

중국 유아용 분유 시장현황

(2013.3.14/상하이aT센터)

1. 중국 분유시장 규모

- 중국 분유 시장은 연간 500억 위안(약 9조원)으로 추산되고, 이중 수입브랜드가 70%이상 장악하고 있음
- 2008년 멜라민 분유사건 발생 전 중국산 분유의 시장점유율은 약 60%였으나 갈수록 수입 분유의 시장점유율이 높아지는 상황

2. 중국 분유 국가별 수입현황

- 관세코드 : 19011000
- 제 품 : 유아용 분유제품
- 세 율 : 최혜국관세(5%), 보통관세(40%), 증치세(17%)
- 2012년 국가별 분유 수입액

	국가별	수입액(달러)
1	네덜란드	242,415,370
2	싱가포르	221,411,140
3	뉴질랜드	190,287,796
4	프랑스	136,842,556
5	아일랜드	81,080,354
6	덴마크	42,015,353
7	호주	39,700,502
8	한국	31,273,411
9	미국	19,147,287
10	독일	15,738,556
11	스위스	11,621,093
	총 계	1,031,533,418

* 자료원 : 해관통계

- 대 중국 분유 수출(완제품) 1위 국가는 네덜란드(Friso), 2위는 싱가포르(Abbott) 등의 순이며 한국은 대 중국 수출 8위임
- 완제품 수입이외에도 수입분유를 수입하여 현지에서 재포장 판매하는 업체가 많아 총 수입액은 통계 보다 훨씬 많은 것으로 추정

3. 중국 분유시장 주요 브랜드

- 2011년 전국 분유 10대 브랜드 중에서 중국산 브랜드는 5개
 - 중국산 분유 주요 브랜드 : 이리(伊利), BeingMate(貝因美), Synutra(圣元), Yashily (雅士利), FIRMUS(飛鶴)
- * 자료원 : 中国行业研究网
- 수입 분유 주요 브랜드 : Dumex, Meadjohnson, Nestle, Abbott, Wyeth

4. 중국 분유시장 점유율

- 2011년 5대 외국브랜드의 시장점유율은 60%에 달하며 중국 1선도시에서는 수입 분유가 주도적인 시장 점유율을 가지고 있음
 - 1선도시에서의 외국산 분유 시장점유율은 90%이상
 - 1선시장에서 중국산브랜드의 점유율은 약 2% 정도로 추산되며 중국산브랜드는 대부분 2, 3선 도시에서 판매됨.
- * 자료원 : 中国行业研究网

5. 중국 분유시장 유통현황

- 최근 중국산 분유 브랜드도 고가 전략을 추진하고 있으나 뿌리깊은 중국 소비자들의 자국산 분유 불신으로 쉽지 않은 상황
 - 외국분유의 이윤율은 60%, 70%에 달하며 심지어 프리미엄상품들은 80%에 달하나 중국산 분유의 이윤율은 40, 50% 대에 불과
 - 중국산 고가 분유 유통현황
 - 보통 300위안이상인 중국산 고가분유는 생산원가가 약 85위안정도
 - 생산자는 100위안정도에 경소상에게 판매, 경소상들은 200위안 정도에 판매상에게 판매, 리테일가격은 300위안정도의 가격
 - 중국산 분유들도 외국브랜드와 비슷하게 네이밍을 하여 외국산 분유인 것처럼 포장하거나 외국에서 생산하는 등의 수단으로 판매가격을 높이려 노력하고 있지만 "가짜외국브랜드" 스캔들에 휩싸이는 등 쉽지 않은 상황

6. 중국 분유시장 주요 브랜드 현황

순위	수입 분유 브랜드	Logo	시장점유 율(2011)	홈페이지	비고
1	多美滋 Dumex		16.76%	http://www.dumex.com.cn/index.htm	100년 넘는 프랑스브랜드. 2012년 별레가 검출되는 등 사고 발생. 중국시장 1위 브랜드
2	美贊臣 MeadJohnson		12.06%	http://www.meadjohnson.com.cn/	100여년 역사가 있는 미국기업. 2007년에 이미 중국에서 30억 위안의 판매액을 기록.
3	雀巢 Nestle		10.58%	http://www.nestle.com.cn/	145년 역사가 있는 스위스 브랜드. 2012년 Wyeth 인수함.
4	雅培 Abbott		7.29%	http://www.abbottma.com.cn/	120년 되는 미국 브랜드.
5	惠氏 Wyeth		4.72%	http://www.wyethbb.com.cn/web/guest	세계500대 기업 중 하나. 2012년 118억달러로 Nestle에 합병. Wyeth분유시장의 60%는 아시아, 30%는 유럽(대부분 영국), 남은 10%는 남미에 있음.
출처: 大衆网 http://paper.dzwww.com/jjdb/data/20120427/html/12/content_4.html					
순위	국산 분유 브랜드	Logo	매출액 (2011)	홈페이지	비고
1	伊利 Yili		56억	http://www.yilibabyclub.com/	중국유제품최대기업 중 하나. 본부는 내몽골에 설립. 2012년 수입 329.09억 위안(전부 상품)을 실현했으며 그중 분유와 분유유관 상품의 매출액은 56억 위안에 달함.
2	貝因美 BeingMate		42억	http://www.beingmate.com/	중국본토브랜드, 본부 항주에 설립. 2010년 1-10월 중국분유시장 10.8% 차지하고 3위로 등극. 국산 브랜드 중 성장속도가 제일 빠름
3	圣元 Synutra		24~25억	http://www.shengyuan.com.cn/	칭다오 국산브랜드. 2008년 5월까지 시장점유율이 최고로 10.66%까지 갔다고 함.
4	雅士利		18억	http://www.yashili.com/	중국 본토 광동분유브랜드.
5	合生元 BiosTime		17억	http://www.biostime.com.cn/	프랑스브랜드라고 주장하지만 사실은 국산브랜드. 2012년 매출액 30억 위안을 초과. "가짜 외국브랜드" 스캔 들 많이 나고 있음.
출처: 中國經濟网 http://china.ec.com.cn/article/cnchanjing/cncjupdates/201206/1199583_1.html					