

베트남, 신선 우유 시장 확대? 한국산 우유 수출 기회 잡아야

2019년 5월 15일

□ 키워드 : 신선우유, 유제품, 베트남

□ 베트남 우유 시장 전반

- 여러 매체를 통해 다뤄져왔듯이 베트남은 연간 우유 소비량이 역내 국가보다 훨씬 낮아 잠재성이 있는 시장으로 고려됨.
- 베트남 통계청 사전 통계에 따르면, 2010년부터 2019년 3월까지 미화 80억 달러규모의 우유 및 유제품을 수입하였음.
- 국내 유제품회사 공급량이 소비자 수요를 따라가지 못해 매년 평균 미화 8억1천7백만 달러를 수입산 우유와 유제품에 지출.
- 우유는 일용재로서 베트남 식품예산 조사기관 Virac의 자료에 따르면 전체 포장식품중 약 10퍼센트 가량을 차지.
- 베트남 소득 수준 증가와 함께 꾸준한 성장을 기대했던 우유 시장은 전체적으로 성장세가 줄어들고 있어 성숙기에 접어든 것으로 판단하는 경우가 있음. 세부적으로 살펴보았을 때, 분유 시장은 300개가 넘는 브랜드가 경쟁하고 있으며, 멸균우유의 경우 국영기업 출신 비나밀크(Vinamilk, Vietnam Dairy Product JSC)사의 시장 장악.
- 액상 우유는 분유(Sua Bot), 멸균우유(Sua Tiet Trung), 신선우유(Sua Tuoi)로 분류 (표기상의 혼란을 줄이기 위하여 분유는 건조 형태의 가공유, 멸균우유는 주로 테트라팩(Tetra Pak)으로 포장하여 개봉 전 실온 장기 보관 가능한 환원유 및 일부 고온멸균(HTST)우유로 한정. 신선우유는 한국에서 쉽게 유통되는 냉장 매대 진열 제품을 가리킴.)

□ 액상 우유 기준의 재정립 기대

- 종래 액상 우유 분류표기에 대한 모호한 기준으로 가공유의 일종인 분유를 물에 배합한 환원유를 멸균우유로 표기하면서 신선우유로 혼동하기 쉬움.
- 시중에 판매되는 환원유가 처리 공정 중 영양성분 손실이 있어 개중

에는 소비자가 검증되지 않은 생우유를 구매하여 가정에서 가열처리하여 음용하는 경우도 있음.

□ 유제품 대기업의 신선 우유 시장 진입 예상

- 베트남 현지 유통체계 및 기술미비, 수요보다 낮은 생산물량 등의 여러 요인으로 인해 시중에 제품으로 취급되는 환원유가 음용유 시장의 대부분을 차지.
- 유통망을 갖춘 회사 또는 하노이와 호치민 등 대도시를 중심으로 근교 목장 원유를 생산하는 회사에서 신선 우유 제품 판매. 전체 시장에서의 규모를 보았을 때, 신선우유의 비중은 여전히 작은 규모로 시장 진입장벽이 낮은 편임.
- 2019년 4월 중순까지 전체 우유 시장 브랜드 인지도 1위의 비나밀크社は 두 차례 공개 매수(public offer to GTNfoods shares)를 통해 Moc chau milk 브랜드를 소유한 GTNfood의 지분 약 47% 매입을 확정하였음. 국내 우유 생산 단가가 높아 원유 수입을 선호하는 상황에서 시장 다양성을 추구하기 위한 Vinamilk社の 시장파이 확보 전략으로 예상. 비나밀크社の 경쟁사중 하나인 TH true milk社は 2013년도 신선 우유 업체(Da lat milk)를 인수.
- 한편, 음용유 브랜드인지도 2위인 독일 FrieslandCampina(환원유인, Dutch Lady 제조사)의 경우, FTA 및 CPTPP 등으로 인한 베트남 우유 시장에 대한 경쟁과열을 염두에 두고, 단가 및 판매 비용을 절감하는 행보를 보였음.
- 유제품 대기업은 전체 우유 시장 경쟁 확대를 예상한 인수합병(M&A), 소비자 니즈에 맞춘 유기농우유(2016년 이후 출시), 기능성 우유(소화가 잘되는 A2 우유-비나밀크 출시)등 다양화, 브랜드이미지 제고 등의 다양한 방법으로 기업의 입지를 굳히고자 시도.
- 환원유 및 분유 시장 포화가 자연스럽게 신선 우유 시장으로의 진입이 끌어내는 것으로 보임. 또한 결과적으로 멸균우유 시장의 성장세 부진, 분유 시장의 과열경쟁에 의해 유제품회사가 신선 우유 시장으로 눈길을 돌리게 되는 계기가 될 것으로 예상

< 베트남 내 신선우유 제조업체 및 제품 >

회사	브랜드 제품명	유통 지역	비고
Ba Vi milk JSC(IDP)	바비(Ba Vi)우유	전국	두 개 유닛으로 분리. 각 Bavi milk JSC, International Dairy Company 하노이 근교에 생산지 소재
GTNfood	목쩌우(Moc Chau) 우유	북부	북부지역 대표 신선우유 브랜드 신선 시장 내 지분 23%로 추정, Son La성 Moc Chau현 생산지 소재.
Phudongmilk	Phudong milk	하노이	하노이 자립지역 소규모 신생업체로 추정
TH food chain JSC	TH true milk	전국	Nghe An성 생산지 소재
TH food chain JSC	달랏(Da Lat) 우유	대도시 중심	고원지대 신선한 우유로 널리 알려짐, 2013년 3월 TH food chain JSC에서 인수.
Goodmilk	꾸찌(Cu Chi) 우유	호치민	배달 가능
Familk	Familk	호치민	로컬유제품 회사
Vietnam Dairy product JSC	Vinamilk	전국	
Lothamilk JSC	Lothmilk	남부	대만과 합작회사

* 출처 : 자체 조사

□ 신선 우유에 대한 소비자 인식과 접근 전략

- 베트남인들이 연간 우유 소비량은 15리터가량으로, 베트남 소비자는 우유를 성장기 아동 및 젊은 성인층의 영양공급원으로 인식.
- 베트남 시중 판매 음용유 대부분이 환원유로 처리 공정에서 일부 지방층(Vang Sua)이 제거로 목장에서 납품하는 원유보다 영양가가 떨어진다고 믿음.
- 일부 기사를 통해, 검증 되지 않은 생우유를 직거래를 통해 구매하는 사례가 있음을 확인 또한 미미한 비율로 일본산 및 한국산신선우유 수입이이 공식/비공식적인 루트를 통해 이루어짐을 파악(소비자 유통 채널은 온라인 쇼핑몰로, 전체 유통 채널의 5% 차지)

- 베트남 소비자들은 지속적으로 고영양가, 안전먹거리를 추구하며, 동시에 일용재인 우유는 합리적인 가격을 무시할 수 없음을 시사.
- 베트남 국내 액상 우유의 모호한 기준으로 신선 우유에 대한 인식이 낮음. 하지만, 인식 개선을 통해 소비자들이 “매장”에서 찾아 볼 수 있는 “영양가가 높은” 신선우유를 선택할 수 있게 된다면 자연스럽게 보다 가격대가 높은 한국산 제품을 프리미엄으로 분류하여 시장 진출이 가능할 것으로 예상됨.
- 압도적인 브랜드 인지도를 가지고 있는 비나밀크社가 신선 우유 시장을 장악하는데 어느 정도 시간이 소요될 것으로 예상.
- 박항서 감독을 비롯한 한류를 이용한 브랜드 및 상품 홍보는 현지 기업에서도 찾아볼 수 있어 심도 있는 소비자 시장 조사를 통해 한국산 제품에 충성도를 보일 수 있는 타겟을 지정하고 홍보할 필요가 있음.
- 현재 베트남 신선 우유 시장은 전반적으로 유통, 가공기술면에서 취약하나 가격에 강점이 있어 시장 다양성의 일환으로 프리미엄을 원하는 고객 대상으로 한국산 제품에 대한 신뢰를 굳혀나가야 할 것.

□ 출처

1. Thanh Nien, 'Vinamilk tiếp tục chào mua cổ phiếu GTNFoods', 2019년 4월 12일
<https://thanhvien.vn/tai-chinh-kinh-doanh/vinamilk-tiep-tuc-chao-mua-co-phieu-sua-moc-chau-1070490.html>
2. Giao Duc, 'Ai tiếp tay để Vinamilk đổi sữa bột pha lại thành sữa dinh dưỡng học đường?', 2019년 4월 6일
<https://giaoduc.net.vn/Giao-duc-24h/Ai-tiep-tay-de-Vinamilk-doi-sua-bot-pha-lai-thanh-sua-dinh-duong-hoc-duong-post197238.gd>
3. Bizlive, 'Vinamilk chính thức chào mua công khai gần 47% cổ phần GTNFoods với giá 13.000 đồng/cổ phần', 2019년 4월 14일
<https://bizlive.vn/doanh-nghiep/bizdeal-vinamilk-chinh-thuc-chao-mua-cong-khai-gan-47-co-phan-gtnfoods-voi-gia-13000-dongco-phan-3502372.html>