

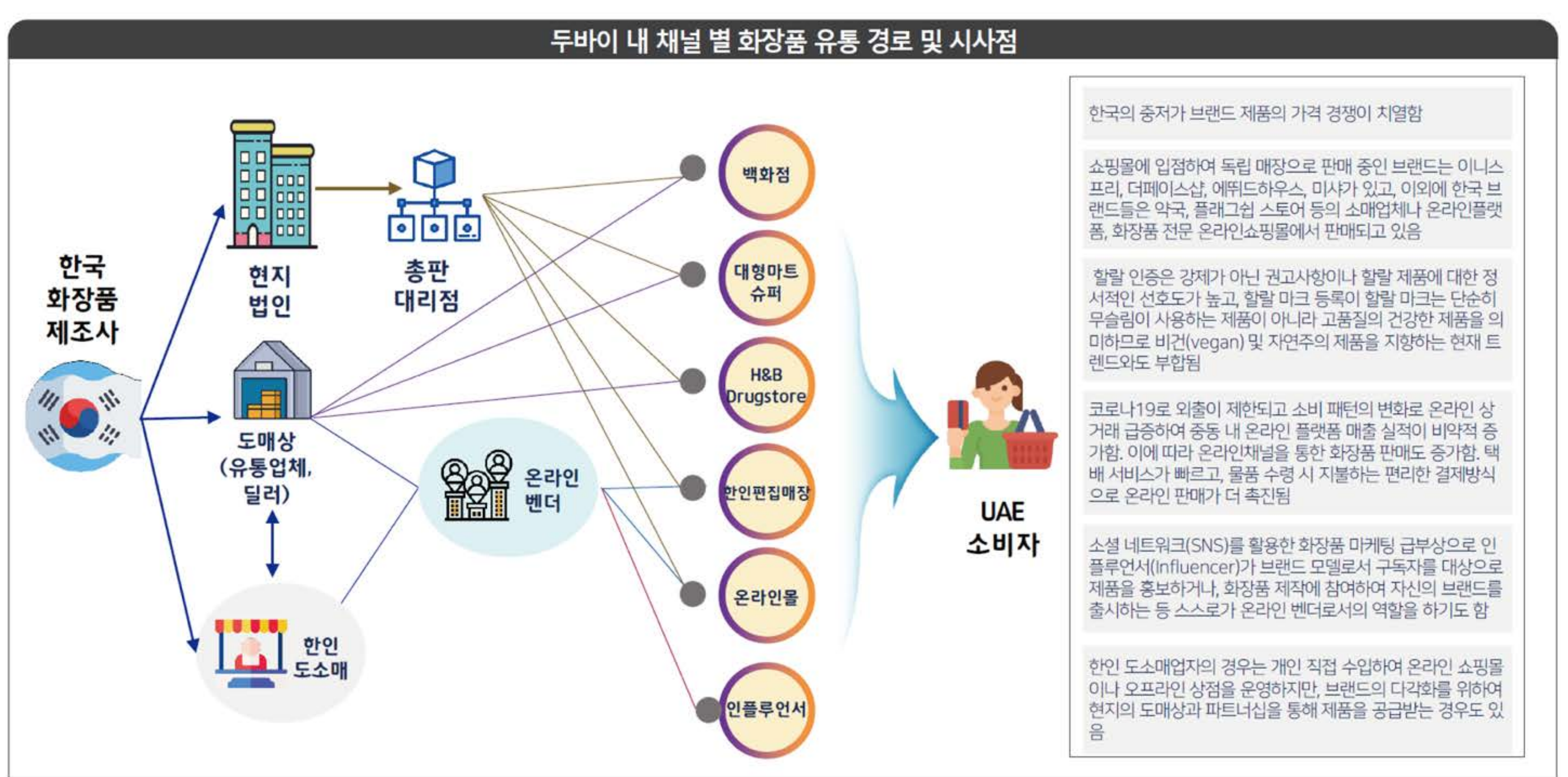
아랍에미리트 UNITED ARAB EMIRATES

두바이에서 실시한 화장품 유통구조와 유통채널
입점 및 입점 유지조건에 대한 분석결과이다.



특징 및 트렌드

- 화장품 판매에 관해서는 외국인의 직접 진출을 통해 물품을 판매할 수 없는 유통구조로 현지 라이선스(Trade License 등)가 있는 에이전트를 통해서만 공급이 가능하다
- 대규모의 도매상의 경우 자체 온라인 쇼핑몰을 운영하여 판매 경로를 단축시키고 비용을 절감하는 추세이다
- 코로나19 이후 온라인 상거래 급성장 (2022년 중동 온라인상거래 시장 486억달러 규모 예상, 매년 평균 19.3% 성장세)하고 있다



채널 분석

- 수입부터 벤더, 도매와 소매까지 겸한 한인 편집 매장이 한국 브랜드의 시장 진출의 교두보 역할을 하고 있음
- 한인 편집 매장에서 시장 테스트 한 후 정통적인 화장품 유통 채널인 H&B와 급성장하고 있는 온라인 시장으로 진출하는 것이 바람직함
- 인플루언서는 프로모션 뿐만 아니라 판매까지 하고 있는 매우 효율적인 마케팅 채널임

두바이 소매점 채널 별 시장 기회	
백화점·쇼핑몰	전체 시장규모의 감소는 물론 한국 화장품 브랜드 특히 중소기업에게는 어려운 채널
대형마트·슈퍼마켓	마켓의 특성에 적합한 제품이 우세하고 있으며 채널 내 화장품 판매는 늘고 있으나 한국제품은 전무한 상태
H&B·Drugstore	거의 모든 쇼핑몰에 입점해 있으며 타 오프라인 채널과 마찬가지로 달러 시장규모는 감소추세이지만 가장 중요한 오프라인 유통채널로 자리잡음 신규 H&B나 한국 브랜드에 익숙한 H&B를 중심으로 한국 브랜드 입점이 증가하는 추세
온라인몰	팬더믹으로 온라인 시장이 급성장 추세이며 다양한 물 존재 한인이 운영하는 몰 뿐만 아니라 거의 모든 온라인 몰에서 한국 브랜드 입점 되어 있고 점차 증가하는 추세임 UAE뿐만 아니라 주변 국가에까지 시장 확대할 수 있는 기회 있음
SNS 인플루언서	프로모션뿐만 아니라 판매까지 직접 진행하는 인플루언서가 인기 있고 한국 화장품에 대한 관심도 높음 아직은 비용도 저렴하여 매우 효율적인 채널로 성장하고 있음
한인 편집매장	수입부터 온 오프라인 벤더 뿐만 아니라 온 오프라인 매장까지 한국 브랜드의 중동진출의 교두보역할을 하고 있음

입점 전략 제안

- 제품의 성격, 타겟 시장, 보유자원에 따라 적절한 유통 채널을 선택하고 유통 채널에 전문 벤더 혹은 전문 벤더와 연결된 수입업자와 파트너십을 통하여 유통 입점을 시도하는 것이 바람직함

