

2023 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202309-03
품목 | ORS 음료(ORS Drink)
HS CODE | 2202.99-9990
국가 | 사우디아라비아(Saudi Arabia)



CONTENTS

2023 수출기업 맞춤형 시장조사

경쟁력 분석형

I. 요약

1. 요약	03
-------	----

II. 경쟁제품

1. 사우디아라비아 ORS 음료 경쟁제품 선정	06
2. 사우디아라비아 ORS 음료 경쟁제품 조사지표 선정	11
3. 사우디아라비아 ORS 음료 경쟁제품 현지조사 결과	12

III. 경쟁기업

1. 사우디아라비아 ORS 음료 경쟁기업 선정	22
2. 사우디아라비아 ORS 음료 경쟁기업 현지화 분석 기준	23
3. 사우디아라비아 ORS 음료 경쟁기업 현황 및 현지화 정보	25

IV. 수입·유통업체 인터뷰

1. 나디 메디컬(Nahdi Medical Co.)	34
2. 이노바 헬스케어(Innova Health Care)	37
3. 라이프 파마시(Life Pharmacy)	40
4. 자흐랏 알 로다(Zahrat Al Rawdah)	43
5. 프로텍톨 뉴트리먼트(Protectol Nutriments)	46

CONTENTS

2023 수출기업 맞춤형 시장조사

경쟁력 분석형

V. 경쟁력파악

1. 제품 경쟁력 검증	50
2. 벤치마킹 제품 분석	53
3. 기업 마케팅 벤치마킹	55
4. 온라인 인기 제품 리뷰 분석	56

VI. 시사점

※ 참고문헌	60
--------	----



HS CODE : 2202.99-9990

2023 수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

SUMMARY 사우디아라비아 ORS 음료 경쟁력분석

온라인 인기 제품

아마존



하이드레이션 멀티플라이어

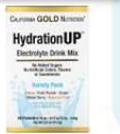


셀시우스 라이브핏



코어 하이드레이션

아이허브



일렉트로라이트 드링크 믹스



포티 사우전드 볼츠



에퍼하이드레이트

오프라인 주요 경쟁제품

쓰리아이 블랙워터 (쓰리아이 풀빅)



가격 18.50리얄 (6,476원)

용량 600ml

내용물 및 성분 강조하는 포장 디자인

프라임 하이드레이션 드링크레온라임 (프라임 하이드레이션)



가격 40.00리얄 (14,001원)

용량 500ml

다양한 맛 제품라인 보유

경쟁기업 3개사 분석

플랜드앤바렛

포장 현지화 ○

홍보 현지화 ●

오프라인 입점

쓰리아이 풀빅

포장 현지화 ○

홍보 현지화 ●

온/오프라인 모두 입점

프라임 하이드레이션

포장 현지화 ○

홍보 현지화 ○

오프라인 입점

포장 현지화

- 상 (현지 특성에 맞는 새로운 디자인 사용)
- 중 (기존 유통 제품 디자인 문구 현지화)
- 하 (기존 유통 제품 그대로 출시)

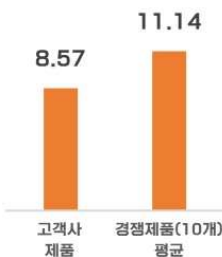
홍보 현지화

- 상 (현지 전용 홈페이지 및 홍보 계정 활용)
- 중 (글로벌 전용 홈페이지 및 홍보 계정 활용)
- 하 (기업 국적 외 홈페이지 및 홍보 계정 없음)

경쟁력파악

1회 제공량당 가격

단위 : 리얄

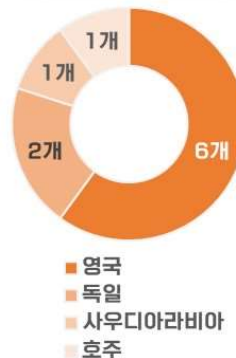


용량

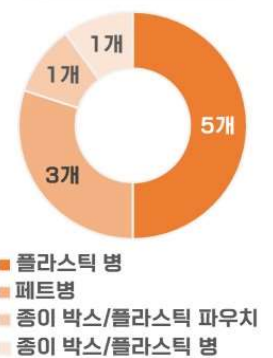
단위 : ml



원산지



포장 형태



요약

Point 01.

- 1) 경쟁제품 10개의 평균 1회 제공량당 가격은 11.14리얄(3,890원)로 고객사 제품 가격대보다 높은 편
- 2) 경쟁제품 음료형 제품 3개의 평균 용량은 533ml로 고객사 용량인 230ml보다 많음

Point 02.

- 1) 벤치마킹 제품 분석 결과, 다양한 맛 제품 라인 보유한 제품과 내용물 및 성분 강조하는 디자인 활용 중
- 3) 온라인 인기제품 리뷰 감성분석 결과, 인기 ORS 음료 제품에 대해 '맛' 과 '제품 종류'에 대한 만족도 높음

2023

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

II

경쟁제품



1. 사우디아라비아 ORS 음료 경쟁제품 선정
2. 사우디아라비아 ORS 음료 경쟁제품 조사지표 선정
3. 사우디아라비아 ORS 음료 경쟁제품 현지조사 결과

1. 사우디아라비아 ORS 음료 경쟁제품 선정

1) 주요 프로세스

고객사 제품 특징

제품명	N사 ORS 음료
제품 종류	ORS 음료
소비자가격	8.57리얌) (3,000원)
용량	230ml
포장 형태	PET
특징	탈수증 관리와 갈증 해소에 최적인 맛있는 ORS (마시는 수액)

Step 01. 제품 분석



- ① 사전컨설팅기록지 수령
- ② 고객사 제품 분석
 - 제품명: N사 ORS 음료
 - 제품 종류: ORS음료
 - 소비자가격: 8.57리얌(3,000원)
 - 용량: 230ml
 - 포장 형태: PET

Step 02. 경쟁제품군 선정 및 온라인 판매제품 확인



- ① 현지 식품 취급 주요 온라인 쇼핑몰 확인
 - 1. 아마존(Amazon)
 - 2. 아이허브(IHerb)
- ② 주요 온라인 쇼핑몰 내 유사 인기제품 확인
 - 주요 온라인 쇼핑몰별 경쟁제품 구매 순위 확인
 - 주요 온라인 쇼핑몰 중 아마존에서 확인: 3개 제품
 - 주요 온라인 쇼핑몰 중 아이허브에서 확인: 3개 제품

Step 03. 현지 오프라인 매장 조사 기획



- ① 현지 조사 지역 및 오프라인 매장 선정
 - 참여기업 선호 매장 유형별 매장 선정
 - 참여기업 선호 매장: 주요 슈퍼/하이퍼마켓, 약국 등
- ② 오프라인 매장 조사 제품 선정
 - 오프라인 매장 인기 ORS 음료 및 건강기능음료, 타블렛 인기 제품들을 추가 선정
- ③ 조사 지표 선정

Step 04. 조사 및 분석



- ① 현지 조사
 - 경쟁제품 조사, 경쟁기업 조사
- ② 제품 분석
 - (온·오프라인) 인기 제품 요인 분석
 - 벤치마킹 제품 분석
 - 온라인 인기제품 리뷰 감성분석

1) 1리얌=350.03원(2023.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2) 경쟁제품군 선정 및 온라인 판매 제품 확인

사우디아라비아 주요 온라인 쇼핑몰 (Top 3)

사이트명	취급 종류
 아마존	패션, 전자제품, 마용, 생활용품, 식료품 등
 아이허브	마용, 패션, 생활용품, 식품, 전자제품 등

▶ ORS 음료 경쟁제품군 선정

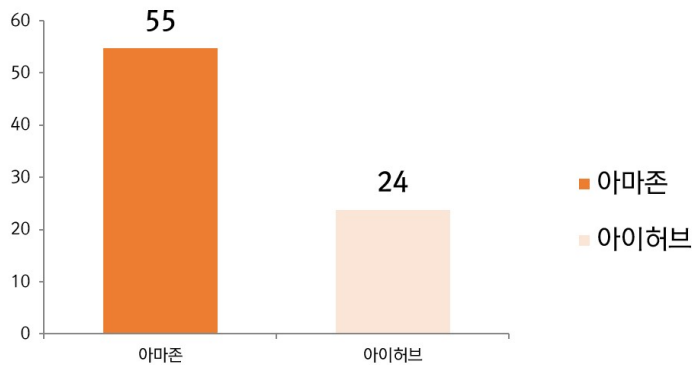
경쟁제품 조사에 앞서 고객사 희망 조사 지표를 바탕으로 ORS 음료 제품의 경쟁제품군을 선정하였음

▶ 온라인 쇼핑몰 3곳에서 인기 경쟁제품 조사

앞서 선정한 경쟁제품군 내 사우디아라비아 주요 온라인 쇼핑몰 2곳에서 판매 중인 인기 경쟁제품을 확인한 결과, 아마존에서는 리퀴드 포(Liquid IV), 셀시우스(Celsius), 코어(CORE) 제품이, 아이허브에서는 하이드레이션업(HydrationUP), 트레이스(Trace), 나우푸드(Now Food)의 ORS 음료가 인기 제품인 것으로 확인됨


[표 2.1] 사우디아라비아 온라인 쇼핑몰 월평균 방문자 수

(단위: 백만)



자료 : 스탯티스타(Statista) 홈페이지

[표 2.2] 사우디아라비아 주요 온라인 쇼핑몰별 인기 제품(Top 3)

아마존 입점 제품 상위 3개 제품 리스트(구매 순위 기준) ²⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	ORS 음료	리퀴드 포 (Liquid IV)	하이드레이션 멀티플라이어 (Hydration Multiplier)	미국	147리알 (51,454원 ³⁾)	16g*16개	
2	ORS 음료	셀시우스 (Celsius)	셀시우스 라이브핏 (Celsius Live Fit)	미국	147리알 (51,454원)	355ml*10개	
3	ORS 음료	코어 (CORE)	코어 하이드레이션 (CORE Hydration)	미국	951.35리알 (333,000원)	355ml*10개	

2) 조사일(2023.08.19) 기준

3) 1리알=350.03원(2023.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

[표 2.2] 사우디아라비아 주요 온라인 쇼핑몰별 인기 제품(Top 3)

아이허브 입점 제품 상위 3개 제품 리스트(구매 순위 기준) ⁴⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	ORS 음료	하이드레이션 업 (HydrationUP)	일렉트로라이트 드링크 믹스 (Electrolyte Drink Mix)	미국	68.72리알 (24,054원)	4.2g*20개	
2	ORS 음료	트레이스 (Trace)	포티 사우전드 볼츠 (40,000 Volts)	미국	86.39리알 (30,239원)	257ml	
3	ORS 음료	나우푸드 (Now Food)	에퍼하이드레이트 (Effer-Hydrate)	미국	24.14리알 (8,449원)	51g	

자료: 아마존(Amazon), 아이허브(IHerb) 홈페이지
사진 자료: 아마존(Amazon), 아이허브(IHerb) 홈페이지

4) 조사일(2023.08.19) 기준

3) 조사 지역 및 매장 선정

사우디아라비아 리야드 정보⁵⁾

인구	859만 1,748명
인구밀도	4,491명/km ²
면적	1,913km ²

▶ 사우디아라비아 리야드, 방문지역으로 선정

사우디아라비아의 수도이자 제1도시인 리야드는 인구 850만 명이 넘는 대도시로 정치 및 행정수도이자 사우디아라비아의 경제중심지임. 사우디아라비아는 중동 지역에서 가장 큰 식량 수입국가로 자국 내 식량의 80%를 수입에 의존하고 있음. 고온 건조하여 경작에 적합하지 않은 환경을 가지고 있으나, 거대한 지하수 매장량을 가지고 있어 식량 안보 달성 및 농산물 수출국으로의 변화를 모색하고 있음.⁶⁾ 사우디아라비아의 HS CODE 2202.99 품목의 글로벌 수입액은 덴마크가 1위를 차지하고 있으며, 그다음으로는 네덜란드, 프랑스 순인 것으로 조사됨

▶ 현지조사 매장 선정, 약국, 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 식료품점

고객사 희망 조사매장 지표를 고려하여 슈퍼마켓, 하이퍼마켓, 약국, 식료품점을 조사 매장으로 선정함

[표 2.3] 사우디아라비아 주요 유통채널 리스트

채널 분류	주요 매장
백화점	리야드 갤러리 몰(Riyadh Gallery Mall), 플라밍고 몰(Flamingo Mall)
하이퍼마켓	루루 하이퍼마켓(Lulu Hypermarket), 하이퍼판다(Hyper Panda)
슈퍼마켓	다뉴브(Danube), 압둘라 알오사임 마켓(Abdullah Al Othaim Markets), 까르푸(Carrefour)
식료품점	알 라시드 마켓(Al Rasheed Market) 등
약국	나디(Nahdi Pharmacy), 레몬(Lemon Pharmacy)

고객사 진출 선호 매장

5) 출처: 사우디아라비아 통계청 홈페이지 (www.stats.gov.sa), 주사우디아라비아 대한민국 대사관 (overseas.mofa.go.kr/sa-ko/index.do)

6) 출처: 코트라 해외시장뉴스, 「사우디아라비아 농림식품수산 산업 정보」, 2022.01.10

4) 경쟁제품 선정

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ①

- 오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기 제품 선정
- (*) 나디(Nahdi pharmacy), 루루 하이퍼마켓(Lulu Hypermarket)

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ②

- ORS 음료: Oral Rehydration Solution 음료를 가리키며 전해질 음료 또는 경구수액으로 불리기도 함
- 고객사 요청 및 현지 시장 상황에 따라 인기 발포형 비타민 제품 4개를 경쟁제품으로 추가 선정함

[표 2.4] 사우디아라비아 ORS 음료 경쟁제품 선정

경쟁제품(제조사)	매장 입점 여부		제품 종류
	오프라인	온라인	ORS 음료
① 하이스트렌스 비타민C엔징크 발포형 (홀랜드앤바켓)	○ (나디)	(-)	타블렛
② 비타부스트 터머릭 발포형 (홀랜드앤바켓)	○ (나디)	(-)	타블렛
③ 비츠웰 멀티비타민 발포형 (사노택)	○ (나디)	(-)	타블렛
④ 사노택 멀티비타민 (사노택)	○ (나디)	(-)	타블렛
⑤ 오알에스 오랄 리하이드레이션 솔츠 (내셔널 파마슈티컬 인더스트리)	○ (나디 온라인)	(-)	파우더
⑥ 스포츠 하이드레이션 (클리노바)	○ (나디 온라인)	○ (아마존)	타블렛
⑦ 쓰리아이 블랙워터 (쓰리아이 풀빅)	○ (루루 하이퍼마켓)	(-)	○
⑧ 프라임 하이드레이션 드링크 레몬 라임 (프라임 하이드레이션)	○ (루루 하이퍼마켓)	○ (아마존)	○
⑨ 프라임 하이드레이션 아이스 팝 (프라임 하이드레이션)	○ (루루 하이퍼마켓)	○ (아마존)	○
⑩ 오알에스 하이드레이션 (클리노바)	○ (루루 하이퍼마켓 온라인)	○ (아마존)	타블렛

(*) 현지 판매 ORS 음료 경쟁제품 10개 분석

2. 사우디아라비아 ORS 음료 경쟁제품 조사지표 선정

▶ 사우디아라비아 ORS 음료 경쟁제품 조사지표 선정

고객사 희망 조사지표와 제품의 특징을 반영하여 아래와 같이 경쟁제품 조사지표를 선정함

[표 2.5] 사우디아라비아 ORS 음료 경쟁제품 조사지표 선정

조사 지표	지표 값	지표 값 정의
	방문매장명	제품 판매 매장
	제품명	제품의 품목명
	제조사	제품의 제조사
	제품 종류	ORS 음료, 타블렛, 파우더
용량(제공 횟수)	용량(g, ml) 및 제공 횟수	제품의 포장 단위
가격	소비자 판매 가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격
	1회 제공량당 가격	제품의 1회 제공량당 가격
	원산지	제품의 원산지
	맛	제품의 맛
포장 형태	플라스틱 병, 페트병, 플라스틱 파우치	제품이 포장되어 판매되는 패키지 형태
	홍보문구	제품의 홍보문구
	원료 및 첨가물	제품의 원료 및 첨가물 함량
	유통기한	제품의 유통기한
	기타 표기사항	제품에 표시된 기타 표기사항

3. 사우디아라비아 ORS 음료 경쟁제품 현지조사 결과

▶ 사우디아라비아 리야드에 위치한 약국, 하이퍼마켓

사우디아라비아 리야드에 위치한 약국인 나디와 하이퍼마켓인 루루 하이퍼마켓에 방문함. 루루 하이퍼마켓은 상업 지역에, 나디는 주거 지역에 있는 매장을 방문함. 두 기업 모두 사우디아라비아 전역에 체인 매장을 보유하고 있음

[표 2.6] 사우디아라비아 방문 매장 및 특징

방문 매장명	나디 (Nahdi pharmacy)	루루 하이퍼마켓 (Lulu Hypermarket)
방문 매장 전경		
구분	약국	하이퍼마켓
조사 제품 수	4개	6개
조사 매장 특징	· 주차 공간, 어린이 놀이 공간, 푸드 코트 등 다양한 서비스를 제공함	· 사우디아라비아 전역에 125개 매장을 운영함 · 건강 프로그램과 캠페인을 진행하기도 함

자료: 현지조사원 자료

▶ 경쟁제품, 10개 모두 하나의 매장에서만 판매

루루 하이퍼마켓, 나디 총 2개 매장 방문 후 인기 제품을 조사한 결과, ORS 음료 경쟁제품들은 각 매장과 중복하여 판매되고 있지 않음을 확인함. 또한, 사우디아라비아 인기 쇼핑몰 아마존에서는 클리노바의 스포츠 하이드레이션과 오알에스 하이드레이션, 프라임 하이드레이션의 프라임 하이드레이션 드링크 레몬 라임과 프라임 하이드레이션 아이스 팝이 판매되고 있는 것으로 나타남

[표 2.7] 경쟁제품 판매 현황

경쟁제품 현황	판매 현황	
	나디	루루 하이퍼마켓
① 하이스트렝스 비타민C엔징크 발포형 (홀랜드앤바렛)	○	
② 비타부스트 터머릭 발포형 (홀랜드앤바렛)	○	
③ 비츠웰 멀티비타민 발포형 (사노택)	○	
④ 사노택 멀티비타민 (사노택)	○	
⑤ 오알에스 오랄 리하이드레이션 솔츠 (내셔널 파마슈티컬 인더스트리)	○	
⑥ 스포츠 하이드레이션 (클리노바)		
⑦ 쓰리아이 블랙워터 (쓰리아이 풀빅)		○
⑧ 프라임 하이드레이션 드링크 레몬 라임 (프라임 하이드레이션)		○
⑨ 프라임 하이드레이션 아이스 팝 (프라임 하이드레이션)		○
⑩ 오알에스 하이드레이션 (클리노바)		○

자료: 현지조사원 자료

Shop ① 나디(Nahdi pharmacy)

매장 정보

- 유형: 약국
- 판매 제품 특징:
의약품, 스킨케어, 헤어, 메이크업, 유아용품, 식품 등을 취급
- 매장 주변 특징:
주거 지역 내 위치
- 주요 고객층:
현지 주민, 관광객

브랜드 기본 정보 ⁷⁾			사우디아라비아 전역에 125개의 매장을 운영하여 전국적인 네트워크를 형성하고 있음. 커뮤니티 약국이라는 신념을 중심으로 단순히 제품을 판매할 뿐만 아니라 다양한 건강 프로그램과 예방 캠페인을 통해 사회를 교육하여 지역 사회 발전에 이바지하고자 노력하고 있음
	조사 제품 수: 6개		
매장 정보			
	위치	도시(지역)	리야드
		상세주소	Prince Abdulrahman Bin Abdulaziz St · 9200 24673
매장 내부 전경	매장 내부 전경		
			
제품 판매 정보	판매 ORS 음료 경쟁제품 정보		
			
	하이스트레스 비타민C엔징크 발포형 (홀랜드앤바렛)	비타부스트 터머릭 발포형 (홀랜드앤바렛)	비츠웰 멀티비타민 발포형 (사노택)
			
사노택 멀티비타민 (사노택)	오알에스 오랄 리하이드레이션 솔츠 (내셔널 파마슈티컬 인더스트리)	스포츠 하이드레이션 (클리노바)	
나디 온라인 몰 판매 제품			



사진자료: 현지조사원 자료

7) 나디(Nahdi Pharmacy) 홈페이지



Shop ① 나디(Nahdi pharmacy)

	경쟁제품 ①	경쟁제품 ②
제품 사진		
제품명 (현지어)	하이스트렝스 비타민C앤징크 발포형 (HighStrength VitC&Zinc Eff.)	비타부스트 터머릭 발포형 (Vitaboost Turmeric Eff.)
제조사 (현지어)	홀랜드앤바렛 (Holland&Barrett)	홀랜드앤바렛 (Holland&Barrett)
제품 종류	타블렛	타블렛
용량 (제공 횟수)	82g(20회)	82g(20회)
소비자가격	28.00리알 (9,801원)	103.50리알 (36,228원)
1회 제공량당 가격	1.40리알 (490원)	5.18리알 (1,811원)
원산지	영국	영국
맛	오렌지 맛	오렌지 맛
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 병	플라스틱 병
홍보문구	면역 체계 지원, 산화스트레스로부터 세포 보호	심황을 통한 관절 건강 개선, 비타민C를 통한 면역 기능 기여, 체내 흡수 극대화를 위한 형태의 심황과 검은 후추 혼합
기타 표기사항	비건, 면역 체계 기능에 기여하는 비타민 C와 아연, 복용방법: 200ml의 물에 한 알 용해 후 섭취	비건, 무설탕
원료 및 첨가물	비타민 C 1000mg, 아연 15mg	흑후추 추출물 0.4mg, 비타민 C 40mg, 심황 추출물 250mg

Shop ① 나디(Nahdi pharmacy)

	경쟁제품 ③	경쟁제품 ④
제품 사진		
제품명 (현지어)	비츠웰 멀티비타민 발포형 (Beatswell Multivitamin Eff.)	사노택 멀티비타민 (Sanotact Multivitamin)
제조사 (현지어)	사노택 (Sanotact)	사노택 (Sanotact)
제품 종류	타블렛	타블렛
용량 (제공 횟수)	82g(20회)	82g(20회)
소비자가격	24.90리얄 (8,716원)	20.90리얄 (7,316원)
1회 제공량당 가격	1.25리얄 (436원)	1.05리얄 (366원)
원산지	독일	독일
맛	오렌지 맛	오렌지 맛
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 병	플라스틱 병
홍보문구	천연 감미료를 통한 10가지 필수 종합 비타민의 조합으로 식단의 영양 부족을 채워줌.	무설탕, 비타민 C는 면역 체계의 정상기능에 기여함
기타 표기사항	10가지 비타민 함유, 무설탕	권장 복용량 및 복용방법, 보관방법
원료 및 첨가물	구연산, 탄산수소나트륨, 소르비톨, 천연 감귤 및 오렌지 향료, L-아스코르브산, 비타민 E, 니코틴아미드, 인공감료	비타민 C, 비타민 E, 비타민 B1, B2, B3, B5, B6, B12, 폴릭산, 바이오틴

Shop ① 나디(Nahdi pharmacy)

	경쟁제품 ⑤	경쟁제품 ⑥
제품 사진		 <p>Orange</p> <p>Ingredients: Dextrose Monohydrate (Glucose Syrup); Citric Acid; Acidity Regulator (Sodium Bicarbonate); Magnesium Carbonate; Potassium Chloride; Sodium Chloride; Anti-Caking Agent (Maize Starch); Natural Orange Flavouring (Maltodextrin, Dextrin, Flavouring Preparations, Natural Flavouring Substances); Sweetener (Sucralose); Colour (Beetroot Juice Concentrate); Cholecalciferol (Sucrose, Acacia, Corn Starch, Medium Chain Triglycerides, Silicon Dioxide, Vitamin D3, DL-Alpha-Tocopherol); Riboflavin. Nutritional info (per 1 tablet in 500ml water):</p>
제품명 (현지어)	오알에스 오랄 리하이드레이션 솔츠 (ORS Oral Rehydration Salts)	스포트 하이드레이션 (Sport Hydration)
제조사 (현지어)	내셔널 파마슈티컬 인더스트리 (National Pharmaceutical Industries)	클리노바 (Clinova)
제품 종류	파우더	타블렛
용량 (제공 횟수)	300g(10회)	20pcs(20회)
소비자가격	7.8리알 (2,713원)	46.0리알 (16,101원)
1회 제공량당 가격	0.8리알 (271원)	2.3리알 (805원)
원산지	사우디아라비아	영국
맛	오렌지 맛	오렌지 맛
포장 형태 (외부/내부)	종이 박스/ 플라스틱파우치	플라스틱 병
홍보문구	WHO 권장사항에 따른 성분 구성	WHO에서 입증한 수분 보충 포물러와 전해질, 전해질 균형 회복, 두 가지의 맛있는 맛, 성인 및 어린이 모두에게 적합
기타 표기사항	(-)	일반 식수에 녹여 드세요, 인공 방부제 무첨가
원료 및 첨가물	원료 정보 없음	덱스트로스 모노하이드레이트, 구연산, 중탄산나트륨, 탄산 마그네슘, 염화칼륨, 염화나트륨, 옥수수전분, 말토덱스트린, 천연 향료, 수크랄로스

Shop ② 루루 하이퍼마켓(Lulu Hypermarket)

매장 정보

- 유형: 하이퍼마켓
- 판매 제품 특징:
전자제품, 가전제품, 미용 및 건강제품, 전자기기, 신선식품 등을 취급
- 매장 주변 특징:
상업 지역 내 위치
- 주요 고객층:
현지 주민, 관광객

브랜드 기본 정보 ⁸⁾			루루 하이퍼마켓은 2009년 설립된 ‘루루, 세계가 쇼핑하러 오는 곳’이라는 슬로건에 맞춰 다양한 국제 및 지역 브랜드를 제공하고, 주차 공간, 어린이 놀이 공간, 푸드 코트 등 다양한 서비스를 제공하고 소비자들의 모든 요구사항을 만족할 수 있도록 노력함
	조사 제품 수: 4개		
매장 정보			
	위치	도시(지역) 상세주소	리아드 Commercial Center· Al Batha St, Ad Dirah· Ibn Sulaiman, Riyadh
매장 내부 전경	매장 내부 전경		
			
제품 판매 정보	판매 ORS 음료 경쟁제품 정보		
			
	쓰리아이 블랙워터 (쓰리아이 풀빅)		프라임 하이드레이션 드링크 레몬 라임 (프라임 하이드레이션)
			
프라임 하이드레이션 아이스 팝 (프라임 하이드레이션)		오알에스 하이드레이션 (클리노바) 루루 하이퍼마켓 온라인 물 판매 제품	

사진자료: 현지조사원 자료

8) 루루 하이퍼마켓(Lulu Hypermarket) 홈페이지

Shop ② 루루 하이퍼마켓(Lulu Hypermarket)

	경쟁제품 ⑦	경쟁제품 ⑧
제품 사진		
제품명 (현지어)	쓰리아이 블랙워터 (3iblack water)	프라임 하이드레이션 드링크 레몬 라임 (Prime Hydr. Drink Lemon Lime)
제조사 (현지어)	쓰리아이 풀빅 (3i Fulvic)	프라임 하이드레이션 (Prime Hydration)
제품 종류	ORS 음료	ORS 음료
용량 (제공 횟수)	600ml(1회)	500ml(1회)
소비자가격	18.50리알 (6,476원)	40.00리알 (14,001원)
1회 제공량당 가격	18.50리알 (6,476원)	40.00리알 (14,001원)
원산지	호주	영국
맛	무맛	레몬 라임 맛
포장 형태 (외부/내부)	페트병	페트병
홍보문구	100% 순수 물, pH 8.5이상 알칼리성, 미량의 미네랄 복합체는 물을 검게 만들	리프레시를 도움, 저희만큼 이 음료를 사랑해주실 거라고 확신합니다, 항산화제, 전해질 705mg, 글루텐 무함유, 카페인 무함유
기타 표기사항	무 불소, 무 염소, 무 설탕 / 3i 블랙 워터는 글로벌 커뮤니티에 환원하는 데 전념합니다	열기 전 흔들어 주세요, 개봉 후 냉장보관 하세요, 레몬 라임 열매 천연의 맛
원료 및 첨가물	70+ 미량 미네랄, 8.5+ pH 알칼리성, 산화 방지제, 전해질	농축 코코넛수, 구연산, 천연향료, BCAA, 비타민 A,B,C,E , 항산화제, 전해질, 수크랄로스, 색소용 베타 카로틴, 인산 디포타슘, 구연산 마그네슘 등

Shop ② 루루 하이퍼마켓(Lulu Hypermarket)

	경쟁제품 ⑦	경쟁제품 ⑧
제품 사진		 Blackcurrant Ingredients: Dextrose (Glucose), Acidity Regulators (Citric Acid, Sodium Bicarbonate), Potassium Chloride, Sodium Chloride, Colour (Beetroot Juice Concentrate, Maltodextrin), Natural Blackcurrant Flavouring (Natural Flavouring Substances, Silicon Dioxide, Flavouring Preparation), Maize Starch, Sweetener (Sucralose) Nutritional Info (per 2 tablets in 200ml water):
제품명 (현지어)	프라임 하이드레이션 아이스 팝 (Prime Hydr. Drink Ice Pop)	오알에스 하이드레이션 (ORS Hydration)
제조사 (현지어)	프라임 하이드레이션 (Prime Hydration)	클리노바 (Clinova)
제품 종류	ORS 음료	타블렛
용량 (제공 횟수)	500ml(1회)	24pcs(24회)
소비자가격	40.00리알 (14,001원)	28.9리알 (10,116원)
1회 제공량당 가격	40.00리알 (14,001원)	1.2리알 (421원)
원산지	영국	영국
맛	아이스크림 맛	레몬 맛
포장 형태 (외부/내부)	페트병	종이 상자/ 플라스틱병
홍보문구	리프레시를 도움, 저희만큼 이 음료를 사랑해주실 거라고 확신합니다, 항산화제, 전해질 705mg, 글루텐 무함유, 카페인 무함유	맛있는 맛, 운동 후 섭취, 여행 중에 혹은 더운 날씨에서 섭취
기타 표기사항	열기 전 흔들어 주세요, 개봉 후 냉장보관 하세요, 레몬 라임 열매 천연의 맛	과학적으로 균형 잡힌 배합
원료 및 첨가물	농축 코코넛수, 구연산, 천연향료, BCAA, 비타민 A,B,C,E , 항산화제, 전해질, 수크랄로스, 색소용 베타 카로틴, 인산 디포타슘, 구연산 마그네슘 등	글루코스, 구연산, 중탄산나트륨, 염화칼륨, 염화나트륨, 천연 레몬 향료, 옥수수전분, 수크랄로스, 리보플라빈

2023

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

III

경쟁기업



1. 사우디아라비아 ORS 음료 경쟁기업 선정
2. 사우디아라비아 ORS 음료 경쟁기업 현지화 분석 기준
3. 사우디아라비아 ORS 음료 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

1. 사우디아라비아 ORS 음료 경쟁기업 선정

▶ 대표 경쟁기업으로 현지화가 잘 되어 있는 글로벌기업 3개사 선정

사우디아라비아 오프라인 유통채널에서 경쟁제품을 판매하고 있는 경쟁기업 중, 다른 경쟁기업보다 현지화가 잘 되어 있는 글로벌기업 3개사를 경쟁기업으로 선정함. 선정된 경쟁기업 3개사는 평균 54년간 사업을 이어오고 있는 것으로 확인됨. 홀랜드앤바렛은 1870년에 설립되어 가장 오래된 153년의 업력을 보유하고 있으며, 쓰리아이 풀빅은 2016년 설립 이후 7년째 사업을 이어오고 있음. 프라임 하이드레이션은 2022년 설립되어 1년의 업력을 보유하고 있음

▶ 경쟁기업 3개사, ORS 음료 동일 품목 종류 조사

사우디아라비아에 진출한 경쟁기업 3개사가 판매하고 있는 ORS 음료 동일 품목 수를 조사한 결과, 홀랜드앤바렛이 총 17개로 경쟁기업 3개사 중 가장 많은 동일 품목을 판매 중인 것으로 조사됨. 그다음으로는 프라임 하이드레이션이 6개, 쓰리아이 풀빅이 5개의 동일 품목을 판매 중인 것으로 확인됨

[표 3.1] ORS 음료 경쟁기업 일반 현황

경쟁기업	국적	업력	동일 품목 수
홀랜드앤바렛	영국	153년	17개
쓰리아이 풀빅	호주	7년	5개
프라임 하이드레이션	영국	1년	6개

자료: 사우디아라비아 진출 ORS 음료 경쟁기업 3개사 분석

2. 사우디아라비아 ORS 음료 경쟁기업 현지화 분석 기준

▶ 경쟁기업의 기본 정보

[표 3.2] 경쟁기업 기본 정보

기준	설명	
① 기업명	기업의 이름	
② 위치	기업 본사 위치	
③ 규모	매출액	기업 22년도 매출액
	직원 수	기업 22년도 직원 수
	설립연도	기업의 설립연도
	동일품목	ORS 음료 제품군

▶ 경쟁기업의 자사 제품 홍보 현지화 정도에 따라 분류

[표 3.3] 경쟁기업 홍보 현지화 정도

기준	설명	현지화 정도
① 현지화 미진행	경쟁기업 국적 외 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 없음	○ (하)
② 홍보 글로벌화	글로벌 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용	● (중)
③ 홍보 현지화	현지 전용 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용	● (상)

▶ 경쟁기업의 자사 제품 포장 현지화 정도에 따라 분류

[표 3.4] 경쟁기업 포장 현지화 정도 기준

기준	설명	현지화 정도
① 개선사항 無	별도 포장 없이 벌크 판매하거나 경쟁기업 국적 내에서 유통하는 포장 방식 그대로 사용	○ (하)
② 포장 개선	경쟁기업 국적 내에서 유통되는 제품의 포장 디자인 문구 현지화	● (중)
③ 포장 현지화	현지 특성에 맞춘 포장 방식 및 포장 디자인 문구 사용	● (상)

▶ 경쟁기업의 제품 제조 방식에 따른 분류

[표 3.5] 경쟁기업 제품 제조 방식 기준

기준		설명	적극성
① OEM	간접 제조	제조 전문 OEM 업체와 제휴를 맺어 제조 위탁	○ (하)
② 국내제조	직접 제조	경쟁기업 본국에서 직접 제조하여 현지 수출	◐ (중)
③ 현지제조		현지에 제조시설을 구비하여 직접 제조	● (상)

▶ 경쟁기업의 유통채널에 따른 분석 기준

[표 3.6] 경쟁기업 유통채널

기준	채널 종류
오프라인	나디, 루루 하이퍼마켓
온라인	아마존 사우디아라비아, 아이허브 사우디아라비아, 루루 하이퍼마켓 사우디아라비아

3. 사우디아라비아 ORS 음료 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

▶ 경쟁기업 3개사 사우디아라비아 온, 오프라인 매장 진출

사우디아라비아에 진출한 경쟁기업 3개사 모두 현지조사를 진행한 오프라인 매장에 입점해있는 것으로 확인됨. 홀랜드앤바렛은 나디(Nahdi pharmacy)에 쓰리아이 풀빅과 프라임 하이드레이션은 루루 하이퍼마켓(Lulu Hypermarket)에 입점한 것으로 확인됨. 또한, 경쟁기업 3개사 중, 프라임 하이드레이션은 아마존 사우디아라비아에서 판매 중임을 확인함

▶ 경쟁기업, 자사 홈페이지와 소셜 미디어를 활용한 마케팅 진행

사우디아라비아 시장에 진출한 경쟁기업 3개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 3개사 모두 자사 홈페이지를 통해 기업 정보 및 자사 제품의 정보를 제공하고 있는 것으로 확인됨. 또한, 페이스북, 인스타그램, 유튜브, 틱톡 등에서 소셜미디어 채널을 운영하고 있음. 특히, 프라임 하이드레이션은 출시와 동시에 유명 인플루언서를 통해 소셜미디어상에서 제품을 홍보해 빠른 인기를 얻음

▶ 경쟁기업, 홍보문구로 제품의 성분, 효능 등을 강조

사우디아라비아 시장에 진출한 경쟁기업은 제품을 홍보할 때 제품의 효과, 성분 등을 강조하는 문구를 사용 중인 것으로 조사됨. 홀랜드앤바렛은 비타민을 통한 면역 체계를 강조하고, 함유된 성분을 강조함. 쓰리아이 풀빅은 순수한 알칼리성 물에 미네랄이 함유되어 검은빛을 띠는 점을 강조함. 프라임 하이드레이션은 항산화제와 전해질이 함유되어 회복에 효과적임을 강조하여 홍보하고 있는 것으로 조사됨

[표 3.7] 사우디아라비아 ORS 음료 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보문구	홍보문구 사진
홀랜드앤바렛	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 <ul style="list-style-type: none"> - 나디 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (글로벌) SNS 플랫폼 (글로벌) <ul style="list-style-type: none"> - 페이스북 - 인스타그램 - 유튜브 - 틱톡 	<ul style="list-style-type: none"> 설탕과 칼로리가 없는 깨끗하고 상쾌한 맛 인공 색소, 방부제가 들어있지 않음 비타민과 나트륨, 마그네슘을 포함한 5가지 전해질 함유 	<p>Description</p> <ul style="list-style-type: none"> Contains Vitamin C and 5 electrolytes Suitable for vegetarians <p>ZERO produces a clean-tasting and highly refreshing drink with zero sugar and zero calories. The tabs contain light natural flavours with no artificial colours or preservatives. Simply drop a tab into your re-usable sports bottle and watch it rapidly dissolve. ZERO contains Vitamin C and 5 electrolytes, including sodium and magnesium.</p> <p>Vitamin C in ZERO supports a healthy immune system, protects the cells from oxidative stress and contributes to the reduction of tiredness and fatigue. Magnesium in ZERO contributes to electrolyte balance, reduces tiredness and fatigue, whilst supporting muscle protein synthesis. With minimal packaging, ZERO is environmentally friendly. The easy-break tabs mean that you can choose your ideal drink strength.</p>
쓰리아이 풀빅	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 <ul style="list-style-type: none"> - 루루 하이퍼마켓 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (글로벌) SNS 플랫폼 (글로벌) <ul style="list-style-type: none"> - 페이스북 - 인스타그램 - 유튜브 - 틱톡 	<ul style="list-style-type: none"> 음식이나 음료에 간편하게 풀빅 미네랄을 첨가하세요 100% 천연 풀빅 미량 미네랄 혼합물 	<p>3i Fulvic/Humic concentrate</p> <p>"Add fulvic minerals to any food or beverage, conveniently!"</p> <p>Multiply your Minerals</p> <p>100% natural fulvic trace mineral blend</p>
프라임 하이드레이션	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 <ul style="list-style-type: none"> - 루루 하이퍼마켓 온라인 매장 <ul style="list-style-type: none"> - 아마존 사우디아라비아 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (미국, 영국) SNS 플랫폼 (글로벌 등) <ul style="list-style-type: none"> - 페이스북 - 인스타그램 - 유튜브 - 틱톡 	<ul style="list-style-type: none"> BCAAs 비타민 B 항산화 카페인 프리 코코넛 워터 전해질 834mg 	<p>10% COCONUT WATER</p> <p>250 mg BCAAs</p> <p>B VITAMINS</p> <p>834 mg ELECTROLYTES</p> <p>CAFFEINE FREE</p> <p>ANTIOXIDANTS</p>

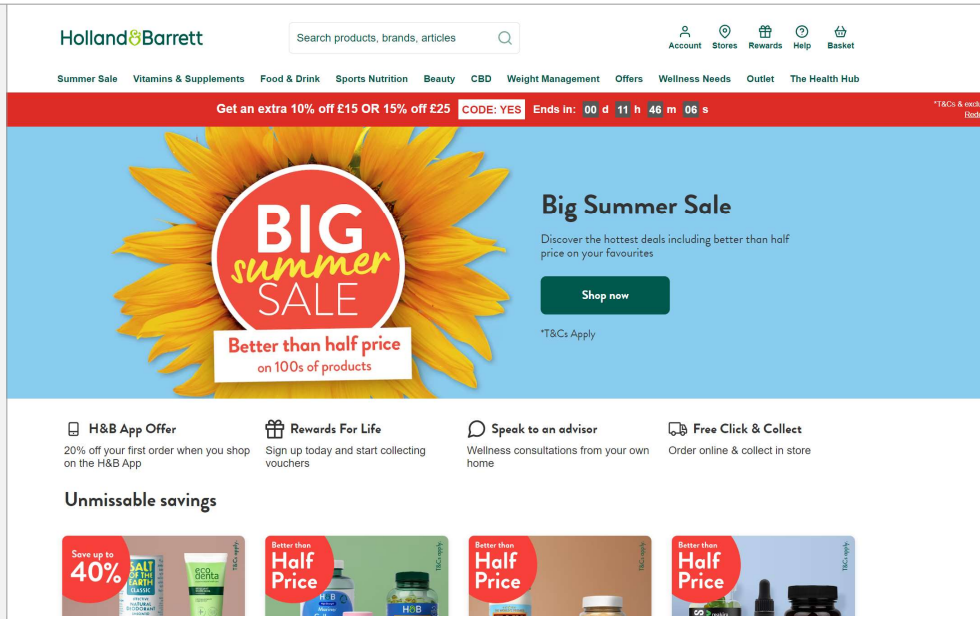
자료: 사우디아라비아 진출 ORS 음료 경쟁기업 3개사 분석

① 홀랜드앤바렛

기업 기본 정보	기업명	홀랜드앤바렛		
	기업 설명	홀랜드앤바렛은 전 세계 18개국에 1,600개 매장을 운영하고 있는 유럽 최대 규모의 건강 및 웰빙 소매업체임. 다양한 비타민, 미네랄, 건강 보조 식품, 전문 식품 및 천연 미용 제품을 공급함. 최근에는 옴니 채널 비즈니스 모델을 중심으로 온라인 시장을 확장하고 있음		
	위치	Samuel Ryder House, 7 Barling Way, Nuneaton CV10 7RH 영국		
	규모	동일 품목 수	17개	
설립연도		1870년		
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 나디		제품명	하이스트렝스 비타민C 앤 징크 발포형 (High Strength Vit C & Zinc Eff.)
			용량(제공 횟수)	82g(20회)
			소비자가격	28,000리알 (9,801원)
			제품 종류	타블렛
현지 진출 방법	포장 현지화	○ (하)	경쟁기업 국적 내에서 유통하는 포장 방식 그대로 사용	
	홍보 현지화	● (중)	글로벌 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용	

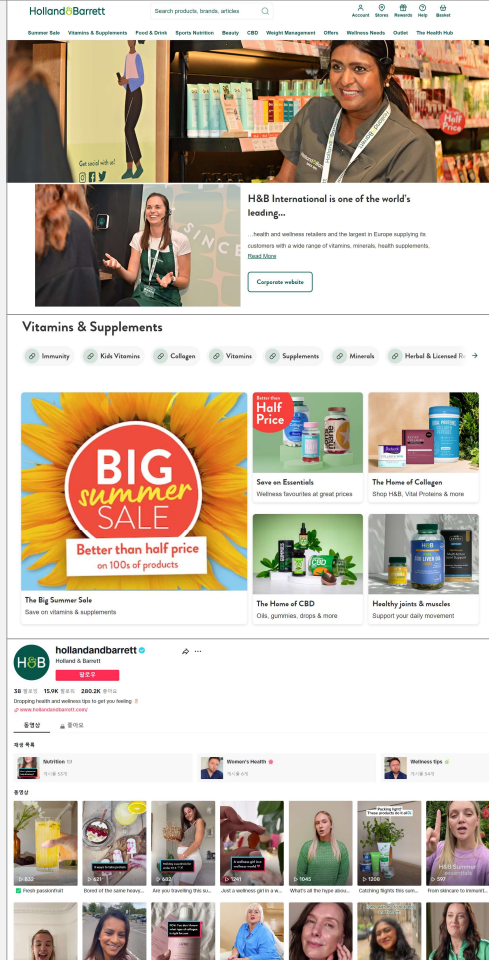
사진자료: 현지조사원 자료

홍보 방식



홍보 채널	자사 홈페이지 (글로벌), 페이스북/인스타그램/유튜브/틱톡(글로벌)
게시 주기	비정기적
게시물 유형	기업 소개, 브랜드 소개, 제품 소개, 제품 활용 팁 제공

게시물 유형




• 기업 소개, 주요 가치 등 기업 정보 소개

• 제품 카테고리 및 프로모션 소개

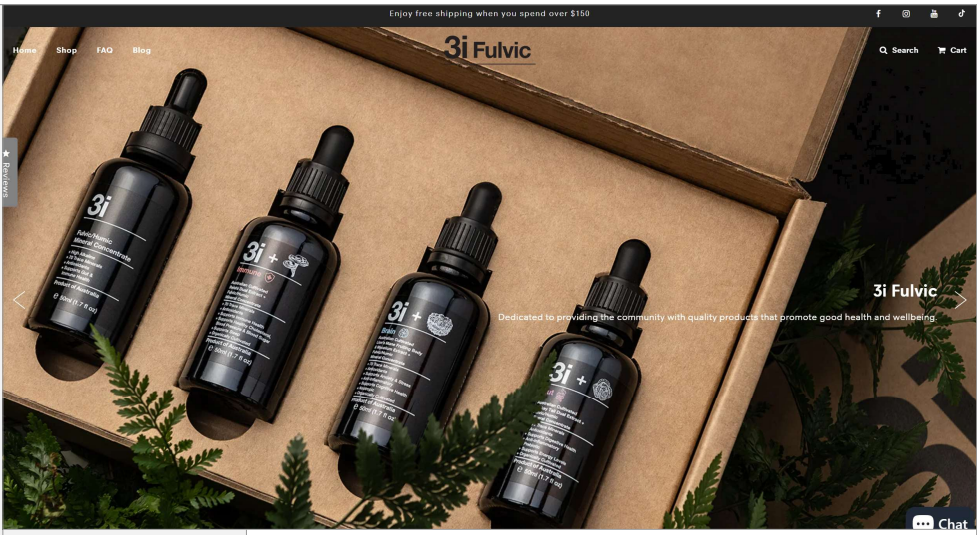
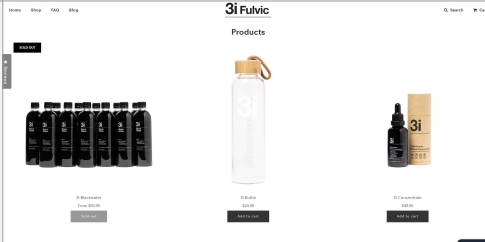

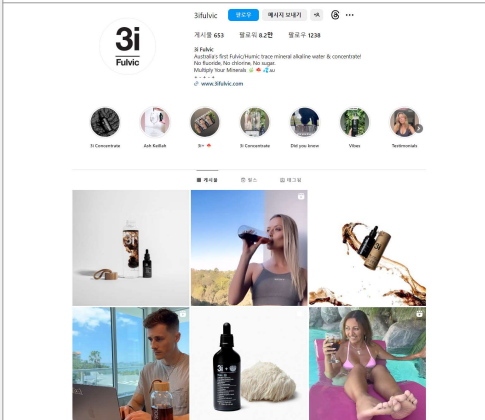
• SNS 내 제품, 리뷰 등 다양한 콘텐츠 게시

사진자료: 홀랜드앤버렛 홈페이지

② 쓰리아이 풀빅


기업 기본 정보	기업명	쓰리아이 풀빅		
	기업 설명	쓰리아이 풀빅은 70가지가 넘는 필수 미네랄, 전해질, 아미노산 등이 함유된 쓰리아이 풀빅만의 농축액 제품을 내세우고 있음. 농축액은 다른 음료나 음식에 첨가하여 섭취할 수 있는 것이 특징임. 쓰리아이 풀빅은 건강과 웰빙을 증진하는 양질의 제품을 지역 사회에 제공하기 위해 노력함		
	위치	5/37-39 Slater Parade, Keilor East VIC 3033, Australia		
	규모	동일품목 수	5개	
설립연도		2016년		
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 루루 하이퍼마켓		제품명	쓰리아이 블랙워터 (3i black water)
			용량(제공 횟수)	600ml(1회)
			소비자가격	18.50리얄 (6,476원)
			제품 종류	ORS 음료
현지 진출 방법	포장 현지화	● (중)	포장 디자인 현지화	
	홍보 현지화	● (중)	자사 글로벌 홈페이지 및 글로벌 SNS 활용	

사진자료: 현지조사원 자료

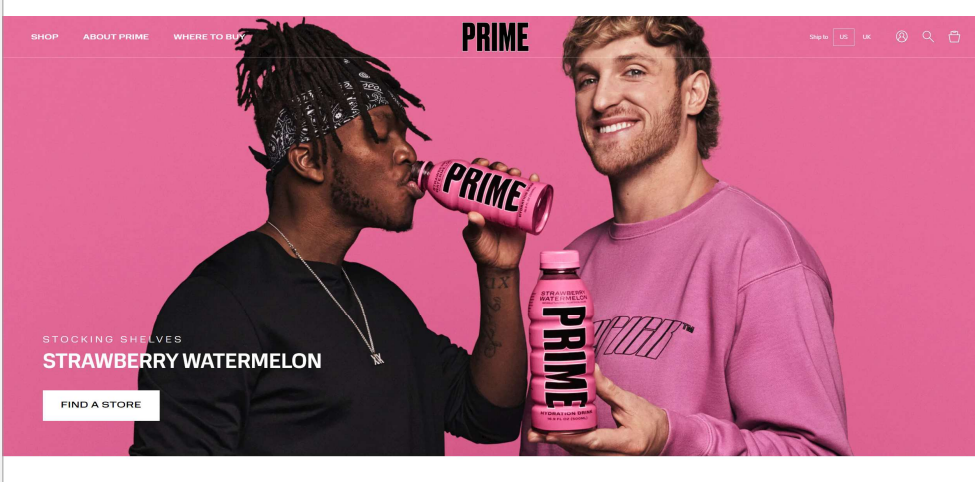
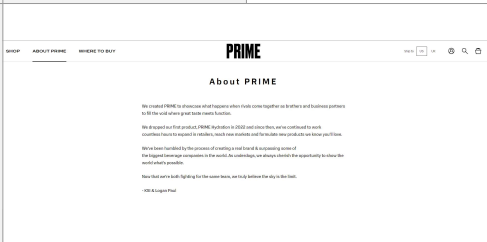
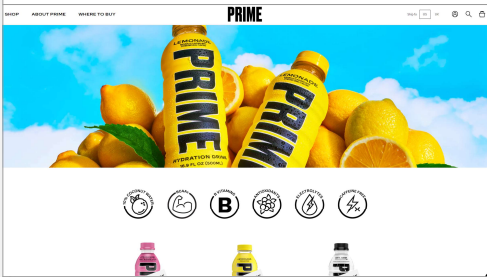
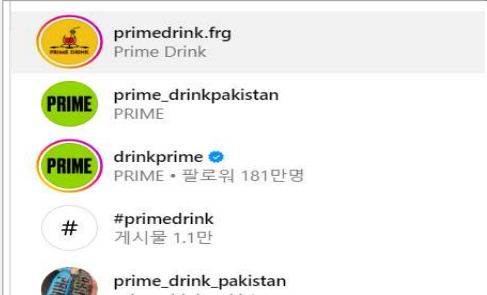
<p>홍보 방식</p>	 <table border="1" data-bbox="422 884 1404 1048"> <tr> <td>홍보 채널</td> <td>자사 홈페이지 (글로벌), 페이스북/인스타그램/유튜브/틱톡(글로벌)</td> </tr> <tr> <td>게시 주기</td> <td>비정기적</td> </tr> <tr> <td>게시물 유형</td> <td>제품 소개, 브랜드 소개, 제품 관련 정보 안내</td> </tr> </table>	홍보 채널	자사 홈페이지 (글로벌), 페이스북/인스타그램/유튜브/틱톡(글로벌)	게시 주기	비정기적	게시물 유형	제품 소개, 브랜드 소개, 제품 관련 정보 안내
홍보 채널	자사 홈페이지 (글로벌), 페이스북/인스타그램/유튜브/틱톡(글로벌)						
게시 주기	비정기적						
게시물 유형	제품 소개, 브랜드 소개, 제품 관련 정보 안내						
<p>게시물 유형</p>	 <ul style="list-style-type: none"> • 판매 제품 소개  <ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지 내 블로그 운영  <ul style="list-style-type: none"> • 제품 관련 홍보 SNS 게시물 						

사진자료: 쓰리아이 풀빅 홈페이지

③ 프라임 하이드레이션

기업 기본 정보	기업명	프라임 하이드레이션		
	기업 설명	프라임 하이드레이션은 스포츠 및 에너지 음료를 전문으로 함. 2022년 제품 첫 출시와 동시에 설립자이자 인플루언서인 로건 폴(Logan Paul)과 케이에스아이(KSI)가 제품을 홍보하여 큰 인기를 끌었음. 또한, 스포츠 후원을 통해 인기를 얻고 있음. 프라임 하이드레이션은 소비자들이 선호하는 제품을 제공하고자 노력하고 있음		
	위치	6th floor 60 gracechurch street london united kingdom ec3v 0hr		
	규모	동일 품목 수	6개	
설립연도		2022년		
기업 진출 채널	<오프라인 매장> 루루 하이퍼마켓 <온라인 매장> 아마존		제품명	프라임 하이드레이션 드링크 레몬 라임 (Prime Hydration Drink Lemon Lime)
			용량(제공 횟수)	500ml(1회)
			소비자가격	40.00리알 (14,001원)
			제품 종류	ORS 음료
현지 진출 방법	포장 현지화	● (중)	제품의 포장 디자인 문구 현지화	
	홍보 현지화	● (중)	자사 글로벌 홈페이지 활용	

사진자료: 현지조사원 자료

<p>홍보 방식</p>		
<p>홍보 채널</p>	<p>자사 홈페이지 (미국, 영국), 페이스북/인스타그램/유튜브/틱톡(글로벌)</p>	
<p>게시 주기</p>	<p>비정기적</p>	
<p>게시물 유형</p>	<p>브랜드 및 제품 소개, 제품 관련 정보 제공</p>	
<p>게시물 유형</p>		<ul style="list-style-type: none"> • 브랜드 소개
	<ul style="list-style-type: none"> • 판매 제품 리스트 	
	<ul style="list-style-type: none"> • 국가별 SNS 계정 운영 	

사진자료: 프라임 하이드레이션 홈페이지

2023

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

IV

수입·유통업체 인터뷰



1. 나디 메디컬(Nahdi Medical Co.)
2. 이노바 헬스케어(Innova Health Care)
3. 라이프 파마시(Life Pharmacy)
4. 자흐랏 알 로다(Zahrat Al Rawdah)
5. 프로텍톨 뉴트리먼트
(Protectol Nutriment)

Interview ①

9)



나디 메디컬(Nahdi Medical Co.) Category Manager

나디 메디컬 (Nahdi Medical Co.)

- 유형: 수입·유통업체
- 업체 특징:
 - 1986년 사우디아라비아 제다에 설립된 리테일 유통업체
 - 온, 오프라인 채널에서 유통 중
 - 비타민 및 건강기능식품, 스킨케어, 헤어케어, 홈 헬스케어, 등을 취급

담당자 정보

Category Manager

고객사 제품 정보

소비자가격 8.57리얄
(3,000원)

용량 230ml

포장 형태 PET

Q1. 고객사 ORS 음료에 대해, 경쟁제품과의 비교 분석을 포함한 피드백을 부탁드립니다.

사우디아라비아에서 ORS 음료는 200ml, 300ml, 500ml 용량으로 판매되고 있습니다. 200ml 용량의 ORS 음료는 일반적으로 10-12리얄(3,500-4,200원)로 판매되고 있어 고객사 제품은 소비자들에게 매력적으로 다가갈 수 있습니다. 또한, FDA 및 할랄 인증은 현지 소비자들에게서 브랜드 신뢰도를 높일 수 있어 FDA 인증이 큰 도움이 될 수 있습니다. 브랜드 국적 면에서는 사우디아라비아에서 한국 식음료가 인기가 많은 편이 아니지만, 적절한 인증과 효과적인 유통채널이 있다면 한국 ORS 음료가 성공적으로 시장에 진출할 수 있을 것으로 전망합니다. 사우디아라비아 소비자들의 관심을 끌고 브랜드 인지도를 높이기 위해서 마케팅 활동에 중점을 두는 것이 중요합니다.

Q2. 현지 소비자들 사이에서 ORS 음료에 대한 수요는 어느 정도인가요? 주로 어떤 소비자들이 ORS 음료를 소비하나요?

사우디아라비아에서 ORS에 대한 수요는 높은 편입니다. 소비자들은 가격이 저렴하고 가정에서 보관하기 쉬운 분말 형태의 ORS를 선호하는 모습을 보이나, 외출 시에는 바로 마실 수 있는 편의성이 높은 ORS 음료를 선택합니다. 음료를 포함한 ORS 제품의 인기가 높아짐에 따라 사우디 ORS 제품 시장은 계속해서 성장할 것으로 전망합니다. 주요 소비자는 젊은 층, 특히 스포츠나 신체 활동을 활발하게 하는 사람이며, 설사나 열사병을 앓고 있는 사람들에게 추천되기도 합니다. 일반적으로 인종이나 종교, 국적, 성별과 관계없이 모든 연령대의 사람들이 수분을 보충하고 건강을 유지하기 위해 ORS 음료를 소비합니다.

Q3. 영유아나 임산부를 타겟으로 한 ORS 음료 및 전해질 대체 음료 제품 시장의 잠재력은 어느 정도라고 생각하시나요?

사우디아라비아에서 영유아나 임산부를 위한 ORS 음료 제품과 전해질 대체품을 판매하는 것은 큰 잠재력을 가지고 있다고 봅니다. 사우디아라비아의 인구가 증가하는 만큼 잠재 고객이 더 많아지고 있으며, 여성과 임산부의 건강에 관한 의식이 높아지면서 적절한 수분 공급의 중요성을 깨닫고 있기 때문입니다. 또한, 이슬람의 성지순례 기간, 사람들이 사우디아라비아를 방문하여 탈수 증상을 겪을 수 있는 만큼 가까운 매장에서 쉽게 구할 수 있는 ORS 음료를 선호하므로 시장 잠재력이 높다고 생각합니다.

Q4. 현지에서 고객사 제품을 판매할 때 필요한 인증이나 허가 제도가 있나요? 사우디아라비아에서 할랄 인증 없이 고객사 제품을 판매할 수 있나요?

현지에서 ORS 제품을 판매할 때 관련 인증서가 필요하지는 않습니다. 다만, 수입 제품의 경우, 원산지를 언급하고, 성분과 총 용량, 제조기한 및 유통기한과 같은 적절한 라벨링 지침을 준수해야 합니다. 또한, 할랄 인증이 없어도 판매할 수 있습니다.

Q5. 고객사 제품이 현지 시장에 진출 시, 어떤 유통채널이 적합한가요? ORS 음료는 온라인과 오프라인 중 어느 채널에서 더 많이 판매되는 편인가요? 온라인과 오프라인 채널의 차이점과 채널별로 인기 있는 ORS 음료의 특징은 무엇인가요?

ORS 음료에 가장 적합한 유통채널은 약국과 드럭스토어, 슈퍼마켓, 대형마트, 온라인 소매점입니다. 현지 소비자들은 ORS 음료를 구매할 때 온라인보다 오프라인 매장을 선호하는 편입니다. 오프라인 매장에서는 소비자들에게 무료 상담을 제공해 소비자 만족도가 온라인 매장보다 높으며, ORS 시장은 오프라인 매장이 대부분을 차지하고 있습니다. 액상 및 분말 형태의 ORS가 가장 인기가 있으며, 이어 타블렛 형태의 ORS가 인기가 있습니다.

Interview ②

10)



이노바 헬스케어(Innova Health Care) Commercial Manager

이노바 헬스케어 (Innova Health Care)

- 유형: 수입·유통업체
- 업체 특징:
 - 사우디아라비아 리야드에 1994년 설립된 유통업체
 - 스킨케어, 메이크업, 바디케어, 산모 및 유아용품, 헬스케어, 홈케어, 보충제, 등을 취급

담당자 정보

Commercial Manager

고객사 제품 정보

소비자가격	8.57리얄 (3,000원)
용량	230ml
포장 형태	PET

Q1. 고객사 ORS 음료에 대해, 경쟁제품과의 비교 분석을 포함한 피드백을 부탁드립니다.

고객사 제품은 230ml ORS 음료에 8.53리얄(3,000원)으로 10-15리얄(3,500-5,250원)의 ORS 음료에 비해 비교적 저렴한 편입니다. 현지 코코넛 맛과 같은 프리미엄 ORS 음료의 가격대도 300-500ml 용량의 한 병당 30-50리얄(10,500-17,500원)인 것을 고려하면, 고객사 제품은 가격 경쟁력을 가지고 있어 시장에서 우위를 점할 수 있다고 예상합니다. 용량의 경우, 사우디아라비아 소비자들은 일반적으로 한 번에 마실 수 있는 200-300ml 용량을 선호하는 편입니다. 한편, ORS 음료의 원산지는 소비자들에게 주요 고려 사항이 아니기 때문에, 브랜드 국적은 중요하지 않습니다. 소비자들이 가장 중요하게 고려하는 부분은 제품의 효능입니다.

Q2. 현지 소비자들 사이에서 ORS 음료에 대한 수요는 어느 정도인가요? 주로 어떤 소비자들이 ORS 음료를 소비하나요?

사우디아라비아의 매우 더운 기후로 인해 ORS 음료에 대한 수요는 상당한 편입니다. 무더운 날씨에 사람들은 종종 열사병과 탈수에 걸리고 있어 수분을 보충하고 열사병과 탈수를 해결하기 위해 ORS 음료를 소비하고 있습니다. 매우 더운 기후를 고려할 때 ORS 음료에 대한 수요는 계속해서 증가할 것으로 전망합니다. ORS 음료의 주요 소비자는 열심히 일을 하다가 탈수 증상을 겪는 사람들입니다. 운동선수들도 운동 중 수분을 유지하기 위해 섭취하기도 합니다. 그뿐만 아니라 성별이나 나이와 관계없이 많은 사람이 섭취하고 있습니다.

Q3. 영유아나 임산부를 타겟으로 한 ORS 음료 및 전해질 대체 음료 제품 시장의 잠재력은 어느 정도라고 생각하시나요?

소비자들의 건강에 대한 인식이 높아지면서 ORS 음료의 수요가 증가하고 있습니다. 사우디아라비아의 매우 더운 기후로 인해 소비자들은 열사병이나 탈수와 같은 건강 문제를 겪고 있어, 쉽게 구할 수 있고 간편하게 수분을 보충할 수 있는 ORS 음료를 선호하는 모습을 보이고 있습니다. 가정에서는 분말형 ORS를 선호하며, 설사 증상을 보일 때도 ORS 음료를 섭취합니다. 사우디아라비아 정부는 임산부를 포함한 자국민의 건강한 삶을 위한 기금을 지원하고 있는 만큼, ORS 음료 및 전해질 대체 음료 제품 시장의 잠재력이 높다고 전망합니다.

Q4. 현지에서 고객사 제품을 판매할 때 필요한 인증이나 허가 제도가 있나요? 사우디아라비아에서 할랄 인증 없이 고객사 제품을 판매할 수 있나요?

사우디아라비아 식약청이 지정한 지침에 따른 ORS 제품에 관한 인증 요건은 없습니다. ORS 기반 제품에 대한 할랄 인증 또한 의무 사항은 아닙니다. 할랄 인증서가 있으면 소비자에게 제품과 브랜드에 대한 신뢰도를 높일 수 있는 점은 분명하나, 할랄 인증 취득은 전적으로 기업의 선택 사항입니다.

Q5. 고객사 제품이 현지 시장에 진출 시, 어떤 유통채널이 적합한가요? ORS 음료는 온라인과 오프라인 중 어느 채널에서 더 많이 판매되는 편인가요? 온라인과 오프라인 채널의 차이점과 채널별로 인기 있는 ORS 음료의 특징은 무엇인가요?

ORS 음료의 유통채널로는 약국과 드럭스토어가 가장 효과적입니다. 두 유통채널 모두 건강 관련 제품을 취급하고, 소비자들이 제품 구매 시 판매원으로부터 유용한 조언을 얻을 수 있기 때문입니다. 건강 전문점, 편의점, 슈퍼마켓을 통해서도 ORS 음료가 널리 유통되고 있습니다. 오늘날 온라인 유통채널의 인기가 높아지면서 이커머스를 포함하여 온라인 소매 마케팅 또한, 중요한 유통채널로 자리 잡고 있습니다. 사우디아라비아 시장에서는 ORS 음료가 가장 인기 있는 편입니다. ORS 음료 외에도 분말형 ORS도 오랫동안 인기 있었으며, 타블렛은 비교적 새롭게 등장한 제품입니다. ORS 음료 시장에서 주문의 70% 이상이 오프라인 매장을 통해 이루어지고 있습니다.

Interview ③

11)



라이프 파마시(Life Pharmacy) Purchasing Manager

라이프 파마시 (Life Pharmacy)

- 유형: 유통업체
- 업체 특징:
 - 1996년 두바이에 설립되어 중동 전역 위치한 온, 오프라인 유통체인점
 - 뷰티, 스포츠, 영양제 및 보충제, 약, 퍼스널 케어, 아기용품, 홈 헬스 제품 취급

담당자 정보

Purchasing Manager

고객사 제품 정보

소비자가격	8.57리얌 (3,000원)
-------	--------------------

용량	230ml
----	-------

포장 형태	PET
-------	-----

Q1. 고객사 ORS 음료에 대해, 경쟁제품과의 비교 분석을 포함한 피드백을 부탁드립니다.

현지 ORS 음료의 소매 가격은 10-12리얌(3,500-4,200원)이 적정합니다. 고객사 제품의 소매 가격은 적절한 범위에 속하기 때문에 소비자들에게 매력적으로 보일 것입니다. 다만, 다양한 맛을 제공하여 다양한 소비자를 만족시키는 다른 브랜드에 비해 고객사 제품이 레몬 맛 한 가지로만 제공되고 있습니다. 다양한 맛을 제공하는 것이 긍정적인 브랜드 평판을 구축하는데 도움이 될 것입니다. 그 외에 고객사 제품의 가격이나 용량, 인장은 경쟁력이 있다고 생각합니다. 브랜드 국적에 대한 소비자 선호도에 관해서는 소비자들은 맛이 좋다고 생각하면 원산지는 중요하지 않습니다. 소비자들은 ORS 음료를 선택할 때 전반적인 품질, 경쟁력 있는 가격, 매력적인 포장, 좋은 재료, 다양한 맛을 주로 고려합니다.

Q2. 현지 소비자들 사이에서 ORS 음료에 대한 수요는 어느 정도인가요? 주로 어떤 소비자들이 ORS 음료를 소비하나요?

사우디아라비아에서 분말 형태의 ORS 제품은 오랫동안 사용되었으며, 많은 사람이 수분 보충에 효과적인 전통 음료로 여기고 있습니다. 최근에는 ORS 음료와 타블렛과 같은 신제품이 시장에 등장했으며, ORS 음료는 빠르게 인기가 증가하고 있는 모습입니다. 향후 10년 안에 ORS 음료가 시장을 장악할 것으로 예상됩니다. 주요 소비자들은 탈수를 겪는 사람들로 임신부나 어린이들도 섭취하기도 합니다. 하지만 칼로리가 낮고 체력과 수분 보충에 도움이 되기 때문에 운동선수와 피트니스 애호가들 사이에서 수요가 더 높습니다.

Q3. 영유아나 임산부를 타겟으로 한 ORS 음료 및 전해질 대체 음료 제품 시장의 잠재력은 어느 정도라고 생각하시나요?

사우디아라비아 시장에서 전통적으로 분말 형태의 ORS 제품이 인기가 있지만, ORS 음료의 편의성과 다양한 맛, 빠른 체내 흡수로 인해 ORS 음료의 인기가 높아지고 있습니다. 특히, 임산부들 사이에서 ORS 분말을 물에 타서 마시는 것보다 간편하게 마실 수 있는 점으로 인기를 끌면서 그 수요는 더욱 증가할 것으로 예상합니다. 또한, 기업들이 마케팅에 막대한 투자를 하면서 ORS 음료에 대한 신뢰도와 인지도가 높아지고 있습니다.

Q4. 현지에서 고객사 제품을 판매할 때 필요한 인증이나 허가 제도가 있나요? 사우디아라비아에서 할랄 인증 없이 고객사 제품을 판매할 수 있나요?

사우디아라비아에서 ORS 기반의 제품을 판매하기 위한 인증은 필요하지 않습니다. 하지만 제품을 수입하기 위해서는 사우디아라비아 식품의약청(SFDA)의 요구 사항을 준수해야 합니다. 음료, 분말, 타블렛 형태와 관계없이 ORS 제품에는 할랄 인증 의무가 없습니다.

Q5. 고객사 제품이 현지 시장에 진출 시, 어떤 유통채널이 적합한가요? ORS 음료는 온라인과 오프라인 중 어느 채널에서 더 많이 판매되는 편인가요? 온라인과 오프라인 채널의 차이점과 채널별로 인기 있는 ORS 음료의 특징은 무엇인가요?

사우디아라비아의 ORS 음료 브랜드들은 서로 다른 유통채널을 통해 판매하고 있습니다. 다만, ORS 음료들은 주로 사우디아라비아 전역에 분포하고 있는 약국이나 드럭스토어에서 판매되는 편입니다. 그 외 주요 채널로는 슈퍼마켓이나 하이퍼마켓, 소매 체인점, 편의점, 병원 및 의료 산업에 직접 판매 등이 있습니다. 사우디아라비아에서는 온라인 채널보다는 오프라인 채널을 통한 ORS 음료의 구매가 훨씬 더 많이 이루어지고 있으나, 온라인 채널을 통한 ORS 음료의 구매가 증가하고 있는 점도 주목할 필요가 있습니다. 현지에서 가장 인기 있는 ORS 제품의 형태는 분말형이며, 오랜 시간 인기를 끌었습니다. 최근에는 많은 브랜드들이 ORS 음료를 취급하고 있으며, 다양한 맛 옵션으로 인기를 얻고 있습니다.

Interview ④

12)



자흐랏 알 로다(Zahrat Al Rawdah) Purchasing Manager

자흐랏 알 로다 (Zahrat Al Rawdah)

- 유형: 제조 유통업체
- 업체 특징:
 - 리야드에 1996년 설립된 제조 및 유통 체인 점
 - 약, 퍼스널 케어, 뷰티 케어, 헬스 케어, 아기용품 등을 취급

담당자 정보

Purchasing Manager

고객사 제품 정보

소비자가격	8.57리얄 (3,000원)
용량	230ml
포장 형태	PET

Q1. 고객사 ORS 음료에 대해, 경쟁제품과의 비교 분석을 포함한 피드백을 부탁드립니다.

한국 기업이 사우디아라비아에서 230ml 용량의 ORS 음료를 8.53리얄(3,000원)에 판매하고자 할 경우, 약간 더 가격대를 높여 판매할 수 있습니다. 일부 소비자들은 가격이 저렴하면 품질을 의심하기도 해서 저렴한 가격이 항상 좋은 것은 아닙니다. 하지만 브랜드가 잘 알려지지 않았고 저렴한 가격에 제품을 판매한다면, 사우디아라비아를 포함한 걸프협력회의(GCC) 국가에서 성공적으로 진출할 수 있습니다. 그 외 고객사 제품의 맛이나 가격, 용량을 보면, 균형이 잘 잡혀 있는 것으로 보입니다.

Q2. 현지 소비자들 사이에서 ORS 음료에 대한 수요는 어느 정도인가요? 주로 어떤 소비자들이 ORS 음료를 소비하나요?

사우디아라비아의 덥고 건조한 날씨로 인해 사람들은 ORS 음료를 선호하는 편입니다. 이러한 날씨에는 탈수증에 걸리기 쉽고 몸에서 많은 수분이 사라지므로, 현지인과 외국인, 관광객 등 다양한 사람들이 ORS 음료를 섭취합니다. 주요 소비자들은 열심히 일해 땀을 많이 흘려서 수분 보충에 도움이 되는 제품을 찾는 노동자, 피트니스 애호가, 체조 선수입니다. ORS 음료는 구매하기 쉽고 마시기 편해 인기 있습니다.

Q3. 영유아나 임산부를 타겟으로 한 ORS 음료 및 전해질 대체 음료 제품 시장의 잠재력은 어느 정도라고 생각하시나요?

앞서 언급했듯이 ORS 음료에 관한 수요가 빠르게 증가하고 있습니다. 임산부와 어린이가 ORS 음료를 섭취하는 것은 민감한 문제이므로 항상 의료 전문가와 상담할 필요가 있습니다. 일부 ORS 음료에는 알레르기를 유발할 수 있는 성분이나 설탕 함량이 높을 수 있어 ORS 음료 브랜드는 임산부가 섭취하기 전에 의사와 상담할 것을 권장하고 있습니다. 이러한 우려로 인해 ORS 파우더 제품은 개인의 필요에 따라 쉽게 조절할 수 있는 안전성으로 현지에서 탄탄한 입지를 구축하고 있습니다.

Q4. 현지에서 고객사 제품을 판매할 때 필요한 인증이나 허가 제도가 있나요? 사우디아라비아에서 할랄 인증 없이 고객사 제품을 판매할 수 있나요?

한국이 사우디아라비아에서 ORS 음료를 판매하거나 출시하기 전에 식품 의약청(SFDA)의 승인을 받고 지침을 따라야 합니다. 이전에는 육류 또는 육류 기반 제품과 재료들이 사우디아라비아 시장에 진출하기 위해서는 할랄 인증이 필요했으나, 우유, 유제품, 냉장 및 냉동식품과 같은 일부 제품에 대해서도 할랄 인증을 의무화하는 새로운 규정 초안이 제출되었습니다. 현지 시장에서 할랄 인증을 받은 ORS 음료 제품을 본 적은 없으나, 할랄 인증이 필요한지 명확히 하기 위해서는 식품 의약청에 문의해보는 것을 추천합니다.

Q5. 고객사 제품이 현지 시장에 진출 시, 어떤 유통채널이 적합한가요? ORS 음료는 온라인과 오프라인 중 어느 채널에서 더 많이 판매되는 편인가요? 온라인과 오프라인 채널의 차이점과 채널별로 인기 있는 ORS 음료의 특징은 무엇인가요?

ORS 음료의 적절한 유통채널로는 약국, 슈퍼마켓, 대형마트, 편의점, 온라인 스토어 등이 있습니다. 특히, 다양한 소매 체인점에 제품을 공급하는 유통채널을 찾는 것을 권장합니다. 의료 관련 제품은 약국이 가장 적합하지만, ORS 음료는 슈퍼마켓과 대형마트에서도 판매량이 많습니다. 따라서 약국뿐만 아니라 소매 시장에서도 강력한 네트워크를 갖춘 유통업체를 찾는 것이 중요합니다. 또한, ORS 음료는 소비자들이 건강에 필요한 음료를 언제든지 쉽게 구할 수 있는 것을 선호하는 만큼, 오프라인 채널의 수요가 높습니다. 예를 들어, 운동선수나 노동자는 탈수 증상을 느낄 때 바로 마실 수 있어야 합니다. 따라서 사무실이나 건설 현장, 스포츠 센터와 같은 곳 근처의 오프라인 매장에서 ORS 음료 재고를 보유하는 경우가 많습니다. 한편, 분말이나 타블렛 형태의 ORS 제품은 주로 약국과 같은 매장에서 판매되고 있습니다. ORS 음료도 오프라인 약국 매장에서 판매하고 있지만, 냉장 요건 등 보관 조건으로 인해 소량으로만 판매하고 있습니다. 분말 형태의 ORS 제품이 비용 효율적이고 설당 함량이 적다고 알려져 가장 인기 있습니다.

Interview ⑤ 프로텍톨 뉴트리먼트 (Protectol Nutriments)

13)



프로텍톨 뉴트리먼트(Protectol Nutriments) International Marketing Incharge

프로텍톨 뉴트리먼트 (Protectol Nutriments)

- 유형: 수입 유통업체
- 업체 특징:
 - 아부다비에 2017년 설립된 수입 유통업체
 - 사우디아라비아, 카타르, 오만, UAE으로 유통 중
 - 글루코메드, 블랙씨드허니, 슈퍼프로틴, 슈퍼베트, 녹차베드, 프로틴 바 등을 해외에서 수입 유통함

담당자 정보

International Marketing
Incharge

고객사 제품 정보

소비자가격 8.57리얄
(3,000원)

용량 230ml

포장 형태 PET

Q1. 고객사 ORS 음료에 대해, 경쟁제품과의 비교 분석을 포함한 피드백을 부탁드립니다.

고객사 제품의 가격이 적정하게 책정되어 있어 장점으로 작용할 것으로 보입니다. 다만, 사우디아라비아에서 한국 식음료의 인기가 낮아, 시장에서 성공하기 위해서는 적절한 판매 전략과 홍보 방식을 고안할 필요가 있습니다. 제품을 봤을 때, 전반적으로 긍정적으로 보였으며, 230ml 용량보다 250ml 용량이 더 이상적인 용량이지만, 큰 차이는 없다고 생각합니다. 제품의 맛의 경우에는 더 많은 소비자에게 어필하기 위해서는 최소 2-3가지 이상의 맛을 제공하는 것을 추천합니다. 사우디아라비아에서는 특히, 레몬 맛과 오렌지 맛이 사랑받고 있습니다.

Q2. 현지 소비자들 사이에서 ORS 음료에 대한 수요는 어느 정도인가요? 주로 어떤 소비자들이 ORS 음료를 소비하나요?

현지에서 ORS 음료에 대한 수요가 상당히 높으며, 다양한 소비자들이 소비하고 있습니다. ORS 음료는 성별이나 나이와 관계없이 모든 소비자들에게 인기 있으며, 탈수 증상을 자주 겪는 사람들이 건강상의 이유로 더 자주 섭취하는 편입니다. 사우디아라비아의 더운 기후로 인한 흔한 탈수 증상은 ORS 음료의 높은 수요로 이루어지고 있습니다. 또한, 라마단 기간과 순례기간에는 극심한 더위와 맞물려 ORS 음료의 소비가 더욱 증가합니다. 현지인과 전 세계에서 온 하지(Hajj)와 움라(Umrah) 참가자 및 관광객들이 모두 ORS 음료의 소비자입니다.

Q3. 영유아나 임산부를 타겟으로 한 ORS 음료 및 전해질 대체 음료 제품 시장의 잠재력은 어느 정도라고 생각하시나요?

ORS 음료와 전해질 관련 제품들은 체내에 적절한 수분을 유지하고 뼈 발달을 위한 칼슘을 공급하고, 면역 체계를 강화하고, 혈압을 조절하는 등 다양한 건강상의 이점을 제공합니다. 이처럼 ORS 음료가 광범위한 건강상의 이점을 제공하여 특정 소비자층을 만족시키고 있습니다.

Q4. 현지에서 고객사 제품을 판매할 때 필요한 인증이나 허가 제도가 있나요? 사우디아라비아에서 할랄 인증 없이 고객사 제품을 판매할 수 있나요?

한국 제품이 사우디아라비아에 진출하기 위해서는 식품 의약청의 승인을 획득하는 것이 필수적입니다. 특별한 경우에는 걸프협력회의의 승인이 허용될 수도 있습니다. 예를 들어, ‘전해질 음료 파우더(Electrolyte Drink Powder)’는 두바이 지방 자치 단체의 승인을 받았으며, WHO의 GMP 인증, 두바이 센트럴 실험실(Central Laboratory Dubai) 승인, QCC(Abu Dhabi Quality and Conformity Council) 승인, FSSAI(Food Safety and Standards Authority of India) 및 FDA 인증, SGS 및 NABL 연구소의 인증(Accreditation from SGS & NABL Labs) 등을 보유하고 있습니다. 이러한 다양한 인증을 받았다는 점은 소비자들 사이에서 제품의 품질에 대한 신뢰도를 높이고 더 높은 수용성으로 이어집니다. 식품 의약청의 승인은 필수인 반면, 다른 인증은 필수는 아니지만 현지 시장에서 인정받는 인증들입니다. 마찬가지로 ORS 제품에 할랄 인증은 의무 사항은 아니지만, 인증을 취득하면 제품의 가치를 높일 수 있습니다. 할랄 인증 취득 시, 사우디아라비아 식품 의약청에서 인정하는 전 세계 80개의 할랄 인증 기관 중에서 인증을 받아야 합니다.

Q5. 고객사 제품이 현지 시장에 진출 시, 어떤 유통채널이 적합한가요? ORS 음료는 온라인과 오프라인 중 어느 채널에서 더 많이 판매되는 편인가요? 온라인과 오프라인 채널의 차이점과 채널별로 인기 있는 ORS 음료의 특징은 무엇인가요?

일반적으로 ORS 음료에 권장되는 유통채널로는 약국과 드럭스토어, 편의점, 슈퍼마켓, 온라인 사이트 등입니다. ORS 제품은 오프라인 시장이 주도하고 있으며, 온라인 시장에서는 ORS 파우더 제품이 잠재력이 큰 편입니다. 음료, 파우더, 타블렛 형태에 대한 선호도는 사람마다 다릅니다. 어린이의 경우, 맛있고 섭취하기 쉬운 ORS 음료를 더 선호하며 파우더는 덜 매력적일 수 있습니다. ORS 음료는 바로 마실 수 있다는 점에서 소비자들에게 인기가 많은 편입니다. 약국과 슈퍼마켓, 소매 체인점에서는 ORS 파우더와 음료 제품을 주로 판매하고 있습니다.

2023

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

V

경쟁력파악



1. 제품 경쟁력 검증
2. 벤치마킹 제품 분석
3. 기업 마케팅 벤치마킹
4. 온라인 인기 제품 리뷰 분석

1. 제품 경쟁력 검증

1) 1회 제공량당 가격

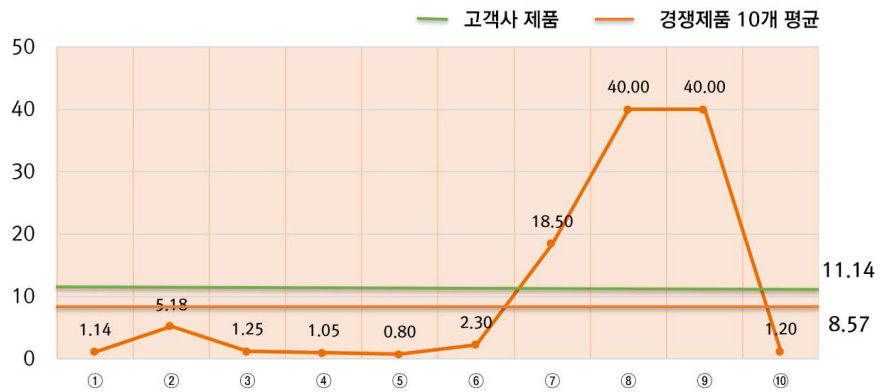
● 경쟁제품(제조사)

- ① 하이스트레스 비타민C엔징크 발포형 (홀랜드앤바렛)
- ② 비타부스트 터머릭 발포형 (홀랜드앤바렛)
- ③ 비츠웰 멀티비타민 발포형 (사노택)
- ④ 사노택 멀티비타민 (사노택)
- ⑤ 오알에스 오랄 리하이드레이션 솔츠 (내셔널파마수티컬인더스트리)
- ⑥ 스포츠 하이드레이션 (클리노바)
- ⑦ 쓰리아이 블랙워터 (쓰리아이 풀빅)
- ⑧ 프라임 하이드레이션 드링크 레몬 라임 (프라임 하이드레이션)
- ⑨ 프라임 하이드레이션 아이스 팝 (프라임 하이드레이션)
- ⑩ 오알에스 하이드레이션 (클리노바)

▶ **고객사 제품 1회 제공량당 가격, 경쟁제품 평균 가격 대비 낮은 편**
 고객사 제품의 1회 제공량당 가격은 8.57리얄¹⁴⁾(3,000원)로, 경쟁제품 10개의 평균 1회 제공량당 가격인 11.14리얄(3,890원)보다 다소 낮은 수준인 것으로 확인됨. 비율로 살펴보면, 고객사 제품의 소비자가격은 ORS 음료 경쟁제품 10개의 평균 소비자가격의 77% 수준으로 조사되어 고객사 제품이 경쟁제품 대비 가격 경쟁력이 있는 것으로 나타남

[표 5.1] 사우디아라비아 ORS 음료 가격 경쟁력 분석

(단위: 리얄/1회 제공량)



14) 1리얄=350.03원(2023.07.01., KEB 하나은행 매매기준을 적용)

2) 중량 및 용량



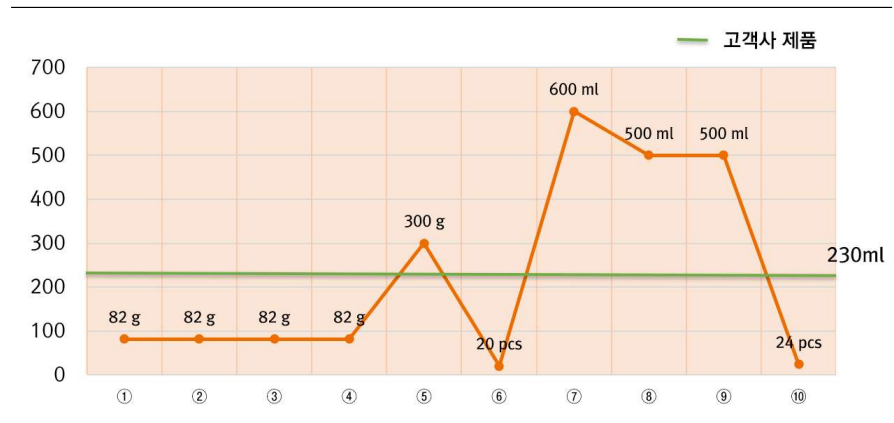
경쟁제품(제조사)

- ① 하이스트렝스 비타민C앤징크 발포형 (홀랜드앤바렛)
- ② 비타부스트 터머릭 발포형 (홀랜드앤바렛)
- ③ 비츠웰 멀티비타민 발포형 (사노텍)
- ④ 사노텍 멀티비타민 (사노텍)
- ⑤ 오알에스 오랄 리하이드레이션 솔츠 (내셔널파마슈티컬인더스트리)
- ⑥ 스포츠 하이드레이션 (클리노바)
- ⑦ 쓰리아이 블랙워터 (쓰리아이 풀빅)
- ⑧ 프라임 하이드레이션 드링크 레몬 라임 (프라임 하이드레이션)
- ⑨ 프라임 하이드레이션 아이스 팝 (프라임 하이드레이션)
- ⑩ 오알에스 하이드레이션 (클리노바)

▶ 고객사 제품 용량, 음료형 제품 3개 대비 적은 용량

조사된 음료형 경쟁제품 3개(7, 8, 9번 제품)의 평균 용량인 533ml는 고객사 제품의 용량 230ml보다 2배 이상 많은 것으로 확인됨

[표 5.2] 사우디아라비아 ORS 음료 중량 및 용량 경쟁력 분석



3) 제품 종류

● 경쟁제품(제조사)

- ① 하이스트레스 비타민C엔징크 발포형 (홀랜드앤바렛)
- ② 비타부스트 터머릭 발포형 (홀랜드앤바렛)
- ③ 비츠웰 멀티비타민 발포형 (사노택)
- ④ 사노택 멀티비타민 (사노택)
- ⑤ 오알에스 오랄 리하이드레이션 슬츠 (내셔널파마슈티컬인더스트리)
- ⑥ 스포츠 하이드레이션 (클리노바)
- ⑦ 쓰리아이 블랙워터 (쓰리아이 풀빅)
- ⑧ 프라임 하이드레이션 드링크 레몬 라임 (프라임 하이드레이션)
- ⑨ 프라임 하이드레이션 아이스 팝 (프라임 하이드레이션)
- ⑩ 오알에스 하이드레이션 (클리노바)

▶ 고객사 제품 제공 횟수, 음료형 제품 제공 횟수와 동일

고객사 제품의 제공 횟수는 1회로 조사된 음료형 제품의 제공 횟수와 동일한 것으로 조사됨. 조사된 ORS 타블렛 제품의 제공 횟수는 모두 20회 이상인 것으로 확인되었으며, 파우더형 제품만이 10회 제공량을 가지고 있는 것으로 나타남

[표 5.3] 사우디아라비아 ORS 음료 제공 횟수 경쟁력 분석

(단위: 회)

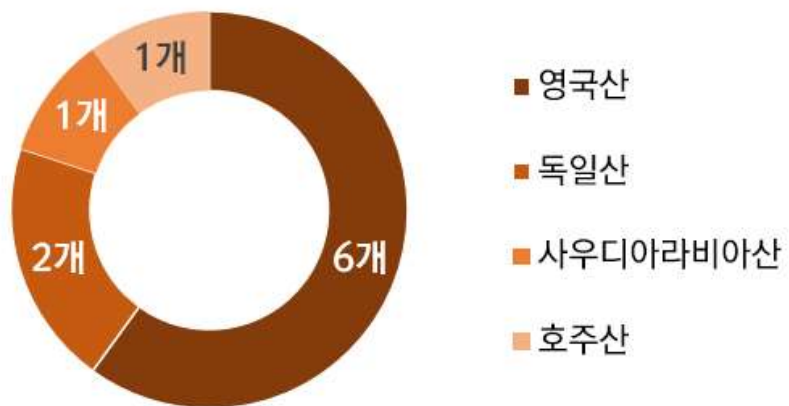


4) 원산지

▶ 경쟁제품 10개 제품의 원산지 중 영국산 6개

사우디아라비아에서 판매되고 있는 ORS 음료 경쟁제품 10개의 원산지를 조사한 결과, 6개의 제품이 영국산으로 가장 많았음. 이어, 독일산이 2개, 사우디아라비아산과 호주산이 각각 1개씩인 것으로 조사됨

[표 5.4] 사우디아라비아 ORS 음료 제품 원산지 경쟁력 분석

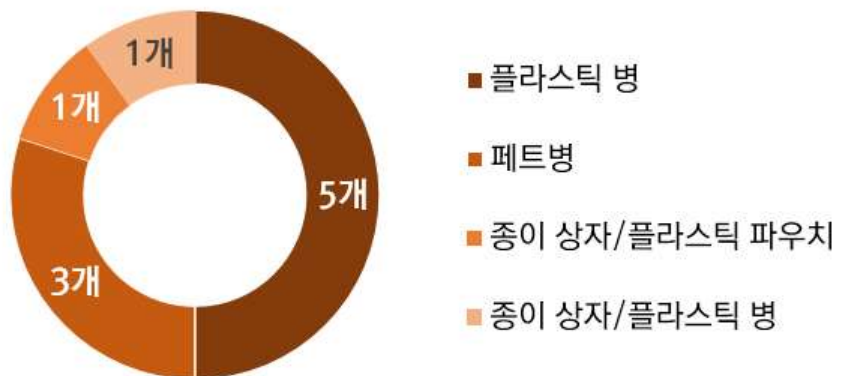


5) 포장 형태

▶ 현지 경쟁제품 7개 중 3개 플라스틱 병 사용

사우디아라비아에서 판매 중인 ORS 음료 경쟁제품 7개의 포장 형태를 조사한 결과, 3개의 제품이 플라스틱 병을 사용하였으며, 2개 제품은 페트병을 사용함. 종이 박스에 플라스틱 파우치나 플라스틱 병을 사용한 제품은 각각 1개씩으로 조사됨

[표 5.5] 사우디아라비아 ORS 음료 제품 포장 형태 경쟁력 분석



2. 벤치마킹 제품 분석

1) 벤치마킹 제품 선정 ▶ 현지 온·오프라인 조사 제품 중 벤치마킹 대상 선정

현지 온·오프라인에서 조사된 경쟁제품을 대상으로 현지에서 인기 있는 제품 중 벤치마킹 대상을 선정하여 인기 요인에 대하여 분석함. 고객사가 지정한 경쟁제품군 내의 제품 중 다수의 온라인과 오프라인 매장에서 확인된 제품을 선정하였음. 해당 제품에 대하여 지표별 비교를 통해 벤치마킹 요소를 파악함

1) 벤치마킹 대상 선정

- 온/오프라인 매장에서의 인기 제품
 - (*) 온라인 쇼핑몰 : 아마존, 아이허브
 - (*) 오프라인 매장 : 나디, 루루 하이퍼마켓
- 다수의 온/오프라인 매장에서 판매
 - (*) 온라인 쇼핑몰 : 1개 이상의 온라인 쇼핑몰에서 판매되는 제품
 - (*) 오프라인 매장 : 조사매장 2개 중 1개 이상 매장에서 판매되고 있는 제품

▶ 유사 인기 제품 벤치마킹



공통 특징 ①
페트병

공통 특징 ②
홍보문구



공통 특징 ①
페트병

공통 특징 ②
홍보문구



현지 벤치마킹 인기 제품
(쓰리아이 풀빅 _ 쓰리아이 블랙워터)

‘미량의 미네랄
복합체가 함유된
간편한 섭취 가능한
페트병 음료’

◀ 벤치마킹
내용물 강조하는
투명한 포장
디자인

고객사 제품

‘탈수증과 갈증 해소를
페트병 음료로 간편하게
해결’

벤치마킹 ▶
다양한 맛
제품라인

현지 벤치마킹 인기 제품
(프라임 하이드레이션 _
프라임 하이드레이션
드링크 레몬 라임)

‘전해질 750g으로
간편하게 리프레시 할
수 있는 페트병 음료’

2) 벤치마킹 제품 분석
- 디자인

▶ 벤치마킹 제품, 투명한 페트병으로 내용물 강조하는 디자인

현지에서 판매 중인 ORS 음료 경쟁제품 10개 중 쓰리아이 풀빅의 쓰리아이 블랙워터 제품의 경우, 투명한 페트병 디자인을 통해 내용물을 강조하는 디자인을 활용함. 또한, ‘자연적인 유기 화합물로 물에 자연스러운 어두운 색을 부여’와 같은 표기문구를 활용해 음료 색상 및 성분을 강조하고 있음

- 벤치마킹 대상 제품 디자인 및 표기문구



3i Black Water is Australia's first fulvic trace mineral alkaline water! Fulvic and humic minerals are naturally occurring, organic compounds that give the water the natural dark colour. That's right, no artificial colours, flavours or sugar!

- 70+ trace minerals
- 8.5+ pH alkaline
- Antioxidants
- Electrolytes
- Australian made & owned

3) 벤치마킹 제품 분석
- 제품라인

▶ 벤치마킹 제품, 기능 강조하는 문구 홍보문구 활용

현지에서 판매 중인 ORS 음료 경쟁제품 10개 중 프라임 하이드레이션의 프라임 하이드레이션 드링크 제품의 경우, 레몬 라임 맛, 아이스 팝 맛의 제품이 조사되었음. 프라임 하이드레이션의 동일 품목 수 조사 결과 6개의 ORS 제품이 조사되었으며 글로우베리 맛, 스트로베리 워터멜론 맛, 레모네이드 맛 등 다양한 맛 제품라인을 보유하고 있음. 이에 더해 맛에 어울리는 다채로운 포장 디자인을 활용해 소비자들로 하여금 맛에 대한 상상력 및 호기심을 자극함

- 벤치마킹 대상 제품 디자인 및 제품 라인




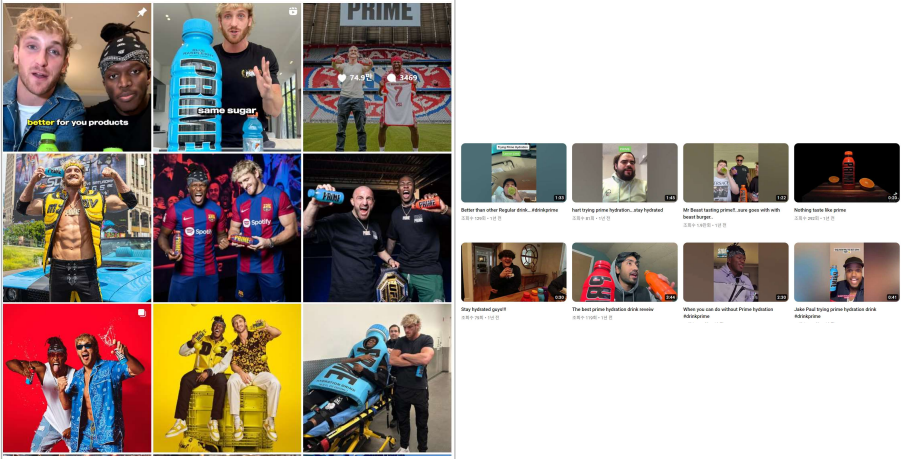
프라임 하이드레이션 드링크



프라임 하이드레이션 스틱

3. 기업 마케팅 벤치마킹

[표 5.6] ORS 음료 기업 마케팅 벤치마킹

<p>선정 기업 기본 정보</p>	<p>기업명</p> <p>기업 설명</p>	<p>프라임 하이드레이션</p> <p>프라임 하이드레이션은 2022년 제품 첫 출시와 동시에 설립자이자 미국의 인플루언서 로건 폴(Logan Paul)과 케이에스아이(KSI)가 제품을 홍보하여 큰 인기를 끈 스포츠 및 에너지 음료 전문 브랜드임. 스포츠 후원을 통해 홍보를 진행하고 있으며, 소비자들이 선호하는 제품을 출시하고자 노력하고 있음.</p>
<p>주요 마케팅 전략</p>	<p>제품 성분 강조</p> <p>운동선수와 협업한 제품 광고와 후기 콘텐츠 게시</p>	 <p>제품 성분 강조</p>
	<p>운동선수와 함께 찍은 사진 게시</p>	 <p>운동선수와 함께 찍은 사진 게시</p> <p>일반인 후기 영상 게시</p>
<p>요약</p>	<p>판매채널</p> <p>홍보채널</p> <p>홍보문구</p>	<p>현지 온, 오프라인 매장 진출</p> <p>자사 미국 및 영국 홈페이지, 국가별 페이스북/인스타그램/유튜브/틱톡 채널을 개설하고 활용하고 있음</p> <p>제품의 성분을 통한 건강상의 이점 강조</p>

4. 온라인 인기제품 리뷰 분석

▶ 분석 지표 선정 및 대표 키워드

온라인 인기제품 리뷰 빅데이터 감성분석 진행을 위해 고객사 조사 희망 지표에 따라 분석 대상 지표를 선정함. 선정된 지표는 가격, 용량, 제품 종류, 맛, 품질로 5가지이며, 선정 지표 및 제품 특징을 기반으로 한 키워드집을 구축하여 리뷰 데이터를 수집함

[표 5.7] 온라인 인기제품 리뷰 분석 지표 선정 및 대표 키워드

지표	지표 설명	대표 키워드
가격	판매 제품 가격에 대한 평가	Price, Cost, Cheap, Expensive 등
용량	판매 제품 용량에 대한 평가	Serving, 30g, 50g 등
제품 종류	판매 제품 종류에 대한 평가	ORS, Hydration, Rehydration 등
맛	판매 제품 맛에 대한 평가	Taste, Scent, Smell, Salty 등
품질	판매 제품 품질에 대한 평가	Quality, Package, Safety 등

▶ 아마존에서 판매되고 있는 ORS 음료 제품 선정

[표 5.8] 온라인 인기제품 리뷰 분석 제품 정보



판매 사이트	아마존 (Amazon)	수집 리뷰 수	190건
제품명	페디아라이트 이뮤너 서포트 서플먼트 Pedialyte Immune Support Supplement		
제품 종류	ORS 음료	소비자가격	380.39리얄 (133,147원 ¹⁵⁾)
용량	14.1g*24개	포장	종이 박스/ 플라스틱 파우치
특징	비타민 C 및 아연, 전해질과 프리바이오틱스가 함유된 수분 공급 전해질 음료		

15) 1리얄=350.03원(2023.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

● 분석 제품 정보

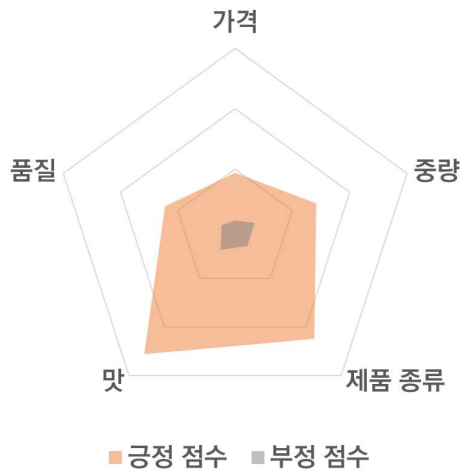
사이트	아마존
수집 리뷰 수	190건
제품명	페디아라이트 이뮤ن 서포트 서플먼트 (Pedialyte Immune Support Supplement)
제품 종류	ORS 음료
소비자가격	380.39리얄 (133,147원)
중량	14.1g*24개
포장	종이 박스/플라스틱 파우치
특징	비타민 C 및 아연, 전해질과 프리바이오틱스가 함유된 수분 공급 전해질 음료

▶ 온라인 인기제품 리뷰 감성분석 결과, ‘맛’, ‘제품 종류’에 대한 만족도 높아

빅데이터 분석을 통해 사우디아라비아 온라인 쇼핑몰 아마존에서 판매되고 있는 ORS 인기 제품의 리뷰 감성분석을 실시함. 그 결과, ‘맛’에 대한 긍정 점수가 512점으로 가장 높게 나타나 맛에 대한 소비자의 긍정적인 반응이 가장 많았던 것으로 조사됨. 그다음으로는 ‘제품 종류’에 대한 긍정 점수가 448점으로, 온라인에서 판매되고 있는 ORS 음료 제품의 수분 보충 특징에 크게 만족하고 있는 것으로 유추할 수 있음

[표 5.9] 온라인 인기제품 리뷰 분석

(단위: 점)



[평가지표별 소비자 감성분석 결과]

지표	긍정 점수	부정 점수
가격	187	29
중량	283	68
제품 종류	448	69
맛	512	84
품질	244	46
종합	1,674	296

2023

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

VI 시사점



Export Insights

ORS Drink Price&Volume



Point. 1



- ✓ 사우디아라비아 오프라인 매장에서 판매되고 있는 ORS 음료 경쟁제품 10개의 평균 1회 제공량당 가격은 11.14리얄(3,890원)로 고객사 제품에 비해 다소 높은 편
- ✓ 고객사 ORS 음료 제품의 1회 제공량당 가격은 8,57리얄(3,000원)

Point. 2



- ✓ 사우디아라비아 오프라인 매장에서 판매되고 있는 ORS 음료 경쟁제품 10개 중 고객사 제품 제형과 동일한 음료형 제품 3개의 평균 용량은 533ml로 고객사 제품 대비 2배 많음

ORS Drink Country&Package



Point. 1



- ✓ 사우디아라비아 오프라인 매장에서 판매되고 있는 ORS 음료 경쟁제품 10개의 원산지는 영국이 6개로 가장 많음
- ✓ 이외에 독일산 제품 2개가 조사되었으며, 사우디아라비아 현지산 제품 1개, 호주산 제품 1개가 조사됨
- ✓ 사우디아라비아 ORS 음료 시장은 영국 기업이 강세를 보임

Point. 2



- ✓ 조사된 경쟁제품 10개 중 5개 제품이 플라스틱 병 포장이며 이는 타블렛 제품 포장에 활용되는 원통형 제품임
- ✓ 그 외 음료형 제품은 모두 페트병 포장 제품인 것으로 조사됨

Saudi Market Competitor



Point. 1



- ✓ 사우디아라비아 ORS 음료 시장 경쟁기업 3개사 조사 결과, 홀랜드앤바렛은 나디에, 쓰리아이 풀빅과 프라임 하이드레이션은 루루 하이퍼마켓에 진출
- ✓ 경쟁제품 3개사 모두 자사 온라인몰을 통해 제품을 판매하고 있으며, 프라임 하이드레이션의 경우 아마존에도 진출한 것으로 조사됨

Point. 2



- ✓ 사우디아라비아 ORS 음료 시장 경쟁기업 3개사 조사 결과, 3개사 모두 글로벌 자사 홈페이지를 통해 기업 및 제품을 소개하고 있음
- ✓ 경쟁기업 3개사 모두 글로벌 계정의 SNS 플랫폼을 별도로 운영 중
- ✓ 경쟁기업 3개사 모두 인스타그램과 유튜브, 틱톡을 주요 홍보 채널로 활용 중

Importer·Distributor Interview



Point. 1



- ✓ 사우디아라비아 ORS 음료 수입·유통업체 인터뷰 결과, 고객사 제품은 가격 경쟁력이 있으며 브랜드 국적 면에서 인지도가 높지는 않으나, 인증과 효과적인 유통채널을 활용하면 성공적으로 사우디아라비아 시장에 진출할 수 있을 것이라 평가
- ✓ 소비자들이 가장 중요하게 고려하는 부분은 제품의 효능인점 언급

Point. 2



- ✓ 대부분의 ORS 음료 제조업체는 제품에 임신부나 어린이는 제품 섭취 전 의사와 상담하라는 문구를 포함하고 있음
- ✓ 최근 임신부나 어린이를 대상으로 한 정부 지원 정책 증가, ORS 음료의 인지도 및 수요 증가 추세
- ✓ 편리하게 마실 수 있는 병 음료에 대한 수요 높을 것으로 전망

[참고문헌]

■ 참고 사이트

1. 아마존 사우디 홈페이지 (www.amazon.sa)
2. 아이허브 홈페이지 (www.sa.iherb.com)
3. 사우디아라비아 통계청 홈페이지 (www.stats.gov.sa)
4. 주사우디아라비아 대한민국 대사관 홈페이지 (www.overseas.mofa.go.kr)
5. 구글맵 (www.google.maps.com)
6. 나디 홈페이지 (www.nahdionline.com)
7. 루루 하이퍼마켓 홈페이지 (www.luluhypermarket.com)
8. 홀랜드앤바렛 홈페이지 (www.hollandandbarrett.com)
9. 쓰리아이 폴빅 홈페이지 (www.3ifulvic.com)
10. 프라임 하이드레이션 홈페이지 (www.drinkprime.com)
11. 나디 메디컬 홈페이지 (www.nahdi.sa)
12. 이노바 헬스케어 홈페이지 (www.innovaonline.sa)
13. 라이프 파마시 홈페이지 (www.innovaonline.sa)
14. 자흐랏 알 로다 홈페이지 (www.zahra.com.sa)
15. 프로텍톨 뉴트리먼츠 홈페이지 (www.saudi.protectolnutriments.com)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2023.09.01

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