

중국 · 베트남 조제분유 시장동향

2023.09.



2023년 9월 25일자 매매기준율(하나은행) 적용
1 USD(달러) = 1335원, 10 CNY(위안) = 1,826.10원, 1만 VND(동) = 548원

[목 차]

I. 한국산 조제분유 수출현황	4
1. 한국산 조제분유 수출국	4
II. 중국 조제분유 시장현황	5
1. 시장규모	5
2. 수입현황	7
3. 유통 및 소비현황	8
4. 비관세장벽 동향	17
III. 베트남 조제분유 시장현황	20
1. 시장규모	20
2. 수입현황	22
3. 유통 및 소비현황	23
4. 비관세장벽 동향	31
IV. 시사점	33

중국·베트남 조제분유 시장동향

1. 한국산 조제분유 수출현황

- 2022년 약 1억 854만 달러(한화 약 1,499억 원) 수출(HS Code 1901.10 기준)
 - * 주요 수출국으로는 ①중국(68.5%) ②베트남(16.7%) ③캄보디아(8.3%) 순

2. 중국 조제분유 시장현황

- 저출산 심화로 인해 조제분유 시장은 역성장 예상
 - * 중국의 조제분유 수입규모는 44억 3,572만 달러(한화 약 5조 9,216억 원)에 달하며, 한국산은 전체의 1.5%를 차지
- 반면, 프리미엄 제품에 대한 수요 강화
 - * 유기농, 산양유 분유 등 높은 가격에 판매되는 프리미엄 분유 제품을 선호하는 경향이 나타나며 ‘안전성’이 제품 구매 시 중요 고려 요소로 작용
 - * 주 구매층인 지우링호우 세대 소비자를 중심으로 ‘애국 소비’가 유행하며 중국산 브랜드 선호도가 점차 증가하는 추세
 - * 현지 온라인 유통채널에서 판매되는 한국산 분유의 경우 주로 성장기용 분유가 판매되고 있으며, 제품이 취득한 각종 인증을 강조하는 경향 보유

3. 베트남 조제분유 시장현황

- 비교적 높은 출산율과 경제 성장으로 구매력이 강화되며 성장할 것으로 예상
 - * 베트남의 조제분유 수입규모는 3억 2,878만 달러(한화 약 4,389억 원) 규모로, 한국산은 점유율 5.3%를 차지
 - * 여성의 사회진출이 증가함에 따라 모유수유만으로 양육하는 방식에서 벗어나 분유를 함께 급여하는 경향이 나타나며 분유 소비량이 증가하는 추세
- 아동의 성장, 면역력 강화 등 제품의 기능적인 측면 중요시
 - * 현지 온라인 유통채널에서 판매되는 한국산 분유는 제품의 원산지를 강조하는 제품이 다수 확인되며, ‘키 성장’을 중점적으로 홍보하는 제품

4. 시사점

- 시장별 현황 및 특성을 고려한 수출전략 수립이 필요

I. 한국산 조제분유 수출현황

1. 한국산 조제분유 수출국

□ 한국의 조제분유 수출 규모는 최근 5년간 소폭 증감을 반복하며 보합세를 유지

- 2022년 한국산 조제분유의 수출액은 전년 대비 2.0% 감소한 1억 854만 4,000달러(한화 약 1,449억 원) 규모로 집계
 - 한국산 조제분유의 주요 수출국은 ①중국(68.5%) ②베트남(16.7%)으로, 전체 수출액의 85.2%를 차지
 - 수출액 비중 1위를 차지한 대중국 수출은 지난 5년간 1.7% 감소한 약 7,439만 달러(한화 약 993억 원)로 집계
 - 동년 점유율 2위 베트남으로 약 1,807만 달러(한화 약 241억 원)가 수출되었으며, 이는 지난 5년간 연평균 19.9% 증가한 규모
 - 베트남으로의 수출액 급증은 베트남 소비자의 가처분소득이 증가하며, 프리미엄 등 고급 분유에 대한 수요 증가에 따른 것으로 분석

〈표 I -1〉 한국산 조제분유 수출금액 추이(2018~2022)

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (2022)	전년비 (21/22)	연평균 (18/22)
전 세계	104,427	100,415	95,158	110,771	108,544	100.0	-2.0	1.0
1 중국	79,772	74,251	62,557	73,163	74,392	68.5	1.7	-1.7
2 베트남	8,738	14,220	19,199	20,641	18,078	16.7	-12.4	19.9
3 캄보디아	6,143	2,724	4,049	6,347	9,039	8.3	42.4	10.1
4 대만	65	249	450	1,442	2,445	2.3	69.6	147.7
5 몽골	1,185	1,927	1,892	2,639	1,317	1.2	-50.1	2.7
6 파키스탄	19	86	0	478	1,069	1.0	123.6	173.9
7 아프가니스탄	6	26	33	552	600	0.6	8.7	216.2
8 태국	278	399	398	426	494	0.5	16.0	15.5
9 러시아	0	0	0	N/A	384	0.4	N/A	N/A
10 우즈베키스탄	2,928	1,919	1,716	1,946	322	0.3	-83.5	-42.4

*주: HS코드 1901.10(영유아·어린이용 조제 식료품(소매용 한정))

*출처: ITC Trademap(검색일: 2023.09.04.)

II. 중국 조제분유 시장현황

1. 시장규모

□ 저출산으로 영유아식품 시장은 점차 감소할 것으로 예상되나, 프리미엄 제품의 수요가 점차 확대될 것으로 추정

- 2022년 중국의 출생아 수는 956만 명으로, 최근 10년간 연평균 14.3%로 감소하는 등 저출산 국면을 보임
 - 2013년 한 해 약 1,776만 명을 기록했던 연간 출생아 수는 2022년 절반 수준인 956만 명까지 하락하는 등 중국의 출생률은 빠르게 감소하고 있음
 - 중국의 출생아 수는 지난 10년간 지속적인 감소세를 보였으며, 최근 5년간 더욱 가파르게 감소하는 등 저출산이 심화되고 있음
 - 중국 저출산 현상의 주된 원인으로서는 ①육아, 교육 등 양육 비용 부담 증가 ②여성의 사회진출 증가로 인한 출산연령 증가 등이 꼽힘

〈표 II-1〉 중국 출생아수 추이(2013~2022)

(단위: 만 명, %)

구분	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	전년비 (21/22)	연평균 (13/22)
출생아 수	1,776.3	1,897.3	1,655.0	1,883.2	1,764.8	1,523.0	1,465.0	1,202.1	1,062.0	956.0	-10.0	-6.7
출생률*	13.0	13.8	12.0	13.6	12.6	10.9	10.4	8.5	7.5	6.8	-9.3	-6.9

*주: 출생률은 국내 거주인구에 한함

*출처: 중국 경제통계 데이터베이스 CEIdata(<https://ceidata.cei.cn/jsps/Default>)(검색일: 2023.09.12.)

- 2022년 중국의 분유 시장규모는 전년 대비 0.3% 증가한 2,001억 3,630만 위안(한화 약 36조 5,468억 원) 규모로 집계
 - 저출산에도 불구하고 경제 성장에 따른 생활 수준 향상 및 가처분소득이 증가하며 영유아식품 시장이 질적으로 성장하고 있음
 - 분유 시장은 중국의 영유아식품 시장의 85.8%에 달하는 1,716억 6,280만 위안(한화 약 31조 3,473억 원) 규모, 전년 대비 0.5% 감소함
 - 성장기 분유의 시장규모는 36.4%의 비중을 차지하며 점유율 1위를 기록했으며, 1단계 분유는 22.5%로 주요 분유 유형¹⁾ 중 가장 낮은 점유율을 기록
 - 이는 2017년 발표된 중국의 ‘2017~2030 국가영양계획(國民營養計劃)’에 따라

1) 특수 영유아용 분유를 제외한 1단계 분유, 2단계 분유 및 성장기용 분유

6개월 미만 영아의 완전 모유수유 권장 정책이 시행되고 있기 때문

〈표 II-2〉 중국 영유아식품 시장규모 현황(2018~2022)

(단위: 백만 위안, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (2022)	전년비 (21/22)	연평균 (18/22)
전체(합계)	181,588.0	191,198.5	196,687.6	199,450.3	200,136.3	100.0	0.3	2.5
분유	161,936.0	168,961.1	171,967.2	172,519.9	171,662.8	85.8	-0.5	1.5
성장기용 분유 ¹⁾	61,672.0	66,469.7	70,163.2	72,112.5	72,780.3	36.4	0.9	4.2
2단계 분유 ²⁾	46,669.0	47,583.8	47,089.0	46,501.5	45,892.2	22.9	-1.3	-0.4
1단계 분유 ³⁾	48,219.8	48,625.1	47,575.1	46,342.3	45,081.4	22.5	-2.7	-1.7
특수 영유아용 분유	5,375.1	6,282.5	7,139.9	7,563.6	7,908.8	4.0	4.6	10.1
건조 이유식	9,904.6	10,335.2	10,454.8	10,826.0	11,153.0	5.6	3.0	3.0
가공 이유식	2,922.6	3,521.5	4,008.6	4,349.4	4,596.0	2.3	5.7	12.0
기타 이유식	6,824.8	8,380.6	10,257.0	11,755.0	12,724.5	6.4	8.2	16.9

*주1: Growing-Up Milk Formula: 걸음마기(13개월 이상 영유아 대상)분유 제품으로, 섭취 전 환원유 처리 및 농축된 분유

*주2: Follow-on Milk Formula: 생후 7-12개월 영아가 섭취하며 섭취 전 환원유 처리 및 농축된 분유

*주3: Standard Milk Formula: 0-6개월 영아가 섭취하며 섭취 전 환원유 처리 및 농축된 생후 분유

*출처: Baby Food in China(Euromonitor, 2022.09.)(검색일: 2023.09.04.)

- 2027년 중국의 영유아용 식품 시장은 1,756억 4190만 위안(한화 약 32조 739억 원) 규모로 2023년 이후 지속적인 감소세를 보일 것으로 예상
 - 중국의 저출산이 심화됨에 따라 전체적인 분유 소비량은 감소할 것으로 분석
 - 저출산으로 인해 반대로 자녀당 가용양육비가 성장하며 영유아식품 시장에서 프리미엄 제품에 대한 선호가 증가할 것으로 예상

〈표 II-3〉 중국 영유아식품 시장규모 전망(2023~2027)

(단위: 백만 위안, %)

구분	2023	2024	2025	2026	2027	비중 (2027)	전년비 (26/27)	연평균 (23/27)
전체(합계)	193,878.8	187,781.7	182,811.6	178,793.8	175,641.9	100.0	-1.8	-2.4
분유	164,348.9	157,109.0	151,025.5	145,993.7	141,939.8	80.8	-2.8	-3.6
성장기용 분유	70,834.3	68,749.0	66,402.0	64,341.1	62,677.1	35.7	-2.6	-3.0
2단계 분유	43,557.6	41,297.5	39,647.4	38,332.6	37,277.6	21.2	-2.8	-3.8
1단계 분유	42,035.8	39,139.1	37,062.3	35,430.1	34,135.0	19.4	-3.7	-5.1
특수 영유아용 분유	7,921.3	7,923.4	7,913.7	7,889.8	7,850.1	4.5	-0.5	-0.2
건조 이유식	11,244.4	11,354.6	11,450.0	11,530.2	11,594.7	6.6	0.6	0.8
가공 이유식	4,760.1	4,921.9	5,080.9	5,236.4	5,387.7	3.1	2.9	3.1
기타 이유식	13,525.4	14,396.1	15,255.2	16,033.6	16,719.7	9.5	4.3	5.4

*출처: Baby Food in China(Euromonitor, 2022.09.)(검색일: 2023.09.04.)

2. 수입현황

□ 중국의 조제분유 수입규모는 최근 5년간 소폭 증감을 반복하는 등 수입 분유 시장은 성숙기에 도달

- 2022년 조제분유 수입규모는 약 44억 3,572만 달러(한화 약 5조 9,216억 원)로, 전년 대비 2.5% 증가한 것으로 나타남
 - 주요 수입국은 ①네덜란드(46.6%) ②뉴질랜드(27.2%) ③아일랜드(7.7%) 순으로, 수입 상위 3개국이 전체 수입액의 81.5%를 차지함
 - 동년 점유율 1위를 기록한 네덜란드산 조제분유 수입액은 전년 대비 33.7% 증가한 약 20억 6,685만 달러(한화 약 2조 7,592억 원)로 나타났는데, 프리미엄 분유에 대한 수요 증가가 수출액 급증을 견인한 것으로 추정
 - ①경제 성장에 따른 가처분소득 증가, ②가구당 자녀 수 감소로 ‘안전하고 영양상으로 우수한 분유’에 대한 수요가 증가하며 중국 소비자가 ‘안전한 프리미엄 분유’라고 인식하는 네덜란드산 수입산 분유에 대한 수요가 증가한 것으로 분석
- 한국산 수입액은 약 6,559만 달러(한화 약 8756억 원)로, 전체 조제분유 수입액의 1.5%를 차지

〈표 II-4〉 중국 조제분유 수입금액 추이(2018~2022)

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (2022)	전년비 (21/22)	연평균 (18/22)
전 세계	4,769,238	5,191,522	5,067,105	4,325,955	4,435,724	100.0	2.5	-1.8
1 네덜란드	1,628,878	1,614,872	1,764,638	1,545,674	2,066,858	46.6	33.7	6.1
2 뉴질랜드	872,163	1,214,025	1,309,594	1,210,364	1,205,091	27.2	-0.4	8.4
3 아일랜드	726,778	771,777	625,639	410,872	343,468	7.7	-16.4	-17.1
4 프랑스	353,856	377,035	359,875	352,671	335,913	7.6	-4.8	-1.3
5 호주	164,039	231,805	221,373	187,272	156,314	3.5	-16.5	-1.2
6 독일	485,369	402,440	355,609	264,847	118,477	2.7	-55.3	-29.7
7 덴마크	198,890	256,795	162,347	145,948	66,663	1.5	-54.3	-23.9
8 대한민국	76,597	62,774	62,836	66,627	65,594	1.5	-1.6	-3.8
9 스위스	96,287	97,056	78,135	57,348	33,251	0.7	-42.0	-23.3
10 스웨덴	5,499	5,535	15,985	19,670	20,630	0.5	4.9	39.2

*주: HS코드 1901.10.10.(영유아용 분유(소매용))

*출처: ITC Trademap(검색일: 2023.09.04.)

3. 유통 및 소비현황

가. 유통현황

□ 중국 소비자는 영유아식품 구매 시 비식품 유통채널을 주로 이용

- 영유아식품 구매 비중은 비식품 유통채널(49.9%), 전자상거래(33.0%), 식료품전문점(17.1%) 순
 - 중국 소비자는 주로 유아용품점과 같은 비식품 유통채널에서 영유아식품을 구매하는 것으로 나타남
 - 유아용품점에는 분유 등 유아용품에 전문적인 지식을 보유한 상담원이 상주하고 있어 이를 선호하는 경향을 보임
 - 영유아식품과 유아용 화장품·의류와 산모용품 등을 판매하는 babemax, leyou, Aiyongdao 등 다양한 유아용품 전문점이 운영 중
 - 식료품 전문점 중 하이퍼마켓(12.3%)이 점유율 1위를 차지했으며, 슈퍼마켓(4.0%)이 그 뒤를 이음
 - 식료품 전문채널에서도 기저귀·분유 등 유아용품을 판매하고 있으나 유아용품 전문점 대비 제품군 종류가 적은 편

〈표 II-5〉 중국 영유아식품 유통채널 유형별 비중(2018~2022)

(단위: %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	전년비 (21/22)	연평균 (18/22)
전체(합계)	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	-	-
오프라인 유통	76.9	75.6	71.4	70.6	67.0	-5.1	-3.4
비식품 유통채널	51.5	53.9	52.2	51.7	49.9	-3.5	-0.8
기타 소비재 판매점	49.6	52.2	50.7	50.2	48.4	-3.6	-0.6
건강·미용 전문 소매점	1.9	1.7	1.5	1.5	1.5	0.0	-5.7
식료품 전문점	25.3	21.7	19.2	18.9	17.1	-9.5	-9.3
하이퍼마켓	16.2	15.1	13.5	13.3	12.3	-7.5	-6.7
슈퍼마켓	7.9	5.5	4.7	4.7	4.0	-14.9	-15.6
소규모 재래시장	1.2	1.1	0.9	0.9	0.8	-11.1	-9.6
온라인 유통(전자상거래)	23.1	24.4	28.6	29.4	33.0	12.2	9.3

*출처: Baby Food in China(Euromonitor, 2022.09.22)(검색일: 2023.09.05.)

나. 소비현황

□ 중국의 분유 기업은 중국의 국가표준을 준수해 제조한 제품임을 강조함으로써 신뢰를 회복하는 전략을 사용

- 2008년 발생한 중국산 분유의 멜라민 파동²⁾으로 하락했던 중국산 분유에 대한 신뢰가 점차 회복되고 있음
 - 중국 분유 브랜드인 Firmus, Jun Le Bao 등은 중국의 분유 국가표준을 준수 사실을 중점적으로 홍보하는 등 위생적으로 안전한 제품임을 꾸준히 소비자에게 전달함
 - 또한, 가격이 비싼 수입산 분유를 구매할 여력이 낮은 중소도시, 농촌을 중심으로 기반을 다져 축소된 분유 시장에서의 인지도·점유율을 제고하는 전략을 사용함

□ 분유 구매 시 ①안전성 ②영양성분이 주요 고려 사항

- 분유 구매 시 ‘안전성 검증’은 중국 소비자의 최우선 고려 사항
 - 2008년 멜라민 분유 파동이 중국 소비자에게 충격을 안기며, 안전성이 검증된 분유를 구매하고자 하는 수요가 폭발적으로 급증함
 - 안전성 검증의 수단으로 중국 소비자는 국가표준을 준수한 분유 및 유기농 분유, 이력을 추적할 수 있는 분유, 각종 인증을 취득한 분유 등을 선호함
- 또한, 영유아의 성장·면역 체계 발달 등에 도움을 줄 수 있는 영양상으로 우수한 제품을 선호
 - 이러한 소비자 선호에 대응하여 중국에서 판매되는 대다수의 분유 제품은 ‘영양상으로 우수할 뿐만 아니라 소화기관, 면역 체계, 두뇌발달에 필요한 영양성분을 풍부하게 함유하고 있음’을 중점적으로 강조함

□ 소득수준이 증가함에 따라 고급 분유를 선호하는 현상 확산

- 유기농·A2 단백질 분유 등 고급 분유 선호도가 증가함에 따라 중국 브랜드 역시 고급 분유 제품군을 다양화하고 있음

2) 波及30万孩子，骇人听闻的毒奶粉，十四年后受害的孩子如今怎样了(30만 명의 어린이에게 피해를 입힌 유독분유 사건, 14년 후 성장한 어린이에게는 어떤 일이 발생했나)(求知百科, 2022.12.24.)(검색일: 2023.09.22.)

- 중국 영유아 조제분유 시장에서 점유율 1위를 차지한 중국 브랜드 Firmus는 2022년 3월, 프리미엄 유기농 분유 라인 ‘Zhenzhi Organic’을 출시, 중국 소비자에게 인기를 끌³⁾
- 수입산 분유의 비중이 높았던 고급 분유 시장에 소도시를 기반으로 국내 분유 시장에서 인지도를 확대한 중국산 브랜드의 분유가 침투하고 있는 상황
- 고급 분유를 소비하는 소비자가 증가함에 따라 유아용 조제분유 제품의 평균 소매가가 증가하는 현상이 발생
- 2016년 228.5위안(한화 약 4만 1,726원)/kg 수준에서 2021년 268.9위안(한화 약 4만 9,104원)/kg으로 가격이 증가함⁴⁾

□ 2022년 점유율 상위 5위 브랜드 중 3개 브랜드가 로컬 브랜드로 구성

- 동년 점유율 1위를 차지한 브랜드는 Firmus로, 시장 점유율은 전년 대비 7.4% 증가한 17.5%를 차지
- Firmus는 최근 4년간 점유율이 연평균 16.4% 상승하는 등 중국 분유 시장의 강자로 부상함
- 이는 중국 유아용품 시장의 주력 소비자층인 지우링호우 세대 소비자에서 ‘애국 소비’가 유행함에 따라 로컬 브랜드 성장에 영향을 미친 것으로 예상
- 뒤이어 프랑스 브랜드 Aptamil이 7.6%로 점유율 2위를 차지했으며, 이어서 로컬 브랜드 Jun Le Bao가 6.4%로 점유율 3위를 기록

〈표 II -6〉 중국 조제분유 브랜드별 점유율 추이(2018~2022)

구분		2019	2020	2021	2022	전년비 (21/22)	연평균 (19/22)
1	Firmus	11.1	14.7	16.3	17.5	7.4	16.4
2	Nutricia Aptamil	6.3	6.3	7.0	7.6	8.6	6.5
3	Jun Le Bao	5.1	5.6	6.0	6.4	6.7	7.9
4	Yili	5.1	5.1	5.7	6.3	10.5	7.3
5	illumina	6.4	5.9	5.1	4.9	-3.9	-8.5
6	Friso	4.1	4.1	4.5	4.7	4.4	4.7
7	Biostime	3.1	3.2	3.2	3.0	-6.3	-1.1
8	Kabrita	-	-	-	2.6	N/A	N/A
9	Nutricia Nutrilon	2.5	2.4	2.4	2.4	0.0	-1.4
10	Enfinitas	-	-	-	2.3	N/A	N/A

*출처: Baby Food in China(Euromonitor, 2022.09.22)(검색일: 2023.09.04.)

3) 重磅! 飞鹤首款有机专利OPO婴配粉上市! 有机奶粉进入“新配方”时代! (페이허 최초의 유기농 분유 출시)(naifenz hiku, 2022.03.10.)(검색일: 2023.09.22.)

4) 婴幼儿奶粉高端化提速(유아용 분유의 고급화 가속화)(广州日报讯, 2022.05.23.)(검색일: 2023.09.22.)

①Firmus



- 중국의 대형 유아용 분유 브랜드인 Feihe의 산하 브랜드
- 중국 산모의 모유 샘플 1,500개를 수집·분석하는 등 중국 영유아의 생물학적 성장에 적합한 영양성분간 최적의 균형을 달성하기 위해 지속적인 연구 중
- 자사 제품에는 ①중국의 국가표준을 준수한 제품을 생산 ②소화 촉진 ③성장 발달에 도움이 되는 영양성분 함유 ④우수한 흡수력을 보유한 제품임을 공통적으로 강조함
- 유아용품 전문점 등 각종 유통채널에서 빠짐없이 판매되고 있는 브랜드
- 다양한 제품 라인을 운영하고 있으며, 라인별로 영유아의 개월 수에 적합한 제품을 세분화해 판매 중
- 소화 촉진 및 건강한 영양소 흡수, 소화기관 보호에 중점을 둔 제품군이 다양한 편


회사정보	회사명	Heilongjiang Feihe Dairy Co Ltd	브랜드 국적	중국
	판매제품	1단계 분유, 2단계 분유, 성장기용 분유		
	웹사이트	www.chinafeiheir.com/InvestorHome		

		
星飞帆1 (슈퍼프리미엄 아스트로베이비 1)	星飞帆A2 婴儿配方奶粉 2段 (아스트로베이비A2 2단계)	臻稚有机1段 (Zhenzhi 유기농 1단계)
220¥/700g (한화 약 4만 174원)	278¥/275g*4 (한화 약 5만 766원)	378¥/700g (한화 약 6만 9,027원)
1단계 분유	2단계 분유	1단계 분유
<ul style="list-style-type: none"> • Firmus의 최고급 분유 라인 제품으로 중국의 국가표준을 준수해 제조한 제품 • 균일한 입자의 분말로 소화기 용이하러 영양성분 흡수력이 우수한 제품임을 강조 • 모유와 유사한 성분으로 구성되어 영아의 수면 및 성장에 도움을 줄 수 있는 제품임 	<ul style="list-style-type: none"> • Firmus의 최고급 분유 라인 제품 • 새로운 중국의 국가표준에 따라 고급단백질 A2를 풍부하게 함유한 제품임을 강조 • 국가표준 상 선택사항인 영양소 함량까지 모두 함유하고 있는 제품임을 강조 • 모유와 유사한 성분을 함유한 제품 	<ul style="list-style-type: none"> • Firmus의 고급 분유 제품으로, 유기농 우유로 제조한 제품임을 강조 • 제품 라벨에 식품 이력을 추적할 수 있는 QR 코드를 부착해 안전한 식품임을 강조 • 유아의 두뇌발달에 필수적인 DHA, 오메가-3 등을 포함하고 있음을 홍보

		
飞帆较大婴儿配方奶粉2 (Feihe 페이판2)	臻爱倍护幼儿配方奶粉2 (프리미엄 제나이 베이후)	星阶优护婴儿配方奶粉1 (싱지에유후1)
153¥/900g (한화 약 2만 7,939원)	243.60¥/900g (한화 약 4만 4,484원)	223¥/900g (한화 약 4만 722원)
2단계 분유	2단계 분유	1단계 분유
<ul style="list-style-type: none"> · 고품질의 유제품이 생산되는 지역에서 생산한 우유로 제조한 제품 · 착유-제품 가공까지 소요시간이 매우 짧아 안전하고 신선한 제품임을 강조 · 신체·두뇌·면역 체계 발달에 좋은 영양성분을 함유함을 홍보 	<ul style="list-style-type: none"> · 제품 라벨에 부착된 로트번호를 통해 생산과정을 추적할 수 있는 신뢰할 수 있는 제품임을 강조 · 착유-제품 가공까지 소요시간이 짧아 신선한 원유로 생산한 제품임 · 제품 생산·유통 전 과정을 콜드체인으로 운송함을 강조 · 영양소 흡수를 촉진하는 프루바이오틱스 및 모유의 단백질과 유사한 단백질 구조를 함유한 제품 	<ul style="list-style-type: none"> · 영양소 흡수를 촉진하는 프루바이오틱스를 함유한 제품 · 1단계-소화기, 2단계-면역 체계, 성장기-두뇌발달 촉진에 중점을 둠 · 착유-제품 가공까지 소요시간이 짧아 신선한 원유로 생산한 제품임 · 제품 생산·유통 전 과정을 콜드체인으로 운송함을 강조

*출처: Feihe 공식 판매 홈페이지(www.chinafeiheir.com), 중국 온라인 유통채널 Jing Dong(https://global.jd.com)(검색일: 2023.09.22.)

②Nutricia Aptamil

	<ul style="list-style-type: none"> · 프랑스의 글로벌 낙농제품 기업 Danone Group의 유아용 조제분유 전문 브랜드인 Nutricia 산하의 산하 브랜드 · 1단계, 2단계, 성장기용 분유뿐만 아니라 편리하게 제조·섭취할 수 있는 액상 분유 제품 또한 보유하고 있음 · 유럽에서 수입한 고품질의 원료를 사용하고 있음을 강조 · 유럽연합의 엄격한 분유 제조기준을 충족한 제품임을 중점적으로 홍보함 · 오랜 기간 지속된 브랜드 가치를 강조하며 안전하고 우수한 품질의 제품임을 중국 소비자에게 전달하고자 함 			
	회사명	Nutricia Nutritionals Co Ltd	· 브랜드 국적	네덜란드
	회사정보	판매제품	1단계 분유, 2단계 분유, 성장기 분유	
	웹사이트	us.aptilamil.com/		

		
<p>卓傲婴儿配方奶粉 (Zhuoao 유아용 조제분유)</p>	<p>婴幼儿牛奶米粉 6月+ (유아용 쌀가루 분유)</p>	<p>经典版3段婴幼儿配方奶粉 (클래식 3단계 유아용 분유)</p>
<p>375 ¥/800g (한화 약 6만 8,479원)</p>	<p>99 ¥/330g (한화 약 1만 8,078원)</p>	<p>792 ¥/800g*4 (한화 약 14만 4,627원)</p>
<p>1단계 분유</p>	<p>2단계 분유</p>	<p>성장기용 분유</p>
<ul style="list-style-type: none"> 프리바이오틱스를 포함한 제품임을 강조 개정된 국가표준을 준수해 제조한 제품 영유아의 소화를 도와 대변을 부드럽게 함 	<ul style="list-style-type: none"> 우유 쌀가루를 포함한 제품으로, 아기의 근육과 뼈 발달에 도움을 주는 고단백질 제품임을 강조 면역 체계 강화에 도움을 주는 철분을 함유한 제품 유럽연합의 식품 기준보다 엄격한 기준을 적용해 엄선한 원료로 제조한 제품 	<ul style="list-style-type: none"> 우수한 프리바이오틱스를 함유해 영유아의 소화기 및 면역 체계를 강화할 수 있음 시력 및 두뇌발달에 좋은 성분 함유 식품첨가물이 포함되지 않은 순수 유당으로 제조한 제품임을 강조 중국과 유럽연합의 기준을 모두 충족하는 제품임을 강조
		
<p>卓萃婴幼儿配方奶粉 (Zhuocui 유아용 조제분유)</p>	<p>液态奶婴幼儿配方奶粉 (액체 우유 유아용 조제분유)</p>	<p>卓祥幼儿配方羊奶粉 (유아용 조제분유-산양유)</p>
<p>2,052 ¥/900g*6 (한화 약 37만 4,716원)</p>	<p>428 ¥/200ml*12 (한화 약 7만 8,157원)</p>	<p>364 ¥/800g (한화 약 6만 3,183원)</p>
<p>성장기용 분유</p>	<p>1단계 분유(액상)</p>	<p>성장기용 분유</p>
<ul style="list-style-type: none"> 모유에 함유된 올리고당과 유사한 구조의 올리고당을 함유한 제품 시력 및 두뇌발달에 좋은 DHA 함량이 우수함 제품의 영양학적 구조 등을 자세히 설명함으로써 기술적으로 우수한 제품임을 소비자에게 전달 AI를 활용, 대변을 분석해 건강상태를 점검받는 서비스를 제공 중 	<ul style="list-style-type: none"> 인공 향료, 첨가당 등 식품첨가물을 첨가하지 않은 제품으로 모유의 맛과 비슷해 혼합수유에 편리한 제품임을 강조 고품질의 프로바이오틱스를 함유해 영아의 면역체계 강화에 도움을 줌 주요 영양소 흡수를 돕는 천연 유래 버터지방을 함유 	<ul style="list-style-type: none"> 면역력 증강에 특화된 제품 유아가 맛있게 섭취할 수 있는 맛과 향을 보유한 제품 두뇌·시력·뼈·신경·소화기관에 도움을 줄 수 있으며, 국가 인증 영양사가 선택한 영양학적으로 우수한 제품임 유럽의 우수한 유제품 공급처에서 공수한 산양유로 제조한 제품임을 강조

*출처: Aptamil 중국 공식 홈페이지(<https://m.apamil.com.cn>), 중국 온라인 유통채널 Jing Dong(<https://global.jd.com>)
(검색일: 2023.09.22.)

③Jun Le Bao



- 허베이성 최대의 유제품 가공업체이자 국가 농업 산업화 선도 기업인 Junlebao Dairy Group의 산하 브랜드
- 100g대 소포장 제품을 판매함으로써 소비자가 가격에 부담을 느끼지 않고 새로운 제품을 시도할 수 있는 환경을 마련
- 취득한 인증을 중점적으로 강조하는 등, 인증을 통해 고객 신뢰도를 높이는 문구를 사용함
- 현대적인 시설을 완비한 낙농장부터 생산·제조공장까지 자체적인 공급망을 구축함으로써 신선하고 안전한 제품을 생산한다는 점을 강조함
- 다양한 기술 및 특허 방식을 사용해 제품을 제조하고 있음을 강조

회사정보	회사명	Shijiazhuang Junlebao Milk Co Ltd	브랜드 국적	중국
	판매제품	1단계 분유, 2단계 분유, 성장기용 분유		
	웹사이트	en.junlebaoruye.com/index.html		



至臻1段婴儿配方奶粉
(Zhizhen 1단계 유아용 분유)

138¥/170g*2
(한화 약 2만 5,200원)

1단계 분유



乐纯较大婴儿配方奶粉
(리춘 유아 조제분유)

159¥/800g
(한화 약 2만 9,035원)

2단계 분유



优萃 幼儿配方奶粉3
(ULTREE 유아용 분유3)

312¥/800g
(한화 약 5만 6,974원)

성장기용 분유

- 소포장 제품으로 시험용으로 제품을 구매한 뒤 자녀의 반응에 관찰하고 대용량 제품을 구매하는 행태가 관찰됨
- 원유를 생산하는 절차를 독자적인 시스템을 사용하여 엄격하게 선별했음을 강조
- A2 β-카제인 함량이 풍부함
- 외국 브랜드 점유율이 높은 A2 단백질 분유 시장에 성공적으로 진입한 자국산 제품

- 고품질 원유를 사용했으며, 자체 공법을 통해 영양성분을 최대한 보존한 제품임을 강조
- 영유아의 소화기관에 좋은 영양성분을 풍부하게 함유한 제품
- 중국영양학회가 설립한 ‘유아영양 협동조합연구개발센터’에서 개발한 제품이며, 유럽연합의 BRCCS 및 IFS 인증 검사를 통과한 안전성이 입증된 제품임을 중점적으로 홍보함

- 유기농 분유 제품
- 유기농 원유의 맛과 영양을 그대로 보존할 수 있는 자체 공법을 통해 생산된 제품
- 입자가 부드러워 물에 쉽게 녹으며 아이가 선호하는 맛을 보유한 제품
- 고분자 단백질, 프로바이오틱스와 유기 프리바이오틱스를 포함함
- 제품 이력을 추적할 수 있는 코드를 제공하고 있다는 점을 강조해 안전한 제품이라는 인상을 전달함

		
<p>幼儿配方奶粉3 (Comfort·Grow 유아분유)</p>	<p>旗帜益佳幼儿配方奶粉1 (배너 YIJIA 유아용 분유1)</p>	<p>旗帜帜亲幼儿配方奶粉2 (배너 ZHIQIN 유아용 분유2)</p>
<p>255 ¥ /800g (한화 약 4만 6,566원)</p>	<p>450 ¥ /800g (한화 약 8만 2,175원)</p>	<p>1,320 ¥ /900g*2 (한화 약 24만 1,045원)</p>
<p>성장기용 분유</p>	<p>1단계 분유</p>	<p>2단계 분유</p>
<ul style="list-style-type: none"> · 목초지에서 자란 젖소에게서 생산한 원유를 원료로 사용 · 저분자 단백질, 특허를 취득한 단백질 구조로 구성되어 있어, 영양분 흡수력이 뛰어난 제품임을 강조함 	<ul style="list-style-type: none"> · 국가 표준에 따라 필수 영양소를 모두 포함하고 있으며 비타민 13종, 미네랄 12종 및 희귀 영양소가 포함된 영양상으로 우수한 제품임을 강조 	<ul style="list-style-type: none"> · 고산지대 등 청정지역에서 엄선하여 생산한 원유를 원료로 제조한 제품 · 자체 기술을 활용, 영유아의 단백질 흡수력을 높인 제품임을 강조 · 면역 체계, 성장, 시력 발달에 요구되는 영양성분을 최적의 비율로 포함하고 있음

*출처: Jun Le Bao 중국 공식 홈페이지(<http://en.junlebaoruye.com>), 중국 온라인 유통채널 Jing Dong(<https://global.jd.com>)(검색일: 2023.09.22.)

□ 온라인 유통채널에서 판매되는 한국산 제품은 주로 성장기용 분유가 판매 중

- 한국산 분유 역시 중국산 브랜드 및 수입산 브랜드와 공통적으로 제품 원료 및 구성 성분의 우수성을 강조하는 경향이 나타남
- 또한, 판매페이지에 각종 인증을 취득함을 표시해 온라인으로 제품을 구매하는 중국 소비자가 안심하고 구매할 수 있게 함
 - 일부 제품의 경우 분유 제조사 및 원산지가 ‘한국산’임을 강조하는 등, 한국에 긍정적인 이미지를 보유한 중국 소비자에게 경쟁력을 확보하고자 함
- 성장기용 분유 외에도, 임신 중 산모가 섭취하는 분유 및 1단계 분유 역시 소량 판매되고 있음

<표 II-7> 한국산 유아용 조제분유 제품 현황

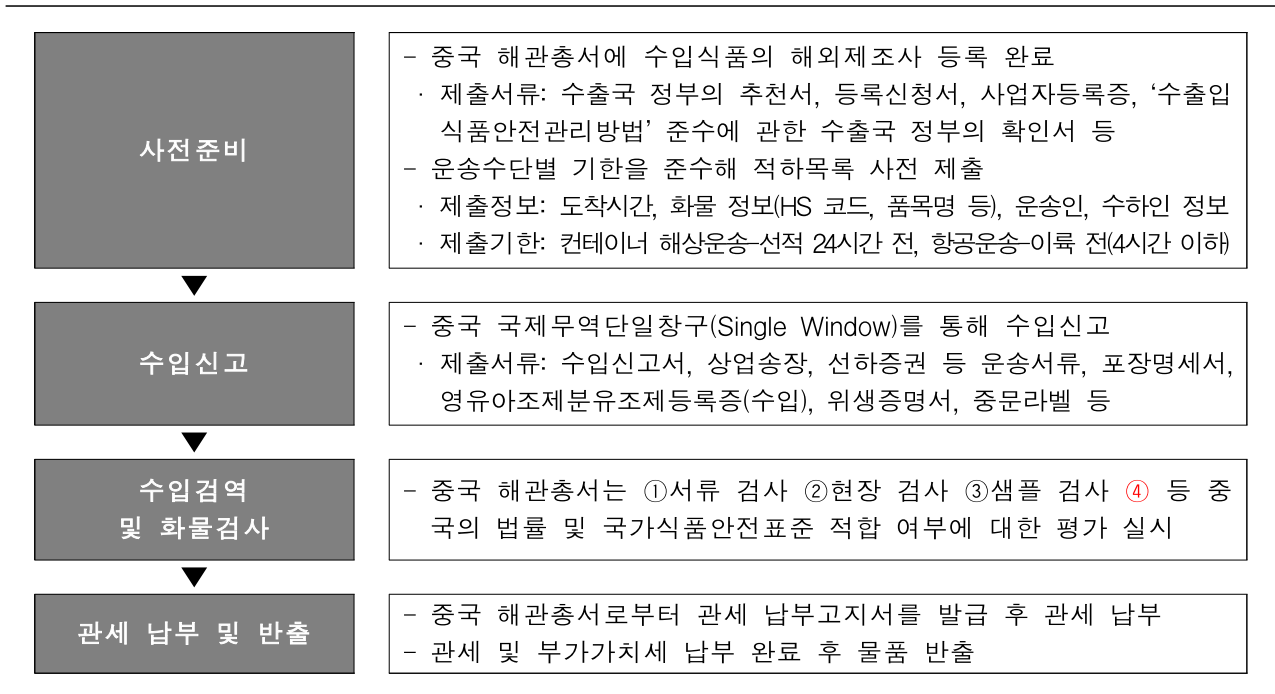
<p>사진</p>			
<p>제품명</p>	<p>爱氏妈妈上韵3段 (아이엠마더 3단계)</p>	<p>宫有机牛奶粉 (유기농 궁)</p>	<p>秀爱思 爱婴宝秀S (아기사랑 조제분유)</p>
<p>가격</p>	<p>398 ¥ /800g (한화 약 7만 2,679원)</p>	<p>1,213 ¥ /800g*3개입 (한화 약 21만 1,506원)</p>	<p>368 ¥ /800g (한화 약 6만 7,200원)</p>
<p>유형</p>	<p>성장기용 분유</p>	<p>성장기용 분유</p>	<p>성장기용 분유</p>
<p>특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 소화 흡수력이 우수하며 안전한 원료로 제조함을 강조한 제품 · 프로바이오틱스, 철분 등을 함유해 면역력 강화에 도움을 주는 제품임을 강조 · ISO 22000, HACCP, GMP 등 각종 인증을 취득함을 표시함 	<ul style="list-style-type: none"> · 한국 농림축산식품부의 유기농 인증을 취득한 제품임을 강조 · 모유의 면역성분을 풍부하게 함유하고 있음을 강조 · 모유에 평균적으로 포함된 DHA의 양보다 많은 양을 함유하고 있음을 판매페이지에 표시함 	<ul style="list-style-type: none"> · 판매페이지에 한국산 분유인 점을 강조함 · 영양분 흡수를 최대화할 수 있는 최적의 분말로 구성된 제품이며 비타민, 미네랄 등을 풍부하게 함유해 성장에 도움을 줄 수 있는 제품임을 강조함

*출처: 중국 온라인 유통채널 Jing Dong(<https://global.jd.com>)(검색일: 2023.09.22.)

4. 비관세장벽 동향

□ 조제분유 수입 시 ‘사전준비 → 수입신고 → 수입검역 및 화물 검사 → 관세 납부 및 반출’ 순으로 수입통관이 실시됨에 유의

<그림 II-1> 중국 조제분유 수입통관 절차



*출처: 중국 해관총서(www.customs.gov.cn)

- 라벨을 부착할 수 있는 일반 식품과 달리, 조제분유의 경우 식품 라벨은 제품 포장에 제거할 수 없도록 인쇄되어야 함에 유의
- 단계별 규정된 식품안전국가표준을 준수해야 함
 - 1단계 분유는 식품안전국가표준 ‘영아 조제식품(GB 10765-2021)’, 2단계 분유는 ‘성장기 영아 조제식품(GB 10766-2021)’ 성장기용 분유는 ‘유아 조제식품(GB10767-2021)’을 준수해야 함
 - 동 표준은 영유아용 분유에 포함되어야 하는 필수성분과 선택성분을 규정하고 있으며, 각 영양성분의 최소·최대값 및 그 검사 방법을 규정하고 있음
- ①식품 중 오염물 제한량(GB 2762-2022) ②식품 중 곰팡이 독소 한계(GB 2761-2017) ③사전포장식품 중 병원균 제한량 (GB 29921-2021)에 명시된 제한기준을 충족해야 함

〈표 II -8〉 중국 영유아용 조제분유 오염물 및 곰팡이독소 위생안전 기준치

구분	유형	물질명	제한기준
오염물 (GB 2762-2022)	1단계 · 2단계 · 성장기용 조제분유	납	0.2mg/kg
		수은	0.02mg/kg
		주석	50mg/kg
		크롬	2.0mg/kg
		아질산염	2.0mg/kg
		질산염	100mg/kg
곰팡이독소 (GB 2761-2017)	1단계 분유	아플라톡신 B1	0.5µg/kg
	2단계 분유		
	성장기용 분유		
	1단계 분유	아플라톡신 M1	0.5µg/kg
	2단계 분유		
	성장기용 분유		

*출처: 중국 식품안전국가표준 식품 중 오염물 제한량(GB 2762-2022), 식품 중 곰팡이독소 한계(GB 2761-2017)(검색일: 2023.09.22.)

- 미생물 위생안전 기준치의 경우 사전포장식품의 미생물 표준(GB 29921-2021)과 함께 영유아용 조제분유에 관한 식품안전국가표준에 명시된 균락총수 및 대장균군에 관한 요건을 모두 준수해야 함

〈표 II -9〉 중국 영유아용 조제분유 미생물 위생안전 기준치

물질명	샘플 수	최대허용 시료수	미생물 허용기준	미생물 최대허용한계치
살모넬라	5/25g	0/25g	0/25g	-
황색포도상구균	5/25g	2/25g	100CFU/g	1,000CFU/g
크로노박터(엔테로박터사카자키)	3/25g	0/25g	0/100g	-
균락총수				
1단계 분유	5CFU/g	2CFU/g	1,000CFU/g	10,000CFU/g
2단계 분유	5CFU/g	2CFU/g	1,000CFU/g	10,000CFU/g
성장기용 분유	5CFU/g	2CFU/g	1,000CFU/g	10,000CFU/g
대장균군				
1단계 분유	5CFU/g	2CFU/g	10CFU/g	100CFU/g
2단계 분유	5CFU/g	2CFU/g	10CFU/g	100CFU/g
성장기용 분유	5CFU/g	2CFU/g	10CFU/g	100CFU/g

*출처: 중국 식품안전국가표준 사전포장식품 중 병원균 제한량(GB 29921-2021), 영아 조제식품(GB 10765-2021), 성장기 영아 조제식품(GB 10766-2021), 유아 조제식품(GB10767-2021)(검색일: 2023.09.22.)

□ 2023년 7월, 중국 시장감독관리총국은 ‘영유아조제분유의 제품 배합 등록 관리 조치’ 개정을 발표

- ①제품등록 ②현장 검사 관련 규정이 추가되고 ③라벨링 요건이 강화되었으며, 2023년 10월 1일자로 시행될 예정

<표 II-10> 영유아조제분유의 제품 배합 등록 관리 조치 개정 내용

구분	내용
제품등록 (추가)	- 다음의 경우에 조제분유 제품 등록을 거부함 ①신청 시 제출한 서류를 허위로 작성하거나 사실이 아닌 경우 ②제품 배합 방법의 과학성 및 안전성의 근거가 불충분한 경우 ③등록을 신청한 제품의 배합 방법에 대해 적절한 연구개발·생산·검사할 능력이 없는 경우 ④규정된 기한에 보완 및 정정 자료를 제출하지 않거나 미비한 경우 ⑤현장검사 날짜를 확정하지 않거나 현장·샘플링 검사에 비협조적인 경우 ⑥동일 기업이 등록한 제품과 뚜렷한 차이가 없는 제품을 등록한 경우 ⑦법률, 규정, 식품안전국가표준 등을 준수하지 않는 경우
현장조사 (추가)	- 다음에 해당하는 경우 현장조사를 실시함 ①제조사당 등록가능한 9가지 배합법 중 3가지 배합법에 대한 등록을 처음 신청한 경우 ②제품 배합에 주요한 변경사항이 있는 경우 ③생산공정 유형이 변경되며 등록된 배합공정과 차이가 발생한 경우 ④생산시설의 주소가 변경된 경우 ⑤기술검토 과정에서 현장 검증이 필요한 문제가 발견된 경우 ⑥과거 등록 과정에서 허위 자료를 제출한 경우 ⑦그 외 현장조사가 필요하다고 인정되는 경우
라벨링 요건 (개정)	- 제품명에 동물성 유래 원료가 포함된 경우(예. 산양유) 원유, 분유, 유청분말 및 기타 우유의 단백질 공급원은 모두 언급된 동물에서 유래해야 함

*출처: 婴幼儿配方乳粉产品配方注册管理办法(영유아조제분유의 제품 배합 등록 관리 조치), 중국 시장감독관리총국 명령 제 80호(www.gov.cn/gongbao/2023/issue_10646/202308/content_6898889.html)(검색일: 2023.09.23.)

III. 베트남 조제분유 시장현황

1. 시장규모

□ 베트남 분유 시장은 양적·질적 성장을 거듭하며 지속적인 성장세를 보일 것으로 예상

- 2021년 베트남의 출산율은 1.94명으로, 지난 10년간 보합세를 유지함
 - 인구 1,000명당 출생아 수는 15.01명으로, 최근 10년간 1.4% 감소함
 - 최근 높은 경제성장률을 기록하며 베트남 소비자의 가처분소득이 증가함에 따라, 분유 등을 위시한 영유아식품 시장이 성장하고 있음

<표 III-1> 베트남 출산율·조출생률 추이(2013~2022)

(단위: 명)

구분	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	전년비 (20/21)	연평균 (12/21)
출산율	1.93	1.95	1.95	1.95	1.94	1.93	1.94	1.95	1.96	1.94	-1.0	0.1
조출생률	17.08	17.15	16.98	16.79	16.44	16.10	15.87	15.66	15.40	15.01	-2.5	-1.4

*주: 조출생률-특정 1년간의 총출생아수/당해연도의 인구*1000

*출처: WorldBank(검색일: 2023.09.12.)

- 2022년 베트남의 분유 시장규모는 전년 대비 6.0% 증가한 36조 8,540억(한화 약 2조 195억 원) 규모로 집계
 - 분유 시장은 전체 영유아식품 시장에서 전년 대비 5.8% 증가한 84.6%를 차지
 - 전체 분유 시장에서 가장 높은 점유율을 차지한 품목은 성장기 분유로, 점유율 67.9%를 차지하며 전년 대비 5.8% 증가함
 - 성장기 분유 시장은 분말형 분유 시장(88.1%)과 액상형 분유 시장(11.9%)으로 구분
 - 뒤이어 2단계 분유 시장과 1단계 분유 시장이 각각 점유율 10.3%, 6.4%를 차지함
 - 2단계 및 1단계 분유는 분말·액상 구분 없이 전량 분말형 분유를 소비

<표 III-2> 베트남 영유아식품 시장규모 현황(2018~2022)

(단위: 십억 동, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (2022)	전년비 (21/22)	연평균 (18/22)
전체	36,879.5	38,157.3	39,772.1	41,104.0	43,588.5	100.0	6.0	4.3
분유	31,649.0	32,537.5	33,814.4	34,830.3	36,854.4	84.6	5.8	3.9
성장기용 분유	25,091.7	25,893.9	27,017.5	27,892.9	29,597.3	67.9(100.0)	6.1	4.2
- 분말형	22,615.8	23,145.6	24,022.0	24,687.7	26,087.9	59.9(88.1)	5.7	3.6
- 액상형	2,475.9	2,748.2	2,995.6	3,205.2	3,509.5	8.1(11.9)	9.5	9.1
2단계 분유	4,026.1	4,074.4	4,176.3	4,272.3	4,485.6	10.3	5.0	2.7
1단계 분유	2,531.3	2,569.2	2,620.6	2,665.1	2,771.5	6.4	4.0	2.3
건조 영유아식품	4,935.5	5,280.9	5,581.9	5,861.0	6,282.5	14.4	7.2	6.2
영유아용 가공식품	285.8	328.7	364.9	401.3	439.4	1.0	9.5	11.4
기타 영유아식품	9.2	10.2	10.9	11.3	12.1	0.0	7.1	7.1

*출처: Baby Food in Vietnam(Euromonitor, 2022.09.)(검색일: 2023.09.04.)

- 2027년 베트남의 분유 시장은 2023년 이후 지속적으로 성장해 44조 3,259억 동(한화 약 2조 4,290억 원) 규모에 달할 것으로 예상
 - 베트남 분유 시장은 2023년 이후 5년간 연평균 4.0% 성장할 것으로 전망
 - 현재 분유 시장과 유사하게 성장기용 분유의 점유율이 가장 높을 것으로 전망되며, 그 뒤를 2단계 분유, 1단계 분유가 이을 것으로 추정

<표 III-3> 베트남 영유아식품 시장규모 전망(2023~2027)

(단위: 십억 동, %)

구분	2023	2024	2025	2026	2027	비중 (2027)	전년비 (26/27)	연평균 (23/27)
전체	44,886.1	46,396.7	48,137.8	50,130.8	52,402.1	100.0	4.5	3.9
분유	37,875.3	39,112.0	40,583.4	42,312.2	44,325.9	84.6	4.8	4.0
성장기용 분유	30,495.2	31,579.0	32,866.0	34,376.8	36,136.6	69.0	5.1	4.3
- 분말형	26,740.1	27,542.3	28,506.3	29,646.5	30,980.6	59.1(100.0)	4.5	3.7
- 액상형	3,755.1	4,036.7	4,359.7	4,730.3	5,156.0	9.8(85.7)	9.0	8.2
2단계 분유	4,575.3	4,680.5	4,802.2	4,941.5	5,099.6	9.7(14.3)	3.2	2.7
1단계 분유	2,804.8	2,852.5	2,915.2	2,994.0	3,089.8	5.9	3.2	2.4
건조 영유아식품	6,533.8	6,782.1	7,026.3	7,265.2	7,497.6	14.3	3.2	3.5
영유아용 가공식품	464.5	489.6	514.5	539.2	563.5	1.1	4.5	4.9
기타 영유아식품	12.5	13.0	13.6	14.3	15.0	0.0	4.9	4.7

*출처: Baby Food in Vietnam(Euromonitor, 2022.09.)(검색일: 2023.09.04.)

2. 수입현황

□ 베트남의 조제분유 수입액 규모는 최근 5년간 지속적으로 성장

- 2022년 조제분유 수입규모는 약 3억 2,878만 달러(한화 약 4,389억 원)로, 전년 대비 15% 증가한 것으로 나타남
 - 베트남 소비자의 가처분소득이 증가함에 따라 상대적으로 높은 가격대에 판매되는 수입산 분유에 대한 구매력이 높아진 것이 수입액 증가를 견인한 것으로 추정
 - 주요 수입국은 ①싱가포르(20.4%) ②일본(18.6%) ③태국(13.6%) 순으로, 수입 상위 3개국이 전체 수입액의 52.6%를 차지함
 - 동년 점유율 1위를 기록한 싱가포르산 조제분유 수입액은 전년 대비 49.1% 증가한 약 6,715만 달러(한화 약 896억 원)로 나타남
- 한국산 분유는 약 1,754만 달러(한화 약 234억 원) 수입한 것으로 집계되었으며 이는 전체 조제분유 수입액의 5.3%를 차지

〈표 III-4〉 베트남 조제분유 수입금액 추이(2017~2021)

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (2021)	전년비 (20/21)	연평균 (17/21)
전 세계	290,454	230,119	271,836	286,014	328,789	100.0	15.0	3.1
1 싱가포르	116,639	73,658	51,174	45,034	67,159	20.4	49.1	-12.9
2 일본	27,255	32,825	46,663	59,391	61,251	18.6	3.1	22.4
3 태국	42,251	41,593	44,362	45,610	45,532	13.8	-0.2	1.9
4 아일랜드	18,960	8,714	34,980	27,204	27,732	8.4	1.9	10.0
5 호주	2,711	1,118	8,984	18,440	27,561	8.4	49.5	78.6
6 대한민국	6,617	6,715	10,282	14,807	17,541	5.3	18.5	27.6
7 뉴질랜드	1,481	3,604	4,426	5,442	16,464	5.0	202.5	82.6
8 스위스	11,979	11,784	15,727	20,980	12,274	3.7	-41.5	0.6
9 프랑스	9,429	6,107	8,105	6,301	10,004	3.0	58.8	1.5
10 네덜란드	6,833	7,088	7,808	6,271	9,914	3.0	58.1	9.8

*주: HS코드 1901.10(영유아·어린이용 조제 식료품(소매용))

*출처: ITC Trademap(검색일: 2023.09.04.)

3. 유통 및 소비현황

가. 유통현황

□ 베트남 소비자는 주로 ①소규모 독립소매점 ②기타 소비재 판매점에서 영유아식품을 구매

- 유통채널별 영유아식품 구매 비중은 식료품 전문점(62.9%), 비식품유통채널(35.4%), 온라인 유통채널(1.7%) 순
 - 베트남 소비자는 식료품 유통채널 중에서도 소규모 독립소매점(35.7%)에서 주로 영유아식품을 구매하는 것으로 나타났으며, 슈퍼마켓·하이퍼마켓에서의 영유아식품 구매 비율은 각각 16.5%, 10.0%로 나타남
 - 비식품 유통채널 중 영유아식품 구매 비중이 가장 높은 채널은 기타 소비재 판매점으로, 32.9%의 소비자가 영유아식품을 기타 소비재 판매점에서 구매하는 것으로 나타남
 - ‘기타 소비재 판매점’은 유아용품매장 등 유아용품을 전문으로 취급하는 판매점을 포함하며 베트남에는 Concung(707개 매장 운영) Bibo mart(162개 매장 운영) 등 다양한 영유아물품 전문 매장이 운영 중인 것으로 나타남

〈표 III-5〉 베트남 영유아식품 유통채널 유형별 비중 추이(2018~2022)

(단위: %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	전년비 (21/22)	연평균 (18/22)
전체(합계)	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	-	-
오프라인 유통(소계)	99.4	98.5	98.4	98.4	98.3	-0.1	-0.3
식료품 전문점	60.5	61.6	61.9	62.4	62.9	0.8	1.0
소규모 독립소매점	38.0	38.4	36.7	36.0	35.7	-0.8	-1.5
슈퍼마켓	13.5	14.0	15.4	16.0	16.5	40.0	15.0
하이퍼마켓	8.6	8.8	9.4	9.8	10.0	3.1	5.1
편의점	0.4	0.4	0.5	0.5	0.7	2.0	3.8
비식품 유통채널	38.9	36.8	36.5	36.0	35.4	-1.7	-2.3
기타 소비재 판매점	35.4	33.5	33.5	33.2	32.9	-10.7	-8.1
건강·미용 전문 소매점	3.5	3.3	3.0	2.8	2.5	-0.9	-1.8
온라인 유통(전자상거래)	0.6	1.5	1.6	1.6	1.7	6.2	29.7

*출처: Baby Food in Vietnam(Euromonitor, 2022.09.)(검색일: 2023.09.04.)

나. 소비현황

□ 도시화가 빠르게 진행되며, 여성의 사회진출이 증가함에 따라 분유 소비량이 증가하는 추세

- 베트남은 아세안 10개국 중 가장 급속하게 도시화가 진행되고 있는 국가로, 여성의 사회진출 역시 점차 늘어나고 있음
 - 가사를 돌보는 전통적인 여성상에서 일하는 여성이 증가함에 따라, 시간·장소의 제약이 따르는 모유수유 대신 분유를 급여하거나 분유와 모유를 함께 급여하기도 함
- 이에 따라 베트남의 분유 소비량은 2022년 9,540만 kg을 기록했으며 2027년까지 연평균 5%씩 증가할 것으로 예상

〈표 III-6〉 영유아용 분유 소비량 추이(2018~2027)

										(단위: 백만 kg)	
2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	전년비 (21/22)	연평균 (18/27)
76.9	81.6	86.1	90.9	95.4	100.1	104.6	109.4	113.9	118.6	123.1	5.0

*출처: Statista(검색일: 2023.09.22.)

□ 베트남 소비자는 아동의 성장·면역력 발달 등 제품의 기능 측면을 중요하게 고려

- 각종 분유에 대한 정보를 검색 후 비교·분석해 구매하는 경향이 나타나며 제품의 기능적인 측면이 중요 요소로 부상함
- 이에 따라 현재 베트남에서 두뇌·신체 발달 및 면역력 강화를 중점적으로 강조하는 제품이 다수 판매되고 있음
 - 특히 ‘키 성장’에 방점을 둔 제품이 베트남 소비자에게 인기를 끌고 있으며⁵⁾, 제품의 영양적 특징을 토대로 영유아의 성장·발달을 지원하는 제품임을 중점적으로 홍보하는 경향이 나타남
 - 또한, 베트남 소비자의 70% 이상이 비타민·미네랄 등 다양한 영양성분을

5) 베트남에 부는 한국의 ‘키 크는 분유’ 열풍(REAL FOODS, 2022.02.02.)(검색일: 2023.09.22.)

함유하고 있고, 두뇌발달을 촉진할 수 있다는 인식을 보유해 분유를 급여한다고 응답함⁶⁾

- 또한, 영양성분 흡수력이 뛰어난 제품·모유와의 유사성을 강조하는 제품 역시 판매되고 있음

□ 2022년 전체 시장의 32.2%를 로컬 브랜드가 차지

- 동년 점유율 1위를 차지한 브랜드는 Dielac로, 베트남 분유 시장에서 전년 대비 1.0% 증가한 20.4%를 차지
 - 뒤이어 베트남 브랜드 GrowPLUS+가 11.8%로 점유율 2위를 차지함
 - 점유율 상위 5위 기업 중 1, 2위 기업은 모두 로컬 브랜드가 차지하였으며, 그 뒤를 미국(Similac, Nan) 네덜란드(FirSCO) 등 수입산 브랜드가 이음

〈표 III-7〉 베트남 조제분유 브랜드별 점유율 추이(2018~2022)

구분		2019	2020	2021	2022	전년비 (21/22)	연평균 (19/22)
1	Dielac	20.3	20.2	20.2	20.4	1.0	0.2
2	GrowPLUS+	11.4	11.5	11.7	11.8	0.9	1.2
3	Similac	7.4	7.4	7.5	7.5	0.0	0.4
4	Nan	6.0	6.2	6.3	6.4	1.6	2.2
5	Friso	6.8	6.5	6.3	6.0	-4.8	-4.1
6	PediaSure	5.6	5.6	5.7	5.8	1.8	1.2
7	Ridielac	5.8	5.7	5.7	5.5	-3.5	-1.8
8	Enfagrow	4.3	4.2	4.1	4.1	0.0	-1.6
9	Cerelac	3.7	3.6	3.7	3.7	0.0	0.0
10	Grow	3.5	3.5	3.5	3.5	0.0	0.0

*출처: Baby Food in Vietnam(Euromonitor, 2022.09.)(검색일: 2023.09.04.)

6) Vietnam Market Study on Formula milk, YCP Solidiance(2020.10.)(검색일: 2023.09.22.)

①Dielac

	<ul style="list-style-type: none"> · 베트남의 대형 유제품 기업 Vinamilk의 산하 브랜드 · 하나의 제품을 일반 및 프리미엄 제품으로 구분해 2가지 라인으로 세분하여 판매 · 제품별로 1단계, 2단계, 성장기용 분유 등 연령에 맞춘 제품을 판매 중이며, 섭취 용이성을 높인 액상 분유 또한 판매 중 · 베트남 보건부, FAO/WHO 권장 영양섭취량을 충족한 제품 판매 				
<p>회사정보</p>	<p>회사명</p>	<p>Vietnam Dairy Products JSC (Vinamilk)</p>	<p>브랜드 국적</p>	<p>베트남</p>	
	<p>판매제품</p>	<p>1단계 분유, 2단계 분유, 성장기용 분유</p>			
	<p>웹사이트</p>	<p>www.vinamilk.com.vn/sua-bot-vinamilk/en/</p>			
					
<p>Alpha 1</p>	<p>Alpha Gold 2</p>	<p>Grow 2+</p>			
<p>243,281đ/900g (한화 약 1만 3,332원)</p>	<p>333,299đ/800g (한화 약 1만 8,265원)</p>	<p>286,448đ/900g (한화 약 1만 5,697원)</p>			
<p>1단계 분유</p>	<p>2단계 분유</p>	<p>성장기용 분유</p>			
<ul style="list-style-type: none"> · 두뇌 발달· 체중 및 신장 증가· 면역 체계 강화에 도움을 주는 제품임을 강조 · 베트남 보건부의 권장 영양 섭취량(RNI)을 충족한 제품임을 홍보 	<ul style="list-style-type: none"> · 두뇌· 시력 발달에 도움을 주는 성분을 포함하고 있음을 강조 · FAO/WHO의 권장 사항 충족한 제품임을 홍보 	<ul style="list-style-type: none"> · 성장에 필요한 36가지 영양소를 함유한 제품 · 미국 일일 기준 섭취량을 충족한 제품임을 판매페이지에 명시 · 신장 증가에 도움을 주는 제품임을 강조 			
					
<p>Grow Plus 1+</p>	<p>Grow Plus Ready to drink milk</p>	<p>Alpha Gold Ready to drink milk</p>			
<p>378,886đ/850g (한화 약 2만 762원)</p>	<p>52,100đ/180ml*4 (한화 약 2,855원)</p>	<p>49,636đ/180ml*4 (한화 약 2,720원)</p>			
<p>성장기용 분유</p>	<p>성장기용 분유</p>	<p>성장기용 분유</p>			
<ul style="list-style-type: none"> · 영양실조 및 발육 부진 아동을 위한 전문적이고 효과적인 제품임을 강조 · 모유와 유사한 구조의 프리바이오틱스로 유익균 증가에 효과적인 제품임을 강조 	<ul style="list-style-type: none"> · 영양실조 및 발육 부진 아동을 위한 전문적이고 효과적인 제품임을 강조 · 모유와 유사한 구조의 프리바이오틱스로 유익균 증가에 효과적인 제품임을 강조 	<ul style="list-style-type: none"> · 간편하게 섭취할 수 있는 액상형 분유 제품 · 두뇌· 시력 발달에 도움을 주는 성분을 포함하고 있음을 강조 · FAO/WHO의 권장 사항을 충족한 제품임을 홍보 			

*출처: 베트남 온라인 유통채널 shopee(www.shopee.vn)(검색일: 2023.09.22.)


②GrowPLUS+

	<ul style="list-style-type: none"> · 영양과학 및 헬스케어 전문 기업 베트남 Nutifood의 산하 브랜드 · 아동의 신체적 특징, 건강상태별로 적합한 제품 라인을 운영 중 · 발육이 느린 유아를 위한 다양한 키·체중 등 성장 촉진 제품군이 다양한 편이며, 그 외 면역력 강화, 체중 조절용 제품 역시 판매 중 · 해외 연구소를 운영 중이며, 임상·연구 결과를 통해 베트남 유아에게 안전하고 신뢰할 수 있는 제품을 생산하는 브랜드를 소비자에게 전달하고자 함 			
회사정보	회사명	Nutifood Nutrition Food JSC	브랜드 국적	베트남
	판매제품	1단계 및 2단계 분유, 성장기용 분유		
	웹사이트	nutifood.com.vn/en/brands/growplus		
				
Biếng Ăn 900g (식욕 부진)	Suy Dinh Dưỡng (영양실조, 발육부진)	DINH DƯỠNG ĐẶC CHẾ DÀNH CHO (체중 증가가 느린 어린이용)		
315,000đ/900g (한화 약 1만 7,262원)	555,000đ/900g (한화 약 3만 414원)	285,000đ/900g (한화 약 1만 5,618원)		
성장기용 분유	성장기용 분유	성장기용 분유		
<ul style="list-style-type: none"> · 식욕부진, 발육부진 아동을 위한 제품임을 강조 · 식욕 자극 및 성장 촉진에 효과적인 제품으로, 흡수력이 뛰어난 제품임 	<ul style="list-style-type: none"> · 임상을 통해 식욕을 증진하고 호흡기 감염률을 감소할 수 있는 제품임을 명시함 · 칼슘 및 비타민 D3를 함유하고 있으며, 흡수력이 뛰어난 제품으로, 체중 및 키 성장에 도움을 줌 · 수용성 섬유질을 함유해 변비를 예방할 수 있는 제품 		<ul style="list-style-type: none"> · 신체의 구조적, 기능적 발달에 도움을 주는 영양성분이 풍부하게 포함되어 있음 · 각종 비타민 등을 포함하여 면역력을 강화하고 체중 증가에 효과적인 제품임 	

		
Tăng đề kháng 0-12 tháng (1-12개월용 면역 강화)	Kiểm Soát Cân Nặng (체중조절)	Suy Dinh Dưỡng Thùng Sữa Bột Pha Sẵn (영양실조, 발육부진용 사전혼합 분유)
539,000đ/400g*2개입 (한화 약 2만 9,537원)	576,000đ/850g (한화 약 3만 1,565원)	465,000đ/110ml*48 (한화 약 2만 5,482원)
1단계~2단계 분유	성장기용 분유	성장기용 분유
<ul style="list-style-type: none"> 제품 임상을 통해 호흡기 감염률, 소화장애, 수면습관 개선에 효과가 있음 스웨덴의 영양 연구소에서 연구를 통해 생산한 제품임을 강조 소아과 의사 및 약사가 추천하는 신뢰할 수 있는 우수한 제품이라는 이미지를 전달 	<ul style="list-style-type: none"> 스웨덴의 연구소에서 연구를 통해 베트남 유아의 신체 특징에 가장 적합한 독자적인 영양성분 구조를 제품화한 제품 29가지 비타민, 미네랄 및 DHA가 결합되어 비만 및 과체중 유아에게 적합한 제품 	<ul style="list-style-type: none"> 종이팩에 포장된 액상 분유 제품 임상을 통해 식욕을 증진하고 호흡기 감염률을 감소할 수 있는 제품임 칼슘 및 비타민 D3를 함유하고 있으며, 흡수력이 뛰어난 제품으로 체중 및 키 성장에 도움을 줌 수용성 섬유질을 함유해 변비를 예방할 수 있는 제품

*출처: 베트남 온라인 유통채널 shopee(www.shopee.vn)(검색일: 2023.09.22.)

③Similac

	<ul style="list-style-type: none"> 진단, 의료 기기, 영양 및 의약품 분야 전문 기업 미국 Abbott의 산하 브랜드 다양한 특징을 가진 제품 라인을 보유하고 있으며, 특히 조산아 전용 제품인 특수 제품군을 판매하고 있음 타사와 비교하였을 때, 프리미엄 브랜드로 인식되는 경향이 있으며, 용량 대비 비교적 높은 가격대 형성 각 라인별로 제품을 섭취하는 영유아의 개월수를 세분화하여 소비층을 다양화함 				
회사정보	회사명	Abbott Vietnam Co Ltd	브랜드 국적	미국	
	판매제품	1단계 분유, 2단계 분유, 성장기용 분유, 특수 분유 형태			
	웹사이트	www.similac.com/home.html			

		
Similac 1	Similac Total Protection 2	Similac Isomil
615,000đ/900g (한화 약 3만 3,702원)	625,000đ/900g (한화 약 3만 4,250원)	310,000đ/400g (한화 약 1만 6,988원)
1단계 분유	2단계 분유	1단계~2단계 분유
<ul style="list-style-type: none"> · 뇌신경, 면역력 발달에 효과적인 영양성분을 포함하고 있음 · 그 외 루테인, 오메가-3 등 영양소를 최적의 조합으로 배합해 두뇌발달에 효과적인 제품 	<ul style="list-style-type: none"> · 프로바이오틱스를 함유해 면역력 향상에 효과적인 제품 · 팜유를 함유하지 않은 제품이며, 갈슘 및 지방 흡수를 도와 대변을 부드럽게 함 	<ul style="list-style-type: none"> · 유당 불내증을 앓아 일반 분유를 섭취하지 못하는 영유아를 위한 무유당 대두 단백질 제품 · 소화 기관 발달, 뼈·치아 발달에 도움을 주는 영양성분이 포함되어 있음
		
Similac Total Comfort	Similac Neosure IQ	Similac Special Care 24
630,000đ/360g (한화 약 3만 4,524원)	590,000đ/900g (한화 약 3만 2,332원)	79,000đ/59ml (한화 약 4,329원)
성장기용 분유	1단계~2단계 분유	특수 분유
<ul style="list-style-type: none"> · 소화 장애, 변비, 유당 단백질 알레르기 등 위장장애를 보유한 유아를 위한 제품 · 2%대로 유당 함유 비율이 매우 낮으며 혼합팜유 성분을 함유하지 않아 안전한 제품임을 강조함 	<ul style="list-style-type: none"> · 조산아 및 영양실조 영유아를 위한 전문 제품 · 면역력 강화에 효과적인 성분을 다량 함유하고 있으며, 모유의 주요 영양성분을 포함하고 있음을 강조 	<ul style="list-style-type: none"> · 미숙아 또는 저체중 출생아를 위한 제품 · 고열량 제품으로 발육을 도와 미숙아·저체중 영유아가 빠른 속도로 성장할 수 있도록 도움 · 신체·두뇌·면역력 발달에 효과적인 제품임을 강조

*출처: 베트남 온라인 유통채널 shopee(www.shopee.vn), lazada(www.lazada.vn)(검색일: 2023.09.22.)

□ 온라인 유통채널에서 판매되는 한국산 제품은 ‘한국산’ 분유 제품임을 강조하는 경향

○ 로컬 브랜드 및 수입 브랜드 제품과 동일하게 영양적인 측면

면을 강조하며 한국산 제품의 경우 ‘키 성장’에 효과적인 제품임을 특히 강조하는 경향이 나타남

- 한글로 제품명을 표시하거나 제품 판매페이지에 ‘한국’ 제품임을 강조하는 등 한국산 제품임을 베트남 소비자에게 전달하고자 함
 - 한국에 대해 긍정적인 인상을 보유한 베트남 소비자를 겨냥해 한국산 제품임을 적극적으로 강조·홍보함
- 일반적인 분유 제품 외에도 초유에 섞어서 함께 섭취하는 제품 등이 판매되고 있음

<표 III-8> 한국산 유아용 조제분유 제품 현황

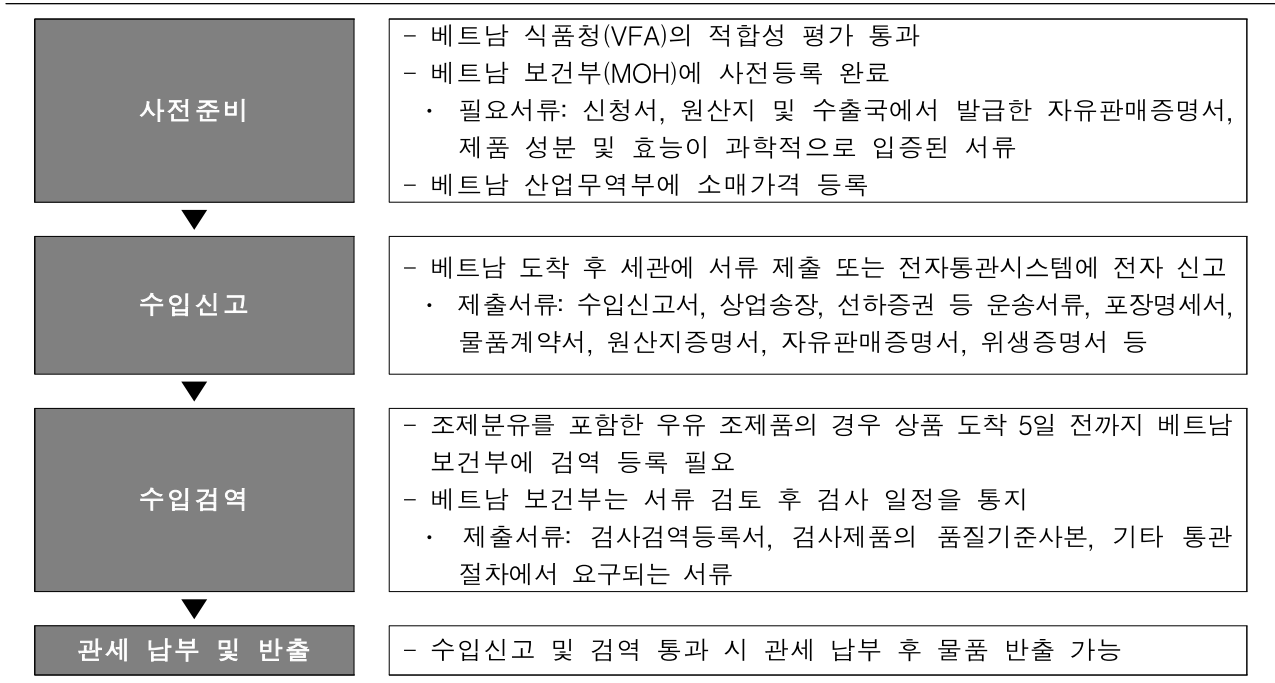
사진			
제품명	bổ sung dinh dưỡng cho trẻ 0-1 tuổi 90g	K-MOM PROBIOTIC	Hikid Vani cho bé từ (하이키드 바닐라맛 분유)
가격	430,000đ/90g (한화 약 2만 3,564원)	650,000đ/800g (한화 약 3만 5,620원)	430,000đ/90g (한화 약 2만 3,564원)
유형	특수 분유	2단계 분유	성장기용 분유
특징	<ul style="list-style-type: none"> · 초유와 혼합해 섭취하는 영양제 형태의 분유 · 초유의 영양을 강화하고 흡수력을 높이는 제품임을 중점적으로 홍보 · 스틱 분말 형태로 소포장해 휴대가 용이함 	<ul style="list-style-type: none"> · 제품 포장에 한국 국기, 한글을 사용하는 등 ‘한국산 제품’임을 강조 · 키 성장과 프로바이오틱스를 함유해 면역력 강화 및 장 건강에 좋은 제품임을 강조 · 또한, 영양실조 치료 및 예방에 효과적인 제품임을 홍보함 	<ul style="list-style-type: none"> · 제품 포장에 한국어어를 사용해 한국산 제품임을 강조 · ‘키 성장’에 효과적인 제품임을 중점적으로 강조 · 유아의 성장에 필수적인 주요 영양소를 모두 포함하고 있으며 성장에 필수적인 칼슘 함량이 매우 높은 제품임을 강조함

*출처: 베트남 온라인 유통채널 shopee(www.shopee.vn), lazada(www.lazada.vn)(검색일: 2023.09.22.)

4. 비관세장벽 동향

□ 조제분유 수입 시 ‘사전준비 → 수입신고 → 수입검역 → 관세 납부 및 반출’ 순으로 수입통관이 실시됨에 유의

<그림 III-1> 베트남 조제분유 수입통관 절차



*출처: 베트남 보건부(moh.gov.vn), 식품청(vfa.gov.vn)(검색일: 2023.09.22.)

- 베트남으로 조제분유 수출 시 ①베트남 식품청의 적합성 평가 통과 ②베트남 보건부에 제품 등록 ③도착 전 유제품 검역 신청이 요구됨
- 조제분유 라벨의 경우 상품명, 원산지 등 필수 표기 사항은 반드시 베트남어로 기재되어야 하며, 외국어를 병기할 수 있음
 - 외국어 병기 시, 반드시 표시된 외국어는 베트남어의 크기보다 작게 표시되어야 함
- 영유아용 식품에 적용되는 오염물질, 곰팡이독소, 미생물 오염에 대해 설정된 국가표준규정을 준수해야 함

〈표 III-9〉 베트남 영유아용 조제분유의 중금속 오염 제한기준

물질명	제한기준	물질명	제한기준
납	0.02mg/kg	카드뮴	1mg/kg
비소	0.05mg/kg	수은	0.05mg/kg
주석	250mg/kg	-	-

*출처: 베트남 식품의 중금속 오염 한도에 관한 국가 기술 규정(QCVN 8-2:2011/BYT)(검색일: 2023.09.22.)

- 영유아식품을 세분화해 그 품목별로 곰팡이독소 오염 제한기준을 마련함

〈표 III-10〉 베트남 영유아용 조제분유의 곰팡이독소 오염 제한기준(일부)

품목명	물질명	제한기준
36개월 미만 영아용 곡류 가공품 및 기타 건조 식품	총 아플라톡신	불검출
	아플라톡신 M1	불검출
	아플라톡신 B1	0.1µg/kg
	제랄레논	20µg/kg
	데옥시니발레놀	200µg/kg
	오크라톡신 A	0.5µg/kg
36개월 미만 영아용 조제식	총 아플라톡신	불검출
	아플라톡신 M1	0.025µg/kg
	아플라톡신 B1	불검출
우유 및 유제품	총 아플라톡신	불검출
	아플라톡신 M1	0.5µg/kg
	아플라톡신 B1	불검출

*출처: 베트남 식품 내 곰팡이독소 오염 한도에 관한 국가 기술 규정(QCVN 8-1:2011/BYT)(검색일: 2023.09.22.)

- 또한, 식품 내 미생물에 대해 설정된 규정을 준수해야 함

〈표 III-11〉 중국 영유아용 조제분유 미생물 위생안전 기준치

물질명	샘플 수	최대허용 시료수	미생물 허용기준	미생물 최대허용한계치
장내세균과	5	0	10 ¹ CFU/g	10 ¹ CFU/g
응고형성 양성 포도상구균	5	2	10 ¹ CFU/g	10 ² CFU/g
포도상구균 장독소	5	0	25g/ml	25g/ml
리스테리아 모노사이토제네스	5	0	10 ² CFU/g	10 ² CFU/g
살모넬라	5	0	25g/ml	25g/ml

*출처: 베트남 식품 내 미생물 오염 한도에 관한 국가 기술 규정(QCVN 8-3:2011/BYT)(검색일: 2023.09.22.)

IV. 시사점

□ 수출국별 시장현황에 따라 적절한 수출전략 수립 필요

〈표 IV-1〉 국가별 조제분유 시장현황 비교

구분		세부 내용	
중국	시장규모	- 2,001억 3,630만 위안(한화 약 36조 5,468억 원) 규모 - 신생아 수 감소에도 불구하고 소득 증가·프리미엄 제품 선호 현상으로 인해 성장함 - 급속한 출산을 저하로 인해 영유아용 식품 시장은 추후 지속적으로 감소할 것으로 추정됨	
	유통현황	- 주요 구매채널: 비식품 유통채널(49.9%), 전자상거래(33.0%) 식품 유통채널(17.1%)	
	소비 현황	트렌드	- 과거 발생한 안전성 이슈로 인해 제품의 안전성 및 품질(영양성분)이 주요 고려 사항 - 고급분유 선호 현상: 유기농, A2 단백질 분유 선호
		제품 현황	- 주요 브랜드: ①Firmus(17.5%) ②Nutricia Aptamil(7.6%) ③Jun Le Bao(6.4%) 순 - (Firmus) 중국 로컬 브랜드로, 다양한 제품군이 판매되고 있으며 주로 중국국가표준을 준수한 제품임을 중점적으로 홍보 - (Nutricia Aptamil) 프랑스 수입 브랜드로 유럽연합의 제조기준을 준수한 제품임을 강조하는 경향 보유 - (Jun Le Bao) 자체적인 제품 공급망을 구축해 자사 제품의 안전성·신선도를 강조 - (한국산) 주로 성장기용 분유가 판매되며, 취득한 각종 인증을 강조하는 경향 보유
	수입현황(* 22)	- 44억 3,572만 달러(한화 약 5조 9,216억 원) 규모 수입 - ①네덜란드(46.6%), ②뉴질랜드(27.2%), ③아일랜드(7.7%) ... ⑧한국산(1.5%) 순	
베트남	생산현황	- 368억 5,400만 동(한화 약 5조 9,216억 원) 규모 - 급속한 경제성장으로 베트남 소비자의 가처분소득 증가가 분유 시장 성장을 견인하고 있음	
	유통현황	- 주요 구매채널: 식료품전문점(62.9%), 비식품유통채널(35.4%) 온라인 유통채널(1.7%)	
	소비 현황	트렌드	- 여성의 사회진출이 증가함에 따라 모유수유에 어려움을 느끼고 분유 급여를 선호하는 추세 - 아동의 성장·면역력 발달 등 기능적인 측면이 중요 고려 요소
		제품 현황	- 주요 브랜드: ①Dialec(20.4%) ②GrowPLUS+(11.8%) Similac(7.5%) 순 - (Dialec) 로컬 브랜드로 베트남 기관 및 FAO/WHO의 권장량을 충족한 제품을 판매함 - (Grow PLUS+) 로컬 브랜드로 영유아의 발육 촉진용 제품군이 다양함 - (Similac) 미국 수입 브랜드로, 높은 가격대에 판매되고 있음 - (한국산) ‘한국산’임을 강조하는 경향이 나타나며, ‘키 성장’에 좋은 제품임을 중점적으로 홍보
	수출입현황(* 22)	- 3억 2,878만 달러(한화 약 4,389억 원) 규모 수입 - ①싱가포르(20.4%), ②일본(18.6%), ③태국(13.6%) ...⑤한국산(5.3%) 순	

※ 참고문헌 및 참고사이트

1	ITC Trademap(trademap.org)
2	중국 경제통계 데이터베이스 CEIdata(https://ceidata.cei.cn/jsps/Default)
3	Baby Food in China, Euromonitor(2022.09.)
4	Baby Food in Vietnam, Euromonitor(2022.09.)
5	波及30万孩子, 骇人听闻的毒奶粉, 十四年后受害的孩子如今怎样了,求知白科(2022.12.24.)
6	重磅! 飞鹤首款有机专利OPO婴配粉上市! 有机奶粉进入“新配方”时代!, naifenzhiku(2022.03.10.)
7	婴幼儿奶粉高端化提速, 广州日报讯(2022.05.23.)
8	Feihe 공식 판매 홈페이지(www.chinafeiheir.com)
9	Aptamil 중국 공식 홈페이지(https://m.apamil.com.cn)
10	Jun Le Bao 중국 공식 홈페이지(http://en.junlebaoruye.com)
11	중국 온라인 유통채널 Jing Dong(https://global.jd.com)
12	중국 해관총서(www.customs.gov.cn)
13	중국 식품안전국가표준 식품 중 오염물 제한량(GB 2762-2022)
14	중국 식품안전국가표준 식품 중 곰팡이독소 한계(GB 2761-2017)
15	중국 식품안전국가표준 사전포장식품 중 병원균 제한량(GB 29921-2021)
16	중국 식품안전국가표준 영아 조제식품(GB 10765-2021)
17	중국 식품안전국가표준 성장기 영아 조제식품(GB 10766-2021)
18	중국 식품안전국가표준 유아 조제식품(GB10767-2021)
19	婴幼儿配方乳粉产品配方注册管理办法(영유아조제분유의 제품 배합 등록 관리 조치)
20	중국 시장감독관리총국 명령 제 80호(www.gov.cn/gongbao/2023/)
21	WorldBank(data.worldbank.org)
22	Statista(www.statista.com)
23	베트남에 부는 한국의 ‘키 크는 분유’ 열풍, REAL FOODS(2022.02.02.)
24	Vietnam Market Study on Formula milk, YCP Solidiance(2020.10.)
25	베트남 온라인 유통채널 shopee(www.shopee.vn)
26	베트남 온라인 유통채널 lazada(www.lazada.vn)
27	베트남 보건부(moh.gov.vn)
28	베트남 식품청(vfa.gov.vn)
29	베트남 식품 내 곰팡이독소 오염 한도에 관한 국가 기술 규정(QCVN 8-1:2011/BYT)
30	베트남 식품의 중금속 오염 한도에 관한 국가 기술 규정(QCVN 8-2:2011/BYT)
31	베트남 식품 내 미생물 오염 한도에 관한 국가 기술 규정(QCVN 8-3:2011/BYT)