

# 중국·베트남 유제품 시장동향

## ▶ 중국

### □ 공급

- 중국 식품산업 시장 내 빠르게 성장하고 있는 유제품 분야의 전망이 매우 밝음. 유제품 생산 중 특히 우유와 전지분유(Whole Milk Powder)가 최근 몇 해간 급속한 성장세를 보였음. 중국 유제품 시장의 부상은 소득 증가, 도시화 확산, 냉장가전제품 사용 증가 및 유제품류 섭취로 인한 건강 증진에 대한 인식 증가 등의 이유에 기인되었음.
- BMI(Business Monitor International)의 전망에 따르면, 중국의 2011/12년도 우유생산이 전년 대비 5.3% 상승하여 3,210만 톤에 달할 것임. 또한 버터와 치즈의 생산은 각각 2.3%, 2.4% 증가하여 11만 2천 톤과 29만 1천 톤에 이를 것임. 전지분유의 생산 역시 13.9% 증가하여 120만 톤에 달할 것임.
- 가공유제품(Processed Dairy Products) 중, 분유의 생산이 50% 증가하여 2015/16년 159만 톤에 이를 것으로 전망되어 향후 큰 비중을 차지하게 될 것으로 예상됨. 아시아 지역의 소비자들은 식품안전성을 이유로 유통기한이 긴 유제품을 선호하는 경향이 있음. 이러한 지속적인 성장세에도 불구하고, 현재 중국의 유제품 분야는 전체 생산의 70%가 소규모 낙농장(20마리 이하의 소를 소유한)에서 조달되는 비효율적인 구조를 갖고 있음. 이는 중국 내 모든 유제품류(액상우유는 제외)의 수입의존도를 높이는데 일조하여, 향후 생산 적자가 늘어날 가능성을 암시함.

### □ 수요

- 유제품류의 소비자 수요가 가격 상승, 2008년 멜라민 파동<sup>1)</sup>, 경제 둔화에도 불구하고 증가세를 유지해오고 있음. 액상우유(Fluid Milk) 소비가 2012년 전년 대비 6% 상승하여 1,440만 톤에 이를 것으로 전망되며, 강한 경제성장세와 도시화 확산에 힘입어 2016까지 상승세를 이어갈 것으로 예상됨.
- FAPRI<sup>2)</sup>에 따르면, 액상우유 자체 소비가 유제품 제조 목적으로써의 소비(현재 총 소비의 약 59%에 해당)를 능가하게 될 것으로 보임. 더불어 유제품 섭취에 의한 건강 증진 효과를 홍보해 유제품 수요를 신장시키고자 하는 정부의 계획(가격상한규제 등의 정책 포함) 또한, 액상 우유 소비를 가속화 시킬 전망이다. 소득증가와 현지 시장에서의 서양 투자 증가세로, 버터와 치즈에 대한 소비 또한 2016년까지 각각 12.3%와 23.3% 증가할 것으로 전망됨. 분유 소비 또한 2016년까지 22.1% 증가해 170만 톤에 달할 것으로 예상됨.

1) 2008년도 중국에서 발생한 분유파동으로, 중국산 분유를 먹은 아기가 사망한 사건. 당해사건으로, 멜라민 성분이 검출된 중국산 분유를 먹은 6천여 명의 영유아가 고통을 호소하고, 4명이 사망했음.

2) Food and Agricultural Policy Research Institute; 식량농업정책연구소

## □ 위험요소

- 중국 유제품 산업의 상업화(특히, 공급 체인 개선을 도모하는 2차 가공업자들에 의한)가 현지 시장에서 생산 불안정으로 인한 제한적 공급을 완화해 줄 것이나, 더딘 상업화의 속도와 약한 유통 기반시설은 소규모 낙농장들의 해결과제임.
- 중국의 방대한 유제품 산업 규모가 현지 농촌 생활수준을 향상시켜 줄 것으로 여겨졌지만, 도서 산간 지역의 낙농부들에게 있어서는 시장(높은 가격을 통해 이익을 낼 수 있게 하는)으로의 접근이 제한적이었음. 유제품의 부패성, 농촌지역의 낙후된 유통 기반시설, 저장시설의 부족 등이 소규모 유제품 기업들로 하여금 낮은 가격 책정을 용인토록 하고 있음. 이런 문제가 소규모 농장들이 기반시설의 개선을 위한 자금을 모으는 것을 방해해왔음. 이러한 악순환이 계속된다면, 낙농가들이 점차 업계를 떠나게 되어, 중국 내 우유 생산이 줄어들 것임.

## □ 시장동향

### ○ 중국 유제품 기업들의 국제적 성장 및 국제 기업들의 중국 시장 진출

- 중국 대표 유제품 기업 ‘일리(Yili)’와 ‘차이나 멩니우 데어리(China Mengniu Dairy)’가 각각 2011년 총매출액 미화 58억 달러를 기록하며 유럽과 북미의 ‘봉그랑(Bongrain)’, ‘물러(Muller)’, ‘슈라이버 푸드(Shreiber Foods)’를 제쳤음. 2015/16년까지 강한 소비증가세가 예상되는 아시아 시장을 중심으로 한 신흥시장을 공략하며, 국제 유제품 업계의 판도가 바뀌고 있음. 세계 20대 유제품 기업 중 15개의 기업이 가장 촉망되는 아시아 시장인, 중국을 대상으로 제조부문 투자를 진행했음.
- 국제 업체들의 진출이 향후 더욱 활발해 질 것으로 보임. ‘폰테라(Fonterra)’는 2012년 4월, 1억 뉴질랜드 달러(미화 8,120만 달러)를 투자하여 허베이(河北) 지역에 두 개의 낙농장을 추가 개설할 것을 발표했음. 동 사는 향후 총 15,000여 마리의 젖소를 보유한 5개의 낙농 부지를 갖출 계획임. 덴마크 기반의 ‘알라 푸드(Arla Food)’는 최근 중국 최고의 유제품 기업이자 식료품 대기업인 ‘코프코(Cofco)’에 미화 2억 9천만 달러를 투자기로 결정했음. 동 사는 공식적으로 차이나 멩니우 데어리(코프코가 소유한)와 합작 투자 계약에 7년간 묶여있었으며, 중국 시장 진출 입지 개선을 위해 멩니우의 간접 지분(Indirect Stake) 6%를 매입한 바 있음. 알라 푸드는 작년 7억 크로네(미화 2억 1천 9백만 달러)를 기록한 자사의 중국 내 수입을 2016년까지 5배 신장시킬 계획임.

### ○ 유제품 품질 향상

- 양질의 제품에 대한 수요 증가가 모이 개선 추세로 이어지고 있음. 낙농업자들은 기존의 사료에 알팔파<sup>3)</sup> 및 타 사료를 추가하여 제품의 질을 향상시키고자 하고 있으며, 이는 또한 소 한 마리당의 우유 생산성을 증대시킬 것으로 여겨지고 있음. 미국 농림부의 데이터에 따르면, 미국 생산 알팔파 및 타 사료에 대한 중국의 2011년 수입량이 전년대비 25% 증가하여 276,478톤에 달하였음. 이에 관해 중국 정부는 이미 제12차 경제개발 5개년 계획(2011-2015)의 일환으로 12억 위안(미화 3억 3,330만 달러)을 할당해 자국의 알팔파 생산을 증대시킬 계획을 발표했음.

3) 청자색의 꽃이 피는 유럽산 콩과식물. 목초로서 재배함.

## ○ 국내 유제품 산업 발전의 가속화

- 국제 기업들의 진출이 활발히 일어나고 있는 가운데, 국내의 유제품 산업이 지속적으로 발전할 것으로 보임. 2012년 8월, 멩니우가 '차이나 모던 데어리 홀딩스(China Modern Dairy Holdings)'의 지분매입을 검토 중이라는 보도가 있었음. 모던 데어리는 2011년 생산량의 98%를 멩니우에 판매하며 당사 미살균 우유(Raw-milk) 수요의 7프로 미만을 충족시켰음. 금번 투자로 당해 대규모 낙농장으로 접근이 용이해 짐으로써, 멩나우의 미살균 우유 품질 관리가 용이해질 것임. 이런 종류의 투자는 현지 기업들이 대규모의 낙농장을 보유토록 하여 품질관리를 용이하게 하려는 당국의 독려와 관계가 있음. 중국의 유제품 기업들은 신선우유(Fresh Milk)의 공급에 있어, 품질(소, 모이, 우유성분)이 각 농장별로 상이하게 나타나는 소규모 낙농장 네트워크에 의존하는 경향이 있지만, 유제품 업계 내 대규모 낙농장에 의한 공급 비율이 점차 높아지고 있음. 우유 공급원들은 대규모의 근대 상업화된 낙농장을 세우고 유전개선을 위해 종빈우<sup>4)</sup>를 수입해오고 있음. 중국 농림부에 따르면, 당국 내 소100마리 이상의 낙농장이 2011년 전년 대비 17% 증가해 전체의 28%를 차지했음.

## ○ 정부 보험 제도의 전국적 확산

- 2012년 1월, 중국 정부는 기존의 동부 주요 생산지역을 대상으로 시행하던 소 보험 제도(Cow Insurance Programme)를 전국으로 확대 시행키로 결정했음. 동부지역의 경우 정부가 보험액의 40%, 지방정부와 낙농가가 60%를 부담하고 있으며, 서부지역은 중앙 정부가 총액의 65%, 지방정부 및 낙농가가 나머지 35%를 부담함.

## ○ 네슬레(Nestlé), 중국 내 우유 공급 센터 설립 추진

- 스위스의 식음료 회사인 '네슬레(Nestlé)'가 25억 위안(미화 3억 9천 6백만 달러)을 투자해 중국의 헤이룽장성(黑龍江省)에 우유 공급센터를 건설함. 당해 센터는 네슬레와 샹청시(雙城)정부 외 타 투자자들에 의한 합작투자로 건설 될 예정이며, 향후 5년 동안 당국 내 최대 규모의 신선우유(Fresh Milk) 공급원 될 것임. 네슬레 중국지사 식음료 부문 상무이사인 Heiko Schipper는 당해 센터가 중국 유제품 영역의 근대화를 위한 막대한 투자를 이끌어낼 발판이 될 것임과 동시에, 합작투자로 말미암아 현지 사업가들의 유제품 분야 진출을 돕게 될 것이라고 언급했음.
- 이에 관해 BMI(Business Monitor International)는, 네슬레의 중국시장 성공을 위한 몇 가지 도전과제를 제시했음. 유통은 그 중 가장 시급한 문제로, 네슬레는 변질이 쉬운 식음료 분야를 위해, 공급체인(Supply Chain) 상의 기반시설을 개선해야할 것임. 또한 중국의 유제품 분야가 식품안전문제 부딪혀온 것을 감안할 때, 마케팅과 브랜드 이미지 구축에 대한 투자를 통해 국제 식료품 대기업으로서의 이점(기업의 생산 기준에 대한 소비자의 신뢰도가 높음)을 충분히 살려야 할 것임.

4) 고능력 압소로 번식에 사용되는 소를 말함

## ▶ 베트남

### □ 공급

- 1986년 경제 개방 이래 베트남 유제품 산업 구조가 획기적으로 변화해왔음. 우유생산의 대부분을 책임지던 국영농장(State Farm)에서의 공급이 전체의 5%로 줄고, 중소규모의 개인 농장에서의 공급이 대부분(95%)을 차지하게 되었음.
- BMI(Business Monitor International)는 최근 통계를 토대로 종전의 전망치를 상향조정하여, 2011/12년 우유생산량이 전년대비 3.4% 증가하여 331,000톤에 달할 것으로 전망하였음. 또한 2012/13년까지 343,000톤으로, 2015/16년까지는 2010/11년 대비 24.8% 증가해 398,000톤에 이를 것으로 전망하였음. 당해 증가 전망은 젖소 수의 극적인 증가와 더불어 개인·공동 투자의 증가 및 자국의 수입의존도를 줄이기 위한 생산증가 노력에 의한 것임. 또한 유제품 산업의 상업화로 말미암아, 현지 대규모 고효율 농장들로부터의 우유공급 비중이 커질 것으로 보임. 국제 수요 증가 및 부진한 공급으로 인해 국제 우유 가격이 높게 유지됨에 따라, 향후 베트남 낙농산업의 규모 또한 커질 것으로 예상됨. 베트남의 유제품 산업은 지난 10년간 130% 가까이 증가한 생산량 증대에 힘입어 지속적인 발전을 거듭해나갈 것으로 보임.

### □ 수요

- 베트남의 유제품 소비가 소득증가와 더불어 급격하게 증가한 국내 소비에 힘입어 지난 15년간 현저히 증가해왔음. 베트남의 1인당 우유 소비량 2000년에서 2009년 사이 두 배로 증가해 1인당 연간 섭취 12kg에 달하였음. 지난 수년간 베트남 우유 생산량이 꾸준한 증가세에 있긴 했지만, 여전히 치즈 및 버터 제품은 생산하고 있지 않음. 연유와 요구르트는 최고 인기 유제품 품목임. 향후 국내 유제품 수요의 충족을 위해 수입의존도가 높아질 것으로 보임.
- BMI(Business Monitor International)에 따르면, 향후 베트남의 유제품 소비가 강한 증가세를 보일 것으로 전망됨. 경제의 강한 성장세가 실질 소득(Disposable Income) 증가로 이어져 비필수적인 식품 수요증가를 이끌어 낼 것임. 2016년까지 액상우유의 소비가 38.6% 증가하여 242,300톤에 달할 것으로 예상됨. 버터, 치즈, 전지분유는 현재의 낮은 수요에서 각각 49.6%, 165.7%, 19.4% 증가할 것으로 보임. 비록 국제 유제품의 높은 가격 전망치에 따라 제한적이기는 하나, 도시화의 증가, 서양 제품 소유의 증가, 현대 조직화된 소매점의 증가세는 모두 강한 유제품 소비 증가세를 야기하게 될 것임.

### □ 위험요소

- 국가재정 및 통화 긴축으로 인한 경제둔화로 인해 소비자들이 자유재량에 의한 지출을 줄일 것으로 보이며, 이는 향후 소비증가 전망에 불리한 요소로 작용함.
- 유제품 품질관리 기관의 부족으로 인해 당국의 유제품 산업이 식품안전문제에 직면할 가능성이 있으며, 이는 향후 베트남 유제품 이미지를 손상시킬 우려가 있음.

## □ 시장동향

### ○ 비나밀크(Vinamilk)의 사업 확장

- ‘베트남 유제품 공동출자 회사; 비나밀크(Vietnam Dairy Products Joint Stock Company; Vinamilk)’가 자사의 수출 대상국 포트폴리오에 태국을 추가했음. 2012년 2월, 비나밀크는 2011년 말 계약된 미화 1천만 달러 거래를 통해 2012년 1분기 태국을 상대로 유제품 수출을 시작함을 발표했다. 동사는 2011년, 미화 1억 4천만 달러에 해당하는 상품을 전 세계 15개국을 대상으로 수출했으며, 이는 전년대비 72% 증가한 수치임. 당해 수출 대상국에는 미국, 호주, 캐나다, 러시아, 터키, 이라크, 한국, 콜롬비아 등의 국가들이 있음. 비나밀크는 현지 가공 유제품 부문에서 30%의 시장점유율을 기록했다.
- 비나밀크는 방대한 상품 범위 및 대규모 수출 분과를 바탕으로 2006년 이래 ‘Megmilk’, ‘Mengniu’, ‘Namyang’ 등의 동종업체 대비 높은 평균 수입 및 이윤을 기록했으며, 이러한 추세는 중기적으로 지속될 것으로 보임.

위 내용은 글로벌 시장조사기관 ‘비즈니스 모니터 인터내셔널(BMI)’의 ‘Industry Forecast’를 발췌 요약 한 것입니다.