

# 코로나19가 중국 유제품 소비에 미친 영향<sup>1)</sup>

(원저자) 온미령(溫美玲), 조윤격(曹允格), 유옥매(劉玉梅)(중국전업대학 경제관리학원)  
허 덕(韓國農畜經濟研究員)

## 1. 머릿말

2019년 말에 발생한 신종 코로나 바이러스 감염증(COVID-19, 코로나19)은 전 세계에 만연되자 2020년 1월 30일에는 세계보건기구(WHO)에 의해 ‘국제적으로 우려되는 공중위생 상의 긴급사태’ (팬데믹)로 자리 매김 되었다(胡世雄 등 : 2020).

코로나19는 높은 전염성과 강한 병원성을 갖추고 있어 중국 국민은 각자의 체력 강화와 면역력 향상을 강하게 의식하게 되었다(田明 등 : 2020, ○澤春<sup>2)</sup> : 2020). 코로나19가 유행 중이던 시기에는 개인 차원의 감염 예방은 물론 적절한 영양을 포함한 식사가 각각의 영양 상태의 개선이나 저항력 강화에 효과적이며, 아마도 질병 예후의 개선에 있어서도 중요하다고 생각된다(思雨 : 2020).

즉, 균형 잡힌 영양 섭취가 인체의 저항력 향상을 위한 유효한 수단의 하나이다. 유제품<sup>3)</sup>은 누구나 인정하는 건강 영양 식품이며, 그 풍부한 영양 성분(단백질, 각종 비타민, 미네랄 등)은 모두 면역력의 형성 및 기능과 밀접하게 관련되어 있다(胡婷妮 등 : 2020).

1) 이 글은 溫美玲, 曹允格, 劉玉梅(中國農業大學經濟管理學院), ‘新型コロナウイルス感染症が中国乳製品消費に与えた影響’, 「畜産の情報」海外情報, 2022년 9월호, 農畜産業振興機構 ([https://www.alic.go.jp/joho-c/joho05\\_002380.html](https://www.alic.go.jp/joho-c/joho05_002380.html))의 내용을 번역·보완·수정하고 해설을 덧붙여 작성된 것이다. 또한, 이 글은 COVID-19가 중국의 유제품을 끼친 영향에 대해서 소비를 조명하여 집필하였다. 낙농 및 유제품을 포함한 영향에 대해서는 농축산업진흥기구, 『畜産の情報』2022년 3월호의 ‘中国の酪農と乳製品市場～新型コロナウイルス感染症の影響～’ ([https://www.alic.go.jp/joho-c/joho05\\_002027.html](https://www.alic.go.jp/joho-c/joho05_002027.html))를 참조하기 바란다. 참고로 원저자가 주를 단 부분은 ‘(원저자 주)’, 농축산업진흥기구에서 주를 단 부분은 ‘(기구 주)’, 그리고 역자가 주를 단 부분은 ‘(역자 주)’로 구분하여 주석을 표시하였다.

\* 한국농촌경제연구원 명예선임연구위원, 「해외곡물시장동향」 편집인

2) 여기에서 ○으로 표시된 이름 자 부분은 중국식 한자로 우리나라에서 사용하는 한자가 아니어서 표기할 방법이 없었음을 밝힌다.(역자 주)

3) 유제품에는 액상유(음용유 및 요구르트), 치즈, 버터, 분유 및 기타 유제품이 포함된다.(원저자 주)

중국 국가위생건강위원회는 “영양을 적절한 식사는 영양 상태를 효과적으로 개선하는 저항력의 강화가 가능하다.” 며, 그 중에서도 “유제품 섭취는 면역력 향상을 위해 손쉽게 효과적으로 동원할 수 있는 수단이다.” 라고 지적하고 있다.

2020년 2월 13일 중국 국무원의 신종 코로나 바이러스 대책 공동방역기구는 ‘채롱자(菜篮子, 장바구니) 시장 책임제도<sup>4)</sup> 정착으로 인한 농작물 안정 생산·공급 확보 업무의 확실한 실시에 관한 통보’를 공표하였다. 여기에서는 처음으로 유제품이 생활필수품으로 나열되어 있다.

또, 같은 해 2월 20일 중국 국가발전개혁위원회가 발표한 ‘신종 코로나 바이러스 감염증 확산방지 중점 보장물자의 구체적 범위 제공에 관한 서한’에서는 유제품을 코로나19 확산 방지 중점 보장 물자의 하나로 꼽고 있다.

한편, 중국의 유업은 힘차게 발전을 보이고 있지만, 산업체인 전체적으로 연결이 불완전하고 리스크에 대처할 능력이 충분하다고는 말할 수 없다는 주장도 하고 있다(于娟: 2020).

2020년에 발생한 코로나19의 폭발적 유행은 중국 경제의 발전에 중대한 영향을 미쳤지만, 이는 중국 유업의 발전에도 큰 충격이었으며, 탄탄한 유업의 발전 리듬을 교란하였다.

코로나19의 영향으로, 사료 생산과 젖소 사육비가 급증하는 유제품 가공 판매 수입은 크게 줄었다(許佳彬, 李翠霞: 2021). 또 이번 연구에서 중국의 유제품 소비액은 코로나19가 폭발적으로 확대한 뒤에 일단 감소하는 것으로 나타났다.

4) 지방 정부가 관할 구역 내 채소, 고기, 달걀, 우유, 수산물 등의 공급에서 생산의 발전, 유통과 수송 시장 조정, 품질 안전 공급 확보 및 가격 안정 등의 업무를 총괄 집행하는 중국의 정책. (市长负责制)(원저자 주). 중국 정부는 2020년 2월 12일, 국무원 신종 코로나바이러스 감염증 대응 연합예방 통제기제는 「‘장바구니’ 시장책임제(市长负责制)를 단단히 틀어쥐고 농산물 안전생산과 공급보장 사업을 잘할 데 관한 통지」를 인쇄·발부했다. <통지>는 다음과 같이 지적했다. 최근 신종 코로나바이러스 감염증을 예방 통제하는 가운데서 일부 지방의 농산물 생산, 운수, 판매가 저해를 받아 부분적 양식 기업의 사료 공급이 딸리고 있다. 이는 주민 생활필수품 공급에 비교적 큰 영향을 끼치고 있다. 당중앙, 국무원의 결책과 포치를 관철 낙착하고 ‘장바구니’ 시장책임제를 더한층 공고히 하고 농산물 안전생산과 공급보장을 확실하게 틀어쥐며 전염병 예방 통제 저격전에서 승리를 거두기 위해 <통지>는 8가지 방면의 요구를 제기했다. 첫째, 지방 속지(屬地) 책임을 엄격히 시달해야 한다. 지방의 첫 책임을 강화하고 ‘장바구니’ 제품의 안정생산과 공급보장을 하나의 중요한 정치임무로 삼고 ‘장바구니’ 시장책임제를 엄격히 시달해야 한다. 지방정부 특히는 시급 정부는 관할 구역내의 남새(채소), 고기, 닭알(계란), 우유, 수산물 등 공급을 책임져야 한다. 둘째, ‘장바구니’ 제품의 생산을 잘 틀어쥐어야 한다. 남새 생산중의 채용이 어렵고 채용이 비싼 문제를 해결해야 한다. 시장 공급량을 확대해야 한다. 고기돼지 생산을 다그쳐 회복해야 한다. 셋째, 도로운수가 원활하도록 보장해야 한다. 식량과 식용유, 남새, 고기, 닭알, 우유, 수산물 등 농산물을 전염병 예방 통제 기간 생활필수품 보장범위에 포함시켜야 한다. 농업생산물자의 물류 통로를 원활하게 해야 한다. 넷째, 농산물 유통과 판매를 활성화시켜야 한다. 각지에서는 신선한 농산물 수매량을 확대하고 질서 있게 시장투입을 조직하여 판매가 어렵고 공급이 딸리는 현상을 방지해야 한다. 다섯째, 가금류 거래시장에 대한 분류 관리를 강화해야 한다. 본 지역의 가금 육류 제품의 공급 보장능력을 제고해야 한다. 여섯째, 양식업의 상류와 하류 기업의 재생산을 가속화해야 한다. 양식장 농호들에게 사료가 끊기고 원료가 부족하며 약품이 부족한 등 두드러진 문제를 힘써 해결해주어야 한다. 일곱째, 신용대출 지원 정책을 서둘러 실시해야 한다. 제때에 관련 기간 생산기업을 국가 전문 재대출 및 이자보조 정책지지 범위에 넣어야 한다. 여덟째, 부문간의 협동 협력을 강화해야 한다. 연합예방통제기제 역할을 충분히 발휘하고 ‘장바구니’ 식품관리 부문간 연석회의 제도를 실시하여 사업의 합력을 형성해야 한다.(출처: 길림신문, 2020년 2월 14일자, [http://www.jlxcwb.com.cn/news/content/2020-02/14/content\\_253748.htm](http://www.jlxcwb.com.cn/news/content/2020-02/14/content_253748.htm))(역자 주)

코로나19의 영향으로 일부 슈퍼마켓이나 농촌 등에 있는 판매 거점이 임시 폐쇄되었다. 그 결과, 유제품의 단기 매출은 일시적으로 마이너스 방향으로 영향을 받게 되었다. 가장 심각했던 것은 2020년 2월 감염 확산 초기였다. 당월 유제품 판매액이 폭락하면서 하락폭은 전년 동기 대비 26.6% 감소한 것이었다(楊禎妮 등 : 2021).

일부 학자들은 다음과 같이 말하기도 한다. “확실히 유제품 소비는 코로나19 확산 초기에 일정 정도 마이너스 영향을 받았다. 그러나 이러한 영향은 단기적이고 단계적인 것이다. 코로나19는 단지 소비자의 구입 빈도와 구입처를 바꾼 것에 불과하다. 수요는 안정된 상태이며, 유제품의 소비 수요가 코로나19에 의해서 감퇴된 것은 아니다. 코로나19가 제어되게 되면, 유제품에 대한 국민의 소비열풍은 오히려 강한 자극 받아 소비 잠재력은 활성화될 것이다. 즉, 유제품 시장 요구는 보다 확대될 것이다.”(侯軍偉 : 2021, 劉禹, 馮良 : 2021) .

2020년 중국 국민의 유제품 소비량은 4,762만 4,000톤에 달하며, 전년도에 비해 증가율은 7.6%였다(후술). 이 밖에 코로나19를 배경으로 하는 또 다른 측면으로는 유제품의 고급화, 기능화, 다원화 등의 향상을 꼽는다. 국제적 조사회사인 Kantar(칸타) 소비자 지수 조사 결과에 따르면, 그 해 중국 소비자는 영양이나 건강 측면으로 관심을 돌리게 되고, 보다 신선하고(저온 살균 우유), 고품질이며(고 단백질), 저 부담적인(무첨가, 환원당, 저지방) 유제품에 대한 요구가 높아졌다.

유업의 고품질인 유제품 생산의 확대를 유지하는 유제품 소비 수준을 올리기 위해서는 유업체 관련 기업에 정확하고 실시간으로 시장 요구를 제공할 필요가 있다. 이를 통해 코로나19가 중국의 유제품 소비에 미친 영향을 정확히 파악하는 것이 특히 중요하다는 것은 명백하기 때문이다.

이상으로부터 이 글에서는 매크로 통계 데이터와 관련 자료를 이용하여 유제품 소비 수준, 구입처 및 소비기호 세 가지 측면에서 코로나19확대가 유제품 소비에 미친 영향을 분석한다.

또한, 이 글에서 환율은 1위안=20.25엔=193.2원을 적용하였다<sup>5)</sup>.

## 2. 유제품 소비량에 대한 코로나19의 영향

코로나19 확산이 야기한 건강 측면에 대한 리스크는 중국 분유 수요를 자극하였다는 점이다. ‘2020년 중국 분유 사업자 지수 보고서’에 따르면, 코로나19 유행 기간 중 96%의 소비자가 “우유를 마시는 것은 면역력 향상에 큰 도움이 된다.”고 인식하고 있다. 그 중에서도 높은 수치를 보이는 것은 저온 살균 우유에 많이 함유하고 있는 락토페린<sup>6)</sup>이나 면역 글로블린<sup>7)</sup>과 같은 활성 인자가 면역력을 향상시킨

5) 중국 위안화 대 일본 엔화 환율은 미즈비시 UFJ 리서치&컨설팅 주식회사 “월말·중순 평균 환율”의 2022년 7월 말 TTS 세를, 중국 위안화 대 한국 원화 환율은 ‘환율 플러스 앱’의 같은 시기 기준환율을 적용하였다.(역자 주)

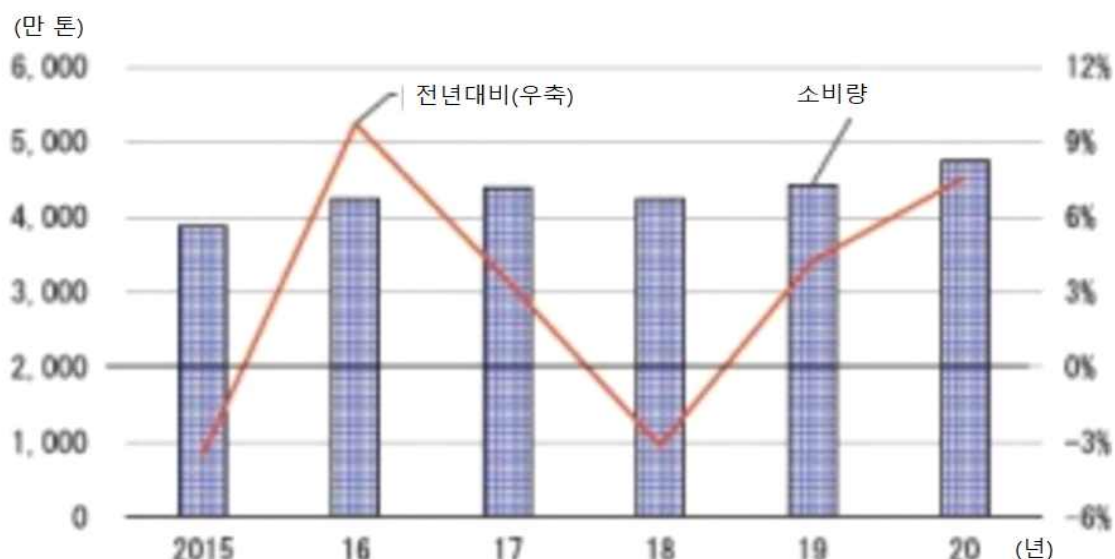
6) 락토페린(lactoferrin)은 사람이 섭취했을 때 인체 내의 철분과 결합하면서 강력한 항산화 물질로 바

다는 가치에 대한 공통 인식이다. 또 40% 넘는 소비자(아동으로 제한하면 50% 이상)이 섭취하는 유제품의 종류와 섭취량, 섭취 빈도를 늘리고 있다. 위에서 알 수 있는 것처럼, 코로나19의 확산은 중국 국민의 유제품 소비를 더욱 독려했다.

#### (1) 해마다 상승하는 중국의 유제품 소비량, 특히 2020년에 현저히 증가

중국의 유제품 소비량은 꾸준히 증가하여 왔으나, 특히 코로나19 이후에 현저한 신장을 나타내고 있다. <그림 1>에 나타난 바와 같이 중국 국민의 유제품 소비량은 2015년 이후 ‘상승-하강-상승’ 하는 특징을 나타내면서도 전체적으로는 증가세를 보여 왔다.

그림 1 유제품 소비량 추이



주: 원유 환산

자료: 「중국 유제품보고」, 温美玲, 曹允格, 劉玉梅(中国農業大学經濟管理学院), ‘新型コロナウイルス感染症が中国乳製品消費に与えた影響’, 「畜産の情報」海外情報, 2022년 9월호, 농축산업진흥기구에서 재인용

뛰어 체내에서 세균의 증식 억제 및 항균 작용 등의 역할을 하는 물질이다. 자연에서는 추출하기 어렵고 출산직 후 분비되는 사람과 젖소의 초유(初乳)에 가장 많이 들어 있는 것으로 알려져 있다. 면역력 증강을 목적으로 주로 분유 및 이유식 면역 강화 기능성 식품 등에 이용되며, 현재 우유에서 락토페린을 추출하는 방식을 사용한다. 현재 국내 분유 또는 이유식을 제조하는 업체들은 락토페린 원료의 대부분 뉴질랜드와 네덜란드 등지에서 수입해 쓰고 있는 것으로 알려져 있다. 그러나 2008년 9월 발생한 중국산 멜라민 함유 분유를 먹은 영아들의 사망사건 이후, 같은 해 10월 뉴질랜드산 락토페린에서 멜라민이 검출돼 논란이 된 바 있다.(출처: 네이버 지식백과 시사상식사전, pmg 지식엔진연구소, <https://terms.naver.com/>)(역자 주)

- 7) 면역글로불린(immunoglobulin)은 B 림프구에 의해 형성된 매우 다양한 당단백질로 항원의 존재 시 혈액이나 다른 분비조직에서 항체로 분비된다. 체액 내에서 면역글로부린 G, M, A 등의 형태로 존재하며 항원과 결합하여 항원을 불활성화 시키거나 면역을 형성하는 성질을 가진 일종의 단백질로서 때로 항체라 불리기도 한다.(출처: 네이버 지식백과 농업용어사전: 농촌진흥청, <https://terms.naver.com/>)(역자 주)

2015~19년 기간에 총 소비량(원유 환산)은 3,863만 5,000톤에서 4,427만 4,000톤으로 증가하였으며, 이 사이의 연평균 증가율은 3.6%였다. 코로나19 이후에는 더욱 두드러지게 신장하였는데, 2020년의 유제품 소비량은 4,762만 4,000톤, 전년 대비 7.6% 증가, 수량으로는 335만 톤 증가하였다. 이처럼 코로나19 이후에는 2015~19년의 연평균 증가율을 크게 웃돌았다.

이 기간 중국 국민의 유제품 1인당 평균 소비량 또한 <그림 2>에 나타난 바와 같이 ‘상승-하강-상승’이라는 특징을 나타내고 있다. 2015~17년은 1인당 소비량(원유 환산)이 36.0킬로그램에서 36.9킬로그램으로 늘었으며, 이 사이의 연간 증가율은 1.3%였다. 2018년에는 한시적으로 1인당 소비량이 34.3킬로그램까지 하락하였지만, 2019년에는 다시 35.8킬로그램까지 회복하였다. 그 뒤 코로나19가 발생함에 따라 현저하게 상승하여 2020년에는 38.3kg, 전년 대비 7.0% 증가, 수량으로는 2.5킬로그램 증가하여 2015년 이후 가장 큰 증가세를 보였다.

그림 2 1인당 유제품 소비량 추이



주: 원유 환산

자료: 「중국 유제품질보고」, 温美玲, 曹允格, 劉玉梅(中国農業大学經濟管理学院), ‘新型コロナウイルス感染症が中国乳製品消費に与えた影響’, 「畜産の情報」海外情報, 2022년 9월호, 농축산업진흥기구에서 재인용

중국의 유제품 소비량이 ‘상승-하강-상승’의 특징을 나타낸 원인은 2018년 미·중 무역 마찰에 의한 수입 단백질 원료 가격 급등<sup>8)</sup>과 관련된 사료비용 증가에 있다. 우유 생산 코스트 전체의 75.4%는 사료가 차지하고 있다. 그 결과 일부 중소낙농가의 철수를 가속시키게 되었다(王長梅, 劉瑶: 2020).

8) 자세한 것은 ‘米国産の畜産物や大豆など545ラインに追加関税を賦課(中国)’, 「畜産の情報」海外情報 2018년 6월 18일자, 농축산업진흥기구([https://www.alic.go.jp/chosa-c/joho01\\_002237.html](https://www.alic.go.jp/chosa-c/joho01_002237.html))을 참조하기 바란다.

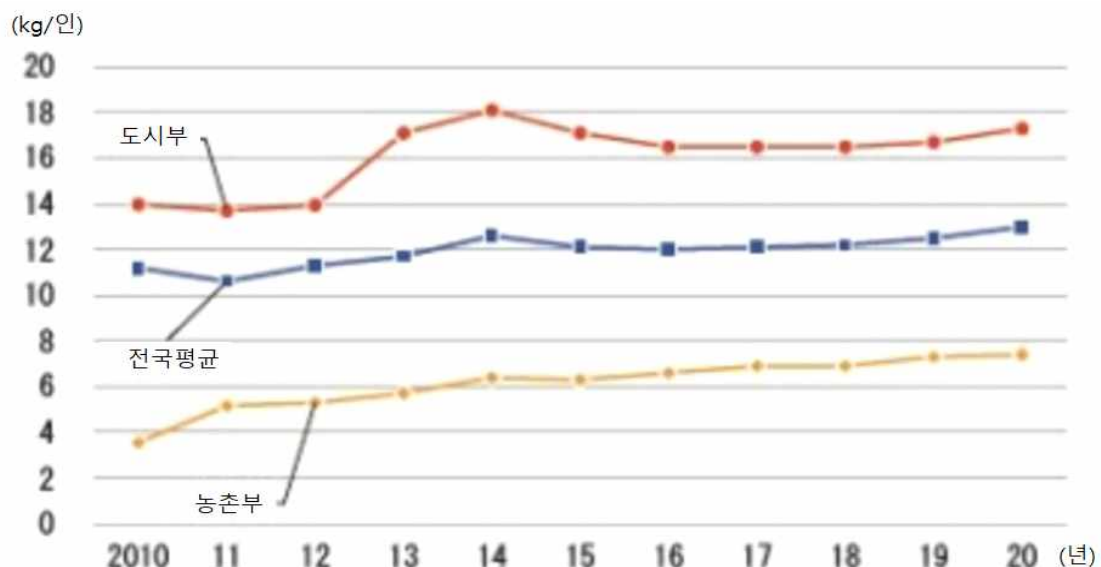
이러한 점에서 2018년의 유제품 생산량은 그동안 수준을 밑도는 2,687만 1,000톤(전년 대비 8.4% 감소)이었으며, 이에 따라 소비량도 하락하였다. 이후 중국 정부의 낙농 생산에 지도와 강력한 정책 지원을 받은 결과, 사육 마릿수 증가 의욕을 가진 낙농가가 늘어나면서 중국 국내의 유제품 생산량도 서서히 회복하였다. 그 결과, 국민도 더 많은 유제품을 구입할 수 있게 되어 소비량도 점차 증가하기 시작하였다.

또, 코로나19 이후 유제품 소비량이 현저하게 증가한 원인은 코로나19의 폭발적인 확산에 대한 정부의 지도가 유제품에 대한 국민의 소비 의식을 높였기 때문이다. 예를 들면, 중국 국가위생건강위원회가 발표한 ‘신종 코로나 바이러스 감염증 예방대책을 위한 영양지도’에는 “매일 최대한 300그램의 우유·유제품을 섭취한다.”와 같은 제안이 이루어지고 있다. 그것이 중국 국민의 음식 습관에 건강에 대한 의식을 침투시키고, 유제품을 비롯한 영양 보충 식품의 소비 수요 증가를 뒷받침하였다. 그 결과, 유제품은 점차 국민이 일상적으로 먹는 식품이 되었다.

## (2) 도농 간에 존재하는 1인당 유제품 소비량 차이

도시부와 농촌부의 유제품 소비량은 여전히 큰 차이가 존재하고 있다. 또, 코로나19 확산은 도시 거주자의 유제품 소비량에 더 큰 영향을 주고 있다. <그림 3>에 나타난 바와 같이, 2010년 이후 중국의 도시부와 농촌부의 1인당 유제품 소비량은 모두 소폭 변동이 있으면서도 전체적으로는 상승세를 보였다.

그림 3 도시부 및 농촌부의 1인당 유제품 소비량 추이



주: 중량은 단순 합계치

자료: 「중국통계연감」, 温美玲, 曹允格, 劉玉梅(中国典業大学經濟管理学院), ‘新型コロナウイルス感染症が中国乳製品消費に与えた影響’, 「畜産の情報」海外情報, 2022년 9월호, 농축산업진흥기구에서 재인용

최근의 움직임에 주목하여 보면, 도시부의 1인당 소비량은 2016년 16.5킬로그램에서 2019년에는 16.7킬로그램으로 증가하였으며, 그 사이의 연평균 증가율은 0.4%를 보였다. 한편, 농촌부는 이 기간에 6.6킬로그램에서 7.3킬로그램으로 증가하였는데, 연평균 증가율로는 3.5%를 기록하였다. 전체적으로 보면, 중국 내에서도 도시부의 유제품 소비량이 농촌부보다 분명히 많으며, 그 차이는 약 2.5배에 이르는 것으로 분석되었다.

2020년 코로나19가 상시화하면서 도시의 1인당 유제품 소비량은 전년보다 0.6킬로그램 늘어난 17.3킬로그램으로 전년 대비 3.6%의 증가율을 기록하였다. 하지만, 농촌부는 1인당 소비량이 0.1킬로그램 늘어난 7.4킬로그램을 기록하여, 전년대비 1.4% 증가를 기록하였다.

이상에서 알 수 있는 것은 코로나19 이후 유제품 소비량의 증가는 도시부가 농촌부를 현저하게 웃돌고 있다는 것이다. 이를 분석하여 보면, 다음과 같은 세 가지 점을 원인으로 볼 수 있다.

- 원래 농촌부의 구매력은 도시보다 낮은 유제품 등의 영양 보충 식품을 구입하기 위한 소비 능력에 차이가 있다.
- 농촌부는 정부가 발표한 면역력 업(up)에 관한 일련의 음식 습관에 대한 제안을 그다지 중요시하고 있지 않으며, 유제품을 추가하고 소비하는 의식이 여전히 낮다.
- 농촌부는 유제품의 공급망이 충분히 정비되지 않아 공급 루트가 한정되어 있어 소비량이 부진하다.

### (3) 국민 1인당 유제품 소비액은 해마다 상승하였지만, 2020년은 소폭 하향

최근 몇 년간 중국 국민의 1인당 유제품 소비액은 상승세를 보여 왔다. 하지만, 코로나19가 발생하자 1인당 유제품 소비액이 약간 낮아진 것으로 나타났다. <그림 4>를 보면, 1인당 유제품 소비액<sup>9)</sup>은 2015년 이후 순조롭게 확대되었다. 통계로 보면, 2015년 253.8위안(5,139엔, 49,043원)에서 2019년 299.7위안(6,069엔, 57,902원)으로 증가한 것으로 나타났다. 그 사이의 연평균 증가율은 4.5%를 기록한 것으로 분석된다.

그러나 코로나19가 발생하자 1인당 소비액이 하락하면서 2020년에는 293.7위안(5,947엔, 56,743원)으로 전년 대비 2.0%로 나타났다.

9) 1인당 유제품 소비액 = 시장 규모 ÷ 인구.(원저자 주)



그림 4 1인당 유제품 소비량 추이



주 : 1인당 소비액 = 시장규모 ÷ 인구

자료 : 화경정보망. 温美玲, 曹允格, 劉玉梅(中国農業大学經濟管理学院), ‘新型コロナウイルス感染症が中国乳製品消費に与えた影響’, 「畜産の情報」海外情報, 2022년 9월호, 농축산업진흥기구에서 재인용

이 기간의 1인당 유제품 소비액의 움직임과 요인을 나타낸 것이 이하이다.

- 2014년 이후, 유제품 시장은 ‘신규 비즈니스의 개척에 따른 증산의 단계’에서 ‘품질 향상에 따른 가격 상승 단계’로 전환되었다. 하지만, 이때 국내 우유 가격이 상승하면서 국민의 수입 수준도 약간 올라갔다.
- 소비 수준이 향상되면서 고품질 유제품에 대한 수요가 늘어났다. 그러면서 그것이 2015~19년의 1인당 유제품 소비액 상승으로 이어졌다.
- 2020년의 1인당 유제품 소비액의 하락에 대해서는 코로나19의 폭발적 유행이 춘제<sup>10)</sup>(설날)시기에 겹치면서 중국 국민에게 새해의 주요 선물 중 하나인 유제

10)춘제 또는 춘절(春節, Chinese New year). 매년 음력 1월 1일을 중심으로 치르는 중국 문화권의 새해맞이 명절이다. 춘절(春節)은 4천여 년의 역사를 지닌 새해맞이 명절이자 봄맞이 축제로 중국을 비롯한 중국 문화권의 가장 성대한 명절이다. 오랜 옛날 한 해의 농사를 갈무리하며 하늘과 조상에 감사의 뜻을 표하고, 새해의 풍작과 행복을 기원하던 행사에서 유래했다. 음력으로 한 해가 시작되는 날이 춘절 당일이며, 중국 풍속으로는 음력 12월 23일부터 다음 해 음력 1월 15일 원소절(元宵節)까지 명절 분위기가 이어진다. 약 3주의 기간 가운데 설날 그믐날과 정월 초하루가 춘절의 정점에 해당한다. 음력으로 한 해의 마지막 날인 설날그믐에는 가족과 친지가 한자리에 모여 만두를 빚고 뭍, 생선과 두부 요리, 술 등 명절 음식을 함께 만들어 나눠 먹는다. 자정이 되면 전국에서 액운을 쫓는 의미가 깊은 대규모 폭죽 놀이가 벌어져 명절 분위기가 절정에 이른다. 춘절 당일에는 평소에 만나지 못했던 친척들과 새해 인사를 나누고 아이들은 웃어른께 세배를 드린 뒤 빨간색 봉투에 담긴 세뱃돈을 받는다. 중국의 국가 지정 공휴일은 3일이며 지방에 따라 열흘에서 2주, 길게는 한 달까지 쉬기도 한다. 음력 1월 1일이 춘절로 고정된 것은 1911년 신해혁명 이후다. 중화민국 시대에 들어서면서 정부는 기존의 음력을 폐지하고 그레고리력을 채택했다. 이에 따라 설도 양력 1



품 구입이 크게 줄고 심각한 재고 과다에 빠졌다.

- 그 뒤 재고 해소를 위해서 기업이 장기에 걸친 대폭적인 가격 인하에 따른 판매 촉진 등으로 말단 소비를 자극하면서 국민의 1인당 유제품 소비량은 올라갔다. 하지만, 판매 가격 인하로 1인당 유제품 소비액은 소폭 하락하게 되었다.

### 3. 유제품의 구입처에 대한 코로나19의 영향

#### (1) 코로나19 유행 기간에 진행된 유제품 구입처의 최적화

유제품 구입처에 대해 살펴보면, 코로나19 유행 기간에도 기존의 대면 판매로 구입이 크게 줄어든 반면, 온라인 구매 비중은 크게 증가하였다. <그림 5>에서 알 수 있는 것처럼, 2019년 시점에서 35.4%였던 종합 및 대규모 슈퍼마켓에서의 구매 비중이 2020년에는 32.9%로 감소하였다. 한편, 같은 기간 온라인(인터넷 쇼핑)에 의한 구매 비중은 2019년 18.6%에서 2020년에는 25.0%로 급속히 상승하였다.

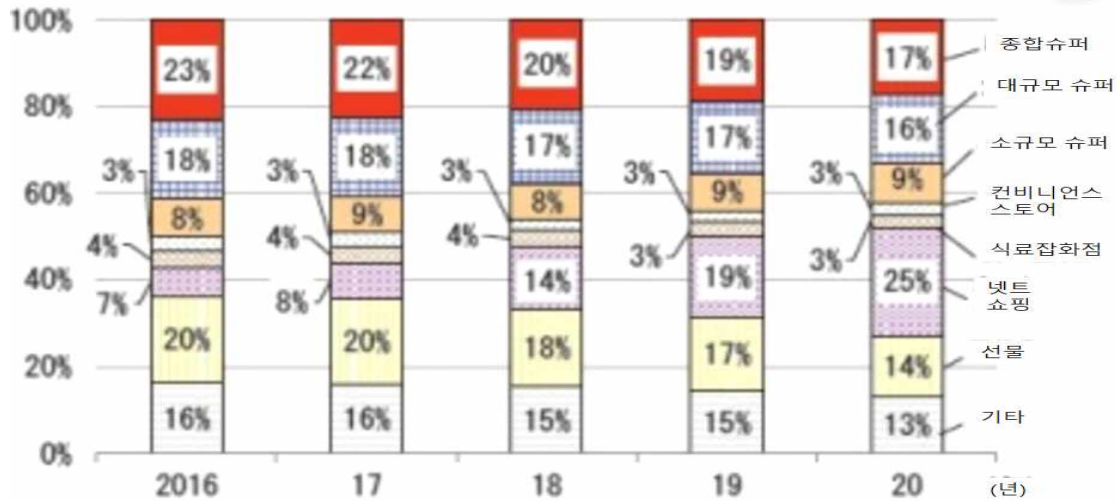
이러한 현상의 요인으로서 생각되는 것은 우선 코로나19 유행 기간에 대중교통 운행이 제한된 결과, 대부분의 소비자들의 쇼핑 목적의 나들이 빈도가 감소하였다는 점과, 이에 소매점의 폐쇄 등이 겹치면서 1, 2선 도시<sup>11)</sup> 슈퍼마켓에 사람들의 흐름이 감소한 점을 꼽을 수 있다.

---

월 1일로 정해졌다. 이때부터 원단은 음력이 아닌 양력 1월 1일을 의미하게 됐고, 전통적으로 설 명절을 치르던 음력 1월 1일은 ‘봄 축제’라는 뜻의 춘절(春節)로 바뀌었다. 한때는 음력 설을 치르는 것을 금하기도 했으나 민간에서는 여전히 춘절에 설 명절을 지냈으며, 1934년에는 음력 폐지 조치가 철회됐다. 전통적으로 춘절 기간은 음력 12월 23일에 시작해 새해의 음력 1월 15일 원소절까지 거의 한 달간 지속된다. 춘절을 전후한 시기에는 특정한 날마다 지키는 독특한 풍습이 있다. 예를 들어 음력 12월 8일에는 풍성한 수확을 기원하며 8가지 곡식으로 만든 납팔죽(臘八粥)을 끓여 먹는다. 그리고 춘절 기간이 본격적으로 시작되는 음력 12월 23일은 부뚜막을 지키는 조왕신(索王神)에 게 제사를 지내는 날이다. 이날 사람들은 부엌에 조왕신의 신상을 놓고 엽을 바치는데, 단것을 먹은 조왕신이 하늘의 상제에게 좋은 이야기를 전해줘 복을 가져다 준다고 믿는다. 오늘날 춘절에 관련된 행사가 많이 줄고 있다고는 해도 중국 곳곳에서 여전히 전통이 이어지고 있다. 전통적으로 중국에서는 설날 그믐날 밤에 가족이 모두 모여 식사를 즐긴다. 중국의 춘절 요리는 지방마다 다르지만, 만두(饅頭), 팥빵인 두포(豆泡), 떡의 일종인 연고(年槩), 끼니 사이에 먹는 간단한 식사인 덤섬(點心), 두부(豆腐), 찹쌀로 만든 간식 미화당(美花糖) 등이 공통적으로 장만하는 대표 음식이다. 남방에서는 한 끼 식사에 보통 십여 가지 요리가 오르고, 두부와 생선을 반드시 포함시킨다. 중국 어에서 두부의 부(腐)와 물고기의 어(漁)가 재물이 넉넉함을 뜻하는 부유(富裕)와 음이 비슷하기 때문이다. 또 연고(年槩)라는 떡을 상에 올리는데 연고의 발음이 연고(年高)와 같아 새해에 발전이 있으리라는 기원을 상징한다고 한다. 북방에서는 그믐날 저녁에 식구들이 함께 모여 빻은 교자(餃子)를 먹는다. 중국에서는 본래 소를 넣지 않고 찐 떡을 만두, 소를 넣어 찐 것을 교자라 불렀다고 한다. 교자의 ‘교’(餃)는 교체를 나타내는 교(交)와 발음이 같아 묵은해가 가고 새해가 오는 것을 나타낸다고 한다.(출처 : 네이버 지식백과 세계의 축제 · 기념일 백과, 류정아, 오애리, 김홍희, <https://terms.naver.com/>)(역자 주)

- 11) 중국의 도시 수준을 나타내는 호칭. 정부의 명확한 정의는 없지만, 첫째 재정사들이 매년 발표하는 ‘도시의 상업적 매력 랭킹’이 참조되는 것이 많다. 본 랭킹에서는 상업 시설의 충실도와 주민의 활성화, 도시의 장래성 등으로 상업적 매력이 높은 도시에서 순서대로, 1선, 신1선, 2선, 3선, 4선, 5선 도시로 순위화되고 있다. 또한 2021년 1선 도시에는 상하이 시와 베이징 시, 선전 시(광둥 성), 광주 시(광둥 성)의 4도시가 꼽힌다.(원저자 주)

그림 5 유제품 구입처 비율 추이



자료 : 중하(中荷)유업발전센터. 温美玲, 曹允格, 劉玉梅(中国農業大学經濟管理学院), ‘新型コロナウイルス感染症が中国乳製品消費に与えた影響’, 「畜産の情報」海外情報, 2022년 9월호, 농축산업진흥기구에서 재인용

다른 측면으로는 점포 폐쇄 등에서 소매상들이 춘제용으로 대량으로 사들인 상품을 가게 앞에 내놓을 수 없어 유제품 대면판매가 한꺼번에 얼어붙은 상황을 들 수 있다. 그 결과 슈퍼마켓에서 유제품의 중요도는 여전히 높음에도 불구하고, 그 비율을 낮추는 대신에, 많은 사람들이 온라인이라는 간단한 수단을 이용해서 유제품을 구입한 것으로 생각된다.

## (2) 인터넷 쇼핑몰의 시장 침투율은 각 지역에서 상승

코로나19 유행 이후 인터넷 쇼핑을 이용한 유제품 구입 시장 침투율<sup>12)</sup>은 전국적으로 상승세를 보이고 있다. 그 중에서도 베이징·상하이·광저우, 청두 시장 침투율의 수치가 가장 높다. 2020년 제1분기(1~3월)은 바로 코로나19가 창궐한 시기이다. 이 시기 사람들의 외출이 줄어든 결과 인터넷 쇼핑은 국민의 주요 유제품 구입 수단이 되었다.

액상유를 예로 들어 보면, <그림 6>에서 나타난 바와 같이, 베이징·상하이·광저우, 청두의 인터넷 쇼핑몰 시장 침투율이 30.4%로 가장 높고, 성급시(20.8%), 지급시(14.2%), 현·현성(9.3%) 순으로 이어진다.<sup>13)</sup>

12)시장 침투율 = 상품의 실제 수요 ÷ 상품의 잠재적 수요. 이 경우, 해당 지역에 거주하는 사람 중 기간 중에 1번이라도 넷트 쇼핑에서 유제품을 구입한 적이 있는 사람의 비율.(원저자 주)

13)지역 구분에 관한 설명 : 현급시·현성, 지급시는 행정구에 근거한 구분이다, 성급시에는 행정 구역 중의 성도인 도시 및 경제가 발전한 연해 도시인 다롄, 칭다오, 선전을 포함한다. 베이징, 상하이, 광저우, 청두는 중국 동남 서북 지역을 대표하는 경제가 비교적 발달했으며, 소비 능력이 높은

그림 6 액상유의 넷트 쇼핑 시장 침투율



주: 액상유란 음용유 및 요구르트를 말한다.

자료: 중하(中荷)유럽발전센터. 温美玲, 曹允格, 劉玉梅(中国典業大学經濟管理学院), ‘新型コロナウイルス感染症が中国乳製品消費に与えた影響’, 「畜産の情報」海外情報, 2022년 9월호, 농축산업진흥기구에서 재인용

2021년 제1분기에는 코로나19가 기본적으로 제어되어 사람들도 제한 없이 외출이 가능하게 되는 등 일상생활은 정상적인 상태로 돌아갔다. 이론적으로는 외출이 원래대로 돌아가면 국민의 인터넷 쇼핑물 이용 횟수는 줄어들고, 슈퍼마켓에서 소비빈도가 증가하여야 할 것이다. 그러나 이 시기, 인터넷 쇼핑 시장 침투율은 전년 동기보다 늘었고, 시장 침투율은 전국 평균 7.7%포인트 늘었다. 그 가운데에서도 성급시의 성장이 최고 9.8%포인트, 2위는 지급시로 7.5%포인트, 3위는 현 현성로 6.9%포인트를 기록하였다.

이러한 현상의 주요 원인은 예상외로 장기화되고 있는 코로나19와의 투쟁 가운데 국내 상황은 현 시점에서 점차 호전되고 있다지만, ‘불요불급한 외출을 삼가’라는 정책이 사람들 속에 침투하였는데, 이에 이미 소비자는 ‘인터넷 쇼핑’을 습관화시켰다는 데 있다. 향후, 비록 코로나19가 종식된다 하더라도 소비자는 역시 인터넷 쇼핑물을 이용하는 것으로 보인다.

### (3) 코로나19 유행 이후 선물 시장 침투율은 각 지역에서 상승세

코로나19의 유행으로 억압된 상황에서, 2020년 춘제 때 액상유 선물 판매<sup>14)</sup>는 어느 정도의 타격을 받았다. 춘제 기간 예방 조치로 친척과 친구를 찾아간 단란하게

도시이다.(원저자 주)

14)중국에서는 춘제 등에 친척이나 친구 등에게 선물을 하는 습관이 있지만, 선물로는 알코올류나 과일 등과 함께 건강식품의 인기가 높다. 유제품도 건강식품으로 하면서, 과거에는 고급품으로서 취급되는 것 등으로 인기 있는 선물 하나가 되었다. 선물용으로 상자 포장된 상온 보존 우유 등이 일반적으로 이용된다.(원저자 주)

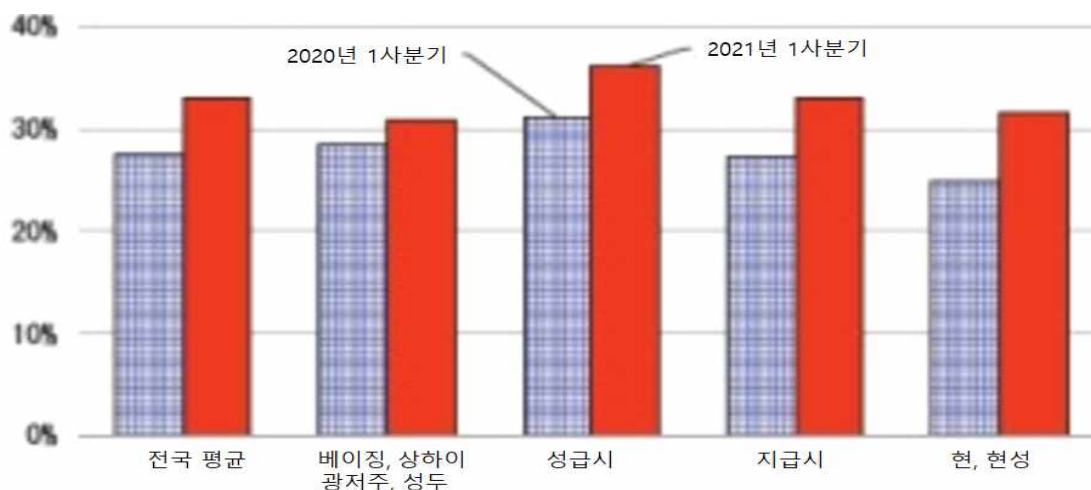
지낼 기회가 감소 혹은 전무하게 되는 등 선물 관련 구입 기회가 제한되었다. 그 결과, 선물로 인기가 높은 액상유 구매량이 크게 떨어지게 되었다. 그러나 중국 내 코로나19 유행이 서서히 제어되면서, 유제품 업체들도 그 영향에 긍정적으로 임하게 되어, 유제품의 소비는 점차 호전되었다.

2021년 춘제 기간에서는 중국 질병 예방 관리 센터가 “현 시점에서는 아직 코로나19의 세계적 대유행기에 있어 신춘의 경사나 행사에서도 코로나19 감염 방지 의식을 소홀히 하지 않고, 집단으로 하는 음식 활동을 최대한 줄일 것” 이라고 경고하였다.

그러나, <그림 7>에서 알 수 있는 것처럼, 2021년 제1분기의 액상유 선물 시장 침투율은 전년 동기부터 크게 상승하여 전국에서는 2020년 제1분기 27.5%에서 2021년 동기에는 33.0%에 이르러 5.5%포인트 증가하였다. 특히 현·현성에서는 2020년 제1분기 24.8%에서 2021년 동기에는 31.6%에 이르며, 그 성장은 6.8%포인트로 다른 지역보다 큰 것이었다.

이런 상황의 원인으로는 중국에서는 ‘감염 대책’ 이 이미 상시화 되었으며, 많은 유용한 예방 조치가 축적되고 있다는 점, 또 코로나19 상황에 맞추어 전략적 조정이 이루어지고 있다는 점을 꼽을 수 있다.

그림 7 액상유의 선물 시장 침투율



주 : 액상유란 음용유 및 요구르트를 말한다.

자료 : 중하(中荷)유업발전센터. 温美玲, 曹允格, 劉玉梅(中国典業大学經濟管理学院), ‘新型コロナウイルス感染症が中国乳製品消費に与えた影響’, 「畜産の情報」海外情報, 2022년 9월호, 농축산업진흥기구에서 재인용

중국 국내에서의 코로나19 발병은 모두 제어 하에 두고 많은 지역에서 감염자 발생도 보지 못하게 되었다. 그러자 2021년 춘제는 전년처럼 심각한 상황이 되지 않을 것이라는 예측으로 일부 국민이 춘제 기간에 친지나 친구를 방문하여 집단으로 음식 활동을 재개시켰다고 생각한다.

사진 1 선물의 상온보존 우유(베이징 시)

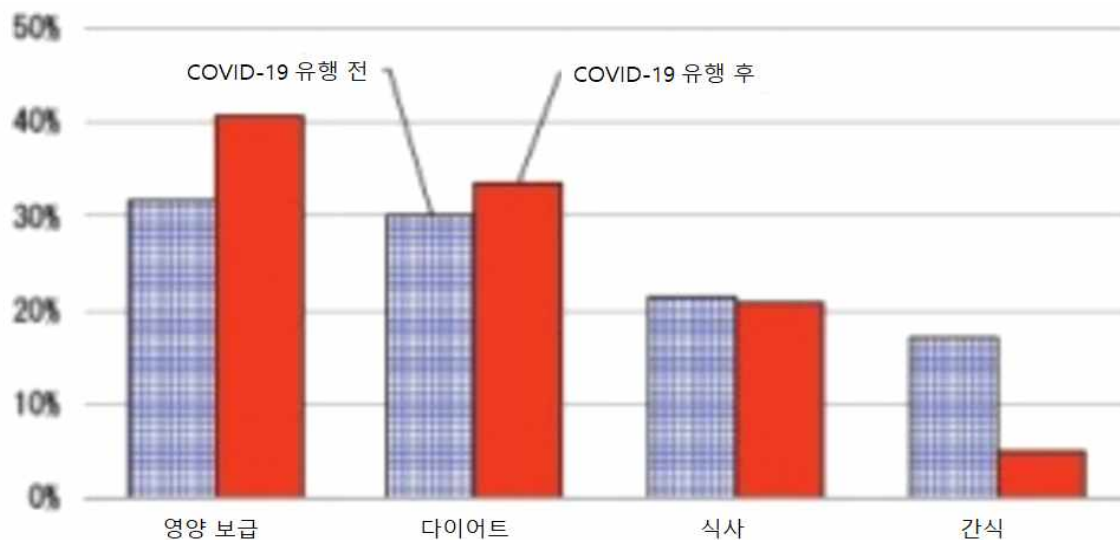


#### 4. 유제품의 소비 기호에 대한 코로나19의 영향

##### (1) 코로나19 유행 이후 수정된 유제품의 영양·건강적 특성

중국 내 대형 증권사가 실시한 유제품이 가진 다양한 기능 특성, 즉 ‘영양 보급’, ‘다이어트’, ‘(배를 채우기 위한) 식사’, ‘간식’에 관한 소비자 온라인 조사를 통해 다음과 같은 점들을 알 수 있었다(그림 8).

그림 8 코로나19 유행 전후 유제품을 섭취하는 목적의 변화



자료 : 국성(國盛)증권해외, 「목축업산업보고」. 温美玲, 曹允格, 劉玉梅(中国典業大学經濟管理学院), 「新型コロナウイルス感染症が中国乳製品消費に与えた影響」, 「畜産の情報」海外情報, 2022년 9월호, 농축산업진흥기구에서 재인용

코로나19 유행 후 증가율이 가장 많았던 것은 ‘영양 공급’의 기능적 특성이었고, 두 번째는 ‘다이어트’로 나타났다. <그림 8>에 나타난 바와 같이, 코로나19 유행 이전에도 영양 공급으로 유제품을 섭취하겠다고 한 소비자는 많았지만, 그 비율은 31.5%에 불과하였다.

하지만, 코로나19 유행 이후 건강에 대한 사람들의 의식이 향상되면서 유제품을 영양공급 목적으로 선택한 소비자 비율은 9%포인트 증가한 40.5%에 달하였다. 유제품은 단백질, 칼슘, 철분 외에 다종의 아미노산, 젖산, 미네랄, 비타민 B1, 비타민 B2 등을 함유하고 있어 인체에 다양한 영양성분을 제공할 수 있다. 이 때문에 영양공급은 유제품 소비의 주요 특성이라고 할 수 있다.

이밖에 코로나19 유행 이후 높아진 특성으로 ‘다이어트’가 있다. 코로나19가 유행하기 전까지는 유제품을 섭취할 목적으로 ‘다이어트’를 선택한 소비자 비중은 30.0%였지만, 코로나19 유행 후에는 33.6%까지 늘었다.

이러한 변화의 원인으로 생각되는 것은 지방과 당분은 지금까지도 계속 건강을 의식하는 소비자들이 주목하는 중요 포인트를 들 수 있다. 특히, 최근 몇 년 동안은 이들의 중요도가 증가하고 있다는 점이다. 저당, 저지방 유제품은 점점 소비자들이 선호하며 일부에서는 저염, 저콜레스테롤 등의 특징을 가진 유제품도 등장하는 등 식사 제한을 시도하는 소비자들에게 유제품은 다이어트를 위한 대중적인 단백질 섭취원이 되고 있다.

## (2) 코로나19 유행 후 고급 액상유 수요 증가

액상유의 소매판매액은 최근 순조롭게 상승하고 있다. 하지만, 그 중 고급 액상유<sup>15)</sup>의 소매판매액의 성장은 일반 액상유를 크게 웃돌고 있다. <그림 9>와 같이 고급 액상유 소매 판매액은 2014년 이후 꾸준한 증가세를 보이고 있다. 2014~20년에 걸쳐 고급 액상유 소매판매액은 670억 위안(1조 3,568억 엔, 12조 9,444억 원)에서 1,497억 위안(3조 314억 엔, 28조 9,220.4억 원)으로, 같은 기간 연평균 증가율은 20.6%나 되었다.

반면, 일반 액상유의 소매판매액은 1,513억 위안(3조 638억 엔, 29조 2,311.6억 원)에서 2,070억 위안(4조 1,918억 엔, 39조 9,924억 원)으로 6.1%의 연평균 증가율에 그쳤다. 이러한 현상의 원인으로는 코로나19 유행 확산에 따라 소비자들의 건강 관심도가 새로운 단계에 이르면서 고품질 유제품에 대한 수요가 계속 확대되고 있다는 점이 꼽힌다.

바이두(百度) 지수<sup>16)</sup>에 따르면, 2020년의 고급, 신선도 우유의 검색 지수<sup>17)</sup>는 전년

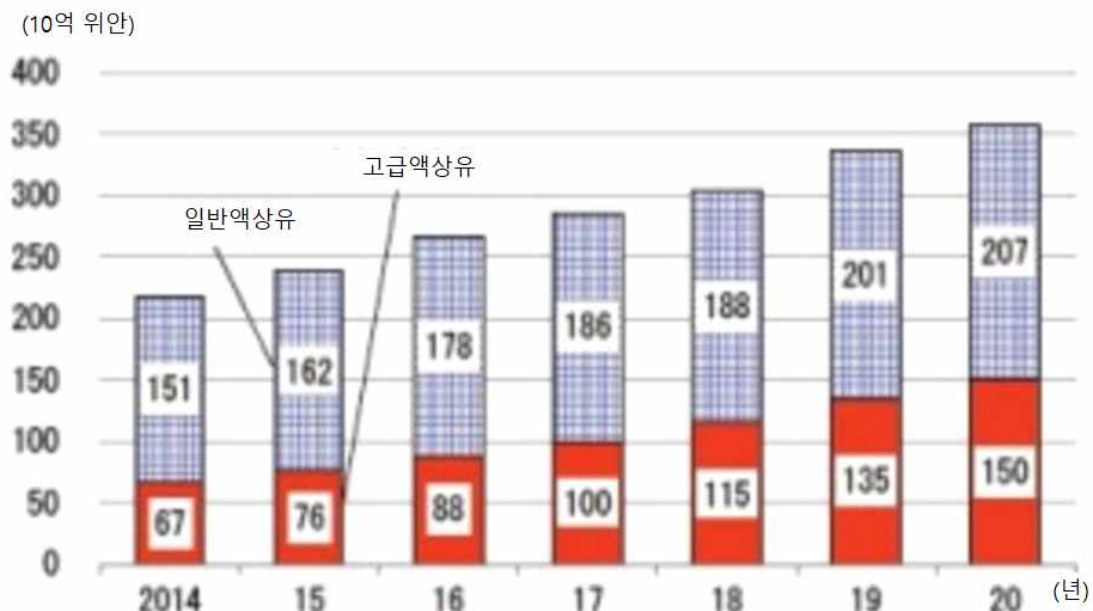
15)여기에서는 2019년 시점의 소매가격이 리터당 20위안(405엔, 3,864원) 이상인 상품을 고급 액상유, 그 미만인 상품을 일반 액상유로 분류하고 있다.(원저자 주)

16)방대한 인터넷상의 바이두\* 사용자의 행동 데이터를 근거로 한 종합 데이터 분석 서비스 플랫폼으로 인터넷에서 가장 중요한 통계 분석 서비스 플랫폼으로 여겨진다. 바이두 지수를 근거로 함으로



에 비해 46%나 상승하였다(楊禎妮 등 : 2021). 이러한 유제품의 발전이 새로운 성장의 계기를 가져와 고급 유제품, 그 중에서도 고급 지향이 진행되는 영유아용 조제분유 시장에 거대한 성장 가능성이 찾아오고 있다(于娟 : 2020).

그림 9 일반 액상유 및 고급 액상유의 소매판매액 추이



주 1 : 액상유는 음용유 및 요구르트를 말함.

2 : 2019년 시점의 소매판매가격이 1리터당 20위안 이상인 상품을 고급액상유, 20위안 미만의 상품을 일반액상유로 분류하고 있음.

자료 : 천봉(天鳳)증권, 「산업보고」. 温美玲, 曹允格, 劉玉梅(中国典業大学經濟管理学院), ‘新型コロナウイルス感染症が中国乳製品消費に与えた影響’, 「畜産の情報」海外情報, 2022년 9월호, 농축산업진흥기구에서 재인용

### (3) 코로나19 유행 이후 원료유 생산지에 대한 관심 증가

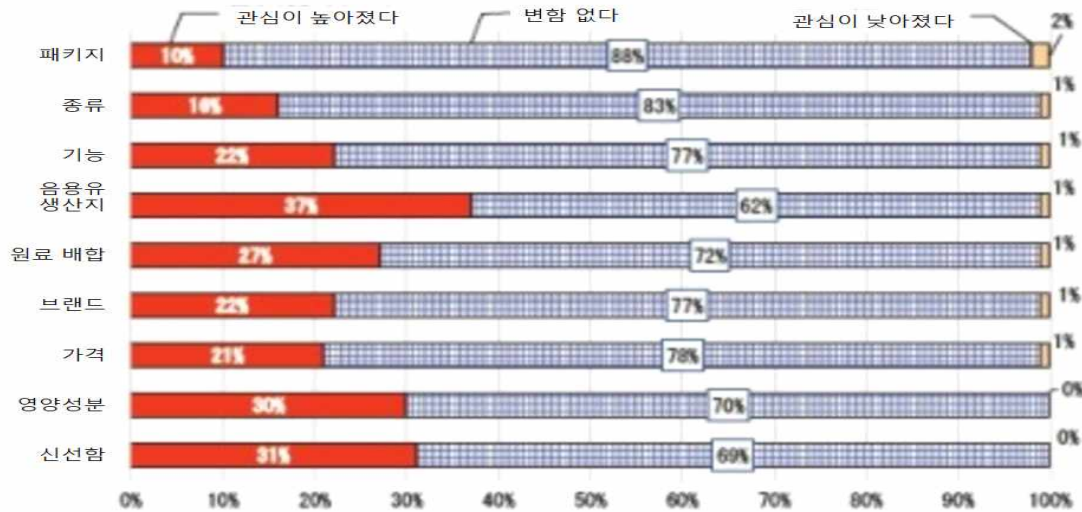
중국 국민들은 코로나19 유행 이후 유제품을 구매할 때 원료유 생산지를 더 주목하게 되었다. <그림 10>을 보면, 코로나19 유행 전보다 액상유를 구입할 때 관심이 더 강해지고 있는 사항으로 ‘원료유 생산지’가 가장 높은 37%에 달한다. 또 상품의 신선도에 대한 관심도가 강해졌다는 비율은 31%로 2위, 영양성분에 대한 관심도가 강해졌다는 비율은 30%로 3위였다.

써 네티즌의 흥미와 니즈 분석, 키워드 검색을 통한 급상승 연구가 가능하고 여론 동향을 모니터링해 일반 대중이 선호하는 특성을 정확하게 평가할 수도 있다. 사용자가 바이두 지수를 통해 인터넷에서 가장 가치가 높은 뉴스나 정보를 공유하거나 발굴할 수도 있어 보다 객관적, 직접적으로 사회가 주목하는 이슈와 누리꾼의 요구, 흥미를 반영할 수 있다.(원저자 주)

\* 바이두는 중국 최대 검색엔진으로 전 세계 검색엔진 시장에서 구글에 이어 2위로 꼽힌다. 덧붙여 중국 국내에서는 Google을 이용할 수 없기 때문에, 바이두가 최대의 점유율을 차지하고 있다.(기상주 17) 바이두 네티즌 검색량을 데이터 기반, 키워드를 통계 대상으로 하며, 바이두 검색엔진에서의 각 키워드의 검색빈도 가중 합계를 과학적으로 분석하여 산출한 지수.(원저자 주)



그림 10 코로나19 유행 전후 액상유 구입시 관심의 변화



주 1: 액상유는 음용유 및 요구르트를 말함.

2: ‘종류’란 액상유를 구입할 때 우유일지 요구르트일지를 검토하는 것을 말한다.

자료: 정향(丁香)의사(醫師)보고. 温美玲, 曹允格, 劉玉梅(中国典業大学經濟管理学院), ‘新型コロナウイルス感染症が中国乳製品消費に与えた影響’, 「畜産の情報」海外情報, 2022년 9월호, 농축산업진흥기구에서 재인용

그 원인으로서는 코로나19가 전 세계에서 기승을 부리면서 대부분의 국가에서 감염 확산을 효과적으로 억제하지 못하는 가운데, 사람들이 유제품을 구입할 때 원산지에 일정 정도 관심을 갖게 된 것으로 보인다<sup>18)</sup>. 게다가 유제품의 영양 공급 기능에 관한 정부 및 전문가들의 보급 계몽활동 결과 안전, 건강 측면에 대한 소비자들의 관심이 두드러지게 높아져, 원래 주요 관심사였던 신선도와 영양성분에 대한 관심도가 코로나19 유행 이후 더욱 높아진 것으로 보인다.

#### (4) 소비자는 무첨가 중시

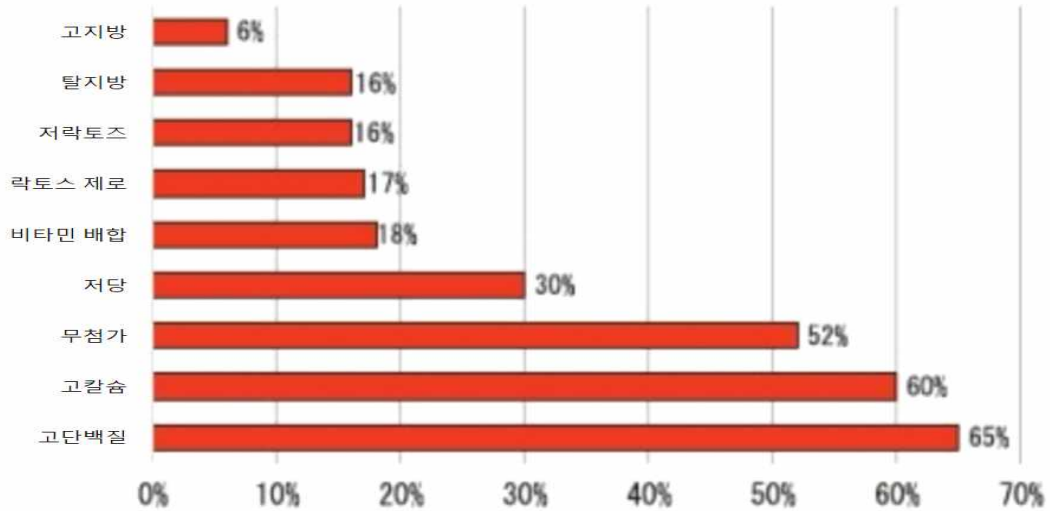
다음으로 소비자가 유제품을 구매할 때 주목하는 성분에 초점을 맞추어 본다. <그림11>을 보면, 액상유를 구입할 때 주목하는 중요 성분인 톱3는 고단백, 고칼슘과 무첨가로 그 비율은 각각 65%, 60%, 52%에 달하였다.

한편, 구입 대상을 요구르트로만 좁히면, 주목하는 성분인 톱3는 프로바이오틱스<sup>19)</sup> 배합, 무첨가, 무조당(무조제당)으로 각각 57%, 54%, 46%의 비율을 차지하고 있어 ‘전 국민 건강(全 國民 健康)’에 완전히 부합한다(그림 12).

18) 현지전문가에 의하면, 중국에서는 수입식품의 포장에서 COVID-19 바이러스가 검출되어 소아용 식품을 중심으로 국산지향이 높아지는 등, 식품의 원산지에 관심을 갖는 소비자가 증가하고 있다.(원저자 주)

19) 일부 유산균이나 비피더스균 등 장내 플로라(장내 세균 모임)의 균형을 개선함으로써 장내 환경의 개선 등 건강에 좋은 영향을 주는 살아있는 미생물.(원저자 주)

그림 11 코로나 사태의 액상유 구입 시 주목하는 성분(2020년)

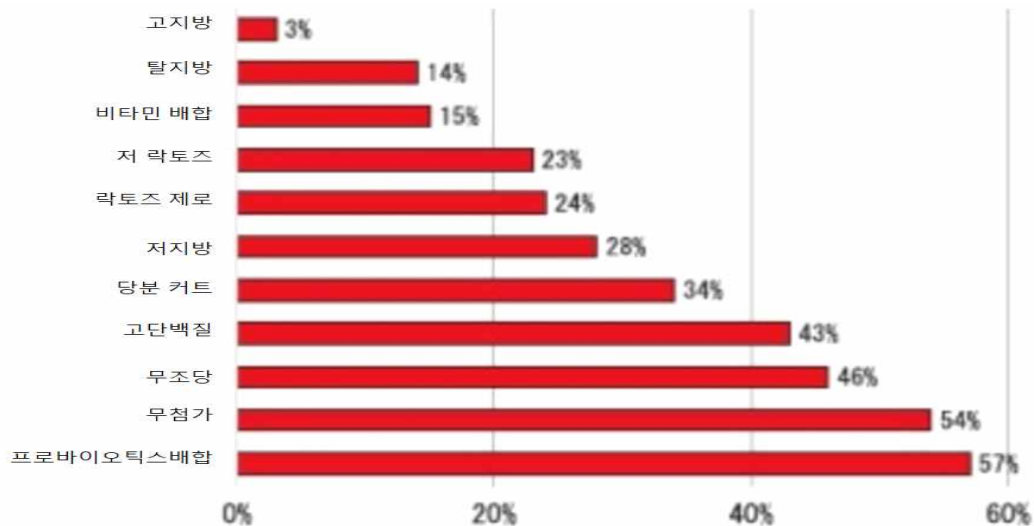


주: 액상유는 음용유 및 요구르트를 말함.

자료: 정향(丁香)의사(醫師)보고, 温美玲, 曹允格, 劉玉梅(中国典業大学經濟管理学院), ‘新型コロナウイルス感染症が中国乳製品消費に与えた影響’, 「畜産の情報」海外情報, 2022년 9월호, 농축산업진흥기구에서 재인용

코로나19의 갑작스러운 대유행으로 사람들이 자신의 건강상태에 관심을 갖게 되었다. 그 결과, 저지방과 저칼로리, 유분과 염분이 적은 식품에 대한 수요가 증가하였고, ‘무첨가, 무당’과 같은 종류의 건강식품이 인기를 끌면서 그 흐름으로 ‘당분 제로’, ‘첨가물 제로’ 요구르트도 소비 트렌드로 자리 잡았다.

그림 12 코로나 사태 요구르트 구입 시 주목하는 성분(2020)



자료: 정향(丁香)의사(醫師), 「2020년 코로나 사태에 있어서 소비자의 유제품 행위의 통찰보고」. 温美玲, 曹允格, 劉玉梅(中国典業大学經濟管理学院), ‘新型コロナウイルス感染症が中国乳製品消費に与えた影響’, 「畜産の情報」海外情報, 2022년 9월호, 농축산업진흥기구에서 재인용

사진 2 슈퍼에서 판매되고 있는 무당 요구르트(베이징 시)



##### (5) 패스처리라이즈드(저온살균) 우유의 대두

최근 유제품 시장 현황을 보면, 소비자 요구, 유업체 동향 모두 점차 신선도를 주체로 기울면서 우유시장에도 최근 몇 년 새 없던 제품이 등장하고 있다. 여기에서 언급하는 우유는 일반적으로 원유에 패스처리라이즈드(pasteurized) 살균<sup>20)</sup> 및 호모디나이즈(homogenized, 균질화된<sup>21)</sup>)를 실시하여 제조한 우유를 말한다.

20)마이크로필터링 과정을 거친 우유는 살균과정을 거치게 되는데 이 방식은 온도와 시간에 따라 130도 이상에서 순간적으로 이루어지는 초고온 살균과, 72~75도에서 15초간 지속하는 고온 단기간 살균 그리고 63도에서 30분간 천천히 이뤄지는 저온 살균 등으로 나뉜다. 멸균우유는 세균의 포자까지 완전히 사멸시킨 것으로 살균우유와는 다르다. 멸균우유는 상온에서 유통이 되는 팩 우유를 생각하시면 된다. 고온살균우유는 열을 가하는 시간이 몇 초 이내로 짧아 영양 손실이 거의 없다. 살균 효과가 좋아 저장 기간이 길다는 장점이 있다. 저온살균우유는 일반우유와 다른없는 신선하고 가벼운 느낌과 맛을 낸다. 몸에 유용한 젖산균이 살아있다는 장점이 있다. 한편, 멸균우유는 세균의 포자까지 완전히 사멸시킨 것으로 장기간 상온 보관이 가능하다는 큰 장점이 있다. 하지만 맛과 가격으로 본다면 살균우유보다 경쟁력이 낮다는 점이 단점이다. 사실 어떤 방법으로 살균을 하여도 우유의 영양 가치는 크게 달라지지 않는다. 고온살균 우유와 저온살균우유를 비교 했을 때 저온살균우유와 고온살균우유의 맛에는 차이가 있지만, 사람마다 취향이 다르기 때문에 ‘어떤 것이 더 맛있다.’ 라고 하기에는 무리가 있다. 영양은 거의 비슷하기 때문에 취향에 맞게 우유를 선택하면 된다. ‘파스퇴르 공법’이란? 19세기 프랑스의 화학자이자 미생물학자인 파스퇴르는 세균의 작용을 처음으로 증명했다. 발효와 음식물의 부패에 대한 연구 끝에 포도주를 저온살균하는 방법을 개발하기에 이르렀다. 그리고 이것을 우유에 적용하여 파스퇴르 공법’이라는 고유명사를 탄생시켰다. (출처 : 네이버 지식인, ‘우유 살균법에서 온도와 시간 (고온 저온 초고온) 알려주세요. 부탁드립니다!!’, 2021년 6월 14일자 중 우유자조금 지식이님 답변 내용 중 발췌, [https://kin.naver.com/qna/detail.naver?dclid=8&dirId=8020303&docId=392283939&qb=7KCA7JioIyCtOq3oOuyIQ=&enc=utf8&section=kin.ext&rank=3&search\\_sort=0&spq=0](https://kin.naver.com/qna/detail.naver?dclid=8&dirId=8020303&docId=392283939&qb=7KCA7JioIyCtOq3oOuyIQ=&enc=utf8&section=kin.ext&rank=3&search_sort=0&spq=0)).(역자 주)

21)균질화(homogenization)란 강한 압력을 가해 유지방 입자를 매우 미세한 입자 상태가 되도록 터뜨리

패스처리라이즈드 소독법(72~90도 조건에서 10~15초 가열<sup>22)</sup>)으로 살균 처리한 우유(패스처리라이즈드 우유)를 가리킨다. 이 살균법을 채택하면 원유 중 영양성분과 활성물질을 최대한 보류할 수 있다. 반면 상온 저장 우유는 초고온 살균법을 채택하여 120~150도 조건에서 0.5~4초 순간 살균 처리해 제조하는 우유이다. 패스처리라이즈드 우유는 살균 온도를 낮추기 때문에 상온 저장 우유보다 면역 글로블린과 락토페린 등 많은 영양 성분을 함유하고 있다.

○世賢 등(2017)에 따르면, “현시점에서는 상온 보존 우유가 중국 소비시장에서 주동적 지위에 있다. 하지만, 국민의 소득수준 향상과 도시화가 진행됨에 따라 패스처리라이즈드 우유의 시장 비중이 현저히 상승할 것으로 예측된다. 아울러 포스트 코로나 시대 국민들은 건강을 특히 중시하게 되면서 ‘신선하고 영양이 있으며 활성물질이 보류되고 있다.’는 우위를 갖춘 패스처리라이즈드 우유의 발전 가능성은 크게 커질 것”으로 보인다.

유엔식량농업기구(FAO)가 공표한 ‘2020 세계농업전망’에 따르면, 향후 10년간 세계의 1인당 신선유제품 소비량은 연평균 1% 증가의 속도로 성장할 것이라고 한다(OECD-FAO: 2020). 이런 가운데 중국의 2026년 유제품 소비량은 2021년 대비 42.9% 증가한 7,744만 톤으로 예측되고 있으며, 우유가 유제품 수요 확대의 원동력이 될 것으로 알려졌다.

시대와 함께 유업체의 전략적 계획은 패스처리라이즈드 우유 공급으로 기울고 있다. 중국 농업농촌부 등이 수립한 전국 유업발전계획(2016-2020년) 중에도 그 땅에 맞는 형태로 상온 보존 우유, 패스처리라이즈드 우유, 요구르트 같은 액상유를 발전시켜야 한다는 언급이 있다. 전국 유업 발전 계획에 패스처리라이즈드 우유의 장래성과 잠재력이 명확화된 것은 유업체의 지속적이고 안정적인 발전에 도움이 될 것이다.

하지만, 저온 수송이 필요한 패스처리라이즈드 우유는 콜드체인<sup>23)</sup>, 원유 공급 루트

---

는 테크닉이다. 이 과정을 거친 유지방 입자는 균일하게 분산되며 표면으로 떠오르지 않게 된다. 균질화는 우유의 보존을 위한 열처리(살균, 멸균)를 용이하게 하며 포장 용기 벽면을 따라 유크림이 침전되는 현상을 막아준다. 또한 우유의 소화를 쉽게 만든다.(출처; 네이버 지식백과 그랑 라루스 요리백과, 강현정, 김미선, <https://terms.naver.com/>)

22)흔히 저온살균법 즉 파스처리라이저드 살균법이란 63도 정도에서 30분 정도 가열하는 방식으로 알려져 있다. 본문 중의 방법은 고온살균에 가깝게 개선된 저온살균법으로 ‘급속 저온살균법’이라 한다.(역자 주)

23)콜드체인(Cold Chain)은 농산물 등의 신선식품을 산지에서 수확한 다음 최종 소비지까지 저장 및 운송되는 과정에서 온도를 저온으로 유지하여 신선도와 품질을 유지하는 시스템을 말한다. 농축수산물을 수확한 다음 저장과 운송 등의 유통과정을 통해서 최종 소비지까지 보내는 과정에서 온도를 낮게 유지하는 시스템으로 신선도와 품질을 최대한 유지시키는 것을 목적으로 한다. 농축수산물인 신선식품은 수확한 이후부터는 자연적으로 부패과정을 겪게 되는데, 이로 인해 신선도가 저하되어 품질이 낮아지는 등의 문제가 발생하여 상품의 가치가 크게 떨어지게 된다. 이러한 문제는 대상 신선식품의 온도를 낮춤으로 상당 부분 해결될 수 있는데, 이는 특정 온도 이하의 환경에서는 신선식품의 대사 작용이 줄어들어 부패가 느리게 진행되기 때문이다. 콜드체인 기술은 1940년대부터 상업적으로 적용되기 시작했는데, 당시에는 단순히 냉장고와 유사한 공간에 신선식품을 보관하여 운송하는 형태를 가졌다. 이후 온도 관리기술과 신선식품의 생리적 연구가 발달함에 따라 신선식품의 자체 온도를 급격하게 낮추는 예냉기술 등이 복합적으로 적용되어 콜드체인의 효과를 높이고 있다. 콜드체인은 선진국에서 우선적으로 도입되고 있는 기술로 전 세계 시장규모는 지속적으로 증가하여 신선식품뿐 아니라, 화훼류 등 식물은 물론 온도 관리가 필요한 의약품, 전자제품 등으로 영역이 확장되고 있다. 농축수산물인 신선식품에 콜드체인 기술이 적용됨에 따라 신선식품을 보다 오랜

확보, 생산 기술 등의 문제 등의 제약을 받는다. 이에 따라 현재 중국 내 패스처리라이즈드 우유 소비는 지역 브랜드가 주체이며, 국내 액상유 시장에서 차지하는 비중은 아직 작다.

최근 몇 년간의 건강에 대한 지식 보급, 국내 소비자들의 인지 향상과 유업체에 따른 리드로 패스처리라이즈드 우유는 분명 순조로운 성장세를 보이고 있으며, 대형 유업체들이 속속 패스처리라이즈드 우유에 뛰어들고 있다. 향후 중국의 액상유 소비 구조는 패스처리라이즈드 우유 주체를 향해 강력하게 방향을 틀 것이다(霍曉娜, 張劍波 : 2017).

<p>사진 3 상자에 넣거나 포대에 넣어 판매되는 상온보존 우유(베이징 시)</p>	<p>사진 4 패스처리라이즈드 우유 등의 저온보존 우유(베이징 시)</p>
	

기간 동안 유통시킬 수 있게 되어 가격이 낮을 경우 더 긴 기간 동안 기다렸다가 판매할 수 있는 장점을 가지게 된다. 또한, 저장기간이 길어짐에 따라 이전보다 더 먼 지역까지 운송하여 판매할 수 있게 되어 신선식품의 시장 범위가 더 넓어지는 효과도 가지게 되었다. 예를 들어 딸기의 경우 밭에서 수확하면 며칠 후에는 부패하여 상품성이 거의 없어지게 되지만, 적절한 콜드체인 기술이 적용되면 상품성을 유지하는 기간이 몇 배나 늘어나게 되어 시장의 딸기 시세를 보아가면서 적절한 시기에 판매를 할 수 있게 된다. 또한, 이전에는 딸기농장 주변에만 단기간 판매가 가능했지만, 오랜 기간 저장이 가능해짐에 따라 해외에 수출까지 할 수 있어 보다 높은 가격을 받을 수 있게 된다. 한편 신선식품의 저장과 운송의 제약을 상당부분 해결하는 성과를 가져오지만, 인위적으로 온도를 조정하기 위해 상당한 에너지가 소요되고 지구 환경에 악영향을 미치는 문제점도 가지고 있다. 이는 우리가 여름철 냉방을 위해 다량의 전기를 이용하고 프레온 등의 유해물질을 생성하여 지구 환경을 오염시키는 것과 유사하다.(출처 : 네이버 지식백과 두산백과 두피디아, 두산백과, <https://terms.naver.com/>)(역자 주)



## 5. 결론과 제언

유업체는 중국에 있어서 국가경제와 국민의 살림살이 복지 산업이며, ‘건강 중국’ 건설에 불가결한 중요 산업이기도 하다. 또 유제품은 각각의 신체 건강 측면의 향상과 국민 전체의 신체적 소질 증강에 중요한 영양 보급원이기도 하다.

이 글은 매크로 통계 데이터와 관련 자료를 바탕으로 코로나19 확산이 중국 유제품 소비에 끼친 영향에 대해서, 소비 수준, 구입처 및 기호라는 세 가지 측면에서 분석하였다.

코로나19 확산은 유제품 소비에 중대한 영향을 미쳤다. 우선 코로나19 확산으로 중국 국민들이 체력 강화와 면역력 향상을 중시하게 되면서 유제품 소비량 증가가 촉진되었다. 무엇보다 도시와 농촌 지역 간의 유제품 소비량 차이는 여전히 크다.

다음으로 코로나19 확산으로 인해 많은 사람들이 온라인이라는 손쉬운 수단을 선택하여 유제품을 구매하게 되면서, 코로나19의 폭발적인 유행기간이 끝나도 인터넷 쇼핑 비중은 변함없이 증가하고 있다. 게다가 코로나19 사태로 사람들의 건강의식이 높아짐에 따라 보다 신선하고(패스처리라이즈드 우유), 고품질이며, 저부담적인(무첨가) 유제품에 대한 요구가 높아지고 있다. 앞으로도 유제품을 구입할 때는 원료유 생산지에 주목하는 흐름이 강화될 것으로 보인다.

이상에서 중국의 유제품 소비의 레벨 업을 효과적으로 촉진하고 유제품 소비에 대한 국민 요구 변화에 대응하여 유업체 진흥의 목표 실현에 대한 행보를 추진하기 위해 이 글에서는 다음과 같은 점을 제안한다.

### (1) 유제품 소비 수준을 끌어올리고 유제품 소비 확대를 추진한다

위드 코로나(with Corona19)<sup>24</sup>, 즉 코로나19의 상재화라는 배경 아래 중국 국민의 유제품 소비 니즈 변화에 순응하기 위해 고급품 시장을 활성화하고 소비 확대를 추진해 나간다.

24) 단계적 일상회복(위드 코로나, with Corona19)은 2020년 초부터 전 세계로 확산된 코로나19 팬데믹이 장기화되면서 대두되고 있는 개념으로, 코로나19의 완전한 종식을 기대하는 것보다 그에 대한 인식과 방역체계를 바꿔 코로나19와의 공존을 준비해야 한다는 것이다. 즉, 코로나19의 완전 퇴치는 힘들다는 것을 인정한 뒤 오랜 봉쇄에 지친 국민들의 일상과 침체에 빠진 경제 회복, 사회적 거리두기에 따른 막대한 비용 및 의료비 부담 등을 줄이기 위해서 확진자 수 억제보다 치명률을 낮추는 새로운 방역체계로의 전환이 필요하다는 개념이다. 2020년 후반부터 코로나19 백신이 속속 개발돼 각국에서 접종이 시작되면서, 코로나19 종식에 대한 기대감을 높인 바 있다. 하지만 기존 코로나19 바이러스보다 전염력과 중증화 가능성이 높은 델타 등의 변이 바이러스가 잇따라 출몰하고, 심지어는 백신접종을 완료했음에도 감염이 되는 돌파감염 사례가 이어지면서 코로나19와 함께 살아가자는 ‘단계적 일상회복(위드 코로나)’을 주장하는 목소리가 높아지기 시작했다. 이에 단계적 일상회복을 검토해온 우리 정부는 2021년 11월 1일부터 ‘단계적 일상회복 방안’을 시행한다고 밝혔다. 2021년 11월 1일부터 2022년 1월까지 3단계에 걸쳐 추진되는 ‘단계적 일상회복’은 우선 첫 번째 단계를 4주간 시행한 뒤, 방역상황을 종합 평가해 다음 단계로의 전환 여부를 정부가 결정하게 된다. (‘단계적 일상회복 이행계획(2021)’(출처: 네이버 지식백과 시사상식사전, pmg 지식엔진연구소, <https://terms.naver.com/>)(역자 주)

우선 첫 번째로 농촌부 소비시장 개척을 추진한다. 농촌부의 유제품 소비 수준은 도시 지역에 비해 상대적으로 낮으며, 1인당 유제품 소비량은 도시와의 사이에 큰 차이가 존재하고 있다. 코로나19 유행 이후 소비 증가폭이 도시지역을 밀돌고 있다. 이러한 점들을 감안하면, 농촌부 소비시장에는 여전히 거대한 잠재력이 존재하는 것으로 보인다.

두 번째는 유제품의 건강 효능을 강조하는 등 국민의 유제품에 대한 인지도를 끌어올려야 한다는 것이다. 국민의 유제품 소비량은 유제품의 영양 가치에 대한 인식과 크게 관련되므로, 각종 경로 방식을 충분히 활용하여 유제품에 대한 지식을 넓히고, 시연 등을 통해 국민의 유제품에 대한 소비의식을 확립하며, 나아가 국민의 유제품 소비습관을 배양해 나갈 필요가 있다.

## (2) 다양한 구매처를 적극 모색하여 유제품 소비 확대를 뒷받침한다.

유업체, 유통기업과 e-커머스<sup>25)</sup> 기업과의 제휴를 장려하여, ‘인터넷+<sup>26)</sup>’ 나 e-커머스 플랫폼의 구축을 강화하여, ‘온라인’ 및 ‘온라인 + 오프라인’에 의한 구입처를 개척한다. 또 유제품 배송 정보화 플랫폼을 구축하여 말단 배송 네트워크를 통합한다.

인터넷, IoT(Internet of Things<sup>27)</sup>), AI 등의 신기술 개발 및 실용화를 통해 저온유제품의 저장·수송 방법을 확립하고, 저온유제품 수송시설 건설을 추진한다. 또한 원스톱식 콜드체인 물류 서비스를 지원하여 신선도 유지 기술 수준과 물류 운송 능력을 향상시킨다.

이밖에 농촌부에서는 현대농촌산업체계를 실현하는 가운데 2021년 ‘중양 1호 문서<sup>28)</sup>’에도 기재된 공익성 농산물 시장과 농산물 유통 핵심 네트워크 건설 목표에 따라 농촌부 유제품 공급망 현대화를 적극 추진하여 프로세스 가시화, 설비 인텔리전트(intelligence)화(스마트화: 역자 주) 등을 실현한다. 그리고 코로나19 사태로 발달한 신선도 높은 유제품 소비에 대한 농촌부의 소비자 요구를 충족시켜 나갈 필요가 있다.

25)e-커머스(e-commerce, 전자상거래)는 인터넷 웹사이트 상에 구축된 가상의 상점을 통해 제품과 서비스를 사고 파는 모든 행위를 말한다. 이보다 넓은 개념으로 개인 기업 정부등 경제활동 주체들이 전화 팩스 컴퓨터 등 전자매체를 통신망과 결합해 제품이나 서비스를 사고 파는 행위를 말하기도 한다. 스마트폰 확산에 따라 PC를 기반으로 하는 전자상거래 시장의 무게중심이 모바일 쇼핑으로 빠르게 옮겨가고 있다. 쉽게 말해 인터넷등 네트워크를 통해 일어나는 모든 거래 행위라고 보면 된다.(출처 : 네이버 지식백과 한경 경제용어사전, <https://terms.naver.com/>)(역자 주)

26)클라우드 컴퓨팅이나 빅데이터를 지금까지 인터넷이 잘 보급되지 않은 업계에도 침투시키자는 중국의 정책. 2015년부터 시작되었다.(원저자 주)

27) ‘사물인터넷’으로 세상에 존재하는 다양한 사물들이 인터넷에 접속되어 서로 정보를 주고 받고 자동인식이나 자동제어, 원격조작 등을 수행하는 것.(기구 주)

28)그해 가장 먼저 발표되는 가장 중요한 정책으로 2021년에는 같은 해 2월 21일 발표된 중국공산당 중앙위원회와 국무원이 발표하는 ‘삼농(농업·농촌·농민)’ 활동 지도 방침을 제시하는 통달인 ‘농촌진흥의 전면 추진과 농업 및 농촌의 현대화 가속에 관한 중국공산당 중앙위원회와 국무원의 의견’을 가리킨다.(기구 주)



### (3) 유제품의 품질을 향상시키고 브랜드를 출범시킨다.

품질은 항상 유제품 소비자에게 중요한 주목 포인트이며, 브랜드는 유제품이 고품질이라는 강력한 상징이다. 때문에 다양화된 기능을 갖춘 유제품을 출시할 필요가 있다. 코로나19 유행이 일상화되면서 중국 국민들의 유제품에 대한 요구에는 필수적인 영양에 그치지 않고 기능에 대한 보다 높은 요구가 생겨나고 있다.

예를 들어, 지방 함량, 단백질 함량, 다양한 비타민 함유 등이다. 즉, 유업체는 서로 다른 기능을 가진 유제품 투입에 대한 연구개발을 강화하여야 한다. 이 외에도 세계 과학기술과 유업체 관련 기술의 움직임을 적극적으로 지원하여 기술 개조와 설비 갱신에 적극적으로 대응할 필요가 있다. 이를 통해 제품의 연구개발 능력과 제조기술 수준을 높이고 다양한 기능의 유제품을 세상에 내놓아 중국 국민의 소비 요구를 충족시켜 나가야 한다.

## 참고문헌

### <원문 참고문헌>

- [1] 胡世雄, 徐巧華, 羅〇〇, 楊浩, 孫倩萊, 劉子言, 趙善露, 曾舸, 張恒嬌, 戴志輝, 肖潔華, 高立冬: 湖南省新型코로나바이러스感染症流行の病理学的特徴に関する分析[J], 実用予防医学2020, 27(04): 385-388.
- [2] 田明, 孫璐, 王茜等: 코로나禍における保健食品業界消費調査分析および政策提案, 中国食品学報2020, 20(09): 356-359.
- [3] 〇澤春: 新型코로나바이러스感染拡大が国民食品消費行為に与える影響と対策—内モンゴル住民を例として, 内モンゴル科技と経済, 2020, (22): 49-51.
- [4] 思雨: 新型코로나바이러스感染症拡大に対抗するために必要な食事指導[J], 中国食品, 2020(04): 130-141.
- [5] 胡婷妮, 袁偉, 宋文軻: 新型코로나바이러스感染拡大期間における各年齢層グループの栄養健康行為に変化[J], 公共衛生と予防医学, 2020, 31(03): 25-28.
- [6] 于娟: 코로나禍における我が国の乳業発展に関する思考と提案[J], 中国乳業, 2020(09): 11-13.
- [7] 許佳彬, 李翠霞: ポストコロナ時代中国乳業発展救済戦略研究[J], 中国畜牧雜誌, 2021, 57(07): 279-284.
- [8] 楊禎妮, 王加〇, 馬廣旭, 程廣燕: 코로나禍における乳製品の旺盛なニーズ, 低温牛乳市場の力強い発展[J], 中国乳業, 2021(07): 13-17.

- [ 9 ] 侯軍偉：2021上半期の中国乳業市場分析 [ J ]，中国乳業，2021，(08)：117-122.
- [ 10 ] 劉禹，馮良：議論・機能性乳品市場 [ J ]，乳製品と人類，2021，(02)：53-55.
- [ 11 ] 王長梅，劉瑤：2018-2019年乳牛飼料市場の特徴と発展情勢 [ J ]，中国飼料，2020，(01)：96-100.
- [ 12 ] ○世賢，張彩萍，白軍飛：所得増加と都市化が液体乳消費構造に与える影響 [ J ]．中国農村經濟，2017 (08)：45-60
- [ 13 ] OECD-FAO：agricultural outlook 2020-2029.
- [ 14 ] 霍曉娜，張劍波：中国乳製品消費の現状および展望 [ J ]，農業展望，2017，13 (07)：74-78.

#### <기타 참고문헌>

길림신문，2020년 2월 14일자，[http :  
//www.jlcnwb.com.cn/news/content/2020-02/14/content\\_253748.htm](http://www.jlcnwb.com.cn/news/content/2020-02/14/content_253748.htm)

단계적 일상회복 이행계획(2021)

溫美玲，曹允格，劉玉梅(中国農業大学經濟管理学院)，‘新型コロナウイルス感染症が中国乳製品消費に与えた影響’，「畜産の情報」海外情報，2022년 9월호，農畜産業振興機構

농축산업진흥기구，『畜産の情報』2022년 3月号의 ‘中国の酪農と乳製品市場～新型コロナウイルス感染症の影響～’

농축산업진흥기구，‘米国産の畜産物や大豆など545ラインに追加関税を賦課（中国）’，「畜産の情報」海外情報 2018년 6월 18일자，

국성(國盛)증권해외，「목축업산업보고」

정향(丁香)의사(醫師)，「2020년 코로나 사태에 있어서 소비자의 유제품 행위의 통찰 보고」

정향(丁香)의사(醫師)보고

「중국 유제품질보고」

「중국통계연감」

중하(中荷)유럽발전센터.

천봉(天鳳)증권，「산업보고」

화경정보망.

네이버 지식백과 그랑 라루스 요리백과，강현정，김미선，[https : //terms.naver.com/](https://terms.naver.com/))

네이버 지식백과 농업용어사전：농촌진흥청，[https : //terms.naver.com/](https://terms.naver.com/))

네이버 지식백과 두산백과 두피디아, 두산백과, <https://terms.naver.com/>)

네이버 지식백과 세계의 축제 · 기념일 백과, 류정아, 오애리, 김홍희, <https://terms.naver.com/>)

네이버 지식백과 시사상식사전, pmg 지식엔진연구소, <https://terms.naver.com/>)

네이버 지식백과 환경 경제용어사전, <https://terms.naver.com/>)

네이버 지식인, ‘우유 살균법에서 온도와 시간 (고온 저온 초고온) 알려주세요. 부탁드립니다!!’, 2021년 6월 14일자 중 우유자조금 지식이님 답변, [https://kin.naver.com/qna/detail.naver?dclid=8&dirId=8020303&docId=392283939&qb=7KCA7JioIOyCtOq3oOuyIQ==&enc=utf8&section=kin.ext&rank=3&search\\_sort=0&spq=0](https://kin.naver.com/qna/detail.naver?dclid=8&dirId=8020303&docId=392283939&qb=7KCA7JioIOyCtOq3oOuyIQ==&enc=utf8&section=kin.ext&rank=3&search_sort=0&spq=0))

미츠비시 UFJ 리서치&컨설팅 주식회사 “월말 · 중순 평균 환율 “  
‘환율 플러스 앱’