



건강과 친환경 트렌드에 주목하는 UAE 생수시장

UAE 생수시장 급성장, 2025년까지 8.1% 성장 예상

코로나19는 UAE 생수시장에도 영향을 끼쳤다. 유로모니터의 조사에 따르면, 지난해 3월 정부의 락다운 조치가 내려짐에 따라 UAE 내 생수판매가 증가하기 시작한 것으로 나타났다. 카페, 레스토랑 등의 폐쇄조치에 따라 온트레이드(on-trade) 소비시장은 크게 위축되는 한편, 생필품 비축을 위한 대용량 구매가 늘어나고 대형 및 소형 유통매장과 전자상거래 플랫폼을 통한 생수구매가 대폭 증가했다. 외식감소와 집에서 머무르는 시간의 증가 등 라이프스타일 또한 변화함에 따라 생수소비가 지속적으로 증가한 것으로 예상된다. 2020년 한해 UAE 생수시장 규모는 11억 리터(4억7천6백만 달러)를 돌파했고 2025년까지 총 8.1% 성장할 것으로 예측된다.

기능성생수 인기 증가, 건강에 더욱 초점

현지에서는 약 38개 이상의 생수업체가 경쟁 중에 있다. 그 중 마사피(Masafi), 아그시아 그룹(Agthia Group), 네슬레(Nestle), 알가디르(Al Ghadeer), 팔콘스프링(Falcon Spring)이 생산한 생수브랜드가 높은 시장점유율을 기록하고 있다. 마사피와 아그시아 그룹의 알아인(Al Ain) 생수가 시장 내 점유율 1위를 놓고 경쟁하고 있다. 타사와 비교하여 두 업체는 비타민D 워터, 나트륨 함량이 낮은 제로워터, 레몬 및 딸기향이 첨가된 제품들을 선보이는 등 소비자의 다양한 선택이 가능한 제품 라인을 보유하고 있다. 특히 비타민D 첨가, 나트륨제로 등 건강적인 측면에 더욱 초점을 맞춘 기능성 생수제품군의 지난 5년간 연평균 성장률은 특히 두드러진다. 기능성 생수제품의 향후 5년간 연평균 성장률은 35.3%로 전망하며, 이는 생수 제품군 중 가장 큰 폭의 성장으로 예상된다.

UAE 생수제품 판매량 및 성장률

분류	생수 판매량 2020 (백만 리터)	연평균 성장률 2015-2020(%)	연평균 성장률 2020-2025(%)
탄산수	9.5	5.6	2.0
맛(향)첨가 생수	4.2	7.5	0.2
기능성 생수	2.5	89.9	35.3
일반 생수	1,074.5	2.4	1.4
총계	1,090.7	2.5	1.6

자료 유로모니터, <https://www.euromonitor.com>



신재생에너지 활용한 제품으로 지속가능성 확대 움직임

최근에는 신재생에너지 기술과 접목한 친환경 제품들이 소비자의 친환경 관심과 소비를 유도하고 있다. 두바이 전력/수도 공급사 DEWA(Dubai Electricity & Water Authority)가 인수한 생수업체 마이 두바이(Mai Dubai)는 태양광 에너지 활용 및 공장 자동화 생산을 통해 장기적이고 지속가능한 중동 내 생수공급을 실현하고 있다. 최근 걸프지역에 진출한 소스글로벌(Source Global) 또한 대기 중의 수분을 태양열로 추출하고 식수로 바꾸는 하이드로 패널(Hydropanel) 기술로 제품을 생산

하고 있다. 현재 두바이 라흐밥(Lahbab)지역에 약 1만개 정도의 하이드로 패널이 설치되어 있으며, 약 8%의 수분으로 식수 생산이 가능한 이 기술은 평균습도가 50%인 현지에서 매우 유용하다. 일반 담수화 과정보다는 제조비용이 높은 편이지만, 제품가격은 수입 생수보다 저렴하다. 이렇게 생산된 제품은 아랍에미리트 호텔, 식당, 카페 등의 위락시설 지역에 프리미엄 식수로 제공될 계획이다. 해당 기술을 통한 제품 대량생산과 공급이 원활히 이루어진다면 향후 상용화가 활발해질 것으로 예상하고 있다.

신재생에너지 활용 생수생산



⑦ 태양전지판(solar panel)이 지붕을 덮고 있는 Mai Dubai 생수공장 모습

⑧ 소스글로벌(Source Global)사가 라흐밥(Lahbab) 지역에 설치한 하이드로패널



자료 <https://www.maidubaiwater.com/>
<https://www.thenationalnews.com/>

차별화된 패키징의 등장과 친환경소비 증가

유기농제품을 선호하는 추세와 환경을 고려하는 소비자들의 변화에 맞춰 생수업체들이 친환경제품 출시와 제품고급화에 열을 올리고 있다. 생수 생산업체들은 적극적으로 페트병 재활용 캠페인을 통해 소비자들이 친환경 소비를 할 수 있도록 권장하고 있다. 이를 통해 소비자들의 친환경 선택 기호를 공략함과 동시에 재활용 페트병 회수율을 높여 회사 이익을 가져오는 두 가지 효과를 기대할 수 있다.

마이 두바이는 현지 학교에서 생수병 재활용 캠페인을 독려하고 해당 학교에 상여금을 제공하고 있다. 이렇게 재활용된 페트병은 교복 및 체육도구로 재활용되어 새로운 상품으로 공급된다. 또한 생수병을 유리병으로 대체하여 100% 재활용이 가능한 생산 라인으로 구축하기 위한 개발단계에 있다고 밝혔다. 내셔널푸드프로덕츠컴패니(National Food Products

Company)는 지난해 생분해와 재활용이 가능한 테트라팩(Tetra Pak) 포장재를 식수에 처음 도입하여 업계의 이목의 모은 바 있다. 관련 친환경 활동 사례로는 UAE에 진출한 네슬레(Nestle)가 자사의 물병을 재활용할 경우 경품으로 생수를 주는 에코 미션(Eco Mission) 캠페인을 진행 중이다.

친환경 패키지 및 캠페인 외에도 타사 제품과의 차별성을 위한 독특한 패키징도 관심을 받고 있다. 아그시아그룹의 알아 인생수는 기존의 파란색 라벨링 대신 자연을 연상시키는 초록색 라벨링으로 대체하고 광고에 자연 친화적인 이미지를 함께 실었다.

또 다른 생수업체 줄랄(Zulal)에서는 기존 생수병 패키지에서 용량이 작은 물방울 모양의 패키지를 개발하여 자사만의 브랜드 아이덴티티를 구축함으로써 치열해진 매대 경쟁 상황 속에서 소비자의 눈길을 사로잡고 있다.

다양한 현지 생수 패키징



1



2



3



4

자료 <https://www.agthia.com/>
<https://www.nfpogroup.com/>
<https://www.maidubaiwater.com/>
<https://www.zulal.ae/>

- 1 아그시아 그룹(Agthia Group)의 자연을 연상시키는 알 아인(Al Ain) 생수병 라벨링
- 2 NFPC사의 생수 브랜드 오아시스(Oasis) 테트라팩 패키징 제품
- 3 마이 두바이(Mai Dubai)의 다양한 생수병 패키징
- 4 줄랄(Zulal)에서 출시한 물방울 모양 생수 패키징

Key Point

중동지역 음료 산업에서 생수시장은 약 56%로 전체의 절반이 넘는 비율을 차지하는 큰 시장이다. 또한 UAE는 생수 소비 세계 5위 국가로 1인당 연간 생수 소비량이 214리터에 달해 글로벌 생수 기업들에게는 매력적인 시장이다. 최근 건강과 환경을 생각하는 소비자의 인식변화 증가는 UAE 생수시장 발전의 가속화를 더해주는 원동력이 되고 있다. 현지 생수 생산업체와 다수의 해외브랜드 진출로 이미 경쟁이 가열된 UAE 생수시장에 한국 생수업체의 진출이 쉽지 않을 것으로 보인다. 그러나 중동 생수시장의 지속적인 성장성을 고려했을 때, 한국산 제품 진출 가능성은 열려있다. 소비자의 니즈에 부합하는 기능성 생수제품을 내세워 소비자의 눈길을 사로잡는 패키징을 장착한 경쟁력을 갖춘 제품이 준비된다면 현지 시장 진출을 고려할 수 있으며, UAE를 거점으로 주변 중동 국가로의 진출도 모색해 볼 수 있을 것이다.