



Bigdata Analysis

빅데이터로 보는 월간 동향이슈



01. 워드 클라우드(Word Cloud) 분석

2016년 10월 ~11월 2개월 간 비관세장벽 관련 기사를 수집, 분석한 결과 중국, 분유, CFDA 등의 키워드가 도출되었음



주요 키워드 :

중국, 분유, CFDA 등

02. 이슈 트렌드 분석

도출된 주요 키워드로 관련 이슈를 재 검색, 이슈 발생 일자에 따라 시계열로 분석하여 핵심 이슈를 선정하였음



“중국, 한국산 분유 수입 둔화”



Bigdata Analysis

빅데이터로 보는 월간 동향이슈



03. 비관세장벽 이슈 분석

중국, 한국산 분유 수입 둔화

중국에서 한국산 식품 열풍을 일으켰던 식품업계가 최근 중국정부의 위생 검역 규제 강화 등으로 수출 성장률이 하락하고 있는 것으로 나타났다. 한때 수출 증가세가 66%에 달하며 중국산 분유 안전성 문제로 수출을 늘려가던 분유 업계 마저 수출 성장률이 대폭 하락한 것으로 나타났다.

지난 10월 31일 관세청에 따르면 10월 기준 2016년 대중국 분유 수출액은 6,993만 5,000달러였으며, 2016년 1~3분기 대중국 조제분유 수출액은 전년 동기 대비 0.6% 증가하는데 그쳤다. 즉 수출 증가세가 대폭 둔화된 것이다. 전체 분유 수출액 중 중국이 차지하는 비중이 86.7%에 달하여 의존도 자체도 매우 높은 편이다.

지난 4년 간 조제분유의 중국 수출액은 연평균 66% 이상 증가 추세를 보이며, 고속 성장해 왔다. 2015년 분유 수출액은 9,397만 4,000달러로 2012년 수출액(3,909만 4,000달러) 대비 140%가량 증가한 바 있다. 이러한 높은 수출 증가세가 0.6%로 급감한 이유는 조제분유의 주요 수입국인 중국에서 분유 관련 규제가 대폭 증가한데 그 원인이 있다. 지난 6월 중국 식약품감독관리총국(CFDA)은 '영유아 조제분유 배합비 등록 관리방법'(신조제분유법)을 발표, 당초 예상보다 엄격한 규제 기준 설정하였다.

향후 비관세장벽 대응방안

신조제분유법에 따르면 중국 내 유통되는 분유는 식약품감독관리총국의 심사 및 허가를 거쳐 제품을 등록해야 한다. 또한 업체 별로 3개 브랜드, 9개 배합비를 초과해서는 안된다. 현재 중국에 진출한 분유 업체들은 평균 7~8개 브랜드로 수출 중인데 브랜드 개수를 대폭 축소해 수출할 수 밖에 없게 되었다. 현재 국내 분유 업계는 브랜드를 재정비해 수출을 준비 중이다. 매일유업은 '애사락 금전명작'으로 브랜드를 변경하였으며 남양유업과 롯데푸드도 분유 브랜드 리뉴얼을 준비 중이다.

본 보고서의 무단전제 및 복사를 금하며, 가공·인용 시에는 반드시 한국농수산물유통공사임을 밝혀야 합니다.