

분유배합비등록제 시행 후에도 수입산 분유 인기는 여전

베이징지사

멜라민 파동으로 자국산에 등돌린 중국 소비자들

- 2017년 9월 중국산업연구원에서 발표한 <2017년 중국 영유아 분유업계 시장연구보고>에 따르면, 중국 영유아 분유업계는 오는 2020년에 이르면 1,200억 위안(한화 약20조원) 규모까지 확대될 전망이다.
- 2008년 멜라민이 함유된 중국산 분유 유통으로 다수의 중국 영아가 피해를 입은 사건을 계기로 중국 소비자들은 자국 브랜드에 등을 돌리기 시작했다. 이로 인해 2016년 중국 분유시장에서 수입산 점유율은 처음으로 과반수인 54%를 넘겼으며 올해에도 이와 같은 추세는 지속될 것으로 보인다.

저가 분유 사라지고 수입 분유 늘어

- 올해 1월부터 중국에서 '분유배합비등록제'가 시행되면서 시판되는 모든 분유의 고유 배합비의 CFDA 등록이 의무화 되었다. 이에 따라 7개월이 지난 현재, 기존 유명 제품들을 모방해오던 저가의 중국산 분유가 시장에서 자취를 감추면서 중국 분유시장의 경쟁은 더욱 치열해지는 양상을 띠고 있다.
- 군소 규모로 난립했던 저가 중국산 분유의 시장점유율을 중국 유제품 대기업 이리(伊利)와 명뉴(蒙牛)가 흡수하여 수입산 판매 증가세가 하락할 것이라는 기대도 있었으나, 네슬레(Nestle), 다논(Danone)과 같은 글로벌 기업들은 여전히 중국 분유시장 확대에 나서고 있다.

중국 분유시장 확대에 나서는 네슬레와 다논

- 중국 분유시장의 15%를 점유하고 있는 네슬레(Nestle)의 상반기 전 세계 매출액은 439억 프랑(약50조원)을 기록했다. 그 중에서도 중국을 포함한 AOA지역(아시아, 오세아니아 및 사하라사막 이남의 남아프리카지역)의 매출액은 전년 대비 4.4% 증가하였다. 또한 중국 분유시장 점유율 8%인 다논(Danone)의 상반기 전 세계 매출액은 36억 유로(약 5조원)를 기록해 전년 동기 대비 12.5% 증가하였으며, 특히 최근 중국에서 인기를 얻기 시작한 다논 분유의 2분기 매출액은 1분기보다 30% 증가한 것으로 나타났다.

중국에서 판매되는
다논, 네슬레 분유 제품들





중국 소비자의 기준은 품질과 신뢰

- 중국 해관에 따르면 2018년 5월 중국의 분유 수입량은 9만 톤으로 전년 동월 대비 32% 증가했다. 1~5월 누적 수입량은 총 52만 톤, 수입액은 전년 동기 대비 24.9% 증가한 297억 달러를 기록하며 꾸준히 상승세를 유지하고 있다.
- 중국 당국의 '분유배합비등록제' 시행 후 벌써 7개월이나 지났지만 현재까지도 중국의 수입산 분유가 25~30%의 성장세를 유지하는 것으로 볼 때, 중국 소비자의 분유 선택 기준은 품질과 신뢰를 바탕으로 이루어짐을 알 수 있다.
- 현재 진행 중인 한국분유의 CFDA 배합비 등록은 당초 예상보다는 지연되고 있으나 연내에 대부분 완료될 예정으로, 중국 분유시장에서 미국 및 유럽 기업들과 치열한 경쟁을 예고하고 있다.
- 도태된 군소 분유업체를 흡수해 덩치를 키운 중국 유제품 기업과 중국 시장을 선점한 해외 기업들과 경쟁하기 위해서는 한국 분유 고유의 품질과 신뢰를 중국 소비자에게 각인시키기 위한 고도의 전략이 필요한 때이다.