

수입 멸균우유의 부진, 어떻게 경쟁력을 높일 것인가?

청두지사

상온우유에 무관심한 중국소비자들

- 올해 중국 국내외 우유업체들의 상온우유 판매실적이 부진한 것으로 나타났다. 다만 티몰(天猫超市), 징둥상청(京东商城)과 같은 온라인몰에서는 앙코르(安佳), 바이젠도르프(德亚), 데본데일(德运) 등 일부 유명 수입 멸균우유 브랜드들의 판매만 어느정도 이루어질 뿐이다.
- 북삼환(北三环)지역의 한 슈퍼마켓에서는 소비자들에게 중국산 우유 구매를 유도하기 위하여 할인판매 전략을 취해야 하는 실정이며, 수입브랜드 상온우유의 경우도 소비자의 외면을 면치 못하면서 부진한 성적을 내고 있다. 심지어 매장에 진열된 대부분의 수입산 상온우유 제품들은 유통기한이 모두 얼마 남지 않은 것으로 나타났다.

오래된 생산일자와 짧은 판매기간의 수입 제품

- 수입 멸균우유들은 중국 제품에 비해 상대적으로 오래된 생산일자와 짧은 판매기간을 가질 수 밖에 없다. 이는 생산지에서 중국 현지에 들어오기까지 운송에 최소 1~2개월, 통관까지 최소 2주에서 2개월까지 소요되기 때문이다.
- 실제로 10여 개의 수입브랜드 중 지난해 10월에 생산된 제품을 제외하고 거의 모든 우유의 생산일자는 2018년 상반기에 집중되어 있었다.
- 예를 들어 데본데일 탈지우유, 앙코르 저지방우유, MUH 우유의 생산일자는 대부분 2018년 초였고, 최신 프레스메도우 전지우유의 경우 2018년 4월 9일에 생산된 것으로 확인되었다.

수입브랜드 상온우유 제품들



뉴질랜드산 앙코르 우유



독일산 바이젠도르프 우유



호주산 데본데일 우유



1. 중국브랜드 명뉴 우유
2. 중국브랜드 이리 우유

신선하고 유통기한이 짧은 우유를 선호

- 수입 상온우유는 오래 경과된 생산일자 탓에 이리, 명뉴 등의 중국브랜드에 비해 판매가 저조한 상황이다. 실제 티몰에서 가장 많이 팔리는 수입 멸균우유의 월 판매량은 3만 2천병인 반면, 가장 많이 팔리는 중국 제품의 판매량은 16만 병에 달하는 것으로 집계됐다.
- 전문가들은 이러한 현상에 대해 소비자들이 신선하고 유통기한이 짧은 우유를 선호하기 때문인 것으로 분석한다. 또한 수입제품의 주요 소비지역인 화동(华东), 화남(华南)의 소비자들 역시 생산일자가 가까운 신선한 생우유를 더 선호하고 있어 이것이 수입 멸균우유의 판매에 영향을 미치고 있다고 설명했다.

판매량 증가 가능성을 지닌 수입 멸균우유

- 일부 매장에서 수입 상온우유의 판매가 부진한 것은 사실이지만, 수입품 자체의 가격이 중국제품과 비교하여 상대적으로 저렴하기 때문에 향후 판매량 또한 크게 늘어날 가능성은 있다.
- 업계관계자들은 중저가 소비층을 타깃으로 한 따룬파(大润发), 화리엔마트(华联超市), 월마트 등 대형마트에서 주로 중국제품을 위주로 진열하기 때문에 수입 멸균우유보다 높은 판매량을 나타내는 것이라고 예측하기도 했다.

제품 자체의 차별화 전략이 필요

- 전문가들은 중국산 상온우유의 가격이 점점 저렴해지는 것은 수입 멸균우유와의 경쟁 때문인 것으로 판단하고 있다. 호주, 독일 등 수입 멸균우유 품목이 갈수록 증가하고 있고 가격 또한 보다 저렴해지고 있기 때문이다.
- 수입우유의 가격경쟁력에 위협을 느낀 중국브랜드들은 중고가 상온우유의 지속적인 가격 할인을 통해 소비자들의 구매를 유도하고 있다. 때문에 수입브랜드가 가격만으로 중국우유의 판매량을 뛰어넘기는 어려울 것으로 보인다. 오히려 가격이나 판촉행사 뿐만 아니라 제품 자체의 차별화 전략을 꾀하는 것이 중국시장에서 수입 브랜드가 살아남을 수 있는 방법이라 판단된다.