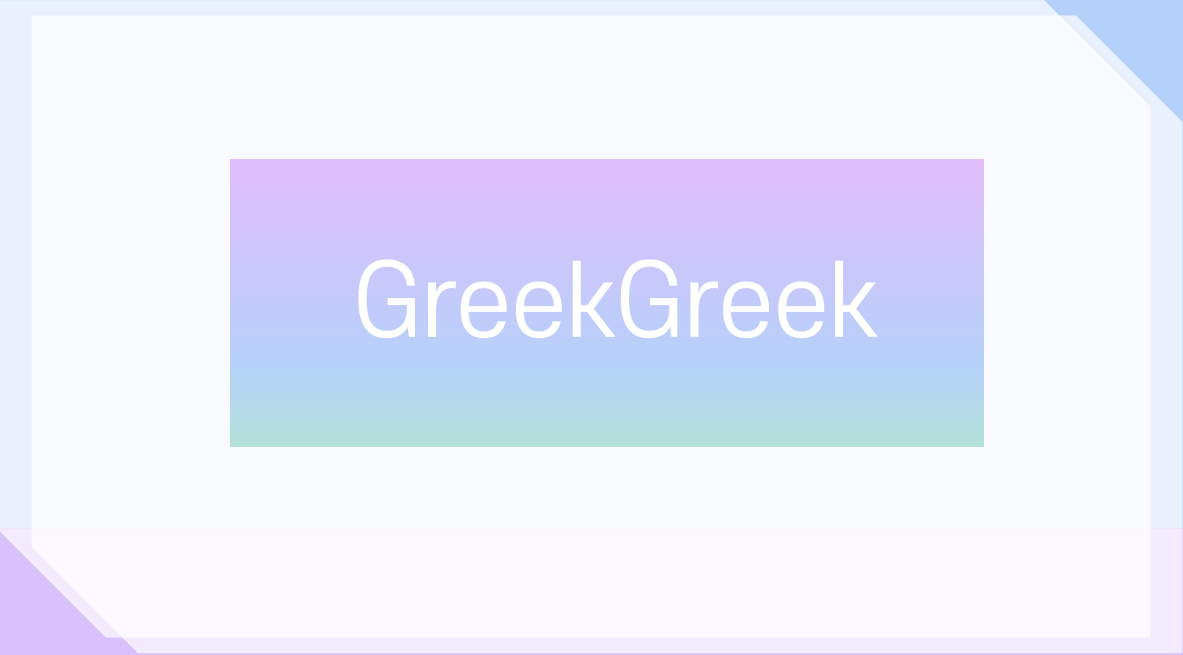








GreekGreek

목차 table of contents

1.기업소개

- 기업정보
- 그릭요거트란?

2.시장현황

- 요거트 시장
- 경쟁사

3.시장전략

- SWOT 분석
- STP 전략
- 4P MIX



1.기업소개

기업정보
그릭요거트란?



1.기업소개

.기업정보

그릭요거트란?

GreekGreek



상호명 : GreekGreek(그릭그릭)
鼓励鼓励
gǔlìgǔlì

분류 : 그릭요거트 전문점
1인 창업 매장

중국 진출 배경 :
간단한 한끼 대체
다이어트 식품
건강한 요거트

1.기업소개

·기업정보

그릭요거트란?

GreekGreek



제품 특징

중국의 그릭요거트 같은 경우
뽀얀 느낌이 강함
이런 시장요소를 파악하고
차별화를 두기 위해
꾸덕하고 씹는 식감이 있는 그릭요거트 창업

시큼한 맛 ↓
생우유의 진한 풍미
당류 ↓
단백질 ↑
0~10°C 냉장보관

1.기업소개

.기업정보

그릭요거트란?

GreekGreek



제품 정보

우유 99.95%
복합유산균 0.05%
(그릭그릭만의 배합 유산균)

100g 기준

총 칼로리	80kcal
나트륨	25mg
탄수화물	10g
당류	1g
지방	8g
콜레스테롤	35mg
단백질	20g

1.기업소개

그릭요거트란?



장수의 나라로 알려진 그리스 등
지중해 연안지역에서 만들어 먹던 전통 방식의 요거트

인공적인 첨가물 없이 오직 원유만을 사용

1.기업소개

일반 요거트



그릭 요거트

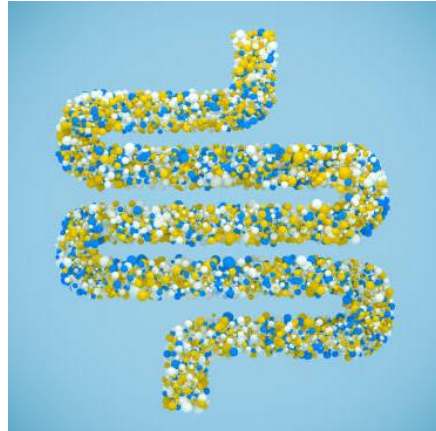


물고 크림미함

YOGURT

꾸덕하고 씹는 식감

1.기업소개



신선한 우유에 양질의 유산균을 넣고
하루정도의 시간동안 발효

발효된 우유를 여과주머니에 담아
단백질은 남기고 유당과 수분을 천천히 빼내는 방식

- 크림치즈와 같은 꾸덕한 식감
- 건강한 단백질과 유익한 유산균



2.시장현황

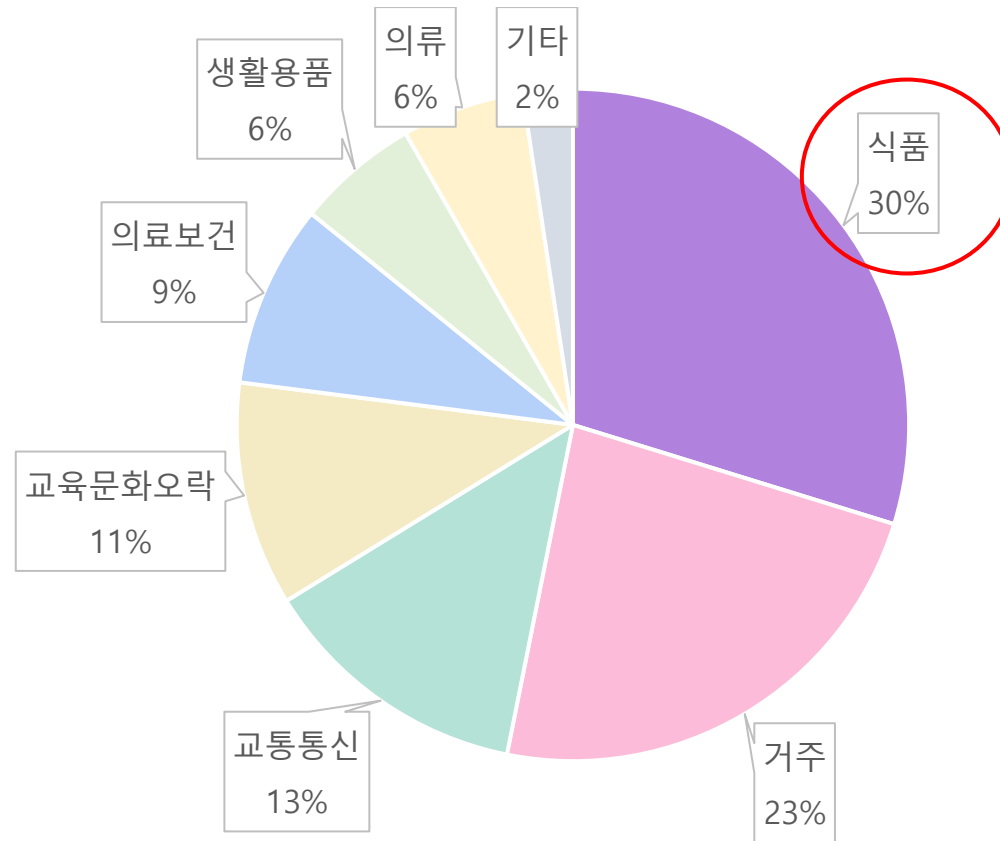
요거트 시장

경쟁사

2.시장현황

· 중국 유제품 시장
경쟁사

1인당 분야별 평균 소비 구성

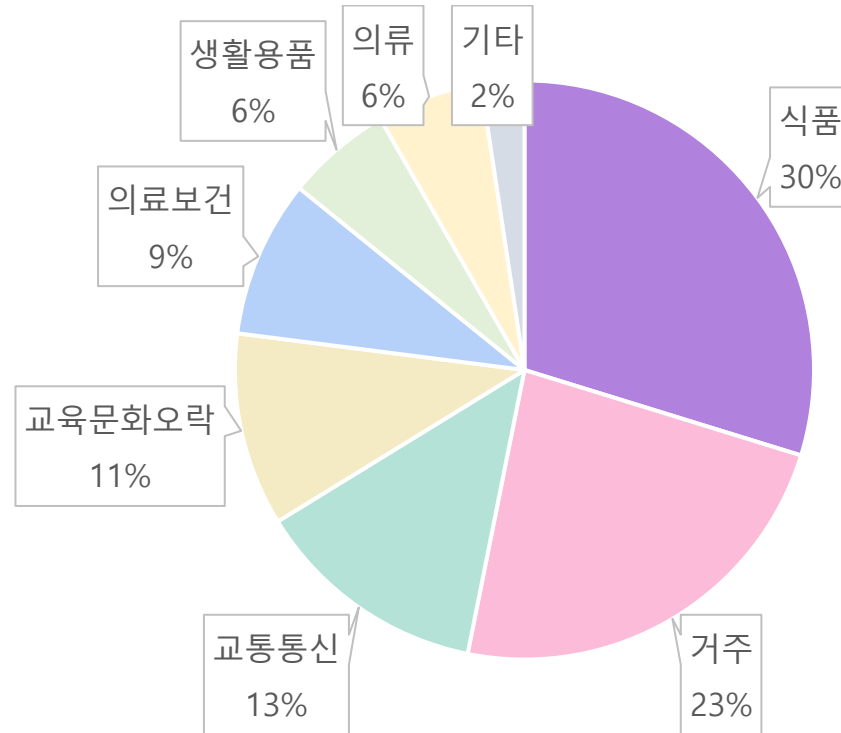


가장 큰 비중을 차지하는 것은 식품 30%
→ 삶에 있어서 가장 중요한 요소

2.시장현황

· 중국 유제품 시장
경쟁사

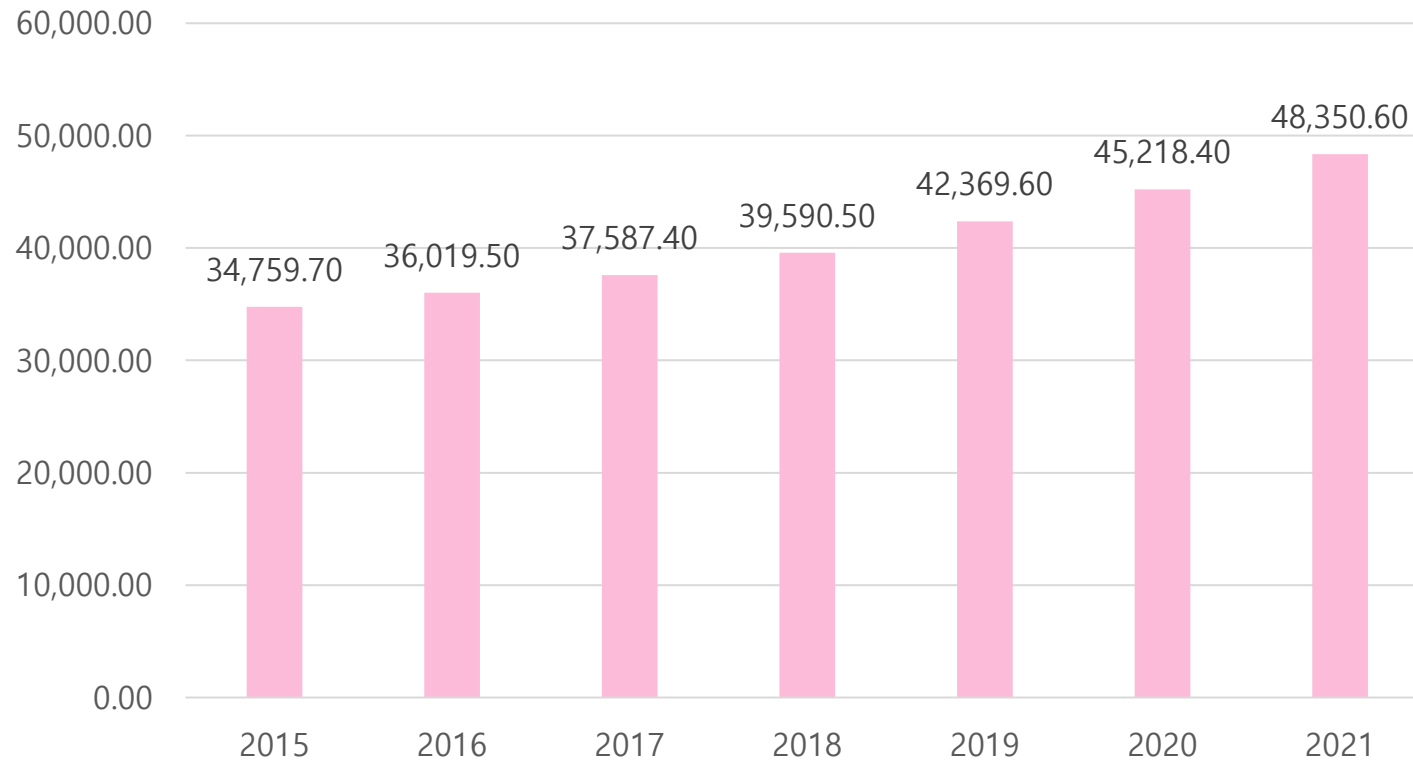
1인당 분야별 평균 소비 구성



소득의 증가에 따라
새로운 요리나 신선하고 건강한 음식을 찾는 소비자들 증가
또한, 바쁜 직장인들의 식사를 쉽고 편하게 해결해줄 수 있는
제품들이 각광받기 시작

2.시장현황

중국 유제품 시장규모

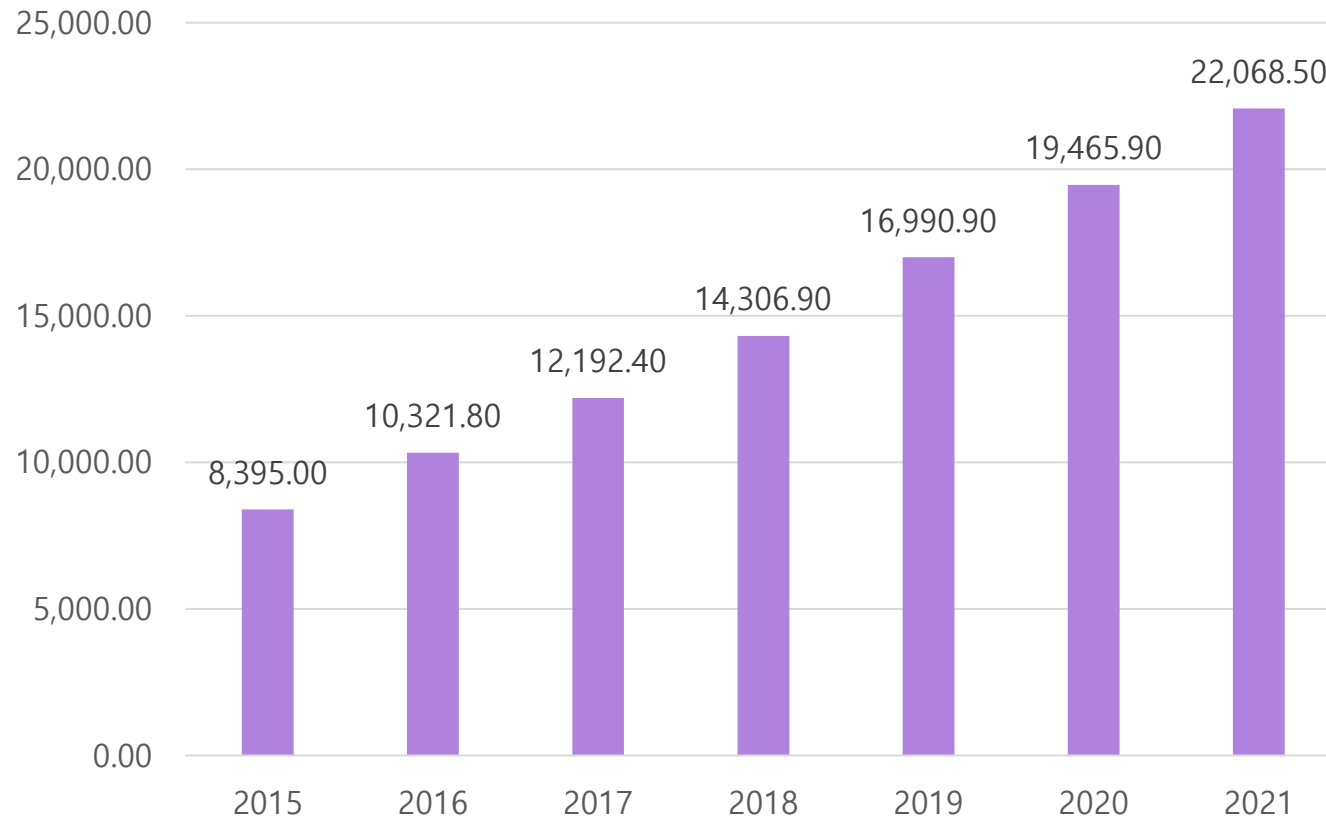


2016년 시장규모는 3602억 위안으로
전년대비 3.6% 상승
2021년까지 6.1% 성장

· 중국 유제품 시장
경쟁사

2.시장현황

요거트 시장규모

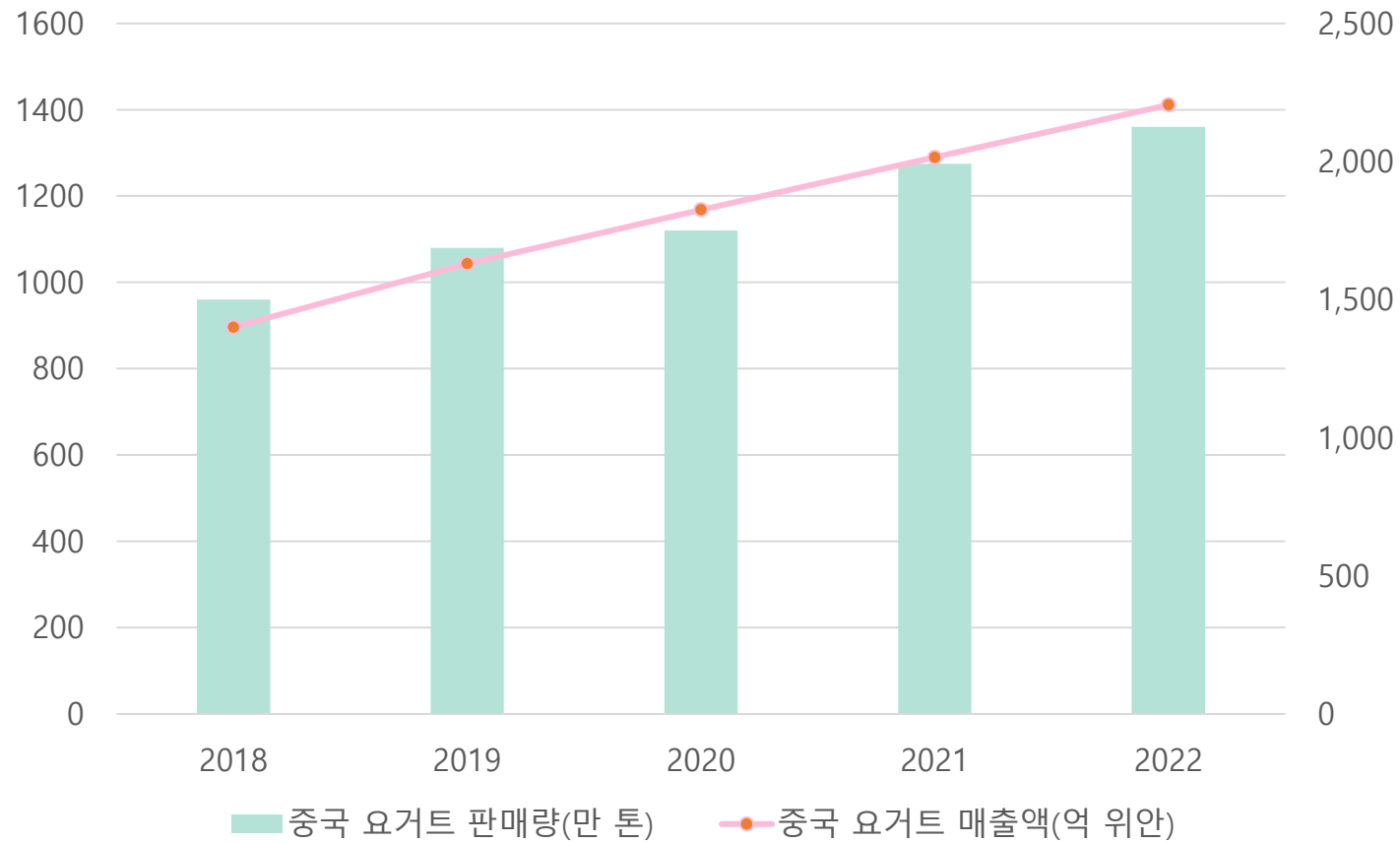


그중 가장 빠르게 성장하는 품목은 요거트
2016년 우유 시장규모는 전년대비 3% 감소한 반면,
요거트는 1032억 위안으로 전년대비 23% 상승

· 중국 유제품 시장
경쟁사

2.시장현황_유제품 시장

2018~2022년 요거트 제품 판매량 및 매출액

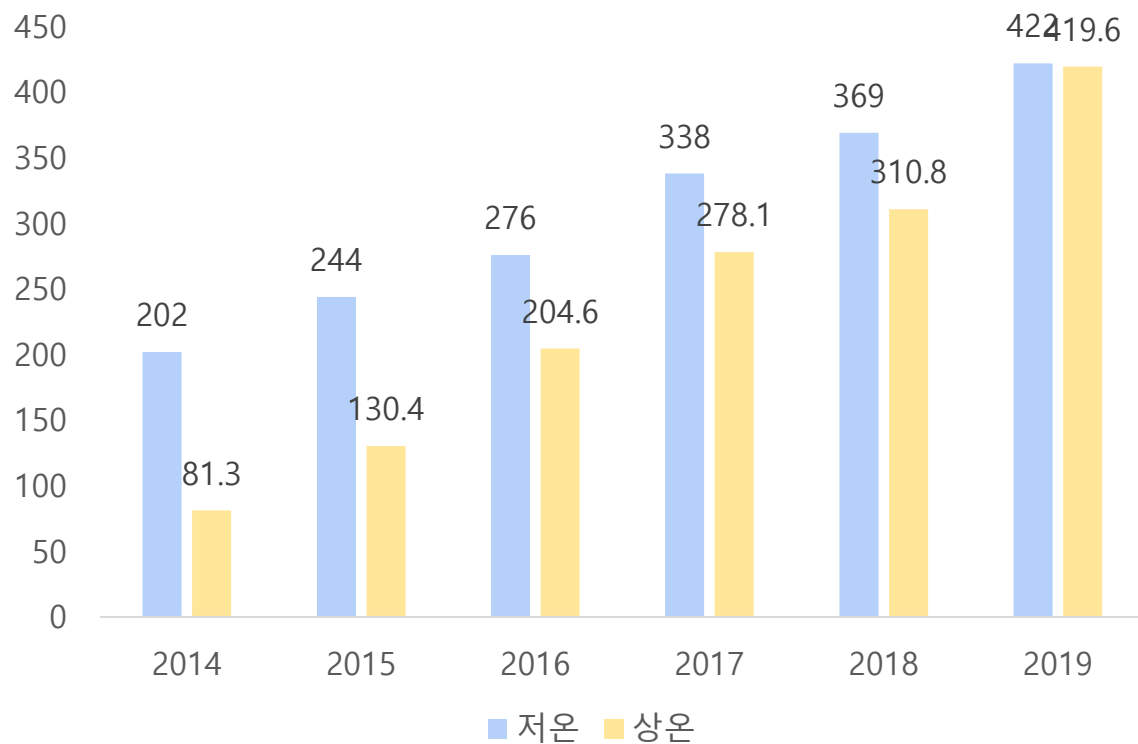


2018년 중국 요거트 판매량 960만 톤
매출액 1400억 위안 달성

2022년 중국 요거트 판매량은 1360만 톤
판매액은 2205억 위안에 달할 것으로 전망됨

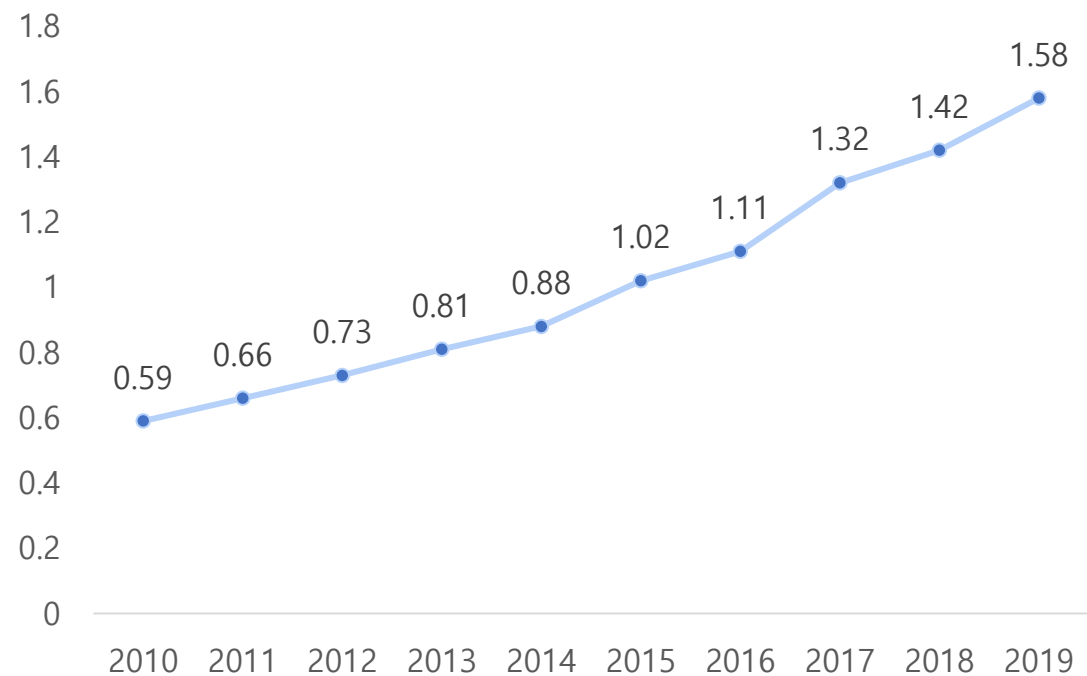
2.시장현황_유제품 시장

중국 저온 및 상온 요거트 시장규모 추이



저온 요거트 시장의 꾸준한 상승세

중국 저온 요거트 1인당 소비 추세



전반적인 증가세로 2010년 0.59kg → 2019년 1.58kg
약 2.6배 증가

But, 선진국 대비 여전히 낮은 수준이어서 잠재력이 큰 시장으로 평가되고 있음

2.시장현황

중국 유제품 시장

· 경쟁사

安慕希



안무시 요거트

중국 그릭요거트 내에서
높은 인기를 차지

205g x 24 = 133위안

莫斯利安



모스리안 요거트

안무시 다음으로
2위 인기제품

205g x 24 = 68위안

2. 시장현황



2.시장현황

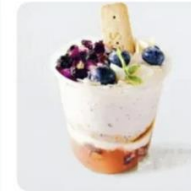
중국 유제품 시장
· 경쟁사

YOSUPER



중국 상해 지역 요거트 전문점
YOSUPER

다양한 토핑으로 요거트 판매



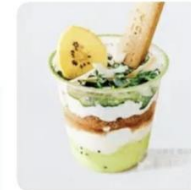
格格巫 蓝莓酸奶随身杯

“丰富的层次口感”

月售10

¥38

到手价 ¥36



奇异绿 奇异果随身杯

1人份 酸奶 奇异果

月售5

¥38

到手价 ¥36



黄色潜水艇 芒果酸奶随身杯

1人份 酸奶 杏仁

月售9

¥38

格之品

3.시장전략

SWOT 분석

STP 전략

4P MIX



SWOT

STRENGTH

· SWOT 분석

STP 전략

4P MIX

STRENGTH

- 그릭요거트 전문점
- 간단한 간식 & 한끼 대체
 - 일반 요거트보다 더 큰 포만감
- 다이어트용으로 가능한 식품
- 건강한 영양소 함유
- 유제품에 민감한 사람도 섭취 가능
- 오픈키친 형식으로 신뢰성 확보

OPPORTUNITY

- 요거트 시장 상승세
- 1인 소비시장 증가
- 간편식 시장규모 상승
- 중국의 요거트 생활화

WEAKNESS

- 중국 현지 낮은 인지도
- 협소한 매장규모
- 1인 창업
- 저온에서의 보관
- 오랜시간의 제조·생산

THREAT

- 기성품 기업들과의 경쟁
- 사업의 낮은 진입장벽
- 재료비 상승의 위험성

S

W

O

T

STRENGTH

· 간단한 간식 & 한끼 대체

-일반 요거트보다 더 큰 포만감

다이어트용 가능 식품

건강한 영양소 함유

유제품에 민감한 사람도 섭취 가능

오픈키친 형식으로 신뢰성 확보



출처 : 헬로 요거트



출처 : 노글루

간단한 간식 & 한끼 대체 가능

꾸덕한 그릭요거트에
다양한 토핑(과일, 그래놀라 등)으로
간식 & 한끼 식사 대체 가능

일반 요거트보다 더 큰 포만감

일반적으로 그릭 요거트 100g -> 10g의 단백질 有
플레인 요거트의 2배 함량

단백질은 식탐 호르몬인 그렐린의 분비를 억제하고
포만감을 더 크게 느끼게 함



STRENGTH

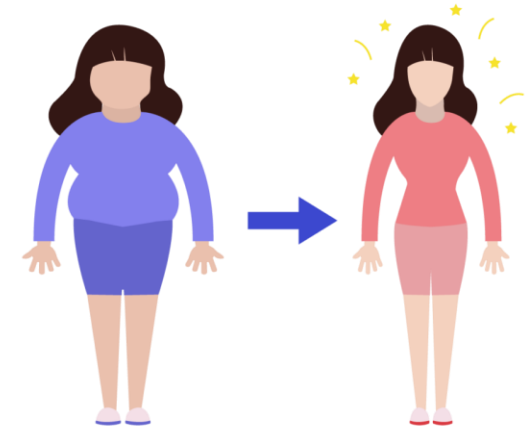
다이어트 용으로 가능한 식품

단백질 多 → 탄수화물보다 소화되는 속도가 느려
과식 예방에 도움

100g당 80kcal

탄수화물 & 지방 小

단백질은 챙기면서 탄수화물과 지방 섭취를 줄이려는 사람과
체중 관리하는 사람 모두에게 好



간단한 간식 & 한끼 대체
-일반 요거트보다 더 큰 포만감

- 다이어트용 가능 식품
- 건강한 영양소 함유

유제품에 민감한 사람도 섭취 가능
오픈키친 형식으로 신뢰성 확보



건강한 영양소 함유

비타민B12 多 100g -> 하루 섭취 권장량 13% 충족

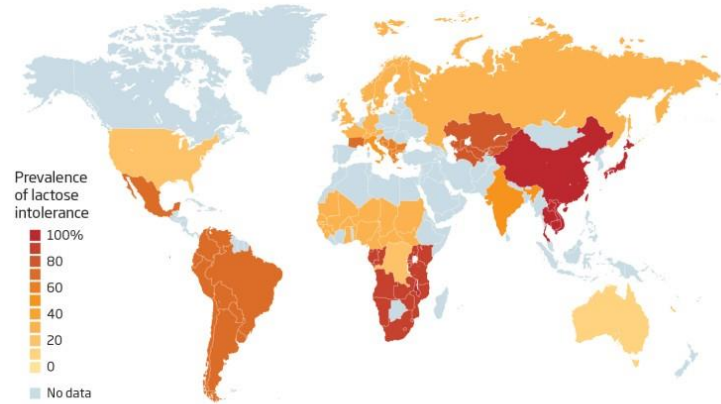
칼슘 多 100g -> 하루 섭취 권장량 11% 충족

장내 유익균(프로바이오틱스) 多

STRENGTH

Lactose breakdown

Only one-third of adults can digest milk. The rest stop making the enzyme needed to process milk sugar



유당불내증에도 도움

아시아인들의 경우 거의 95%의 확률로 유당분해효소가 부족

그릭요거트 제조과정 **중** 유청 제거

유청 = 유당불내증 원인인 유당 포함

제조를 하면서 유당이 제거되어
유당분해효소가 부족한 사람도 섭취 가능



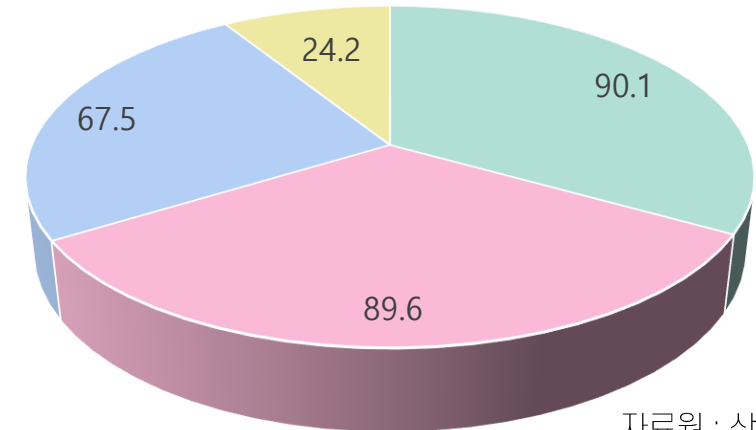
- 간단한 간식 & 한끼 대체
- 일반 요거트보다 더 큰 포만감
- 다이어트용 가능 식품
- 건강한 영양소 함유
- 유제품에 민감한 사람도 섭취 가능
- 오픈키친 형식으로 신뢰성 확보

오픈키친 형식으로 신뢰성 확보

중국인들의 유제품 요소별 점유율
안전성 89.6%

이에 맞춘 오픈키친 형식으로 소비자의 신뢰성 확보

유제품 선호 요소별 점유율



자료원 : 산업정보망

■ 품질 ■ 안전성 ■ 브랜드 ■ 가격

협소한 매장 규모



약 9평 정도의 매장 규모
테이크아웃 전문점

WEAKNESS

중국 현지 낮은 인지도

· 협소한 매장규모

1인 창업

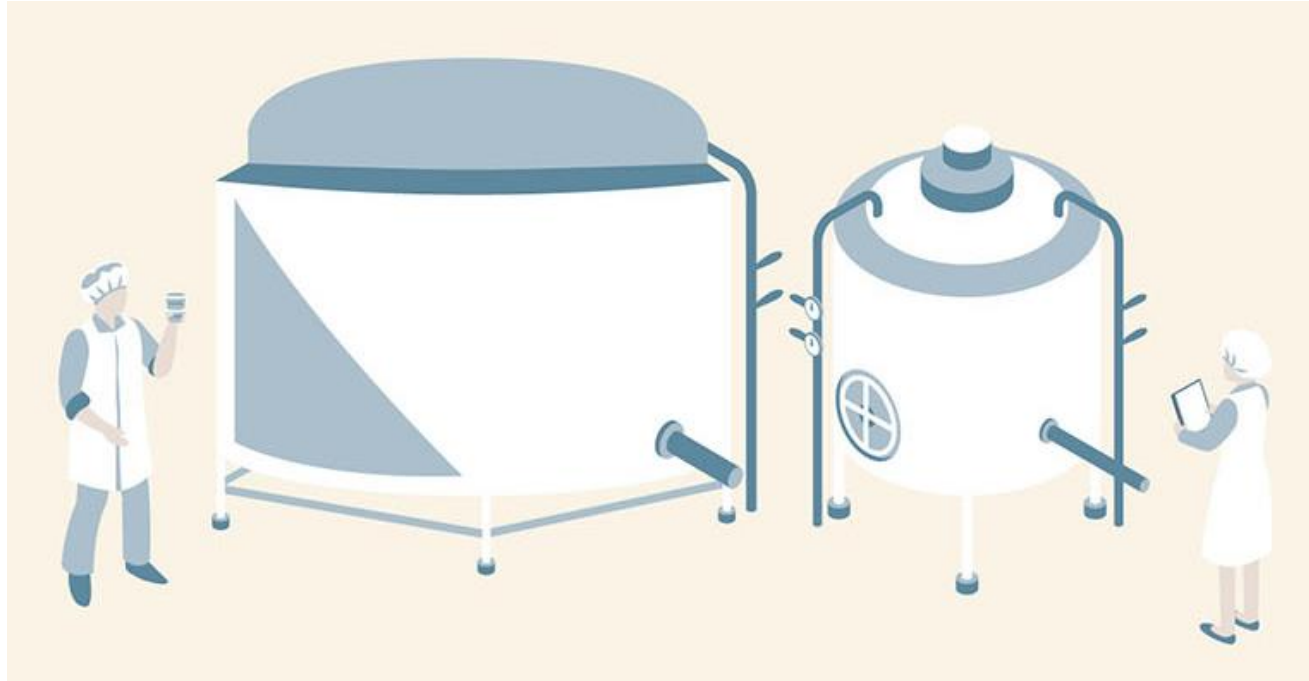
저온에서의 보관

오랜시간의 제조 생산

WEAKNESS

오랜시간의 제조공정

<그릭데이의 대량 생산 참고>



약 5시간 정도 발효
(유산균이 깨어나는 과정)



약 19시간 동안 여과포로 유청 제거
(발효된 우유를 여과 주머니에 담아 천천히 유청을 빼내는 작업)

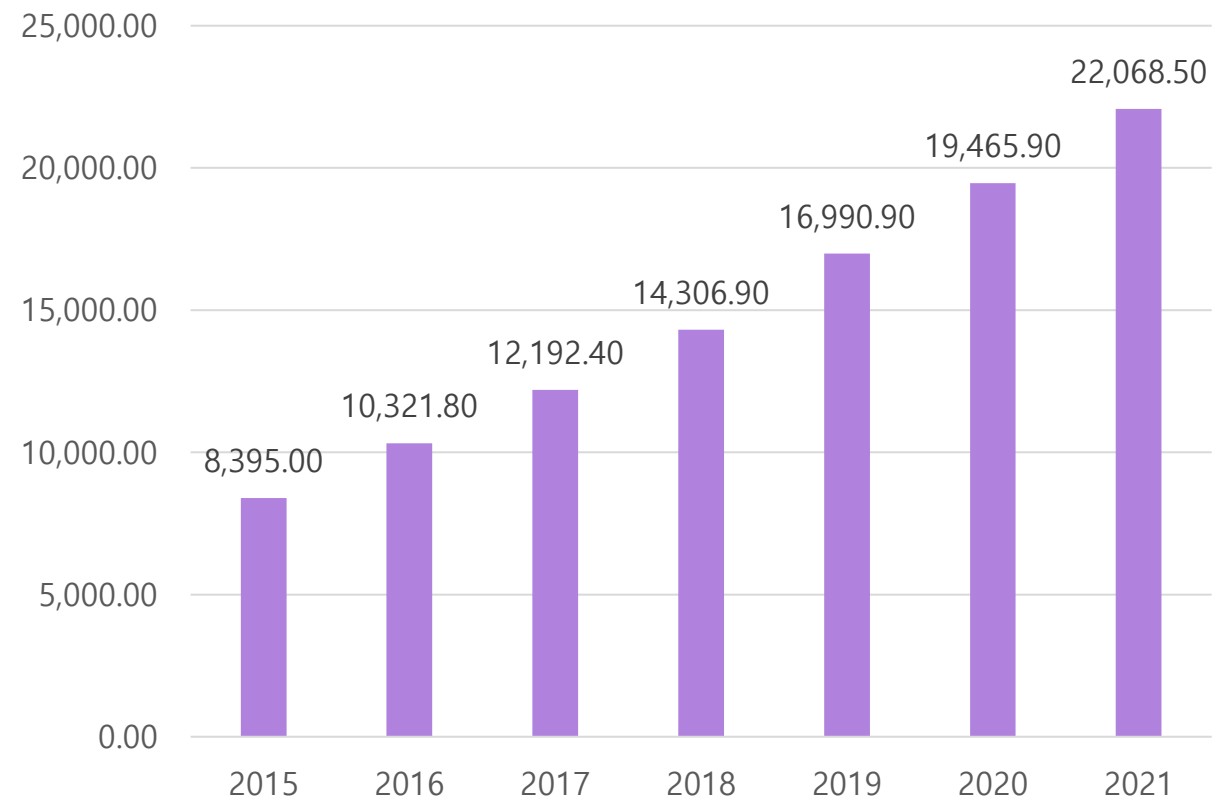
정성의 기회비용 ↑
Because, 전통적인 방법 고수

- 중국 현지 낮은 인지도
- 협소한 매장규모
- 1인 창업
- 저온에서의 보관
- 오랜시간의 제조 생산

OPPORTUNITY

- 요거트 시장 상승세
- 중국의 요거트 생활화
- 1인 소비시장 증가
- 간편식 시장규모 상승

요거트 시장의 상승세



계속적으로 증가하는
요거트 시장의 상승세

OPPORTUNITY

- 요거트 시장 상승세
- 중국의 요거트 생활화
- 1인 소비시장 증가
- 간편식 시장규모 상승

요거트 시장의 상승세



- 요거트, 과일과 견과류 등 첨가하여 식사대용으로 진화 중
 - 최근 과일 알갱이가 들어간 요거트가 새로운 트렌드
 - 과일의 식감과 포만감 추구
- 건강의식 제고와 다이어트 열풍에 따라 요거트가 식사대용으로 각광
- 중국 소비자의 건강에 대한 관심이 늘면서 無지방, 生우유 발효 등 첨가제를 넣지 않은 제품에 대한 수요 증가

- 코트라_유제품 시장 시사점

05.30
2022

중국, 저당·무가당 요거트가 대세



코트라에 따르면, 요거트 자체가 점차 식사대용으로 진화 중
건강의식에 제고에 따라

무지방과 발효 등 다른 첨가제 없이 순수한 제품을 희망

중국정부는 <건강중국행동(2019-2030년)>을 발표해 국민들에게 ‘삼감(소금, 식용유, 당류 섭취 감소)·삼건(구강 건강, 체중 건강, 골격 건강)’을 지속적으로 권고하고 있고 국민들 역시 건강한 삶을 위해 당류 섭취를 줄이는데 큰 관심을 기울이고 있다. 중국의 대표적인 전자상거래 플랫폼 티몰에서 발간한 보고서에 의하면, 2021년 건강 관련 상품 소비는 전년 대비 50% 증가하였다. 이 중에서도 건강기능식품의 성장세가 괄목할 만하며 특히 무가당 열풍이 거세게 불고 있다. 유제품 시장 역시 이러한 트렌드의 영향을 많이 받아 무가당 요거트가 대체로 자리매김 하고 있다. 시장조사 전문기관 칸타(Kantar)의 통계에 의하면, 2019년 요거트/유음료시장 규모는 0.6% 증가했다. 이 중 기존 당류 함유 제품의 매출액은 전년 대비 0.3% 증가한 것에 비해, 저당·무가당 제품은 20.2% 증가하였다. 저당·무가당 요거트/유음료의 소비자 반응, 시장 전망이 훨씬 우수함을 드러낸다.

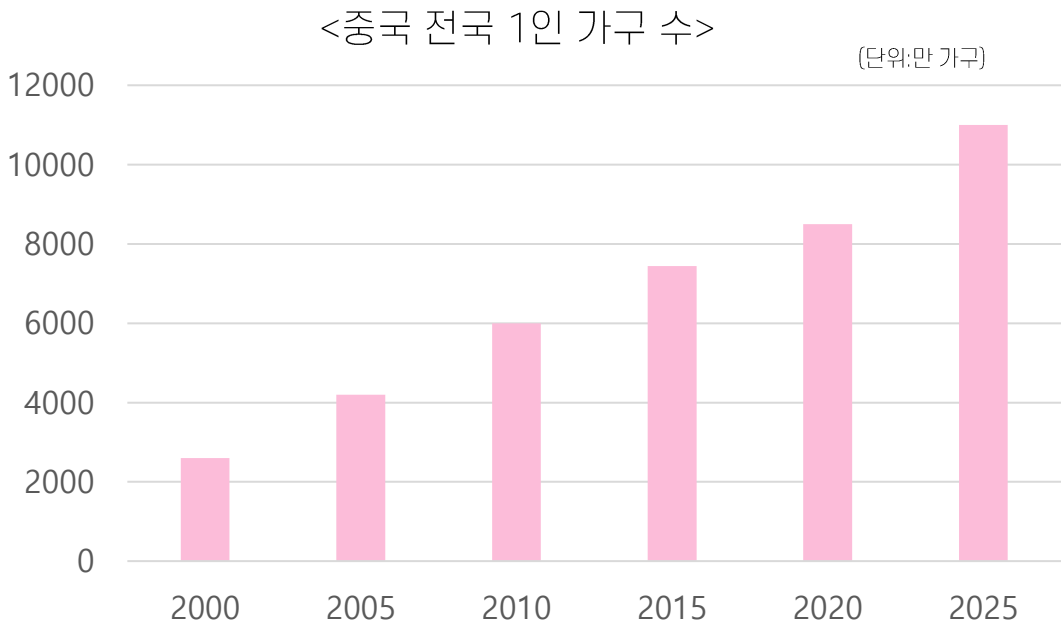
자료 : 코트라카티

자료원: Euromonitor

OPPORTUNITY

요거트 시장 상승세
-중국의 요거트 생활화
· 1인 소비시장 증가
간편식 시장규모 상승

1인 소비시장 증가



중국의 1인 가구 수는 2000년 이후부터 계속해서
연평균 31%씩 증가하고 있는 중
2025년에는 1억 가구 돌파 예상

	1인 가구	2인 가구	3인 가구	4인 가구
가구원 수별 1인당 총소비	5,557.9	4,605	3,616	2,696
가구원 수별 1인당 식품 및 음료비	1,306.5	1,023	849	709
가구원 수별 1인당 주거비	1,048.8	788	603	453

1인 가구는 소비지출 구성에서
식품 및 음료 부분이 매우 크게 차지

자료 : 코트라

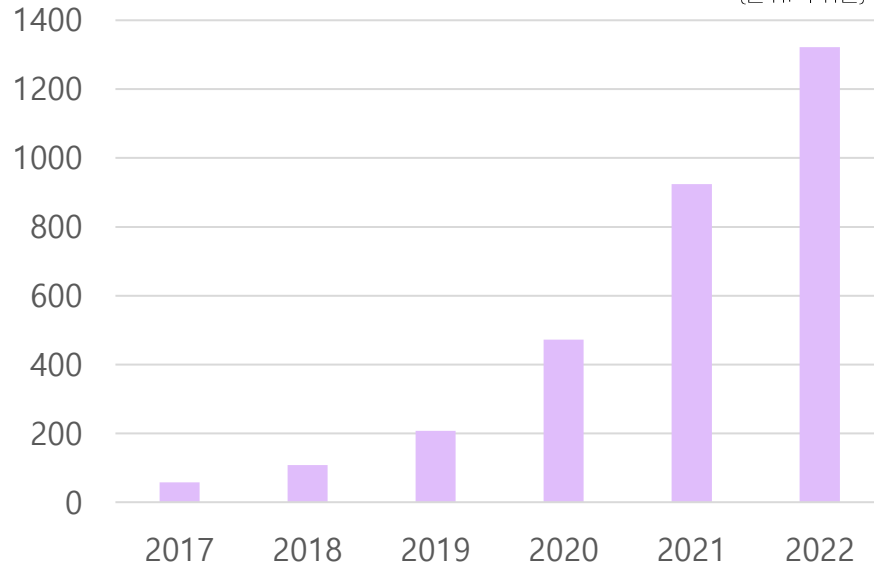
OPPORTUNITY

- 요거트 시장 상승세
- 중국의 요거트 생활화
- 1인 소비시장 증가
- 간편식 시장규모 상승

간편식 시장규모 상승

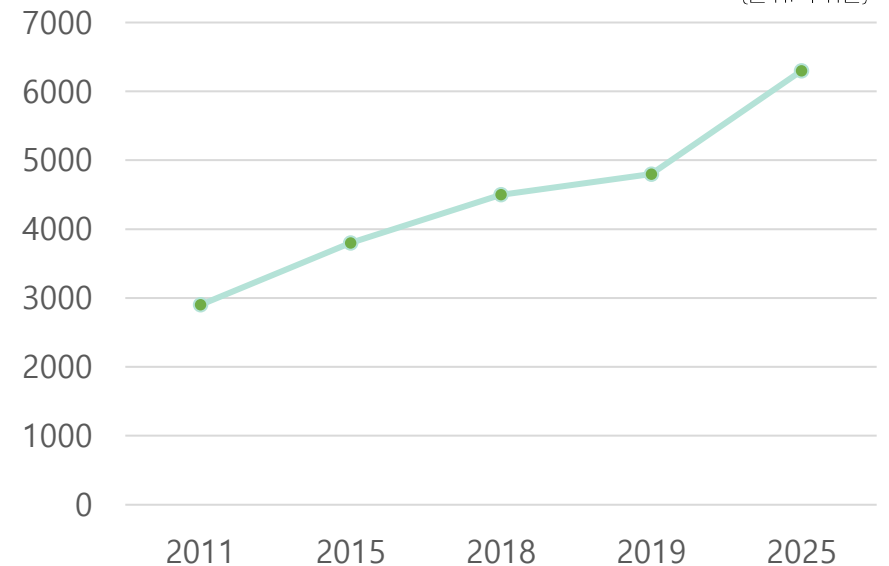
<중국 간편식 시장규모>

(단위:억 위안)



<중국 다이어트 간편식 시장규모>

(단위:억 위안)



자료 : 코트라

일평균 근무시간이 10시간 초과 근로자 증가
간편식 필요성 ↑

코로나19 확산 이후에 건강 관심 ↑
2020년 이후 정부 '건강한 중국' 강조

다이어트 간편식의 시장규모는 2017년 58억 2000만 위안에서
2020년 472억 6000만 위안으로 7배 이상 증가
2021년 시장 규모는 2020년에 비해 2배 이상 성장할 것으로 전망

가격이 높더라도 다이어트 효과가 높은 다이어트 간편식 선호

대기업의 기성품과의 경쟁



THREAT

- 대기업 기성품과의 경쟁
- 국제 정세로 인한 위험성
- 재료비 상승의 위험성

사업의 낮은 진입장벽



비전공자도 큰 문제없이 할 수 있는 사업 아이템
→ 진입장벽이 낮아 잠재적 경쟁자들이 많아질 수밖에 없음

THREAT

- 대기업 기성품과의 경쟁
- 국제 정세로 인한 위험성
- 재료비 상승의 위험성

STP

STP

· SEGMENTATION

TARGETING

POSITIONING

성별

남성

여성

연령

10대

20대

30대

40대

5-60대

70+

직업

백수

대학생

직장인

자영업자

가정주부

STP

· SEGMENTATION

TARGETING

POSITIONING

성별

남성

여성

연령

10대

20대

30대

40대

5-60대

70+

직업

백수

대학생

직장인

자영업자

가정주부

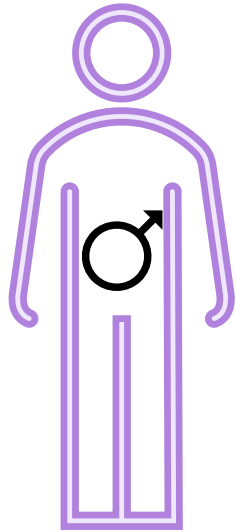
구분

대학가

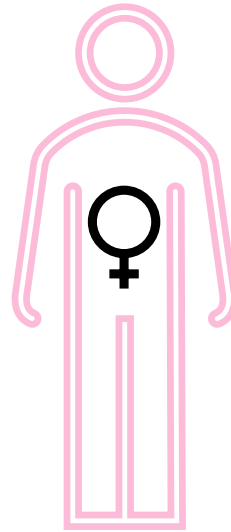
남성 ≤ 여성

STP

남성



여성



(성인 기준)

기초대사량

1,600kcal~1,800kcal

1,200~1,500kcal

한끼 권장 칼로리

700kcal

500kcal

SEGMENTATION

· TARGETING

“여성”

POSITIONING

남성과 여성 둘 다 소비자로서 표적이 될 수 있지만,
기본적인 칼로리를 생각했을 때 포만감에 있어서는 여성이 더 클 것으로 예상

STP

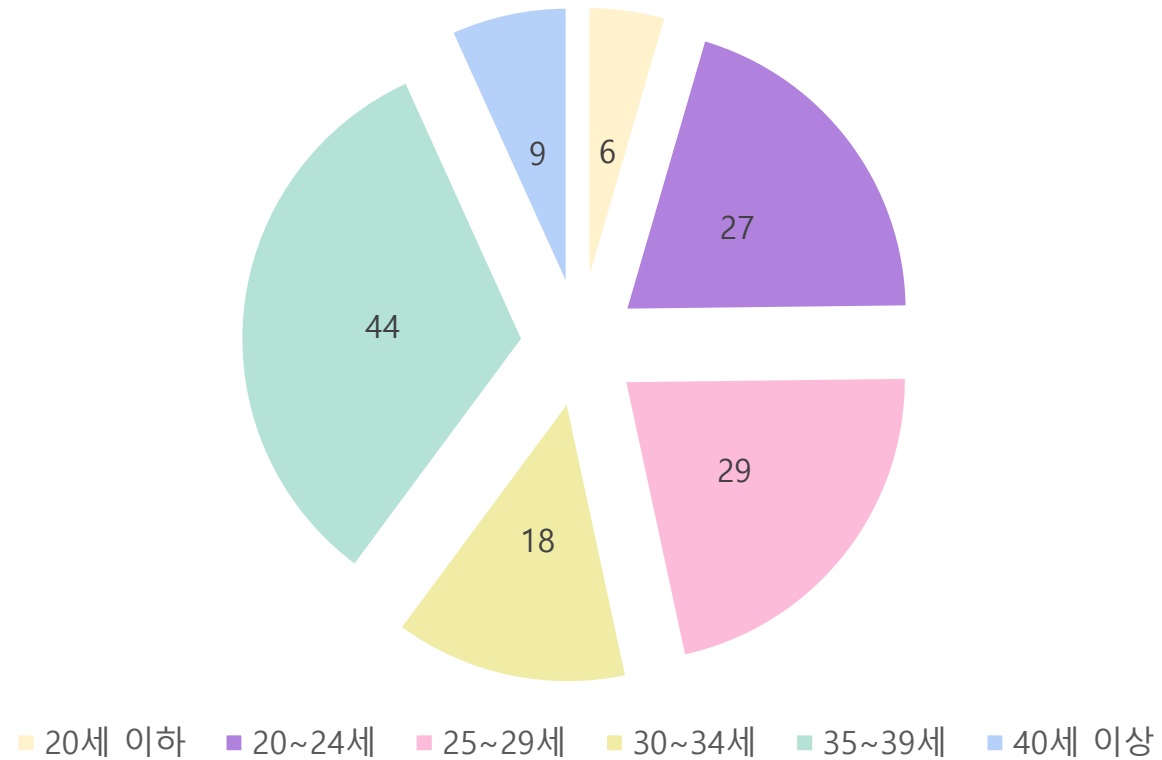
SEGMENTATION

· TARGETING

“20대 30대”

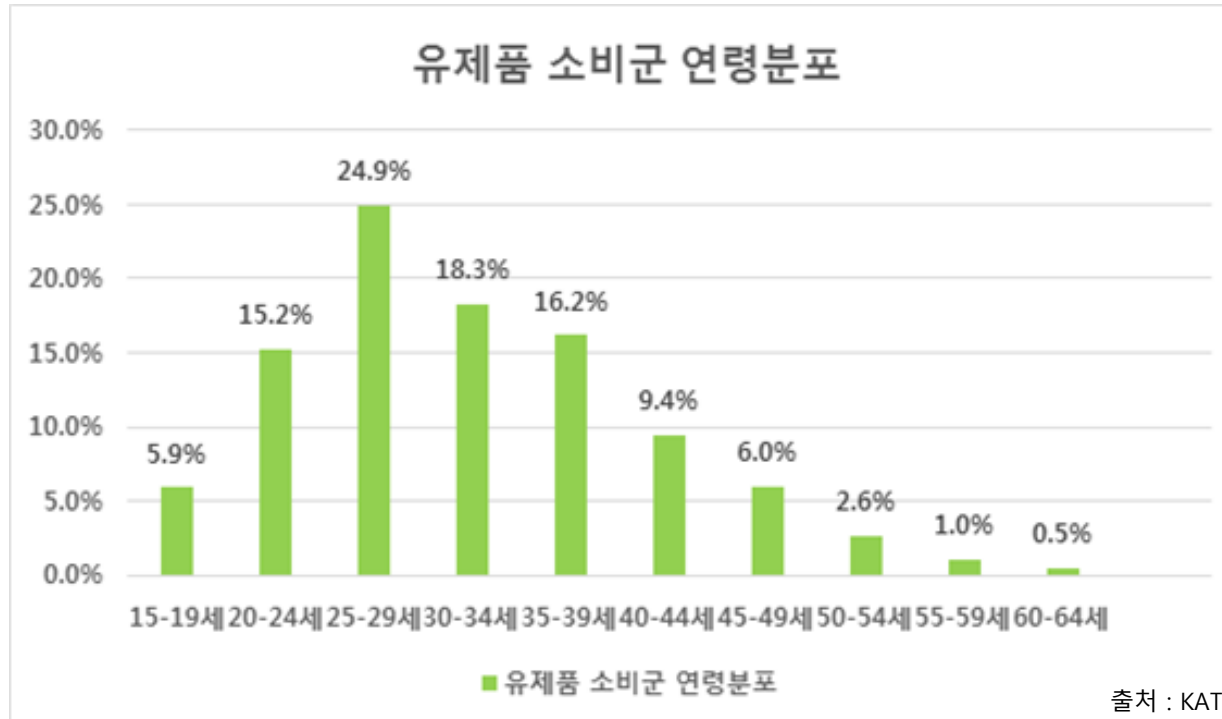
POSITIONING

2017년 연령별 소비 비중



외식산업에서 20~34세 연령이 74%로 가장 큰 비중을 차지
따라서 젊은 세대의 소비자들이 외식산업의 새로운 타겟 고객층이 되는 추세

유제품 수요 | 25~29세, 소비의 주력군 되다.



중국 유제품 소비자는 20~30대 후반 사이에 집중되어 있고

그 점유율은 74.6%이다.

이중 25~29세 연령대 소비자의 점유율은 24.9%로 가장 높다.

STP

SEGMENTATION

· TARGETING

“20대 30대”

POSITIONING

한국 그릭요거트 시장 우수 사례 참고

Greek day.



그릭데이 건대점

카페, 디저트

영업 중 · 21:00에 영업 종료
서울 광진구 화양동 ▾

출발 | 도착



 주문

그릭데이 성신여대점

카페, 디저트

영업 중 · 21:00에 영업 종료
서울 성북구 동선동2가 ▾

출발 | 도착



 주문

그릭데이 잠실점

카페, 디저트

영업 중 · 22:00에 영업 종료
서울 송파구 송파동 ▾

출발 | 도착



 주문

그릭데이 경희대점

카페, 디저트

영업 중 · 21:00에 영업 종료
서울 동대문구 회기동 ▾

출발 | 도착



 주문



그릭데이 이대본점

카페, 디저트

영업 중 · 20:30에 영업 종료
서울 서대문구 대현동 ▾

출발 | 도착



 주문

그릭데이 고려대점

카페, 디저트

영업 중 · 21:00에 영업 종료
서울 성북구 안암동5가 ▾

출발 | 도착



 주문

한국에서의 그릭요거트 시장 중 가장 크게 성장한 기업을 보면

주로 대학가 위주에서 활동

→ 주 소비층(대학생)과 상권을 이용한 전략

이를 참고해 대학생 혹은 직장인들이 많이 있는 상권을 겨냥

STP

SEGMENTATION

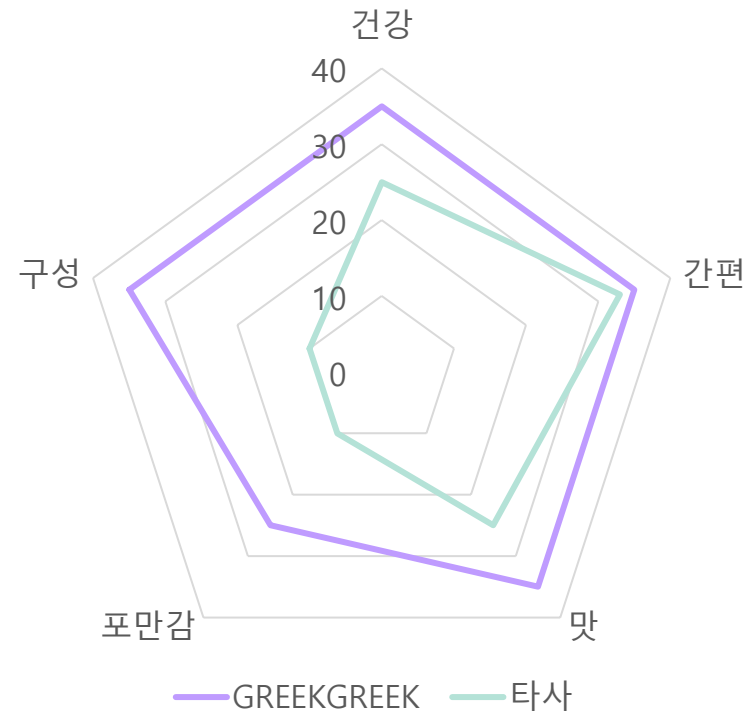
· TARGETING

“대학가”

POSITIONING

STP

SEGMENTATION
TARGETING
· POSITIONING



GreekGreek

건강을 챙길 수 있는 한끼 식사&간식

중국인들을 위한 맞춤형 건강식

바쁜 시간 가볍게 챙길 수 있는 간편식

대학생·인근 직장인들을 위한 디저트



4P MIX

4P MIX

· PLACE
PRICE
PRODUCT
PROMOTION

Place_유통관리

1인 창업 매장

매장 시뮬레이션 제작



27.4m² = 약 8~9평
작은 규모로 창업 시작



4P MIX

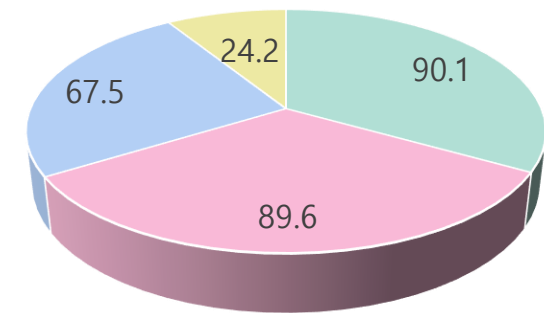
· PLACE
PRICE
PRODUCT
PROMOTION

Place_유통관리

오픈 키친 형태



SWOT 참고_중국인들의 유제품 요소별 점유율



■ 품질 ■ 안전성 ■ 브랜드 ■ 가격

제조과정이 보이는 오픈키친 형식으로
소비자들에게 안전성을 보장하며
신뢰성 확보

4P MIX

• PLACE
PRICE
PRODUCT
PROMOTION

Place_유통관리

테이크아웃(포장) 전문점



테이크아웃 전문 매장으로
포장 위주 판매

But, 매장 내 앉을 자리 3~4곳 확보

4P MIX

· PLACE

PRICE

PRODUCT

PROMOTION

Place_유통관리



GreekGreek

타오바오 기준
이리우유 250ml X 24 팩 = 60위안
(이리우유는 예시입니다)

우유 1팩(250ml) -> 2.5위안



우유 1L → 우유 4L
(10위안) (40위안)

유산균 1g → 5g
(3.72위안) (18.6위안)

4L = 58.4위안
1,500g = 58.4위안

↓
100g = 3.9위안
(한화 약 730원)

기본 플레인 100g 기준

임대료 + 이윤을 위해

∴ 11위안으로 판매
(11위안으로 판매 시
7위안 이윤)

PLACE

· PRICE

PRODUCT

PROMOTION

GreekGreek

타오바오 기준
이리우유 250ml X 24 팩 = 60위안
(이리우유는 예시입니다)

우유 1팩(250ml) -> 2.5위안



우유 1L → 우유 4L
(10위안) (40위안)

토픽 추가 시
상권의 과일과게 가격에 따라
15위안~30위안 정도에서

판매할 예정



∴ 11위안으로 판매
(11위안으로 판매 시
7위안 이윤)

PLACE

· PRICE

PRODUCT

PROMOTION

4P MIX

Product_제품전략

주변 상가를 이용



위치한 곳 주위
마트, 과일가게를 이용해
시장조사

→ 가장 저렴하고 좋은 품질이 있는 곳으로
과일, 나머지 제품 구매

4P MIX

PLACE

PRICE

• PRODUCT

PROMOTION

Product_제품전략



과일 | 견과류 | 잼 스틱 | 꿀 스틱

기본 플레인 말고도 다양하게 즐길 수 있도록
원하는 대로 토핑 추가 가능



4P MIX

Product_제품전략

<예시>



용과



하미과



중국인들이 좋아하는
과일들을 위주로 판매
(추가토픽)



판타오



리치

직접 먹어보고 연구해서
그릭요거트와
가장 잘 어울리는 과일들 선택

+ 취향에 맞게
수제 잼도 제작

PLACE

PRICE

• PRODUCT

PROMOTION

4P MIX

Product_제품전략

요일마다 다른 라인업

<예시>

MON

판타오
무화과
그래놀라 A
딸기잼

TUE

용과
파인애플
그래놀라 A
비과잼

WED

바나나
딸기
호두
오레오

THU

사과
바나나
그래놀라 B
초코잼

FRI

블루베리
딸기
그래놀라 B
시나몬가루

PLACE

PRICE

• PRODUCT

PROMOTION

4P MIX

Product_제품전략

그릭요거트 관련 디저트 판매



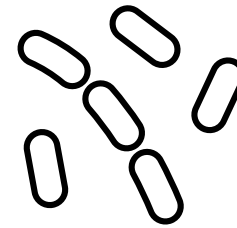
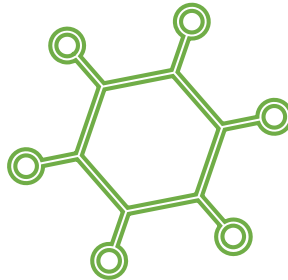
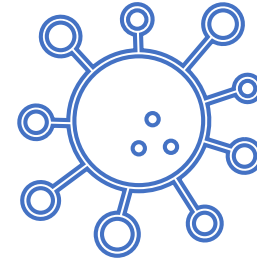
그릭요거트와
기존에 매장에서 사용하는
아이템들을 이용해
디저트 판매

ex) 그릭 복숭아
(견과류, 그릭요거트, 복숭아)

4P MIX

Product_제품전략

더 좋은 유산균 배합



기존의 유산균



여성 건강에 좋은 질 유산균

or

필수 비타민 추가 연구

<예시>

개인 용기 지참 이벤트



개인 용기 지참 시
원하는 토핑 무료 추가 이벤트

용기 환급금 지급 할인



재구매를 하는 상황에서
전에 썼던 용기를 깨끗이 씻어서 가져오는 경우
2위안(300원) 할인

PLACE

PRICE

PRODUCT

· PROMOTION

유통기한 임박 제품 떨이 판매



떨이식품업계의 성장, 지속 발전할 것으로 예상

코로나19 발생 이후 식품 소비 시장의 수요, 음식낭비금지법 정책의 추진, 소비관념의 전환 등으로 인해 떨이식품은 사람들의 주목을 받지 못하는 업종에서 성장잠재력이 큰 유망 산업으로 탈바꿈하였습니다. 떨이식품의 발전에는 여전히 많은 문제점들이 존재하나유통과정의 개선, 소비자들의 인식변화 등 다양한 부분에서 하나하나 해소되고 있어 향후 지속해서 발전할 것으로 예상됩니다.

출처 : 코트라 카드뉴스

주로 노년층만 관심을 가지던 떨이식품
최근 들어 소비자들의 전반적인 소비개념이
더욱 이성적으로 바뀌면서
가성비 추구하고 함께 주요 소비계층 확대
가격에 민감한 젊은 소비층들도 큰 관심

이런 중국의 이슈를 활용



인근 마트와 협업해서
유통기한 임박 상품
할인해서 판매

PLACE

PRICE

PRODUCT

· PROMOTION

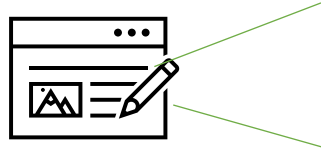
Promotion_판매촉진

4P MIX

<예시>

인근 대학교와의 이벤트

<OO대 이벤트 공지>



특정 기간 할인 이벤트로
학생들은 할인가
매장은 대량 주문
서로가 WIN-WIN



시험기간에 지친 OO대 대학생들을 위해
그럭그럭이 쓴다!!!



OO대 학생 여러분, 안녕하세요.

OO대 총학생회 ---입니다.

이번 시험기간 준비로 인해
마음고생, 몸고생으로 지쳤을
우리 학우분들을 위해서



건강을 챙기고자, 그럭그럭과의 협업을 통해
이벤트 할인가로 ...



PLACE

PRICE

PRODUCT

· PROMOTION

<참고문헌>

<https://terms.naver.com/entry.naver?docId=2724068&cid=43667&categoryId=43667>

<http://www.greekday.co.kr/shop/page.html?id=1>

https://dream.kotra.or.kr/kotranews/cms/news/actionKotraBoardDetail.do?SITE_NO=3&MENU_ID=170&CONTENTS_NO=1&pageNo=1&bbsGbn=01&bbsSn=243%2C403%2C257%2C254&pNttSn=194636&pStartDt=&pEndDt=&sSearchGbn=&sSearchVal=&pRegnCd=01&pNatCd=156&pKbcCd=&pIndustCd=&pHsCode=&pHsCodeNm=&pHsCdType=&viewType=&gbn=&hotClipGbn=&updtDt=2022-05-31+14%3A37%3A16

https://dream.kotra.or.kr/kotranews/cms/news/actionKotraBoardDetail.do?SITE_NO=3&MENU_ID=430&CONTENTS_NO=1&bbsGbn=254&bbsSn=254&pNttSn=162623

https://dream.kotra.or.kr/kotranews/cms/news/actionKotraBoardDetail.do?SITE_NO=3&MENU_ID=430&CONTENTS_NO=1&bbsGbn=254&bbsSn=254&pNttSn=162623

https://dream.kotra.or.kr/kotranews/cms/news/actionKotraBoardDetail.do?SITE_NO=3&MENU_ID=430&CONTENTS_NO=1&bbsSn=254&pNttSn=187884

http://www.businesspost.co.kr/BP?command=mobile_view&num=220808

<https://www.wkorea.com/2015/04/16/%EC%9A%94%EA%B1%B0%ED%8A%B8-5%EB%8C%80-%EC%B2%9C%EC%99%95/>

<https://www.hidoc.co.kr/healthstory/news/C0000632579>

<https://www.hidoc.co.kr/healthstory/news/C0000632579>

<https://www.hidoc.co.kr/healthstory/news/C0000632579>

<https://jay-da.tistory.com/entry/%EA%B1%B4%EB%8C%80%EA%B7%B8%EB%A6%AD%EC%9A%94%EA%B1%B0%ED%8A%B8-%ED%99%94%EC%96%91%EB%8F%99-%EB%8C%80%EC%9A%A9%EB%9F%89-%EA%B7%B8%EB%A6%AD%EC%9A%94%EA%B1%B0%ED%8A%B8%EB%A5%BC-%EB%A7%8C%EB%82%A0%EC%88%98-%EC%9E%88%EB%8A%94-%EA%B7%B8%EB%A6%AD%EB%8D%B0%EC%9D%B4>

<https://www.tripadvisor.co.kr/LocationPhotoDirectLink-g294197-d9214281-i188273303-Yogurtman-Seoul.html>

<http://www.greekday.co.kr/shop/page.html?id=1>

[KATI 농식품수출정보](#)

https://dream.kotra.or.kr/kotranews/cms/news/actionKotraBoardDetail.do?MENU_ID=430&CONTENTS_NO=1&bbsSn=254&pNttSn=176168

https://dream.kotra.or.kr/kotranews/cms/news/actionKotraBoardDetail.do?MENU_ID=180&CONTENTS_NO=1&bbsSn=243&pNttSn=156849

https://dream.kotra.or.kr/kotranews/cms/news/actionKotraBoardDetail.do?MENU_ID=180&CONTENTS_NO=1&bbsSn=243&pNttSn=190493

https://blog.naver.com/barun_book/222481106049

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=87028&menu_dept2=35&menu_dept3=71&dateSearch=

<https://m.blog.naver.com/ohy0921/222671047865>

[카드뉴스 - KOTRA 해외시장뉴스 영상뉴스 | 카드뉴스](#)

[상품 DB - KOTRA 해외시장뉴스 상품·산업 | 상품DB | 상품DB](#)



THANK YOU

Question And Answer