

□ 중국 유통동향

○ 중국 유제품 유통시장 총 규모는 2010년 366억 달러, 유제품 시장은 음용 우유, 연유, 치즈, 버터, 분유, 요거트, 아이스크림, 커피 크림 등을 포함한 것. 외식분야에서 유제품의 판매는 2010년 47억 달러에 이릅니다

- 중국 유제품 시장규모는 2010년 366억 달러에 이르고, 이는 2006년에서 2010년 기간 동안 58.4% 성장한 것

- 유아용 유동식의 하위범주는 2006년에서 2010년 기간 동안 금액 측면에서 170.6%의 가장 큰 성장을 이룬다. 커피 크림과 연유는 금액측면에서 26.4%의 다소 작은 성장을 이뤘지만, 긍정적인 수치임

- 중국은 세계에서 미국 다음으로 두 번째로 큰 유통시장을 보유. 그러나 1인당 유제품 소비량은 2011년 30.9% 밖에 되지 않음. 이는 1인당 유제품 소비량으로 세계에서 47위 수준임

○ 주요 유제품 생산·유통 기업

- 중국의 4개 주요 유제품 기업은 Mengniu, Yili, Sanlu, Bright. 4개 기업이 전체 시장의 44% 정도를 점유.

- Mengniu와 Yili는 Inner Mongolia 모회사의 계열이며 유제품 시장을 선두하고 있음. 두 회사 모두 전국적으로 사랑 받는 브랜드가 되기 위한 전략의 일환으로서 2000년부터 초고온 살균우유 생산에 집중

- Sanlu와 Bright는 거대 지역브랜드임. 하지만 최근 몇 년간 두 브랜드의 시장 점유율이 Mengniu와 Yili에 의해 잠식됨. Bright는 과거 Shanghai Dairy Corporation 국영기업이었음

○ 원유가 가격이 아시아의 수요가 부분적으로 급증하면서 2007년 초부터 상승. 이외에 원유를 상승시켰던 다른 요인으로, 호주나 뉴질랜드와 같은 우유 생산국에서 생산량이 전에 비해 줄었음. 또한 EU가 분유 수출 보조정책을 없앴기 때문.

- 중국에서는 유통환경이 상대적으로 집약되지 못했기 때문에, 이러한 영향이 적었음. 예를 들어, 다른 국가들에 비해 중국은 유통업자가 공급업자에게 구매력을 행사하기 힘든 점이 유제품 공급가격을 크게 끌어올리지 않은 요인이 됨

- 최근 몇 년간 현대식 유통채널을 통한 우유 판매가 증가. 특히 도시지역에서 더 많이 증가함. 갈수록 많은 유제품 회사들이 기존의 유제품 유통채널보다 현대식 유통채널에 의존하고 있음. 현대식 유통채널에서 냉동저장시설도 활용가능하고, 저렴한 가격에 유통이 가능하기 때문