



분유시장의 새로운 트렌드 산양분유의 경쟁력

청뚜지사

고속성장 중인 산양분유시장

- 중국 식품시장에서 유제품 소비는 큰 비중을 차지해왔는데, 그중에서도 매우 중요한 위치를 차지하는 것이 분유의 생산과 소비이다.
- 최근 중국에서 빠르게 성장하고 있는 영유아용 산양분유시장에 대해 중국사회과학원 식품의약품산업 발전 및 감독연구센터는 2018년 총 매출규모가 100억 위안(약 1조 6천억 원)에 이를 것으로 전망했다.
- 2018년 말이면 중국에서 산모와 영유아가 있는 가구규모는 2억8천6백만 호에 달할 것으로 예상되며, 이에 따라 중국 산모와 영유아 대상의 시장규모는 3조 위안(약 300조원)을 돌파할 전망이다.

식품 안전과 영양에 대한 관심

- 2008년 중국 산양분유의 매출액은 3억 위안(약 490억 원)에 불과했으나, 2014년에는 35억 위안(5700억 원), 2015년에는 50억 위안(8170억 원)을 돌파하여 매년 늘어나는 추세다.
- 소젖을 원료로 하는 분유는 분유업계에서 독보적인 위치를 점해왔으나, 소비수요와 공급구조의 변화에 따라 최근 몇 년간 산양분유의 생산과 판매는 현저한 증가세를 보이고 있으며, 그에 따라 산양분유 산업이 급속도로 발전하고 있다. 소비자들의 경제력과 소비수준이 향상되면서 식품안전과 영양에 대한 관심이 커지는 만큼, 인체에 잘 흡수되고 영양이 풍부하며 맛 있다는 평을 얻고 있는 산양분유 쪽으로 관심이 쏠리고 있는 것이다.

수입 산양분유제품의 강세

- 물론 산양분유 시장의 점유율은 중국 내 소젖분유 시장 규모에 비하면 여전히 낮은 편이다. 반면에 국내 생산업체는 20~30개 업체에 이르고 브랜드 수는 200~300개에 달한다. 이렇듯 브랜드가 가진 영향력과 집중도가 높지 않아 시장에서 절대적인 우위를 보이지는 못하고 있는 상황이다.
- 이에 반해 수입 산양분유 브랜드의 분화현상은 뚜렷이 나타나고 있다. 네덜란드에서 수입한 카브리타(Kabrita)의 산양분유는 수입규모가 커지면서 2014년 중국 영유아용 산양분유 수입량의 75.67%를 차지한 이래로 4년 연속 부동의 1위를 지키고 있다.
- 전문가들은 중국의 '두 자녀 정책(二胎政策)'과 함께 소비구조가 업그레이드되면서 산양분유 시장에 새로운 봄날이 찾아올 것이라고 말한다. 또한 멜라민 분유 파동으로 소비자들이 젖소분유 대신 산양분유로 시야를 돌리는 계기가 되었다고 분석한다.

다양한 소비계층에 맞는 차별화 전략 구사해야

- 전 세계 우수 식품회사들은 거대한 소비력을 지닌 중국 시장에 너 나 할 것 없이 들어와 소비자들을 공략 중이다. 14억에 달하는 거대한 인구만큼이나 다양한 소비계층과 소비취향이 존재하는 중국시장에서 산양분유는 기존 젖소분유와의 원료 차별화로 영유아 분유시장을 공략하고 있으며, 시장 내에서 고급제품으로 인정받고 있는 분위기다.
- 인구 고령화를 막기 위한 중국 정부의 두 자녀 정책이 당초 기대만큼 효과를 얻지 못하고 있는 것으로 보이나 중국정부는 지난 9월 인구감축·가정발전사(人口監測·家庭發展司)라는 기구의 신설을 확정·발표했다. 곧 중국 정부의 강도 높은 출산장려책이 시작될 것으로 전망되며 이에 따라 분유업계 역시 안정적인 성장을 유지할 것으로 보인다.
- 중국 소비자들이 영양과 건강 측면에서 이전보다 큰 관심을 가짐에 따라, 중국시장에 진출하려는 한국기업들 역시 소비자들의 다양한 욕구를 충족시키면서 건강 면에 특화된 제품을 통해 고급화 전략을 취하는 등 차별화된 마케팅을 펼치는 것이 필요하다.



중국에서 판매 중인 산양분유 제품들