

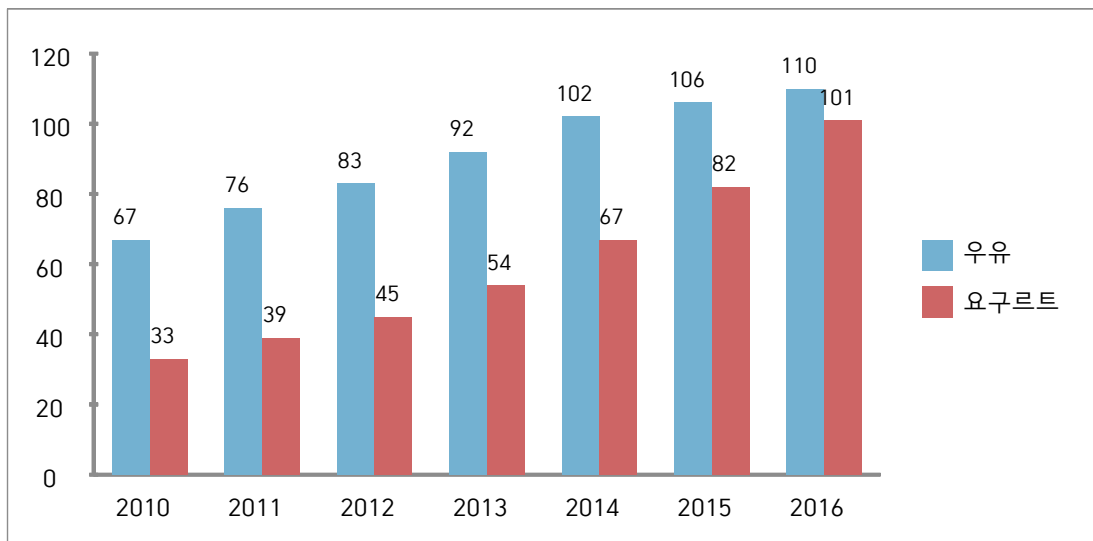
중국 요구르트시장 현황

aT청뚜지사

중국에서 액상 형태 유제품 중 요구르트가 차지하는 비중이 매년 꾸준히 증가하고 있음. 2016년 전국 유제품 매출액은 3503.9억 위안으로 이중 요구르트 시장규모는 약 1000억 위안으로 1/3의 시장점유율을 차지함. 2020년에는 매출액 1900억 위안 수준으로 액상 형태 유제품의 50%이상을 넘을 것으로 예상.

【중국 유제품 매출액】

(단위 : 십억 위안)



2010년 중국내 요구르트의 연매출액은 330억 위안으로 우유의 절반(670억 위안)에도 미치지 못하였으나 2013년부터 요구르트의 수요확대로 매출 급증하기 시작하였고 2016년에는 1000억 위안을 돌파하여 우유 매출액과 비슷한 수준에 이르게 됨.

시장조사기관 Mintel의 자료에 따르면 중국 소비자의 40%가 적어도 매일 한번 이상 요구르트(상온 혹은 냉장)를 섭취 하는 것으로 나타났으며, 17%는 유산균음료(상온 혹은 냉장)를 매일 한번 섭취하는 것으로 나타남

현재 중국내 요구르트의 가격은 우유보다 상대적으로 높으며 향후에도 소비자들의 생활수준의 제고와 소득증가로 지속적으로 인상될 것으로 전망.

전문가에 따르면 중국 요구르트 이윤율은 약 40%로 보통우유의 두배수준으로 요구르트가 유제품 수입증가의 중요한 역할을 하고 있다고 함.

○ 상온요구르트 시장 경쟁 치열

2009년 중국 광명브랜드가 냉장유통이 필요 없는 상온요구르트를 출시하면서 상온요구르트 시장이 급격하게 증가함. 2015년에는 70%의 증가 속도로 액상 유제품보다 현저히 높았으며 이는 저온요구르트보다도 15% 더 높은 수치임. 현재 중국내 상온요구르트 생산업체는 40~50개로 브랜드는 수백여 가지로 시장경쟁이 아주 치열함. 업계 관계자에 따르면 2020년 상온요구르트 시장의 규모는 400억 위안을 넘을 것이라고 예측함.

○ 저온요구르트시장 잠재력 거대

상온요구르트의 증가 속도가 제일 빠르다고 하지만 유제품 중 저온요구르트는 제일 인기 많은 품목임. 유통기한과 영양성분에서 상온요구르트에 뒤처지지 않는 우세를 갖고 있어 저온요구르트시장의 잠재력은 거대하다고 볼 수 있음. 아울러 1,2선 도시에서 집중되어 있어 향후 성장잠재력이 커 저온요구르트시장의 규모는 상온요구르트를 초과할 것으로 보임.

자료원 : 식품상무망. aT청뚜지사