

유제품

담당 | aT 식품수출부 고현미 대리 (T. 061-931-0844)

1 국내 생산 및 유통동향

가. 생산동향

☑ 생산동향

◆ 국내생산 현황 ◆

구분	'12	'13	'14	'15	'16	'17
젖소사육수(천수)	249	246	248	233	229	-
낙농가수(호)	6,025	5,873	5,736	5,519	5,364	5,173
원유생산량(천톤)	2,111	2,093	2,214	2,168	2,070	2,058
국내가격(원/L)	981.25	1,022.16	1,088.09	1,085.88	1,082.71	1,075.10
수출량(천톤)	37.1	41.7	49.3	46.8	48.9	35.8
수출액(천불)	142,234	162,566	195,326	208,923	222,191	137,034

자료원: 사육수·원유생산량(농식품부, 낙농진흥회), 국내가격(원유의 농가수취가격 기준), 수출관련(KATI 통관기준)

- 원유생산량은 전년도와 비슷한 수준이나, 유제품 소비량은 증가세를 보임
- 2017 유제품 수입량(원유 환산)은 266,721톤으로 전년대비 감소
- 글로벌 경기불황 및 유제품 소비패턴 변화(시유→가공유제품)로 신선유제품(시유 등)의 원유사용량은 소폭 감소
- 우유보다 가공품 선호 늘어, 유제품 자급률 50% 이하 기록

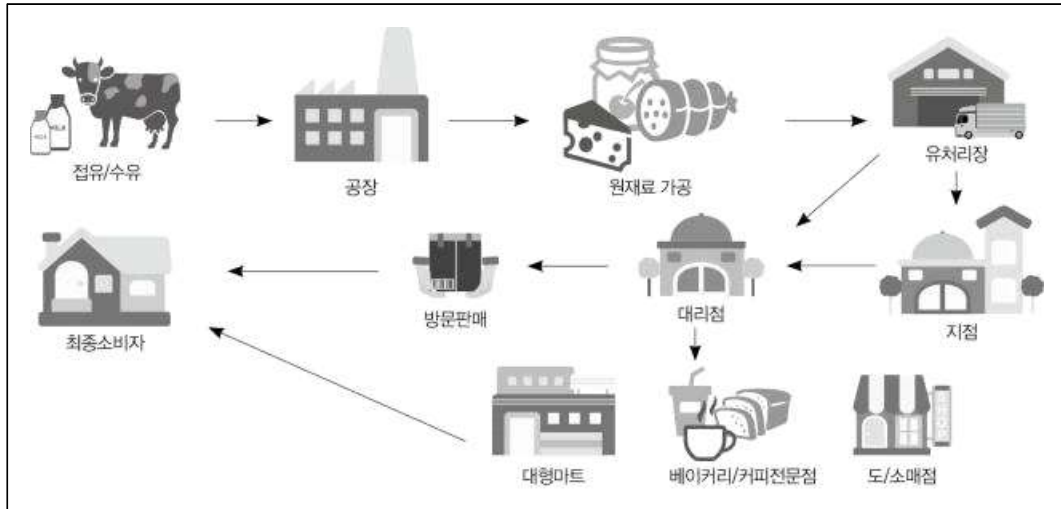
☑ 향후 전망

- 주요 낙농 국가의 원유 생산량 증가에 따른 국제가격 하락으로 수입 유제품 가격이 소폭 하락할 것으로 전망되어 유제품 수입량 증가세가 커질 것으로 전망
- 수입량 증가에 따른 공급량 증가로 소비량 또한 늘어날 것으로 전망

나. 유통 및 소비동향

☑ 유통동향

○ 유제품 유통경로(요약)



☑ 소비동향

- 1인당 원유 소비량은 꾸준히 증가하고 있지만, 세계무역기구(WTO) 가입과 낙농 선진국과의 자유무역협정(FTA) 체결 등 시장 개방으로 유제품 수입량은 증가세
- 1인당 유제품 연간 소비량은 늘어나고 있는 추세임
 - 1인당 우유 소비량 : ('12) 67.2 → ('13) 71.3 → ('14) 72.4 → ('15) 75.7 → ('16) 76.4kg
- 가공 유제품에 대한 선호도가 높아질수록 국내산 원유의 소비량 줄어드는 구조로 원유 품질 고급화 및 다양한 유제품 개발을 통한 우유 소비 확대를 위해 노력

2 2017년 수출동향 및 전망

가. 수출동향

수출추이

수출실적

(단위: 톤, 천불)

구분	'14	'15	'16		'17		증감률	
			물량	금액	물량	금액	물량	금액
전체	157,168	166,207	35,514	173,921	31,486	127,864	△11.3%	△26.5%
조제분유	91,002	112,558	9,767	121,495	6,586	77,639	△32.6%	△36.1%
생우유	16,031	17,902	9,124	16,551	8,185	14,325	△10.3%	△13.4%
발효유	8,274	8,644	6,793	9,509	6,154	8,249	△9.4%	△13.2%

수출동향

- 유제품 전체 수출은 주요 수출국인 중국으로의 수출 감소 등 영향으로 전년 동기대비 26.5% 감소한 128백만불
- (조제분유) 주요 수출국은 중국으로 수출금액은 전년 동기대비 36.1% 감소한 77.6백만불
- (생우유) 대부분 중국으로 수출(96%)되며, 수출금액 전년 동기대비 13.4% 감소한 14.3백만불

국가별 동향

국가별 수출실적

(단위: 톤, 천불)

구분	'14	'15	'16		'17		증감률	
			물량	금액	물량	금액	물량	금액
전체	157,168	166,207	35,514	173,921	31,486	127,864	△11.3%	△26.5%
중국	97,782	116,107	18,841	127,129	14,127	78,671	△25.0%	△38.1%
베트남	9,985	12,402	636	8,323	566	8,559	△11.1%	2.8%
일본	14,558	11,825	3,865	11,388	4,583	13,854	18.6%	21.7%
미국	5,341	5,356	4,272	5,595	4,045	4,841	△5.3%	△13.5%

자료원: 기타국('17년 기준) : 캄보디아(4.8백만불, 25.5% ↑), 사우디아라비아(4.1백만불, 3.3% ↓), 호주(2.8백만불, 21.2% ↓)

○ 조제분유 : ('16) 121.5백만불 → ('17) 77.6백만불

- (중국) 3월 이후 중국 내 사드이슈에 따른 한국식품에 대한 불매운동 분위기 여파에 따른 현지 주문물량 급감으로 대중 수출 전년대비 대폭 감소
- (베트남 · 캄보디아) 중국으로의 수출 애로에 따른 동남아 시장(베트남, 캄보디아)으로의 리뉴얼 제품 수출 및 TV광고 등 마케팅 집중으로 수출 증가세

(단위: 톤, 천불)

구분	'16		'17		증감률	
	물량	금액	물량	금액	물량	금액
전체	9,767	121,495	6,586	77,639	△32.6%	△36.1%
중국	8,537	104,921	5,443	61,049	△36.2%	△41.8%
베트남	485	7,584	457	7,652	△5.6%	0.9%
사우디아라비아	453	4,268	446	4,127	△1.4%	△3.3%
캄보디아	224	3,818	236	4,785	5.3%	25.3%

○ 생우유 : ('16) 16.6백만불 → ('17) 14.3백만불

- 중국이 수출비중의 96%를 차지하고 있으며, 사드이슈에 따른 중국 내 한국식품 소비에 대한 부정적 분위기로 인한 현지 주문물량 감소로 전년대비 수출 감소

(단위: 톤, 천불)

구분	'16		'17		증감률	
	물량	금액	물량	금액	물량	금액
전체	9,124	16,551	8,185	14,325	△10.3%	△13.5%
중국	8,789	16,082	7,816	13,762	△11.1%	△14.4%
필리핀	180	229	130	173	△27.7%	△24.1%
홍콩	125	195	149	244	19.7	24.9

나. 2018 수출전망

☑ 총괄전망

- 중국의 1가구 2자녀 허용 정책에 따른 영유아 제품 시장 규모 확대와 중국 중산층의 수입 제품 선호로 전반적인 수출 증가 전망
- 수입 중국 소비자의 반한 감정 영향과 중국의 신조제분유법 시행 등 극복해야 될 여건은 많으나 완만한 회복세 전망
- 중동과 동남아시아 등 신 시장 진출을 통한 수출 회복 기대
- 유제품 수출업체의 말레이시아 정식 등록에 따른 할랄 인증으로 유제품의 할랄 시장 수출 확대 기대

☑ 국가별 전망

- 중국
 - 주력 시장인 중국 내 유제품 홍보행사 지속 추진으로 소비 확대 도모
- 베트남 · 캄보디아
 - 국내 유제품 업체와 연계한 홍보 마케팅 등 틈새시장에 대규모 마케팅 투자 등을 통해 한국산 브랜드 이미지 제고 추진

다. 2018 중점 추진 방향

☑ 중점 추진 방향

[해외마케팅]

- 중국 수출 회복을 위한 지속적인 판촉 및 마케팅 실시
 - 중국 내륙 주요 유통매장 연계 판촉 · 홍보 추진으로 유제품 입점 확대
- 온라인 사이트 연계 유제품 브랜드 마케팅 실시
 - 온라인 사이트 연계 한국 유제품 판촉을 통한 브랜드 인지도 제고
 - 육아전문사이트 연계 한국 유제품 홍보 마케팅
- 정책 변화에 맞는 홍보 마케팅 추진으로 수출 확대

3 주요 국가별 시장동향

가. 중국

☑ 생산동향

○ 중국 원유 생산량은 '14년 전년대비 5.5% 증가한 3,724.6만 톤

구분	'10	'11	'12	'13	'14
원유(原乳) 생산량(만 톤)	3,576	3,658	3,744	3,531	3,725

자료원 : 중국국가통계국 중국 통계연감

○ 중국 원유 기지는 광범위하게 분포되어 있으며, 주요 생산지역은 북방권역

- 중국 유제품 주요 생산지역은 허베이성, 네이멍구 자치구, 허난성

○ '16년 중국 유제품 생산업체는 627개로 집계됨

- 현지 중국 시장은 상온우유는 명뉴, 이리, 썬위안, 광밍 등 국산 브랜드가 독점하고 있음

○ 중국의 우유시장은 상온우유 위주로 고급화가 진행 중

- 중국 도시화 진전으로 고급 우유시장 수요가 빠르게 증가하여 신선우유의 수입 수요를 촉진

◆ 중국 생산업체 시장점유율 순위 ◆

순위	생산업체	2014	2015	2016
1	Yili	18.7%	20.5%	21.2%
2	Mengniu	18.5%	18.4%	20.2%
3	Guangming	5.6%	5%	4.9%
4	Yangyuan	4.2%	4.8%	4.0%
5	Wahaha	6.6%	5.4%	4.1%
6	WangWang	3.8%	3.3%	2.7%
7	Nestle	2.6%	2.3%	2.1%

자료원 : 중국산업신식망

☑ 수입동향

◆ 2017 중국 유제품 수입동향 ◆

단위: kg, 천불

국가	조제분유		국가	생우유	
	수입량	수입액		수입량	수입액
전체	295,932	3,980,080	전체	667,555	879,354
네덜란드	87,555	1,159,873	뉴질랜드	209,962	377,622
뉴질랜드	47,372	688,807	프랑스	91,873	164,368
아일랜드	37,643	648,646	독일	195,458	154,068
독일	27,547	414,886	호주	76,185	69,091
호주	12,375	192,540	영국	16,091	33,153
덴마크	20,907	221,035	한국	7,793	14,152

자료원 : GTA(조제분유 : 1901101010 / 생우유 : 0401)

- 중국의 '17년 조제분유 수입규모는 3,980백만불로 전년대비 32.3% 증가
 - 주요 수입국은 네덜란드(29%), 뉴질랜드(17.3%), 아일랜드(16.3%) 등이며, 한국은 10위로 1.5% 차지
- 중국 소비자들의 수입산 분유에 대한 선호도가 높으며, 중국 2자녀 정책에 힘입어 중산층을 상대로 하는 고가 유기분유 수요가 높을 것으로 기대됨
- 중국의 조제분유에 대한 정부 정책 내용에 맞게 등록·대비할 필요가 있음
- 중국의 '17년 우유 수입규모는 879백만불로 전년대비 37.5% 증가
 - 주요 수입국은 뉴질랜드(42.9%), 프랑스(18.7%), 독일(17.5%) 등이며, 한국은 6위로 1.6% 차지
- '14년 5월 중국 해외 유제품 생산기업(품목) 등록제에 따라 수출이 중단되었던 살균유가 '15년 6월부터 수출 재개되면서 수출 증가에 기여
- 중국 우유 수입량의 지속적인 증가 등 수입우유에 대한 수요가 높음
- 또한 중국의 두 자녀 정책 시행, 식품 안전성 문제에 따라 해외 유제품 급성장하고 있음

☑ 소비동향

- 중국은 소득수준의 향상과 자국 유제품에 대한 불신 및 낮은 품질수준으로 수입산 유제품에 대한 소비가 높음
- 중국의 소득수준 증가와 건강관념 제고로 기존의 멸균우유 중심시장에서 살균우유 선호도가 증가하고 있음
 - 생우유의 경우 수입·통관 후 보통 10일 이내에 판매 가능. 주요 유통매장, 백화점 및 수입식품 전문마트 등에서 판매 증가
- 맛 첨가 우유(바나나맛, 딸기맛 등)에 대한 소비가 증가하고 있으며, 건강식품에 대한 관심 증가로 저지방 우유를 선호하는 비율이 높음
- 소비자들은 유아용품 구매 시 가격보다 품질과 인지도를 중요하게 생각함
 - 중국 소비자들은 배합방법, 품질, 제품 성분을 중요한 구매요소로 생각하고 있어 중국 시장에서는 제품 성분(영양)과 안전을 중시할 필요가 있음

나. 베트남

☑ 생산동향

- 베트남 원유 생산량은 '15년 전년대비 131% 증가한 723.1천 톤

◆ 베트남 낙농 수 및 원유생산량 현황 ◆

구분	2010	2011	2012	2013	2014	2015
낙농수(천마리)	128.6	142.7	166.9	186.4	227.6	275.3
원유생산량(천톤)	306.7	345.4	381.7	456.4	549.5	723.1
1인당 소비량(kg)	21	19	-	22	22	20

자료원: 베트남 농업·농촌개발부

- 베트남 경제성장에 따른 소득증대와 식습관 변화 등으로 우유소비량이 확대되고 있음
- 2016년도 유제품 매출액 42조 6000억 동(약 2조 1300억원) 기록
- 베트남 분유의 질적 향상과 자국 분유에 대한 신뢰도가 늘어나면서 외국계 기업 시장 점유율 감소한 반면 베트남 기업은 증가세
 - 신선유제품의 90% 이상이 현지 기업으로부터 생산되고 있음

- UHT우유(초고온 멸균우유)의 경우, Vinamilk, TH True Milk, Dutch Lady 브랜드가 시장점유율의 70% 이상을 차지하며, 나머지 30%는 호주, 뉴질랜드, 프랑스 등에서 수입되고 있음

☑ 수입동향

- '16년 베트남 유제품 수입액은 8억 5000만 불로, 뉴질랜드 21.7%, 싱가포르 16.7%, 미국 8%를 차지함
- 베트남 기업의 분유도 수입산(뉴질랜드, 미국, 호주, 유럽 등) 원료와 원유를 사용하고 있음
 - 수입제품이 품질과 안전성에서 더 우수하다고 생각하고 있음

☑ 유통동향

- 영유아식품의 유통은 대형마트, 영유아전문점, 식료품 소매점 등에서 이뤄지고 있음
- 분유의 주요 유통채널은 슈퍼마켓, 하이퍼마켓, 대리점, 소규모 상점 등으로 파악됨
- SNS 등 온라인에 익숙한 젊은 층의 온라인 유통채널을 통한 구매도 늘고 있음

☑ 소비동향

- 베트남 경제발전 및 소득증가, 높은 출산율 등으로 유제품 수요는 매년 증가
- 제품 포장의 영양성분을 중시하는 경향이 있음
- 최근 영유아식품 트렌드로는 유기농 등 자연적인 재료를 선호하며, 온라인 쇼핑을 선호하는 소비자가 늘고 있음

◆ 조제분유 판매제품 현황 ◆

	제품명	Similac 1		제품명	임페리얼드림XO
	제조사	Abbott		제조사	남양
	가격	VND510,000		가격	VND285,000
	용량	900g		용량	400g
	제조국	싱가포르		제조국	한국
	제품명	Enfamil A+ 1		제품명	Grand Noble
	제조사	Mead Johnson		제조사	롯데푸드
	가격	VND519,000		가격	VND580,000
	용량	900g		용량	750g
	제조국	태국		제조국	한국
	제품명	Nestle Nan Optipro 1		제품명	I am Mother Kid
	제조사	Nestle		제조사	남양
	가격	VND354,000		가격	VND650,000
	용량	800g		용량	800g
	제조국	네덜란드		제조국	한국
	제품명	Dielac Optimum Gold Step 1		제품명	Absolute 1
	제조사	Vietnam Dairy Products JSC(Vinamilk)		제조사	Maeil
	가격	VND410,000		가격	VND495,000
	용량	900g		용량	800g
	제조국	베트남		제조국	베트남
	제품명	Frisolac Gold 1		제품명	Meiji Infant Formula
	제조사	Friesland Campina		제조사	Meiji
	가격	VND428,000		가격	VND469,000
	용량	900g		용량	800g
	제조국	베트남		제조국	일본

자료원 : aT 베트남 영유아식품 시장조사 보고서('17.11)