Kibsons), 이커머스디비(ecommerceDB), 시밀러웹(SimilarWeb)

사진 자료: 김슨(Kibsons)

온라인몰 UI ①



간편식, 베이커리, 가공식품, 냉동식품 등 다양한 상품 메뉴 카테고리를 상단에 배치 및 각 메뉴의 하위 카테고리를 신제품, 유기농 상품, 비건제품 등으로 세밀하게 분류

온라인몰 UI ②



가격 순, 신상품 순, 제품명 순으로 나열 가능
하위 카테고리, 브랜드, 원산지 등으로 필터링 가능

자료: 집슨(Kibsons)
사진 자료: 집슨(Kibsons)

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

V 진입장벽



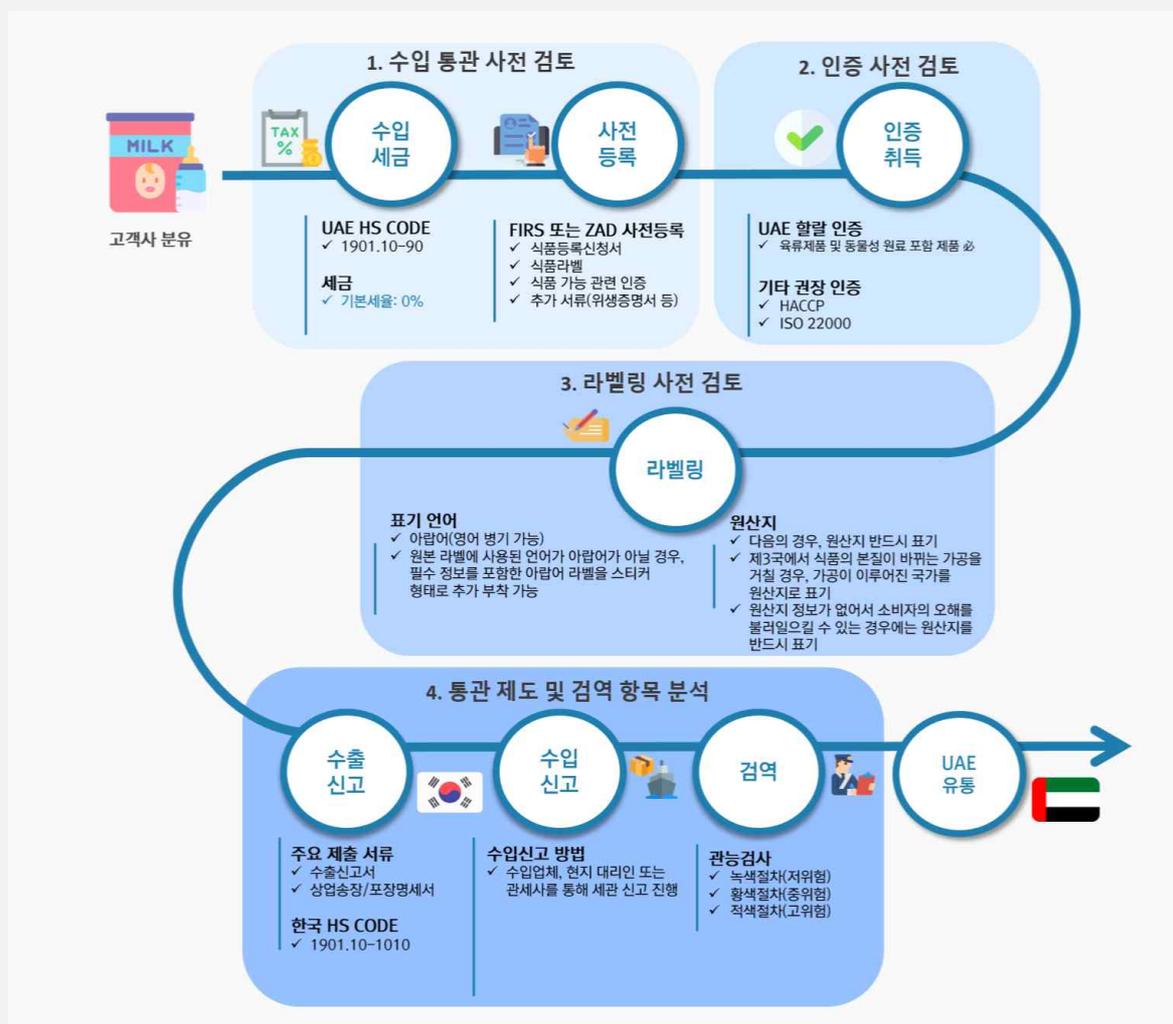
1. UAE 분유 통관 및 검역 절차
2. UAE 분유 품질 인증
3. UAE 분유 라벨링
4. UAE 분유 성분 및 유해물질

1. UAE 분유 통관 및 검역 절차²⁵⁾

▶ UAE 분유 수출 통관 단계별 주요사항

UAE로 수입되거나 생산 및 판매되는 모든 식품은 반드시 사전 식품 등록을 거쳐야 함. UAE는 각 토후국²⁶⁾ 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 th 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 분유 통관 검역 절차



자료: 한국농수산물유통공사

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

[표 5.2] UAE 통관제도

<p>사전 등록</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 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 사전등록 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 두바이중앙식품시험소(Dubai Central Food Lavoratory) 또는 국제 인정 시험소로부터 수입 대상 식품의 소비적합성 성적서 취득을 권장하며, 성적서 미보유 시 화물 도착 후 샘플 시험결과가 나올 때까지 반출이 보류됨
<p>세관 신고</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 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
<p>관세 부과</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 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, 유아용 분유(Baby formula)와 이유식(Baby food)는 면세 대상임 • 관세 부과량은 품목에 따라 상이함
<p>관능검사</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 유통기한과 표시사항 규정의 준수 여부 확인을 위해 모든 수입식품을 대상으로 관능검사를 실시함 • 정밀검사가 불필요한 경우 반출확인서가 교부되어 통관이 완료되며, 육안검사 부적합 시 위험분류에 따라 단계별 정밀검사 여부를 결정함
<p>물품 반출</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 관세 납부와 물품검사 완료 시 물품 반출 확인서를 발급받은 후 물품의 반출이 가능함 • 통관시 수입업자는 반입신고서와 함께 다음과 같은 서류를 현지 세관에 제출해야 함 <ul style="list-style-type: none"> - 수출입화물 명세신고서, 화물인도지시서 또는 선하증권, 상업송장, 포장명세서, 수입허가서, 원산지증명서, 할랄인증서, 검역증명서

자료: 한국농수산물유통공사

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

▶ UAE 검역제도

UAE는 식품의 종류에 따라 식품의 위험도를 세 가지로 분류하며, 식품 위험도 별로 적색 절차, 황색 절차, 녹색 절차의 검역을 진행함. 신선 식품은 포장 유형에 따라 저위험 식품에서 고위험 식품까지 분류됨. 위험도가 낮은 식품일수록 비교적 간단한 녹색 절차를 밟을 확률이 높으며, 위험도가 높은 식품일수록 비교적 까다로운 적색 절차를 밟을 확률이 높음

[표 5.3] UAE 검역제도

식품 위험도 분류	저위험식품	<ul style="list-style-type: none"> 커피, 차, 설탕, 시럽, 꿀, 탄산음료 농축액, 식품첨가물, 향료추출물, 기름, 지방, 마가린, 견과일, 포장채소, 곡물, 콩, 파스타(스파게티 및 쿠스쿠스), 말린 허브, 소금, 식초, 알코올음료, 증류주
	중위험식품	<ul style="list-style-type: none"> 생수, 탄산음료, 주스, 농축액, 신선과일, 포장과일, 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	<ul style="list-style-type: none"> 육류, 수산물, 우유, 요거트, 치즈, 아이스크림, 달걀, 버터, 냉동 페이스트리 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

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	<ul style="list-style-type: none"> 위생 서류 검토 화물 검사 무작위 샘플 채취를 통한 추가 검사 	<ul style="list-style-type: none"> 위생서류 검토 화물 검사 	<ul style="list-style-type: none"> 위생서류 검토만 진행

자료: 한국농수산물유통공사

[표 5.4] UAE 특별소비세 과세 대상

품목	적용세율
<ul style="list-style-type: none"> • 당 혹은 감미료(Sugar or Sweetner²⁷⁾) 첨가 음료 <ul style="list-style-type: none"> - 즉석 음료(RTD: Ready-To-Drink) - 농축액(Concentrates) - 추출물(Extracts) - 젤(Gels) - 파우더(Powders) 등 당이 첨가됐으며 음료로 전환 가능한 모든 제품 	50%
<ul style="list-style-type: none"> • 전자담배 관련 모든 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 기기(Devices and Tools) - 액상(E-Liquids) - 니코틴(Nicotine) 혹은 담배(Tobacco) 함유 여부와 무관 	100%
<ul style="list-style-type: none"> • 특별소비세 면제 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 우유 혹은 대체품(Milk substitute)이 75% 이상 함유된 즉석 음료(RTD) - 유아용 분유(Baby formula), 이유식(Baby food) - 의료용으로 소비되는 음료 - 걸프지역표준화기구(GSO: GCC Standardization Organization)의 표준 ‘GSO 654(General Requirements For Pre-Packaged Foods for Special Dietary Use)’에 규정된 특수 식이요법(Special dietary needs) 목적의 음료 	면세

자료: UAE 연방 과세당국

27) Sugar는 걸프지역표준화기구(GSO: GCC Standardization Organization)의 표준 ‘GSO 148’, Sweetener는 ‘GSO 995’에 규정된 것을 의미함

2. UAE 분유 품질 인증

▶ UAE 유기농 식품, ECAS 인증 必

UAE 내에서 생산하거나 수입, 유통되는 상품은 UAE 산업 및 첨단기술부(MoIAT: Ministry of Industry and Advanced Technology, 구 ESMA)²⁸⁾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 분유가 유기농 식품에 해당 시 ECAS 인증을 취득해야 함

[표 5.5] UAE ECAS 인증

ECAS 인증 개요	<ul style="list-style-type: none"> • 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	<ul style="list-style-type: none"> • 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, 개인보호장비, 전자담배 기기 및 관련 제품, 스쿠터, 호버보드, 에너지 드링크
인증 절차	<ul style="list-style-type: none"> • 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 5.5] UAE ECAS 인증

제출 서류	<ul style="list-style-type: none"> • 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 기타서류 수입 에이전트 지정
인증 기관	<ul style="list-style-type: none"> • 2016년부터 MoIAT가 지정한 민간 인증기관을 통해 인증서를 발급받을 수 있음 • 2021년 5월 기준 MoIAT에서 지정한 인증기관은 다음과 같음 <ul style="list-style-type: none"> - 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

▶ **육류제품 및 동물성 원료 포함 제품, ‘할랄 인증 필수’**

UAE로 수출되는 육류(축산 및 가금육 모두 포함), 육류를 원료로 하여 제조되는 식품, 우유 등을 포함한 동물성 원료로 만든 가공식품은 할랄 인증을 필수적으로 취득해야 함. UAE 산업 및 첨단기술부(MoIAT: Ministry of Industry and Advanced Technology)가 전 세계적으로 지정한 인증기관을 통해 인증 획득이 가능하며 반드시 라벨에 표기되어야 함

[표 5.6] 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(씩기 쉬운 동물성 제품)	농업 이후의 모든 활동들을 포함함 예) 동물 및 가금류 도축, 계란, 유제품 및 어류 제품
D	가공 2(씩기 쉬운 식물성 제품)	신선과일, 신선주스, 보존과일, 신선채소, 보존채소
E	가공 3(실내온도에서 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

자료: 국제할랄인증지원센터

[표 5.6] UAE 할랄 인증 대상 품목

코드	범주	분야별 사례
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, 자판기T
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, 가죽제품 등

자료: 국제할랄인증지원센터

▶ **할랄 인증 기관**

UAE 산업 및 첨단기술부(MoIAT: Ministry of Industry and Advanced Technology)는 글로벌 할랄 인정기관(HAB: Halal Accreditation Body)을 선정하여 할랄 인증기관(HCB: Halal Certification Body)을 평가, 인정할 수 있는 권한을 위임하였으며, 해당 기관이 인정한 인증기관이 실질적인 할랄인증 발급 및 마크 부착 과정을 수행하게 됨. MoIAT가 승인한 한국의 인정기관으로는 한국인정지원센터, 국제할랄인증지원센터가 있음. 국제할랄인증지원센터는 인증 대상 품목 코드 중 C, D, E, N을 다룸

[표 5.7] 국제할랄인증지원센터 할랄 인증 절차

 <p>국제할랄 인증지원센터</p>	<p>취득 절차</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 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 실행여부 평가 • 시정조치 및 확인: 심사 중 발견된 부적합 사항에 대한 시정조치의 확인 및 재심사여부 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
	<p>필요 서류</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 사업장 등록증 그리고/또는 영업등록증 • Halal, HACCP, GMP, ISO 9001 그리고/또는 ISO 22000 인증서 • 시험성적서 또는 제품성분분석검사(CoA) • 기술사양 또는 품목제조보고서 • 설비배치도 • 제조공정도 • 제조프로세스설명서 • 제품라벨내용 • 라벨 디자인(외관 디자인을 확인할 수 있는 이미지) • 공장주변지도 • HACCP 혹은 ISO 매뉴얼

자료: 국제할랄인증지원센터

▶ UAE 기타 인증 사항

UAE로 분유를 수출할 때 HACCP, ISO 등 식품 안전에 관한 인증을 선택적으로 취득할 수 있음. 특히 GMP, HACCP, ISO 22000 등의 식품 안전 인증은 국제할랄인증지원센터에서 할랄 인증 취득 시 요구되는 인증임

[표 5.8] UAE 분유 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	

자료: 각 인증기관

3. UAE 분유 라벨링

[표 5.9] UAE 분유 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	1. 기본 사항	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 영양성분 표시에 관한 관련 기술 규정을 준수해야 함 소비자들이 제품에 들어있는 영양성분량을 이해할 수 있도록 전달해야 함
	5. 용량	<ul style="list-style-type: none"> 제품의 용량은 미터법으로 표시해야 함 액체 식품은 부피, 고체 식품은 중량, 반고체 및 점성 식품의 경우 중량 또는 부피로 표시해야 함

자료: 한국농수산물유통공사

[표 5.9] UAE 분유 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	6. 업체명 및 주소	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 다음의 경우에는 보관 시 준수해야 하는 조건을 명시해야 함 <ul style="list-style-type: none"> - 소비자가 식품 포장을 개봉한 후에 특정 규칙을 지켜야 하는 경우 - 보관 방법에 다양한 선택권이 있는 경우 - 특정 환경 및 상황에서 식품의 사용 방법이 적절하지 않은 경우
	8. 원산지	<ul style="list-style-type: none"> 국가명 또는 국가 코드로 표기할 것 다음의 경우에는 제품 라발에 원산지를 반드시 표기할 것 <ul style="list-style-type: none"> - 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)	<ul style="list-style-type: none"> 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. 일자 (제조일자, 유통기한 등)	<ul style="list-style-type: none"> 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. 사용방법	<ul style="list-style-type: none"> 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 분유 라벨 샘플



[앞면 라벨링]



[옆면 라벨링 1]



[옆면 라벨링 2]



[옆면 라벨링 3]

[앞면 - 아랍어]

- ① 시밀라크 골드
- ② من الولادة إلى 6 أشهر
- ③ جديد ومطور
- ④ HMO تركيبة جديدة ومطورة مع
- ⑤ تركيبة للرضع تعتمد على حليب البقر
- ⑥ مسحوق . أضيفي الماء
- ⑦ ٤٠٠ غ صافي

[앞면 - 국문]

- ① 시밀라크 골드
- ② 생후 6개월까지
- ③ 신규 및 개선
- ④ HMO를 사용한 새로운 고급 분유
- ⑤ 젖소 우유 기반의 유아용 조제분유
- ⑥ 가루, 물 추가
- ⑦ 순 중량 400g

[앞면 - 영어]

- ① Similac Gold
- ② 1 FROM BIRTH TO 6 MONTHS

[앞면 - 국문]

- ① 시밀라크 골드
- ② 생후 6개월까지

- ③ New & Improved
- ④ New Advanced Formula with HMO
- ⑤ Infant Formula Based on cow's milk
- ⑥ POWDER.ADD WATER
- ⑦ NET 400g

- ③ 신규 및 개선
- ④ HMO를 사용한 새로운 고급 분유
- ⑤ 젖소 우유 기반의 유아용 조제분유
- ⑥ 가루, 물 추가
- ⑦ 순 중량 400g

[옆면1 - 아랍어]

- ① مكونات
- حليب خالي النسم , اللاكتوز (لحليب) , الزيوت النباتية (زيت عباد الشمس عالي الأوليك , زيت الصويا , زيت جوز الهند) , مركز بروتين مصد ل اللين (الحليب) , سكريات الفركتو-أوليغوساكا هيدروليزات بروتين مصد اللين (Fos) , ريس (الحليب) , المعادن (سترات البوتاسيوم , الكالسيوم وم كربونات , هيدروكسيد البوتاسيوم , كلوريد ا لمغنسيوم , كبريتات الحديدوز , كبريتات الزنك , كبريتات النحاس , كلوريد الكالسيوم , فوسفات ثلاثي الكالسيوم , كلوريد الصوديوم , كبريتات ا لمنغنيز , يوديد البوتاسيوم , سيلينات الصوديوم) , حمض الأراكيدونيك , 2'-فوكوسيللاكتور الحليب) (ال) (Oligosaccharide) (2'-fl) خلاص ① فيتامينات (حمض الأسكوربيك الكالسيوم ② النياسيناميد , D-a-tocopheryl بانتوتينات , الريتينيل بالميتات , الثيامين الريبوفلافين ③ Hci البيريدوكسينات ④ Ho البيوتي D- فيلوكينون ⑤ حمض الفوليك ⑥ السيانو كوبالامين) , لي ⑦ كوليكالسيفيرول ⑧ ن سينثين الصويا (المستحلب) , حمض الدوكوساهيك ساتويك , التورين , كلوريد الكولين , كولين بيتا رترات , إل-تريبتوفان , ميو-إنوسيتول , النيوك ليوتيدات (سينثيدين 5'-أحادي الفوسفات , ثنائي ا لصوديوم أوندين 5'-أحادي الفوسفات , الأدينوزيد ن 5'أحادي الفوسفات , ثنائي الصوديوم غوانوزيد ن إس-أحادي الفوسفات) , أسكوربيل بالميتات (مضاد للأكسدة) , ثوكوفيرول مختلط (مضاد للأكسدة) , إل-كاميتين وكاروتينات (لوتين , ب-كاروتين).

[옆면1 - 국문]

- ① 성분
- 무지방우유, 유당(우유), 식물성유지(고올레산 해바라기유, 대두유, 코코넛유), 농축유청단백(우유), 프락토올리고당(Fos), 가수분해유청단백(우유), 미네랄(구연산칼륨, 칼슘 탄산염, 수산화칼륨, 염화마그네슘, 황산제일철, 황산아연, 황산구리, 염화칼슘, 인산삼칼슘, 염화나트륨, 황산망간, 요오드화칼륨, 셀렌산나트륨), 아라키돈산, 2'-푸코실락토스(2'-fl), (올리고당)(우유),비타민(아스코르브산, D-α-토코페릴아세테이트, 나이아신아מיד, 칼슘 D-판토텐산염, 레티날팔미테이트, 티아민호, 피리독신 Hci, 리보플라빈, 엽산, 필로퀴논, D-비오틴, 콜레칼시페롤, 시아노코발라민), 대두 레시틴(유화제), 도코사헥사엔산, 타우린, 염화콜린, 중타르타르산콜린, L-트립토판, 미오이노시톨, 뉴클레오티드(시티딘 5'-일인산, 디소듐운딘 5'-일인산, 아데노신 5'일인산, 구아노신 S'-일인산이나트륨), 아스코르빌 팔미테이트(항산화제), 혼합 토크페롤(항산화제), L-카미틴 및 카로티노이드(루테인, B-카로틴).

[옆면1 - 영어]

- ① List of Ingredients:
 Nonfat Milk, Lactose (Milk),
 Vegetable Oils (High Oleic
 Sunflower Oil, Soy Oil, Coconut
 Oil), Whey Protein
 Concentrate(Milk),
 Fructo-oligosaccharides(Fos), Whey
 Protein Hydrolysate (Milk),
 Minerals (Potassium Citrate,
 Calcium Carbonate, Potassium
 Hydroxide, Magnesium Chloride,
 Ferrous Sulfate, Zinc Sulfate,
 Copper Sulfate, Calcium Chloride,
 Tricalcium Phosphate, Sodium
 Chloride, Manganese Sulfate,
 Potassium Iodide, Sodium
 Selenate), Arachidonic Acid,
 2'-fucosyllactose(2'-fl)
 (Oligosaccharide)(Milk), Vitamins
 (Ascorbic Acid, D-a-tocopheryl
 Acetate, Niacinamide, Calcium
 D-pantothenate, Retinyl Palmitate,
 Thiamin Hci, Pyridoxins Hci,
 Riboflavin, Folic Acid,
 Phylloquinone, D-biotin,
 Cholecalciferol, Cyanocobalamin),
 Soy Lecithin (Emulsifier),
 Docosahexaenoic Acid, Taurine,
 Choline Chloride, Choline
 Bitartrate, L-tryptophan,
 Myo-Inositol, Nucleotides (Cytidine
 5'-monophosphate, Disodium
 Undine 5'-monophosphate,
 Adenosine 5'monophosphate,
 Disodium Guanosine
 S'-monophosphate), Ascorbyl
 Palmitate (Antioxidant), Mixed
 Tocopherols (Antioxidant),
 L-camitine and Carotenoids
 (Lutein, B-carotene).

[옆면1 - 국문]

- ① 성분:
 무지방우유, 유당(우유),
 식물성유지(고올레산 해바라기유,
 대두유, 코코넛유),
 농축유청단백(우유),
 프락토올리고당(Fos),
 가수분해유청단백(우유),
 미네랄(구연산칼륨, 칼슘 탄산염,
 수산화칼륨, 염화마그네슘, 황산제일철,
 황산아연, 황산구리, 염화칼슘,
 인산삼칼슘, 염화나트륨, 황산망간,
 요오드화칼륨, 셀렌산나트륨),
 아라키돈산, 2'-푸코실락토스(2'-fl),
 (올리고당)(우유),비타민(아스코르브산,
 D-α-토코페릴아세테이트,
 나이아신아미드, 칼슘 D-판토텐산염,
 레티닐팔미테이트, 티아민호, 피리독신
 Hci, 리보플라빈, 엽산, 필로퀴논,
 D-비오틴, 콜레칼시페롤,
 시아노코발라민), 대두 레시틴(유화제),
 도코사헥사엔산, 타우린, 염화콜린,
 중타르타르산콜린, L-트립토판,
 미오이노시톨, 뉴클레오티드(시티딘
 5'-일인산, 디소듐운딘 5'-일인산,
 아데노신 5'일인산, 구아노신
 S'-일인산이나트륨), 아스코르빌
 팔미테이트(항산화제), 혼합
 토코페롤(항산화제), L-카미틴 및
 카로티노이드(루테인, B-카로틴).

[연면2- 아랍어]

[연면2- 국문]

- ① يتضمن:
ثالث أكثر المكونات الصلبة وفرة HMOs تعتبر في حليب الإنسان والوتين DHA، الطبيعي E فيتامين، خلطة دهنية مميزة خالية من زيت النخيل البروبيوتيك والنيوكليوتيدات أوميغا 3 و6، تورين، كولين، زنك وحديد، AA، التي تساهم B12 وB6 وD وC وA الفيتامينات في الوظيفة الطبيعية للجهاز المناعي
- ② يحذر:
قم بتخزين القصدير غير المفتوح في ظروف درجة حرارة الغرفة العادية) لا تتجاوز 25 درجة مئوية). قم بتخزين العلبة المفتوحة مع الغطاء في مكان بارد وجاف (ليس في الثلاجة) لا تستخدم أبداً فرن. واستخدمها خلال 3 أسابيع الميكروويف لتحضير التركيبة أو تسخينها. يمكن أن تؤدي إلى حروق خطيرة. قد يؤدي خلط التركيبة مع ماء بدرجة حرارة أعلى من 35 درجة مئوية إلى الإضرار بفوائد البروبيوتيك
- ③ تعليمات التحضير والاستخدام: استخدم وأطعم حسب توجيهات الطبيب. تعد النظافة والتسليم والتخزين المناسبين أمراً مهماً عند تحضير حليب الأطفال. قد يؤدي عدم اتباع التعليمات إلى حدوث ضرر جسيم. إن تركيبات الرضع المجففة ليست معقمة ويجب عدم إطعامها للرضع المبتسرين أو الرضع الذين قد يعانون من مشاكل مناعية ما لم يوجههم طبيب طفلك ويفاجئهم
- ④ غسلي وعاء الرضاعة وجميع الأدوات جيداً ثم اغليها لمدة 5 دقائق. ضعه جانباً على سطح العميد
- ⑤ في مقلاة منفصلة، سخني الماء حتى يغلي لمدة 5 دقائق وتركيه حتى يبرد
- ⑥ صب الكمية الصحيحة من الماء الدافئ (المغلي سا بقاً) في وعاء التغذية المعقم

- ① 주요 성분:
HMOs는 모유에서 세 번째로 풍부한 고체 성분입니다. 천연비타민 E, GHA 및 루테인 팜올린을 사용하지 않은 차별화된 지방 혼합물 AA, 오메가 3 & 6, 타우린, 콜린, 아연 및 철분 비타민 A, C, D, B6 및 B12는 정상적인 기능에 기여합니다
- ② 주의사항:
개봉하지 않은 분유는 정상적인 실온 조건(25°C를 초과하지 않음)에서 보관하십시오. 개봉한 분유는 뚜껑을 덮고 서늘하고 건조한 곳(냉장고가 아님)에 보관하고 3주 이내에 사용하십시오. 분유를 준비하거나 데우기 위해 전자레인지 사용하지 마십시오. 심각한 화상을 입을 수 있습니다. 분유를 35°C 이상의 물과 혼합하면 프로바이오틱스의 영양이 파괴될 수 있습니다.
- ③ 준비 및 사용 지침: 의사의 지시에 따라 사용 및 수유하십시오. 유아용 조제 분유를 준비할 때는 적절한 위생, 취급 및 보관이 중요합니다. 지침을 따르지 않으면 심각한 위해를 초래할 수 있습니다. 분유형 유아용 조제분유는 멸균되지 않으므로 의사의 지시가 없는 한 미숙아나 면역 문제가 있을 수 있는 유아에게 먹여서는 안 됩니다.
- ④ 분유통과 모든 기구를 깨끗이 씻은 후 5분간 끓입니다. 깨끗한 표면에 따로 보관하세요.
- ⑤ 별도의 팬에 물을 넣고 5분간 끓인 후 식힙니다.
- ⑥ 소독된 젖병에 미리 끓인 따뜻한 물을 적당량 부어주세요.

- ⑦ املا المغرفة المغلقة بالضغط على القالب، ثم قم بـ كشط المستوى باستخدام الحافة المستقيمة للسكين
- ⑧ بمجرد بدء التغذية، تخلصي من التركيبة غير المستخدمة خلال ساعة واحدة. يمكن تخزين الوجبات الإضافية في التلاجة (2-4 درجة مئوية) لمدة 24 ساعة.

- ⑦ 동봉된 스푼을 통에 대고 눌러서 채운 다음 칼의 직선 모서리로 수평을 맞춰 긁어냅니다.
- ⑧ 수유가 시작되면 1시간 이내에 사용하지 않은 분유를 버리십시오. 추가 사용은 냉장고(2~4°C)에 24시간 동안 보관할 수 있습니다.

[옆면2- 영어]

- ① Contains:
HMOs are the third most abundant solid component in human milk
Natural vitamin E, DHA and Lutein.
Distinguished fat blend without Palm Olien.
AA, Omega3&6, taurine, choline, zinc and iron.
Probiotics & Nucleotides
Vitamins A, C, D, B6 AND B12 which contribute to the normal function of the immune system
- ② Cautions:
Store unopened tin under normal room temperature conditions (not to exceed 25° C). Store opened tin with cover on, in a cool dry place (not in refrigerator) and use within 3 weeks. Never use a microwave oven to prepare or warm formula. Serious burns can result. Mixing formula with water above 35° C may compromise the benefits of the probiotics.
- ③ DIRECTIONS FOR PREPARATION AND USE: Use and feed as directed by your doctor. Proper hygiene, handing, and storage are important when preparing infant formula. Failure to follow the instructions could result in severe harm. Powdered infant formulas are not sterile and should not be fed to premature infants or infants who might have immune problems unless directed and surprised by your baby's doctor.

[옆면2- 국문]

- ① 주요 성분:
HMOs는 모유에서 세 번째로 풍부한 고체 성분입니다.
천연비타민 E, GHA 및 루테인
팜올린을 사용하지 않은 차별화된 지방 혼합물
AA, 오메가 3 & 6, 타우린, 콜린, 아연 및 철분
프로바이오틱스 & 뉴클레오티드
비타민 A, C, D, B6 및 B12는 정상적인 기능에 기여합니다.
- ② 주의사항:
개봉하지 않은 분유는 정상적인 실온 조건(25°C를 초과하지 않음)에서 보관하십시오. 개봉한 분유는 뚜껑을 덮고 서늘하고 건조한 곳(냉장고가 아님)에 보관하고 3주 이내에 사용하십시오. 분유를 준비하거나 데우기 위해 전자레인지를 사용하지 마십시오. 심각한 화상을 입을 수 있습니다. 분유를 35°C 이상의 물과 혼합하면 프로바이오틱스의 영양이 파괴될 수 있습니다.
- ③ 준비 및 사용 지침: 의사의 지시에 따라 사용 및 수유하십시오. 유아용 조제 분유를 준비할 때는 적절한 위생, 취급 및 보관이 중요합니다. 지침을 따르지 않으면 심각한 위해를 초래할 수 있습니다. 분유형 유아용 조제분유는 멸균되지 않으므로 의사의 지시가 없는 한 미숙아나 면역 문제가 있을 수 있는 유아에게 먹여서는 안 됩니다.

[표면3- 영어]

NUTRIENT	UNIT	POWDER PER 100G
Energy	kJ/kcal	517/2161
Protein	g	11.50
Fat	g	28.20
of Which		
linoleic acid	g	4.50
α -linolenic acid	g	0.45
Arachidonic acid	g	107
Chloesterol	mg	16
Carbohydrate	g	53.4
of which	g	
FOS(fructo-oligosaccharides)		1.6
2°-FL (2'-fucosyllactose)	mg	161
sugars	g	53.1
Taurine	mg	29.0
Carnitine	mg	7.5
Inositol	mg	32
Sodium	mg	144
Potassium	mg	625
Chloride	mg	350
Zinc	mg	4.5
Iron	mg	5.4
Copper	mg	0.40
Manganese	mcg	100
VITAMINS		
Vitamin A	IU	1510
Vitamin D	IU	380
Vitamin E	IU	22.1
Vitamin K1	mcg	54
Vitamin C	mg	80
Thiamine(Vitamin B1)	mg	0.66
Riboflavin(Vitamin B2)	mg	1.1
Niacin	mg	5.0
Pantothenic acid	mg	3.2
Folic acid	mcg	76

[표면3- 국문]

영양소	단위	파우더 100g 당
에너지	kJ/kcal	517/2161
단백질	g	11.50
지방	g	28.20
그 중		
리놀레산	g	4.50
알파리놀레산	g	0.45
아라키돈산	g	107
콜레스테롤	mg	16
탄수화물	g	53.4
그 중	g	
FOS (프락토올리코당)		1.6
2°-FL (2'-푸코실락토스)	mg	161
설탕	g	53.1
타우린	mg	29.0
카르니틴	mg	7.5
이노시톨	mg	32
나트륨	mg	144
칼륨	mg	625
염화물	mg	350
아연	mg	4.5
철	mg	5.4
구리	mg	0.40
망간	mcg	100
비타민		
비타민 A	IU	1510
비타민 D	IU	380
비타민 E	IU	22.1
비타민 K1	mcg	54
비타민 C	mg	80
티아민(비타민 B1)	mg	0.66
리보플라빈(비타민 B2)	mg	1.1
니아신	mg	5.0
판토텐산	mg	3.2
엽산	mcg	76

[표면3- 아랍어]

العناصر الغذائية	UNIT	POWDER PER 100G
طاقة	kJ/kcal	517/2161
بروتين	g	11.50
سمين	g	28.20
منها		
منها حمض اللينوليك	g	4.50
منها حمض اللينولينيك	g	0.45
منها حمض الأراكيدونيك	g	107
الكولسترول	mg	16
الكربوهيدرات	g	53.4
منها	g	
FOS منها	mg	1.6
(الفركتو-أوليغوساكاريدس)		
فوكوزيد-2' (2'-FL) منها 2	mg	161
(لاكتوز)		
sugars	g	53.1
التورين	mg	29.0
كارنيتين	mg	7.5
اينوزيتول	mg	32
صوديوم	mg	144
البوتاسيوم	mg	625
كلوريد	mg	350
الزنك	mg	4.5
حديد	mg	5.4
نحاس	mg	0.40
المنغنيز	mcg	100
الفيتامينات		
فيتامين أ	IU	1510
فيتامين د	IU	380
فيتامين إي	IU	22.1
فيتامين ك1	mcg	54
فيتامين سي	mg	80
(الثيامين) فيتامين ب	mg	0.66
(ريبوفلافين) فيتامين ب	mg	1.1
النياسين	mg	5.0
حمض البانتوثنيك	mg	3.2
حمض الفوليك	mcg	76

[표면3- 국문]

영양소	단위	파우더 100g 당
에너지	kJ/kcal	517/2161
단백질	g	11.50
지방	g	28.20
그 중		
리놀레산	g	4.50
알파리놀레산	g	0.45
아라키돈산	g	107
콜레스테롤	mg	16
탄수화물	g	53.4
그 중	g	
FOS	mg	1.6
(프락토올리코당)		
2°-FL	mg	161
(2'-푸코실락토스)		
설탕	g	53.1
타우린	mg	29.0
카르니틴	mg	7.5
이노시톨	mg	32
나트륨	mg	144
칼륨	mg	625
염화물	mg	350
아연	mg	4.5
철	mg	5.4
구리	mg	0.40
망간	mcg	100
비타민		
비타민 A	IU	1510
비타민 D	IU	380
비타민 E	IU	22.1
비타민 K1	mcg	54
비타민 C	mg	80
티아민(비타민 B1)	mg	0.66
리보플라빈(비타민 B2)	mg	1.1
니아신	mg	5.0
판토텐산	mg	3.2
엽산	mcg	76

4. UAE 분유 성분 및 유해물질

▶ 식품첨가물

UAE는 영유아식 관련 규제에 대해 걸프지역표준화기구(GSO: GCC Standardization Organization)의 규정을 채택하고 있음. 걸프지역표준화기구는 영유아 영양식에 대해 두 가지 규정을 두고 있음. 하나는 생후 6개월 이상의 영유아를 위한 ‘캔 영유아식(Canned Baby Foods²⁹⁾)’이며, 다른 하나는 액체 또는 가루 형태의 우유가 첨가된 ‘우유를 베이스로 한 영아식(Infant Foods Based On Milk³⁰⁾)’임. 영유아 영양식의 경우, 라벨에 영양 정보를 필수적으로 기재해야 함. 하기 표는 UAE에서 ‘조제유류’에 적용되는 식품첨가물 중 일부 내용을 다룸

[표 5.10] UAE 분유 식품첨가물 분석

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	식품유형	사용기준
1	아세틸아디핀산이전분	Acetylated distarch adipate	성장기용 조제분유	5000mg/kg
2	아세틸인산이전분	Acetylated distarch phosphate		
3	아스코르브산	Ascorbic acid		50mg/kg
4	아스코빌팔미네이트	Ascorbyl palmitate		
5	아스코르브산 칼슘	Calcium ascorbate		
6	L-아스코르빌스테아레이트	L-ascorbyl stearate		
7	캐롭콩검 (로커스트콩검)	Carob bean gum (Locust bean gum)		1000mg/kg
8	구아검	Guar gum		
9	탄산나트륨	Sodium carbonate		GMP
10	수산화칼륨	Potassium hydroxide		

자료: KATI농식품수출정보

29) 걸프지역표준화기구(GSO: GCC Standardization), 「UAE.S GSO 355:2021」, 2021

30) 걸프지역표준화기구(GSO: GCC Standardization), 「UAE.S GSO 354:1994」, 1994

▶ **유해물질**

UAE에서 조제유류에 적용되는 유해물질 검색 시 총 39건이 발견되었으며, 하기 표는 그 중 일부 내용을 다름. 더욱 자세한 규정 및 기준, 사용조건은 KATI농식품수출정보 홈페이지 또는 국제식품규격위원회에서 확인할 수 있음

[표 5.11] UAE 분류 유해물질 분석

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	식품유형	잔류허용기준
1	아크릴로니트릴	Acrylonitrile	식품	0.02mg/kg
2	버지니아마이신	Virginiamycin		0.01mg/kg
3	납	Lead(Pb)	영아용 조제분유	0.02mg/kg (사용 가능 상태)
4	항생물질	Antibiotic	젖산을 생성하는 박테리아를 함유한 분말 형태의 유아용 제품	n=5, c=2, m=0, M=10 ² (생후 1년 미만의 유아 식품) 제품에 우유, 쌀, 또는 고기를 포함하는 경우
5	웰치간균	Clostridium perfringens		
6	황색포도상구균	Staphylococcus aureus		
7	바실루스 세레우스	Bacillus cereus, B.cereus		n=5, c=1, m=10 ² , M=10 ⁴ (생후 1년 미만의 유아 식품) 제품에 우유, 쌀, 또는 고기를 포함하는 경우
8	크로노박터 사카자키	Cronobacter sakazakii		n=5, c=0, m=0 (생후 1년 미만의 유아 식품) 제품에 우유, 쌀, 또는 고기를 포함하는 경우
9	대장균	Escherichia coli		
10	살모넬라	Salmonella		n=5, c=0, m&M=Not Detected in 25g (생후 1년 미만의 유아 식품) 제품에 우유, 쌀, 또는 고기를 포함하는 경우

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」를 발표함. 해당 문서에는 알레르겐에 대한 일반 요구사항을 다루고 있음, 하기 성분들이 식품에 포함되어 있을 경우, 그 성분의 양과 관계없이 라벨에 명시해야 함

[표 5.12] 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	야황산 및 야황산염

자료: 두바이 식품안전부(Food Safety Department)

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

VI 수입·유통업체 인터뷰



1. 눈(Noon)
2. 카르푸(Carrefour)
3. 루루(LuLu)

Interview ①

31)



눈
(Noon)

- 유형: 공급유통업체
- 업체 특징:
 - 2016년 설립
 - 두바이에 위치한 소매업체
 - 취급 품목: 생필품, 전자제품, 의류, 가전제품, 아기용품 등
 - 온라인 유통채널 보유

담당자 정보

Fulfillment Manager

눈(Noon) Fulfillment Manager

Q. 코로나 19 이후 UAE에서 분유를 포함한 영유아 식품에 변화하는 트렌드가 있다면 무엇인지 설명해 주세요.

영유아의 건강과 영양에 대한 부모들의 관심이 이전보다 훨씬 더 커졌으며, 책임감도 생기게 되었습니다. 부모들은 이제 자신의 아기를 위한 제품을 선택할 때 잘 알려진 정보를 기반으로 결정을 내리고자 합니다. 상대적으로 소득이 낮은 소비자들도 아기를 위한 제품을 선택하기 전에 의사와 상담을 진행하고자 합니다. 코로나 19 이후 이 부분이 가장 뚜렷하게 변화했습니다.

Q. UAE 소비자들 사이에서 한국 영유아 식품에 대한 인지도와 수요에 대해 설명해 주세요.

아직 한국의 영유아 제품에 대한 정보를 가지고 있지 않아, 정확한 인지도와 수요에 대한 정보를 드릴 수 없을 것 같습니다.

Q. UAE 소비자들이 분유 등 영유아 식품을 구매할 때 고려하는 요소(성분, 인증 등)에 관해 설명해 주세요.

최근 소비자들은 영유아 식품 구매 시 성분에 매우 주의를 기울이고 있습니다. 특히, 의사의 권고나 자신들이 알아볼 수 있는, 고급 성분이 들어있는 제품을 주로 찾습니다. 두 번째로 중요한 요소는 영양 가치로, 소비자들은 아기의 성장과 발달을 지원하는 제품을 선호합니다. UAE에서는 소아과 의사에 의해 추천된 국제적으로 잘 알려진 브랜드를 가장 선호하고 있습니다.

Q. 조제분유 제품 외에 최근 UAE 소비자들 많이 소비하는 영유아 식품 카테고리(예: 쌀 스낵, 푸레, 이유식)와 대표 브랜드에 대해 설명해 주세요.

UAE 소비자들은 영유아 식품 중 영유아용 시리얼 제품을 가장 선호합니다. N사와 G사 관련 분야에서 가장 인지도가 높고, 소비자들에게 신뢰를 받는 영유아용 시리얼 제품을 제공하는 선두 브랜드입니다.

Q. 현재 UAE에서 인기 있는 영유아 식품 브랜드가 있다면, 브랜드 이름, 가격대, 포장 방식, 마케팅 전략 등 두 브랜드에 대한 자세한 정보를 제공해주세요.

1. N사 제품의 가격대는 35-150디르함(12,600-54,000원³²⁾)입니다. 포장재로는 금속 캔과 카톤을 사용하고 있습니다. 해당 브랜드에서는 락토겐(Lactogen), 난(Nan), 네스툼(Nestum) 등의 시리얼을 포함한 영유아용 제품을 제공하고 있습니다. 네슬레는 전 세계에서 가장 크고 신뢰받는 브랜드 중 하나여서, UAE에서 소비자들이 많이 찾고 있습니다.
2. A사 제품의 가격대는 45-180디르함(16,200-64,800원)입니다. 금속 캔과 카톤을 포장재로 사용하고 있습니다. 해당 브랜드는 소화 건강, 면역력 및 두뇌 발달에 대한 이점을 홍보 문구로 사용하고 있습니다. EU와 FDA로부터 승인과 인증을 받았으며, 최근에는 부드러운 제품을 주력으로 홍보하고 있습니다.

Q. 현지 시장에서 고객사와 같은 영유아 식품을 수출하기 위한 유통채널을 설명하고 추천해 주세요.

온라인 판매 채널을 통해 시장에 진입하는 것을 추천합니다. 오프라인 채널보다 더 낮은 비용으로 제품을 제공하는 것이 중요합니다. 또한, 온라인 유통채널을 통해서 더 많은 소비자에게 제품을 소개할 수 있습니다. 사람들의 후기를 통해 추가적인 의사결정이 가능해질 수도 있습니다. 온라인 유통채널과 더불어 지역의 소아과, 클리닉 등에서 제품을 판매하는 방법도 제안합니다.

Q. 고객사와 같은 영유아 식품을 마케팅할 때 어떤 고객층을 대상으로 하는 것이 효율적인가요?

영유아를 위한 고가의 영양 제품을 찾는 부모와 직장인 가족을 대상으로 마케팅하는 것을 추천합니다. 그 후에는 중산층의 고객 중에서, 건강 의식이 높은 그룹을 중심으로, 시간을 두고 투명성을 강조하여 견고한 고객 기반을 구축해야 합니다.

32) 1디르함=360.00원 (2023.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Q. UAE에서 영유아 식품을 마케팅할 때 따라야 할 효과적인 경로와 방법은 무엇인가요?

지역 내 의사와 소아과 및 클리닉 기관과 협력하여 이들이 고객사 제품을 추천하게 하는 방법이 가장 효과적입니다. 또한, 이들의 사무실에 고객사 제품의 샘플 및 정보를 제공하는 콘텐츠가 전시되어 있다면 더욱 좋을 것입니다. 다른 방법으로는, 지역 내 영향력이 높은 업체와 파트너십을 맺어 지역 주민들에게 제품에 대한 인지도를 높이는 방식도 권장합니다. 소셜 미디어를 통한 마케팅은 충분히 심사숙고한 후에 진행할 것을 추천합니다.

Interview ②

33)



**카르푸
(Carrefour)**

- 유형: 소매유통업체
- 업체 특징:
 - 1995년 설립
 - 두바이에 위치한 소매업체
 - 취급 품목으로는 신선식품, 과일, 채소, 아기용품, 전자제품 등
 - 온/오프라인 유통채널 보유

담당자 정보
Sales Manager

**카르푸(Carrefour)
Sales Manager**

Q. 코로나 19 이후 UAE에서 분유를 포함한 영유아 식품에 변화하는 트렌드가 있다면 무엇인지 설명해 주세요.

코로나 19 이후 가장 눈에 띄는 변화나 트렌드는 건강과 영양에 대한 관심 증가가 있습니다. 팬데믹 기간 동안 소비자들은 면역력 유지 및 향상, 건강 중심의 삶에 대한 중요성을 체감했습니다. 이후에 이러한 문제에 대한 인식이 점점 커지고 있고, 영유아아 아이들을 둔 부모들에게도 비슷한 영향을 미쳤습니다. 이에, 이들의 자신들의 영유아를 위한 구매 제품 등의 선택은 더욱 신중해졌습니다.

Q. UAE 소비자들 사이에서 한국 영유아 식품에 대한 인지도와 수요에 대해 설명해 주세요.

현재 UAE에서 한국의 영유아 식품 관련 인기 브랜드는 아직 없습니다. 그러나 한국 제품은 좋은 품질로 잘 알려져 있으며, 관련된 특정 제품이 있다면 해당 제품도 좋은 품질을 갖추고 있을 것이라고 소비자들은 생각합니다. 제품의 홍보와 마케팅에 조금 더 신경을 쓰면 좋을 것 같습니다.

Q. UAE 소비자들이 분유 등 영유아 식품을 구매할 때 고려하는 요소(성분, 인증 등)에 관해 설명해 주세요.

UAE의 소비자들은 영유아 제품을 구매할 때 여러 요소를 고려하며, 여기에는 성분, 영양 가치, 품질 및 제품 안전성과 같은 부분들이 포함됩니다. 또한, 소비자들은 제품의 연령 적합성을 확인합니다. 이러한 요소 외에도 가격 역시 고려 사항입니다. 물론 제품의 품질과 효능에 비교한다면, 가격은 큰 영향 요소는 아닙니다. 소비자들은 현재 건강과 영양 제품에 대한 지출에 큰 거부감이 없습니다.

Q. 조제분유 제품 외에 최근 UAE 소비자들 많이 소비하는 영유아 식품 카테고리(예: 쌀 스낵, 퓨레, 이유식)와 대표 브랜드에 대해 설명해 주세요.

판매량이 증가한 가장 두드러진 카테고리는 아기 시리얼, 간식 및 퓨레 제품입니다. 가장 인기 있는 브랜드로는 네슬레, 시밀락, 해피 패밀리 등이 있습니다. G사는 카르푸에서 구할 수 있는 또 다른 잘 알려진 브랜드입니다. 해당 브랜드에서는 과일 퓨레 및 채소, 아기 시리얼 및 간식을 판매합니다. 해당 제품은 고품질의 성분으로 만들어졌으며, 영유아의 영양 필요에 맞게 설계되어 오랜 기간 소비자들에게 사랑 받는 제품으로 알려져 있습니다.

33) 사진 자료: 카르푸(Carrefour)

Q. 현재 UAE에서 인기 있는 영유아 식품 브랜드가 있다면, 브랜드 이름, 가격대, 포장 방식, 마케팅 전략 등 두 브랜드에 대한 자세한 정보를 제공해주세요.

1. N사 제품의 가격대는 35디르함(12,600원)부터 다양한 편입니다. 플라스틱 파우치나 종이 팩을 포장에 사용하며, 밝은 색상이 특징입니다. 마케팅 전략은 잘 알려진 브랜드의 신뢰와 소아 전문가의 추천을 기반으로 하고 있습니다. 제품의 주요 홍보 내용은 유아 성장의 각 단계에 맞는 영양을 강조하고 있으며, 고객에게 다가가기 위한 방법으로 부모들을 위한 정보성 블로그를 운영하거나, 관련 잡지를 후원하고 있습니다.
2. S사 제품의 가격대는 20-50디르함(7,200-18,000원)입니다. 포장은 캔이나 플라스틱 통을 사용하며, 건조한 시리얼과 간식에는 얇은 판 모양의 종이를 사용합니다. 이들의 마케팅 전략은 핵심 단계에 맞게 맞춤 제작된 제품임을 알리고, 과학 연구를 강조합니다. 또한, 온라인 내 영양 전문가들을 활용한 제품 소개를 통해 마케팅 활동을 이어가고 있습니다.

Q. 현지 시장에서 고객사와 같은 영유아 식품을 수출하기 위한 유통채널을 설명하고 추천해 주세요.

권장 드리는 유통채널은 주로 슈퍼마켓과 같은 오프라인 유통채널과 온라인 플랫폼입니다. 이 두 채널 모두 관련 제품이 높은 판매량을 기록하고 있습니다. 그러나 고객사의 제품과 같은 새로운 브랜드인 경우, 슈퍼마켓을 통한 오프라인 판매로 시작하는 것이 좋습니다. 슈퍼마켓의 장점은 잠재적인 고객이 제품에 대한 직접적인 경험을 얻을 수 있다는 것입니다. 고객들이 새로운 제품을 찾아보고, 제품을 인지하는, 즉 제품 경험을 하는 곳으로 슈퍼마켓을 가장 많이 활용하기에 신규 브랜드는 관련 경험이 제한적이라고 알려진 온라인 판매보다는 오프라인 유통을 추천하는 바입니다.

Q. 고객사와 같은 영유아 식품을 마케팅할 때 어떤 고객층을 대상으로 하는 것이 효율적인가요?

고객사 제품을 마케팅하기에 가장 효과적인 고객층은 출산 예비부부 및 신생아 육아 부부를 포함한, 아이를 처음 키우는 '새로운 부모'입니다. 이미 아이를 6개월 이상 육아한 부모들은 다른 제품을 사용하고 있을 테지만, 아이를 처음 키우는 부모들은 여러 제품 선택지를 조사하기 때문입니다. 특히, 교육 수준이 높고, 관련 분야에 관심이 많은 새로운 부모들은 신규 제품에 대해서도 알아보는 경향이 있습니다. 따라서 고객사에서는 고객사 제품의 효능과 안전성에 대해 확신을 줄 수 있는, 신뢰도가 높은 정보를 제공하는 것이 매우 중요합니다.

Q. UAE에서 영유아 식품을 마케팅할 때 따라야 할 효과적인 경로와 방법은 무엇인가요?

슈퍼마켓 체인과 같은 유명한 소매업체 등과 제휴하여 매력적이고, 눈길을 끌 수 있는 진열대에 제품을 비치하는 것이 매우 중요하며, 제품 홍보에 매우 효과적입니다. 매장 내부에서 고객을 끌어들이는데 효과적인 프로모션과 할인 행사 시행 여부는 고객사의 선택에 달려있습니다. 또 다른 방법으로는 소아과 등과 제휴하여 부모들에게 교육을 실시하는 캠페인이 있으며, 이를 통해 부모들의 신뢰 및 제품의 신뢰도 제고 효과를 얻을 수 있습니다.

Q. 수입 및 유통 회사의 관점에서 고객사와 같은 영유아 식품을 수입할 때 알아야 할 법적 규정 또는 필수 인 증은 무엇인가요?

과거에 사용되지 않았던 새로운 성분을 사용하는 제품에 대해서 UAE에서 일부 요구 사항이 있는 것으로 알고 있습니다. 수출 과정을 시작할 때 이를 확인하는 것을 권장합니다. 또한, UAE 당국이 규정한 구성 및 라벨링 지침을 준수하는 것이 매우 중요한 절차입니다. 이에, UAE 식품규정에 익숙한 현지 유통업체를 통해 제품을 판매하는 것을 권장합니다.

Interview ③

34)



루루 (LuLu)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 1966년 설립
 - 아부다비에 위치한 소매업체
 - 취급 품목으로는 식료품, 아기용품, 건강/미용품, 신선식품, 전자제품, 가전제품 등
 - 온/오프라인 유통채널 보유

담당자 정보

Retail Operations
Manager

루루(LuLu) Retail Operations Manager

Q. 코로나 19 이후 UAE에서 분유를 포함한 영유아 식품에 변화하는 트렌드가 있다면 무엇인지 설명해 주세요.

코로나 19 이후에 비타민과 필수 미네랄이 포함된 영유아 제품과 면역력을 길러주는 성분이 함유된 제품에 대한 수요가 증가했습니다. 부모들은 아이의 건강과 영양에 더욱 관심을 가지고 있습니다. 또한, 코로나 19 이전과 비교했을 때, 온라인 채널을 통한 판매량이 증가했습니다.

Q. UAE 소비자들 사이에서 한국 영유아 식품에 대한 인지도와 수요에 대해 설명해 주세요.

아직 한국의 영유아 제품에 대한 정보를 가지고 있지 않아, 정확한 인지도와 수요에 대한 정보를 드릴 수 없을 것 같습니다. 현재 UAE에서 가장 인기 있는 영유아 제품 브랜드는 aptamil(아파트밀), Similac(시밀락), Novalac(노발락), Nestle(네슬레), Bebelac(베벨락) 등이 있으며, 대부분은 유럽 브랜드입니다.

Q. UAE 소비자들이 분유 등 영유아 식품을 구매할 때 고려하는 요소(성분, 인증 등)에 관해 설명해 주세요.

소비자들에게 영유아 식품 구매 시 결정적인 요소는 제품에 표시된 성분입니다. 소비자들은 아이를 위해 영양 성분이 풍부한 제품, 프리미엄 제품, 첨가물이 없는 제품을 선호합니다. 위에서 언급한 브랜드들은 오랫동안 이와 같은 제품을 제공해왔으며, 관련하여 소비자들 사이에서도 매우 잘 알려져 있습니다. 결국 제품을 구매할 때 성분과 영양 가치를 기반으로 결정이 이루어지기 때문에 해당 요소를 고려하는 것이 중요합니다.

Q. 조제분유 제품 외에 최근 UAE 소비자들 많이 소비하는 영유아 식품 카테고리(예: 쌀 스낵, 푸레, 이유식)와 대표 브랜드에 대해 설명해 주세요.

UAE 소비자들 선호하는 영유아 제품으로는 유아용 시리얼, 유아용 음료 등이 있습니다. 그중에서도 유아용 시리얼은 가장 인기 있는 제품입니다. 유아용 시리얼의 경우, 단일 곡물과 혼합 곡물 제품 모두 현지에서 인기가 있습니다.

Q. 현재 UAE에서 인기 있는 영유아 식품 브랜드가 있다면, 브랜드 이름, 가격대, 포장 방식, 마케팅 전략 등 두 브랜드에 대한 자세한 정보를 제공해주십시오.

1. N사의 NaN은 주요 영유아 영양 제품입니다. 제품은 영아용 분유, 성장기 우유 등 패키지 크기와 종류 등에 따라 40디르함(14,400원)부터 다양한 편입니다. 포장은 400g의 캔에서 1kg의 파우치 및 박스에 이르기까지 다양한 포장 형식이 제공됩니다. 마케팅 전략으로는 어머니와 아기를 대상으로 하는 디지털 캠페인을 활용합니다. 또한, 슈퍼마켓, 약국 등에서의 진열 가시성을 위한 전략적인 소매 파트너십을 통해 마케팅을 이어가고 있습니다.
2. A사의 영유아용 분유 및 우유는 제품의 크기와 종류에 따라 50-70디르함(18,000-25,200원)에 판매되고 있습니다. 이들의 제품은 400g에서 1.8kg로, 다양한 크기의 캔 또는 파우치로 포장이 되어 있습니다. 해당 브랜드는 제품의 과학적 효과를 홍보하기 위해 소아과 의사와 협업하여 신규 어머니들을 대상으로 하는 마케팅 캠페인에 많은 투자를 하고 있습니다. 제품 또한, 가시성과 신뢰를 위해 병원과의 협력, 루루(Lulu) 웹사이트와 상점에서 정기적으로 프로모션과 할인 제공 등을 통해 마케팅을 이어가고 있습니다.

Q. 현지 시장에서 고객사와 같은 영유아 식품을 수출하기 위한 유통채널을 설명하고 추천해 주세요.

첫 번째는 전통적인 소매점과 슈퍼마켓입니다. 소비자들에게 인기가 있으며 가장 선호되는 채널로 손꼽히고 있습니다. 다음 방안으로는 유아용 제품 전문 매장 혹은 약국이 있습니다. 해당 채널들은 영유아 식품과 같은 제품을 주기적으로 찾아오는 고객 그룹이 있다는 이점이 있습니다. 더불어, 코로나 19 이후 해당 채널을 통한 판매가 증가하고 있다는 점도 이유가 될 수 있습니다.

Q. 고객사와 같은 영유아 식품을 마케팅할 때 어떤 고객층을 대상으로 하는 것이 효율적인가요?

영유아의 부모를 대상으로 진행해야 합니다. 다만 고객사 제품은 현재 높은 가격으로 책정되어 있기에 비교적 소득 수준이 높은 부모를 대상으로 하는 것을 추천합니다. 고객사는 반드시 고객들에게 부과되는 프리미엄을 정당화해야 하며, 영양 가치, 성분 등의 고객사만의 독특한 판매 포인트를 강조하면 됩니다.

Q. UAE에서 영유아 식품을 마케팅할 때 따라야 할 효과적인 경로와 방법은 무엇인가요?

현재 대부분의 마케팅은 온라인 채널을 중심으로 이루어지고 있습니다. 그렇기에 온라인 채널을 통해 마케팅을 시작하는 것도 매우 좋습니다. 고객사는 온라인 활동을 늘리고, UAE 내 Baby Care 부문에서 현지 인플루언서들과의 협업 등을 통해 제품을 홍보하는 방안을 찾아야 합니다.

**Q. 수입 및 유통 회사의 관점에서 고객사와 같은 영유아 식품을 수입할 때
알아야 할 법적 규정 또는 필수 인 증은 무엇인가요?**

가장 중요한 것은 자세한 라벨링과 영양 성분을 정확하게 언급하는 것입니다. 규제 당국과 소비자 모두에게 이는 매우 중요한 사항입니다. 어떠한 상황에서도 해당 절차를 어겨서는 안 됩니다. 또한, 수입 과정 중 전형적으로 진행되는 일련의 문서 작업 및 준수 사항을 따라야 합니다.

2023

수출기업 맞춤형 조사

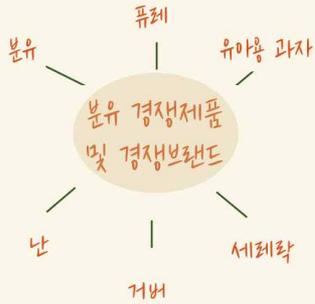
시장 분석형

Ⅶ 시사점





소비 특징 ①



① 경쟁제품

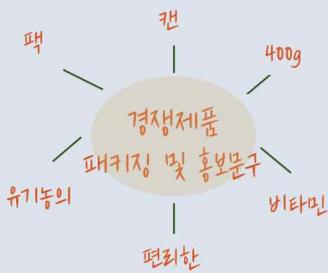
온라인 쇼핑몰 판매 제품 키워드 분석을 통해 현지 분유 경쟁제품을 조사한 결과, 동일한 '분유' 관련 키워드가 667건 빈출함. 이 외에 영유아식품인 '퓨레' 관련 키워드가 153건, '유아용 과자' 관련 키워드가 153건, '시리얼' 관련 키워드가 90건 빈출하며 직접 경쟁제품인 분유 외에 다양한 형태의 경쟁제품이 판매되고 있음을 확인함. 특히 유아용 과자의 경우 막대나 대롱, 작은 도넛 모양 등으로 형태가 가장 다양하며, '시리얼'의 경우 국내 유아용 시리얼과 달리 분말 형태로 된 제품이 다수 존재함

② 경쟁브랜드

온라인 쇼핑몰 판매 제품 키워드 분석을 통해 현지 분유 경쟁브랜드를 조사한 결과, '네슬레' 산하 분유 브랜드 '난'과 '거버' 관련 키워드가 각각 283건, 199건으로 가장 많이 빈출함. 그 다음으로 빈출 건수가 가장 많은 키워드도 145건 빈출한 '네슬레'로, 핀란드 소재의 글로벌 기업이 UAE 분유 시장에서 가장 큰 비중을 차지하고 있는 것으로 나타남. '네슬레'는 국제적인 브랜드 평판과 소비자 신뢰도를 바탕으로 UAE 내 현지 생산기지를 설립하며 UAE 시장을 적극적으로 공략 중임. 이 외에도 '세레락'이 118건, '해피 패밀리' 키워드는 102건 빈출한 반면, UAE 현지 영유아식 브랜드 '비베나' 키워드의 빈출 횟수는 6건에 그쳐 UAE 분유 시장이 수입 브랜드를 중심으로 형성되어있음을 확인함



소비 특징 ②



① 패키징

온라인 쇼핑몰 판매 제품 키워드 분석을 통해 현지 분유 경쟁제품 패키징을 조사한 결과, '팩' 관련 키워드가 401건 도출되었음. 데이터 확인 결과, 묶음으로 판매되는 패키지형 제품이 '팩' 키워드로 표현되고 있는 것으로 나타남. 뒤이어 분유의 가장 대표적인 포장 방식인 '캔' 관련 키워드의 빈출 횟수는 372건이며, '파우치' 및 '봉지' 키워드의 빈출 횟수 또한 각각 234건과 112건으로 높은 편이나, 주로 분유 외에 퓨레나 시리얼 등의 이유식 제품에 해당하는 패키징 방법으로 나타남. 중량으로는 '400g'과 '800g' 키워드가 각각 78건, 41건으로 가장 많았으며, 이에 고객사 제품의 패키징 및 용량은 현지에서 판매 중인 경쟁제품과 크게 차이가 없는 것으로 조사됨

② 홍보문구

온라인 쇼핑몰 판매 제품 키워드 분석을 통해 현지 분유 홍보문구를 조사한 결과, '유기농의' 관련 키워드가 394건으로 가장 많이 도출되었음. 최근 환경, 지속가능성, 유기농 등의 가치를 중시하는 UAE 소비자들이 늘면서 많은 기업들이 이러한 부분을 제품 개발과 출시에 반영하고 있음. 이와 더불어 사회활동과 육아를 병행하는 여성들이 증가함에 따라 간편 이유식 수요가 지속적으로 증가할 것으로 예상되며, 이를 반영한 '편리한' 홍보문구 또한 214건 확인되었음. 영양소를 첨가한 특수 분유 제품들 또한 다수 확인되었으며, 이는 코로나 사태 이후 면역기능 향상 및 영유아 성장에 필요한 영양소들을 첨가한 제품들의 수요가 증가함에 따라 나타난 현상인 것으로 파악됨. 대표적인 영양소 관련 키워드로는 '비타민'이 200건으로 빈출 횟수가 가장 많았으며, '무기질', '오메가3', 'DHA', '프리바이오틱' 등의 성분 관련 키워드를 홍보문구로 활용하는 제품들이 다수 존재함



UAE 소매유통채널 유통 비중



유통채널



UAE 내 고객사 복숭아 제품의 잠재 소매유통채널을 조사한 결과, '하이퍼마켓/슈퍼마켓'의 점유율이 55.0%로 가장 큰 비중을 차지하고 있는 것으로 나타남. '전통 상점'의 점유율은 6.0%로 상당히 낮은 비중을 보였음. 이는 한국의 '하이퍼마켓/슈퍼마켓' 점유율 43.0%, '전통 상점' 점유율 6.0%와 유사한 유통 비중임. 한편 UAE에서는 코로나19로 인해 외국인 수가 크게 감소하고, UAE 국민 소득수준이 하락함에 따라 저가형 일용 소비재 제품들은 '백화점' 등의 고급 유통 채널보다는 '하이퍼마켓/슈퍼마켓'을 입점 목표로 하고 있는 것으로 나타남. 다만, UAE 소비자들의 백화점 방문을 즐기는 '몰 쇼핑' 문화와 온라인을 통한 식료품 구매가 활성화되고 있다는 점은 유의해야 함

- ▶ Point 1) 사전 식품 등록 必
- ▶ Point 2) UAE 산업 및 첨단기술부
공식 표준 준수
- ▶ Point 3) 할랄 인증 취득 必
- ▶ Point 4) 라벨 아랍어 표기 必

진입장벽



UAE로 식품 수출 시, 반드시 사전 식품 등록을 거쳐야 하며 UAE 연방 식품 포털(ZAD)를 통해 UAE 내 토후국 정부가 공동으로 식품 등록 절차를 수행하고 있는 것으로 나타남. 해당 포털을 통해 식품 라벨에 대한 심사도 이루어지고 있음. 분유 제품의 경우 UAE로 식품 수출 시 할랄 인증을 필수적으로 취득해야 하는 것으로 확인되었으며, UAE로 판매되는 모든 상품은 UAE 산업 및 첨단기술부가 승인한 공식 표준을 준수해야 함. 또한 유기농 식품의 경우 UAE ECAS 인증 취득이 필요함. 제품 라벨링의 경우 제품명, 원재료명, 영양소 라벨, 용량, 업체명 및 주소, 보관 조건, 원산지, 로트 번호, 제조일자 및 유통기한, 사용 방법 등이 기재되어야 함. 라벨 표기 시 아랍어로 작성되어야 하며, 영어를 병기할 수 있는 것으로 나타남



수출 확대 전략

제품 수요
&
제품 피드백



Point 01 제품 수요

UAE 영유아식품 시장의 규모는 여성의 사회적 역할 확대, 도시화 추세 등에 의해 점진적으로 성장세를 보이고 있으며, 그 중에서 특히 분유 시장은 영유아식품 시장의 80% 이상을 차지하고 있음. UAE는 정부 차원에서 모태수유를 장려하는 정책을 선보임에도 불구하고 분유의 수요가 여전히 증가세임에 따라 UAE 분유 시장의 잠재력은 높은 수준으로 판단되나, 시장의 성장을 위협하는 불안요소 또한 상존하고 있음. 영유아식품의 수요에 지대한 영향을 미치는 UAE의 2020년 출산율은 1.46명으로 지속해서 마이너스 곡선을 그리고 있기에 UAE의 출산 관련 정책에 유의할 필요가 있을 것으로 예상됨.

전문가들의 의견 및 경쟁제품 키워드 조사에 따르면 분유 제품 구매 시 유기농, 건강, 성분을 가장 중시하며, 분유 제품은 영유아가 섭취한다는 특성이 있기에 분유 시장은 가격 시장이 아닌 품질 시장으로 정의할 수 있음. 수입품 중심의 UAE 분유 시장은 대형 국제 브랜드들이 시장을 주도하고 있으며, 현지에서 판매되고 있는 한국 분유 제품은 전무한 수준에 가까움. 그러나 UAE 소비자들은 한국 제품을 고품질로 여기는 경향이 있으며, 분유 시장이 품질 시장임을 고려할 경우 한국 분유 제품의 수출 성공 가능성은 충분한 것으로 판단됨. 분유 제품은 영유아의 연령에 따라 섭취하는 제품이 다르며, 영아 때 섭취한 브랜드의 제품을 이후에도 연령에 따라 지속 섭취할 가능성이 높은, 고객 로열티가 높은 제품에 속함. 이에 연령 단계에 따른 제품들의 동시 출시도 고려할 수 있음.

전문가에 따르면 UAE 소비자들은 신규 제품을 경험하는 장소로 슈퍼마켓을 주로 활용하며, 이에 초기에는 오프라인 유통에 주력하는 것을 권장함. 그러나 UAE의 빠른 디지털화 추세로 인한 인터넷을 통한 정보 습득 현상과 온라인을 통해 식료품을 구매하는 비중이 높아지고 있기에 1) 온라인 마케팅을 통한 제품 소개 2) 오프라인 채널을 통한 제품 경험을 병행하여 시너지 효과를 창출하고, 브랜드 인지도 제고, 판매량 증대라는 최종 목표를 달성해야 할 것으로 판단함. 온라인 마케팅 수단으로는 인플루언서와의 협업 등을 통한 소셜 미디어 마케팅이 있으며, '맘 인플루언서'와의 협업 등 타깃 소비자층을 고려한 다양한 전략을 수립할 수 있음

Point 02 제품 피드백

현지 수입유통업체와의 인터뷰 결과, 고객사 제품의 가격대는 현지 판매 제품 대비 높은 편이나 제품의 고품질 및 성분에 대해 소비자에게 효과적으로 전달할 수 있으면 합리적인 가격대이기 때문에 크게 문제가 없을 것으로 확인됨. 포장 또한 다수의 경쟁 브랜드가 활용하는, 분유 제품에 보편적으로 사용되는 캔 재질에 400g 제품이기 때문에 특별한 피드백이 존재하지는 않았음. 그러나 홍보문구는 경쟁 제품들과 유사한, 무난한 문구로 구성되어 차별화 필요성에 대해 언급함. 비싼 가격을 고품질로 합리화해야 하는 과제가 있기에 고품질 및 성분에 대해 가장 효과적으로 알릴 수 있는 홍보문구의 수정이 필요하다는 점은 고려할 필요가 있음. 기타 국가와 달리, UAE는 할랄 인증이 필수적이며, 유기농 제품에 대한 수요가 높은 편으로 확인되었기 때문에 고객사는 제조사와의 협업을 통해 관련 인증들을 취득하여 수출 장벽을 허물 필요가 있을 것으로 판단됨



[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 외교부, 「국가개황」, 2022
2. Kati 농식품수출정보, 「UAE 영유아식품 시장」, 2019.02
3. 스태티스타(Statista), 「Baby Food_United Arab Emirates」, 2023.08
4. EMERiCs 신흥지역정보 종합지식포털, 「코로나 사태로 영향을 받고 있는 UAE 영유아식품 시장」, 2022.02
5. 스태티스타(Statista), 「Baby Milk & Infant Formula_United Arab Emirates」, 2023.08
6. 칸타(Kantar), 「ASIA'S FMCG MARKET AT A GLANCE」, 2023.07
7. 캐나다농식품부(Canada Agriculture), 「Market Overview - United Arab Emirates」, 2021
8. 한국농수산물유통공사, 「2022년 한눈에 보이는 농식품 수출 교역조건현황[UAE]」, 2023.06
9. 한국농수산물유통공사, 「중동지역 신선농산물 수입유통 현황 및 진출방안 이슈조사 보고서」, 2022.10
10. 한국보건산업진흥원, 「아랍에미리트 수입규제제도」, 2019.04
11. 두바이 식품안전부(Food Safety Department), 「FOOD CODE 2020」, 2020.23

■ 참고 사이트

1. 스태티스타(Statista) (www.statista.com)
2. ITC(International Trade Centre) (www.intracen.org)
3. UAE 아마존(Amazon) (www.amazon.ae)
4. 칸타(Kantar) (www.kantar.com)
5. 캐나다농식품부(Canada Agriculture) (www.agriculture.canada.ca)
6. 갤러리라파예트(Galleries Lafayette) (www.gallerieslafayette.ae)
7. 트립어드바이저(TripAdvisor) (www.tripadvisor.com)
8. 두바이쇼핑가이드(Dubai Shopping Guide) (www.dubaishoppingguide.com)
9. 마크스앤스펜서(Marks & Spencer) (www.marksandspencer.com/ae/)
10. 타임아웃두바이(TimeOutDubai) (www.timeoutdubai.com)
11. 두바이익스플로러(Dubai Explorer) (www.dubaieplorer.net)
12. 더내셔널(The National) (www.thenationalnews.com)
13. 까르푸 아랍에미리트(Carrefour UAE) (www.carrefouruae.com)
14. 디스커버두바이(Discover Dubai) (www.discover-dubai.ae)
15. 알마야그룹(Al Maya Group) (www.almaya.ae/supermarket)
16. 로켓리치(RocketReach) (www.rocketreach.co)
17. 두바이시티(Dubai City) (www.dubaicity.com)
18. 나이스로컬(NiceLocal) (www.nicelocal.com)
19. 스피니스(Spinneys) (www.spinneys.com/en-ae)
20. 아라비안비즈니스(ArabianBusiness) (www.arabianbusiness.com)
21. 걸프뉴스(Gulf News) (www.gulfnews.com)
22. 1004고르멧(1004 Gourmet) (www.1004gourmet.com)
23. 타임아웃아부다비(TimeOut Abudhabi) (www.timeoutabudhabi.com)
24. 패밀리케이(FamilyK) (www.familyk.ae)
25. 피네이익스팟(PinayExpat) (www.pinayexpat.com)
26. 김슨(Kibsons) (www.kibsons.com)
27. 이커머스디비(ecommerceDB) (www.ecommercedb.com)
28. 몰 오브 디 에미레이트(Mall of the Emirates) (www.malloftheemirates.com)
29. KEB하나은행(www.kebhana.com)
30. 시밀러웹(SimilarWeb) (www.similarweb.com)
31. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
32. 한국농수산물유통공사 (www.unipass.customs.go.kr)

33. 국제할랄인증지원센터 (www.ihcc.co.kr)
34. 한국보건산업진흥원 (www.khidi.or.kr)
35. 두바이 세관 (www.dubaicustoms.gov.ae)
37. 아부다비 세관 (www.adcustoms.gov.ae)
38. 걸프지역표준화기구(GSO: GCC Standardization) (www.gso.org.sa)
39. UAE 연방 과세당국(FTA: Federal Tax Authority) (www.tax.gov.ae)
40. 플래티콘(Flaticon) (www.flaticon.com)
41. noon(www.noon.com)
42. 카르푸(Carrefour) (www.Carrefouruae.com)
43. 루루(LuLu) (www.luluhypermarket.com)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2023.10.20

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 2023 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea