

어디를 가든지 마음을 다해 가라



배 정 식
본회 지도부장

2008년 중국에서 ‘멜라민우유’ 파동이 있었다. 단백질 함량을 높이기 위해 멜라민을 첨가한 것이다. 멜라민이 섞인 분유를 섭취한 영유아 6000여명이 피해를 입었고, 4명이 사망하는 최악의 사태가 발생하였다. 2011년 2월에는 피혁 폐기물, 동물의 털을 단백질 화해 분유를 섞어 단백질 함량을 인위적으로 높인 ‘피혁우유’를 생산하는 일도 발생하였다. 그해 12월에는 우유에서 곰팡이 독소의 일종인 아플라톡신 M1이 발견되기도 하였다. 실제로 중국 내 우유 생산관리는 매우 저급한 수준으로 중국우유의 품질은 여전히 낮은 수준에 머물고 있는 실정으로 알려지고 있다.

당연히 중국에서는 안전과 건강을 위한 고품질의 우유제품이 상류층을 중심으로 인기를 끌고 있다. 중국산 제품보다 두 배 이상 비싼 가격이지만 자국 브랜드의 불신이 높아 상대적으로 안전하다는 수입 브랜드 선호 현상이 지속되고 있다. 소형 매장은 제품의 품질과 유통에 있어 문제점이 노출됐을 것이라는 의구심으로 대형, 고급 매장에서의 우유 구매가 증가하는 추세라고 한다.

해외 주요 기업들의 중국내 생산 공장 및 법인 설립도 본격화하고 있다. 독일, 스위스, 미국, 일본 등은 공장을 설립하였거나 계획을 발표하고 있다. 한국제품도 크게 인기 몰

이 중이며, 직수입 신선우유가 인기를 끌고 있다. 중국은 유제품 수입시 통관의 벽이 높고 관세율 또한 높아 가격경쟁력을 갖추기 어렵다. 관세율, 운송비, 기타 제반비용을 감안할 때 중국산 제품보다 가격이 2~3배 가량 높아 고품질로 승부할 수밖에 없다. 신선우유는 유통기한 짧기 때문에 사전에 통관 관련 내용을 조율하고 위생검역증을 조기 발행하는 등 세심한 주의도 필요하다. 이는 우리에게 언제든지 수출장벽으로 다가 올 공산이 높다는 반증이기도 하다.

신선 우유 유통기한은 약 2주로 대형 매장에 들어가기 위해서는 유통기간이 반 이상 남아 있어야 가능하다. 이를 위해서는 운송시간 단축이 매우 중요한데, 시간적 제약으로 중국 내에서 신선 우유를 하루 만에 수출할 수 있는 국가는 우리나라가 유일하다. 이러한 지리적 장점을 살린다면 중국 내 신선 우유시장의 성공적인 안착이 가능할 것으로 낙관하기도 한다.

중국은 우유에 대한 약간의 문화차이가 있다. 우유는 공복에 마시면 안 되고, 차게 마시면 안 되고 아침식사에 함께 마시는 것이 가장 좋으며 또는 자기 전에 한 잔 마시는 것이 좋다는 인식을 가지고 있다. 가정방문이나 병문안시 주로 멸균우유를 선물로 많이 이용하고 있다. 아직 콜드체인시스템이 원활치 않지만 멸균우유 중심의 시장에서 점차 대도시, 젊은 층 중심으로 보존기한이 짧을수록 좋은 우유라는 생각으로 바뀌고 있다고 한다. 한국산 분유에 대한 관심 또한 매우 높고, 국내 주요 유업체의 브랜드를 인지하고 있다. 모 유업체 마나나우유는 중국인들이 처음으로 접한 맛으로 한류를 이용한 광고로 인기몰이를 하고 있어 '한국에 가면 꼭 먹어야 하는 음료'로 인기가 높다고 한다.

우리 가까이 있는 거대한 중국 우유시장은 아직은 미미하지만, 분명 기회의 장이다. 중국인들이 존경하는 공자는 '어디를 가든지 마음을 다해 가라'고 했다. 마침 올해 낙농 자조금 사업으로 한국유가공협회와 함께 해외 수출확대를 위한 공동마케팅을 추진한다고 한다. 우리 우유, 유제품의 수출확대 꿈이 현실로 곧장 다가오길 기대한다. ☺