

Maeil

“매일유업”

중국을 위한 시장 전략

Maeil

목차 table of contents

1

기업소개

- 기업정보
- 차별포인트
- 국내 경쟁사
- 해외진출

2

시장현황

- 중국 유제품 시장
- 시장관련 이슈
- 해외 경쟁사

3

시장전략

- SWOT 분석
- STP 전략
- 4P MIX

1.기업소개

기업정보
차별포인트
국내 경쟁사
해외진출

Maeil Story

1.기업소개

매일유업(주)

대표자	김선희
기업구분	중견기업 코스닥 상장
업종	액상사유 및 기타 낙농제품 제조업
신용등급	최상(2021.05)
사원수	2,079명(2021.12)
매출액	약 1조 5,000억

기업정보

차별포인트
국내 경쟁사
해외진출



평택 연구소 건물



매일유업 사옥

1.기업소개 _ 기업정보_ 제품설명

소화가 잘되는 우유



유당 0% 락토프리
맛과 영양 그대로

매일우유_멸균



긴 유통기한
멸균처리

상하목장 우유



풀을 먹고 자란 젖소
유기농 우유

아몬드 브리즈



비건인증
식물성 음료

1.기업소개

기업정보
차별포인트
국내 경쟁사
해외진출

특새



프리미엄



세분화

프리미엄

기업정보
차별포인트
국내 경쟁사
해외진출

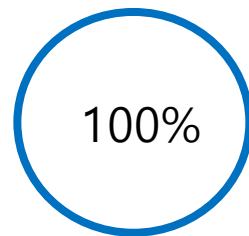
1) 락토프리 유당0%

- 001모두가 편히 마실 수 있도록
- 002국내최초 인체적용시험 완료
- 003미세한 필터로 매일유업만의 특허공법
- 004고소한 맛 & 영양

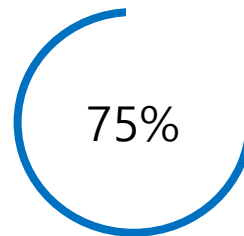


2) 멸균우유

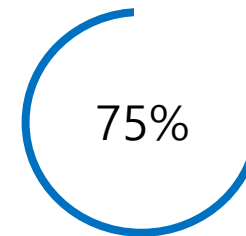
- 001언제 어디에서나 간편하게
- 0026겹 테트라팩으로 빛과 공기 차단
- 003넉넉한 유통기한으로 걱정없이
- 004우유의 영양을 그대로 멸균처리



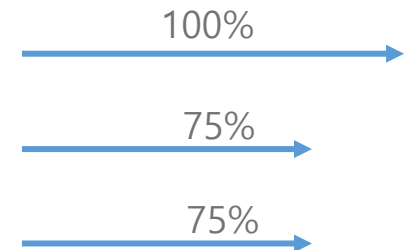
프리미엄



틈새



세분화



틈새

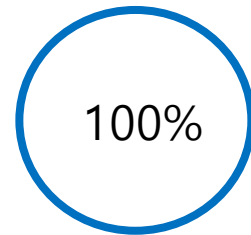
기업정보
차별포인트
국내 경쟁사
해외진출



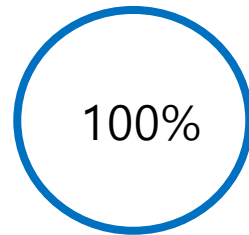
아몬드 브리즈

1) 비건을 위한 틈새시장 공략

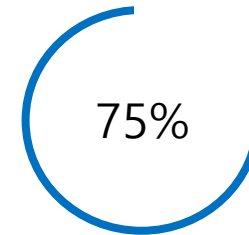
- 001 동물성 X 식물성 O
- 002 비건 공략
- 003 가치소비에 민감한 MZ세대 공략
- 004 아몬드를 갈아 짜서 물과 혼합한
식물성 음료로 칼로리가 상대적으로 낮음
(190ml 기준 35kcal)



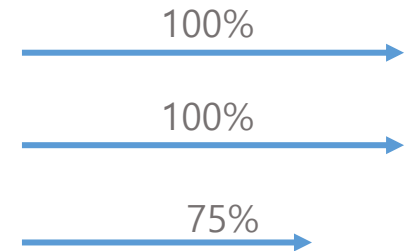
프리미엄



틈새



세분화



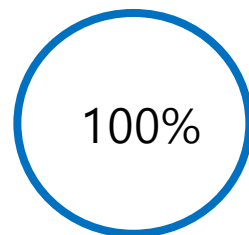
세분화

기업정보
차별포인트
국내 경쟁사
해외진출

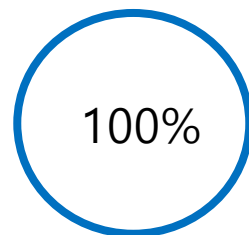


1) 저지방 우유도 다양하게

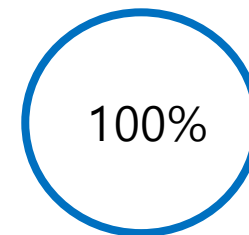
- 001 4가지로 쪼개기
(오리지널, 무지방, 저지방1%, 2%)
- 002 다른 저지방 우유와 차별성
- 003 우유 소비를 유지하는 역할



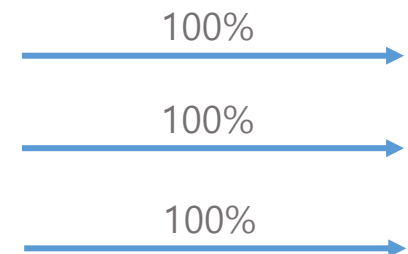
프리미엄



틈새



세분화



세분화



1) 저지방 우유도 다양하게

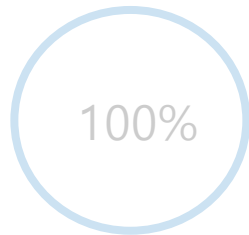
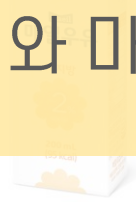
001 4가지로 쪼개기

(오리지널, 무지방, 저지방1%, 2%)

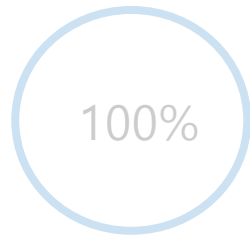
002 다른 저지방 우유와 차별성

프리미엄 우유 이미지를 유지하는 역할

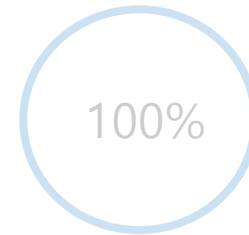
프리미엄 특새 세분화의 3대 전략으로
제품 세일즈와 마케팅 포인트를 잡음



프리미엄



특새



세분화

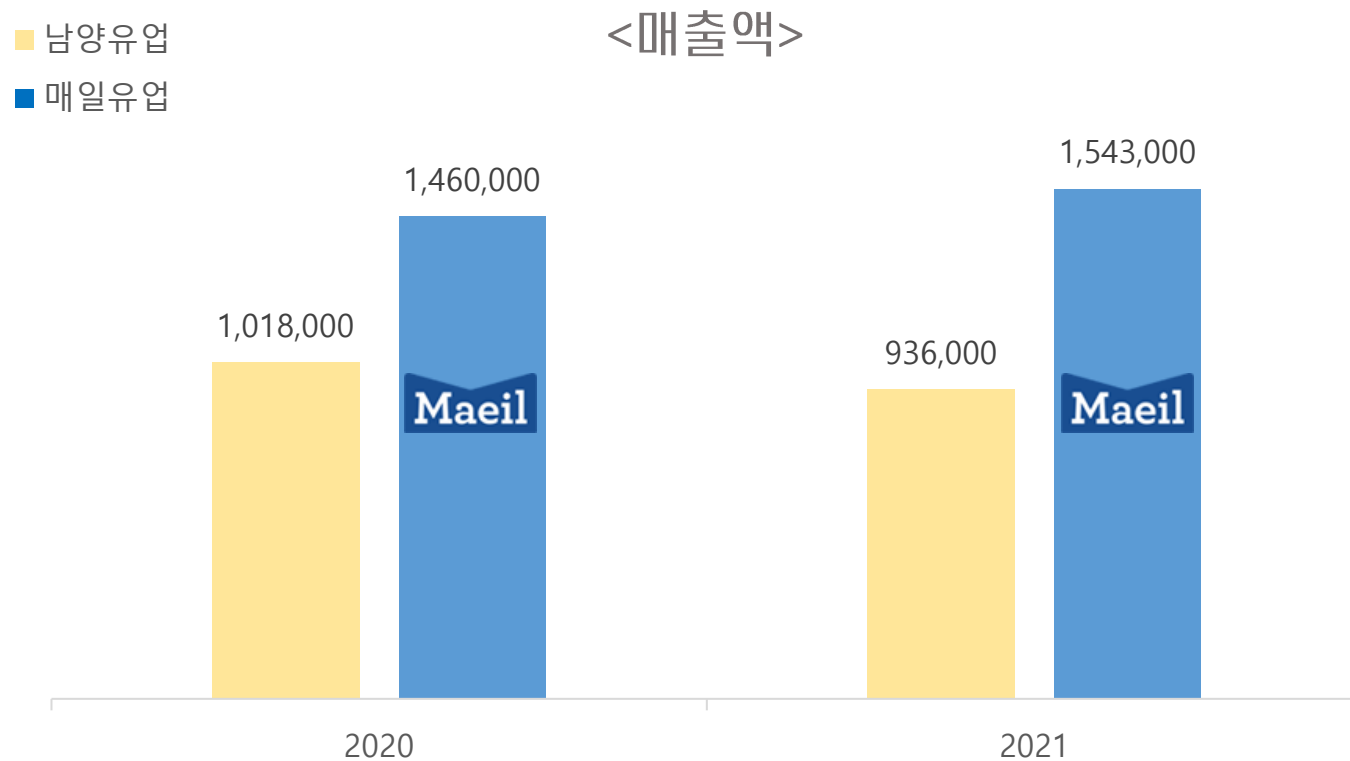
100%

100%

100%

1.매일유업 vs 남양유업_국내

1.기업소개



단위 : 백만원

기업정보
차별포인트
국내 경쟁사
해외진출

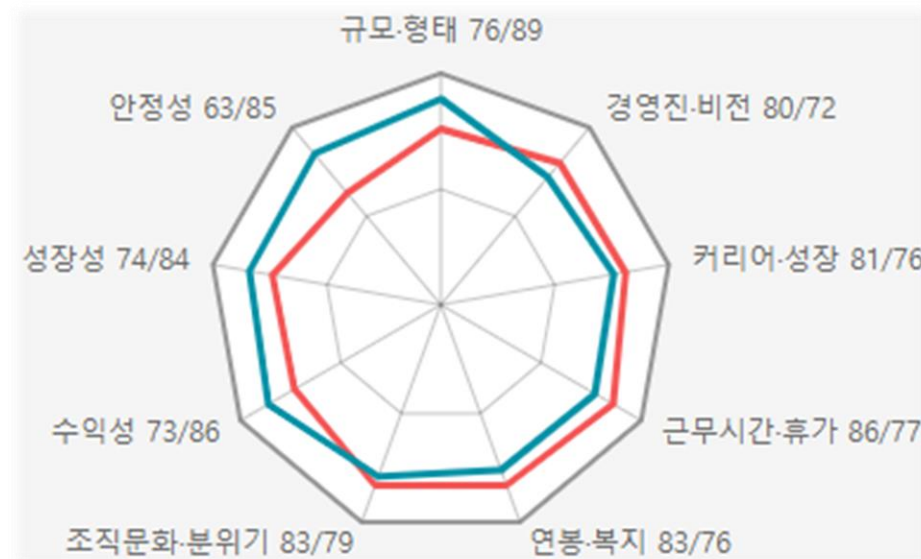
2.매일유업 vs 서울우유_국내

1.기업소개

매일유업

서울우유

86.3	재무평가	71.7
939억	영업이익	595억
2,079명	사원수	1,927명



기업정보

차별포인트

국내 경쟁사

해외진출

2.매일유업 vs 서울우유_국내

1.기업소개

매일유업

서울우유

86.3

재무평가

71.7

"매일유업, 숨만 쉬어도 밀어줄래"...남양 서울우유 자폭에 미담 재조명

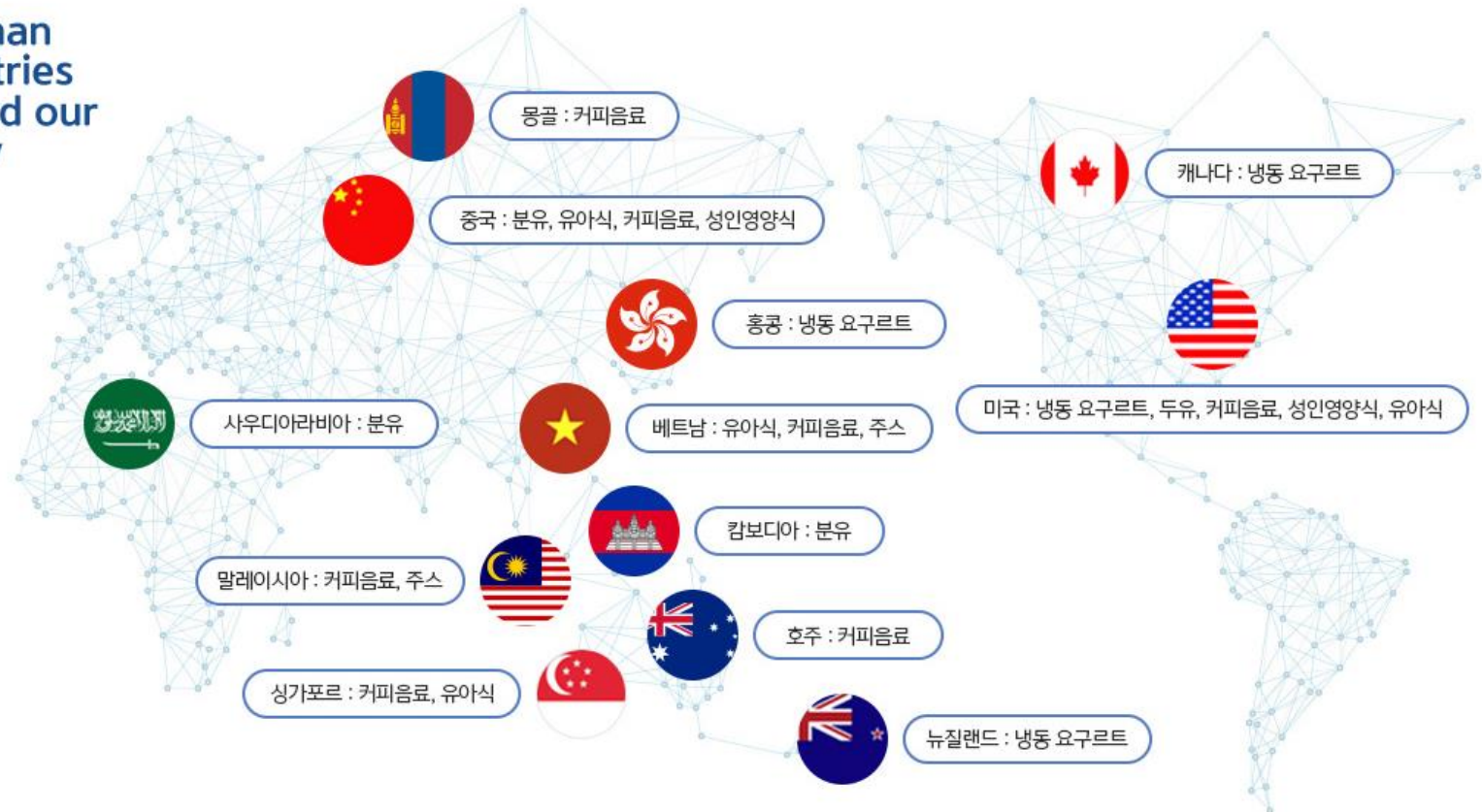
브랜드 이미지& 여론 상



1.기업소개

기업정보
차별포인트
국내 경쟁사
해외진출

More than
12 countries
Beyond our
country



1.기업소개

기업정보
차별포인트
국내 경쟁사
해외진출

매일유업 성인영양식 셀렉스, 중국 시장 진출

More than
12 countries
Beyond our
country



2.시장현황

중국 유제품 시장

시장관련 이슈

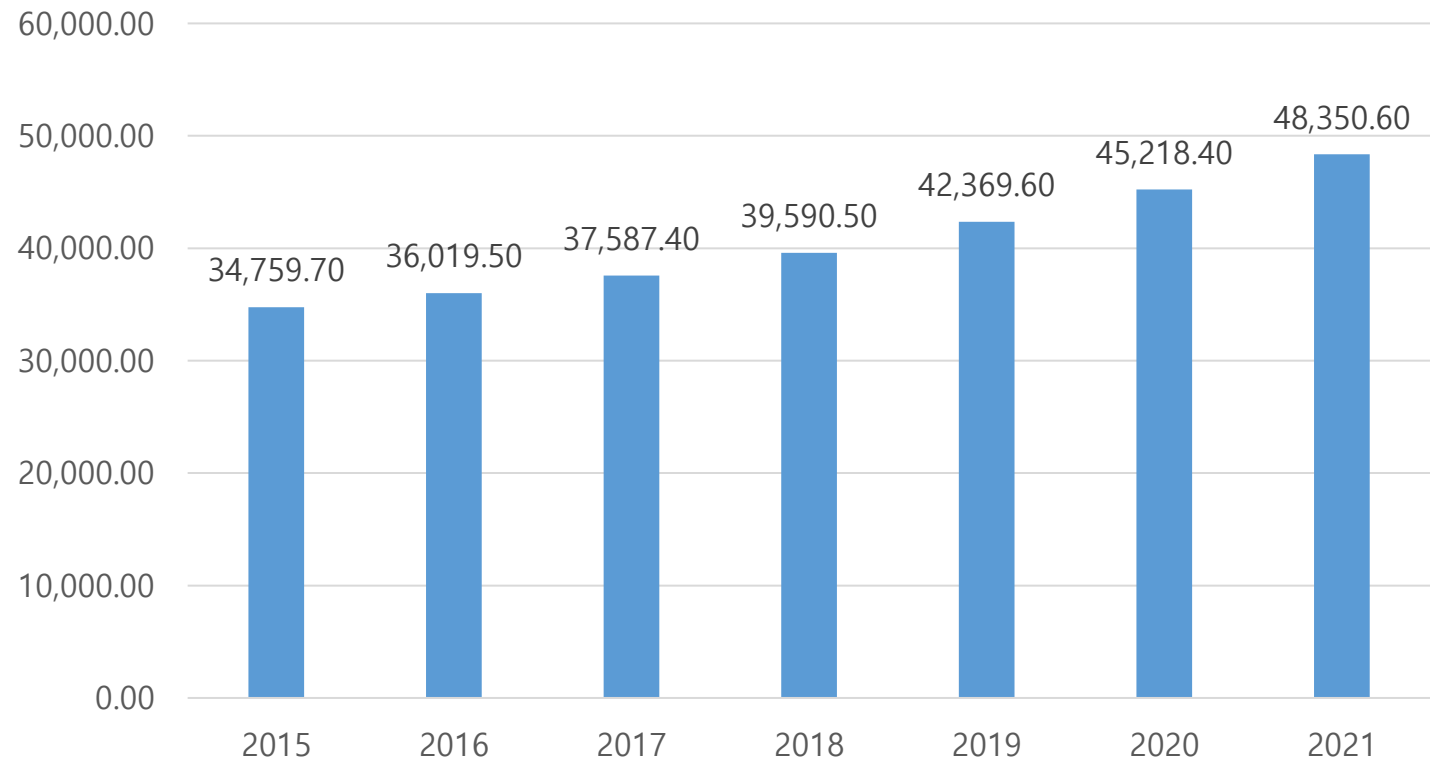
해외 경쟁사



2.시장현황

- 중국 유제품 시장
- 시장관련 이슈
- 해외 경쟁사

중국 유제품 시장규모



단위 : 천만 위안

자료원: Euromonitor

2016년 시장규모는 3602억 위안으로

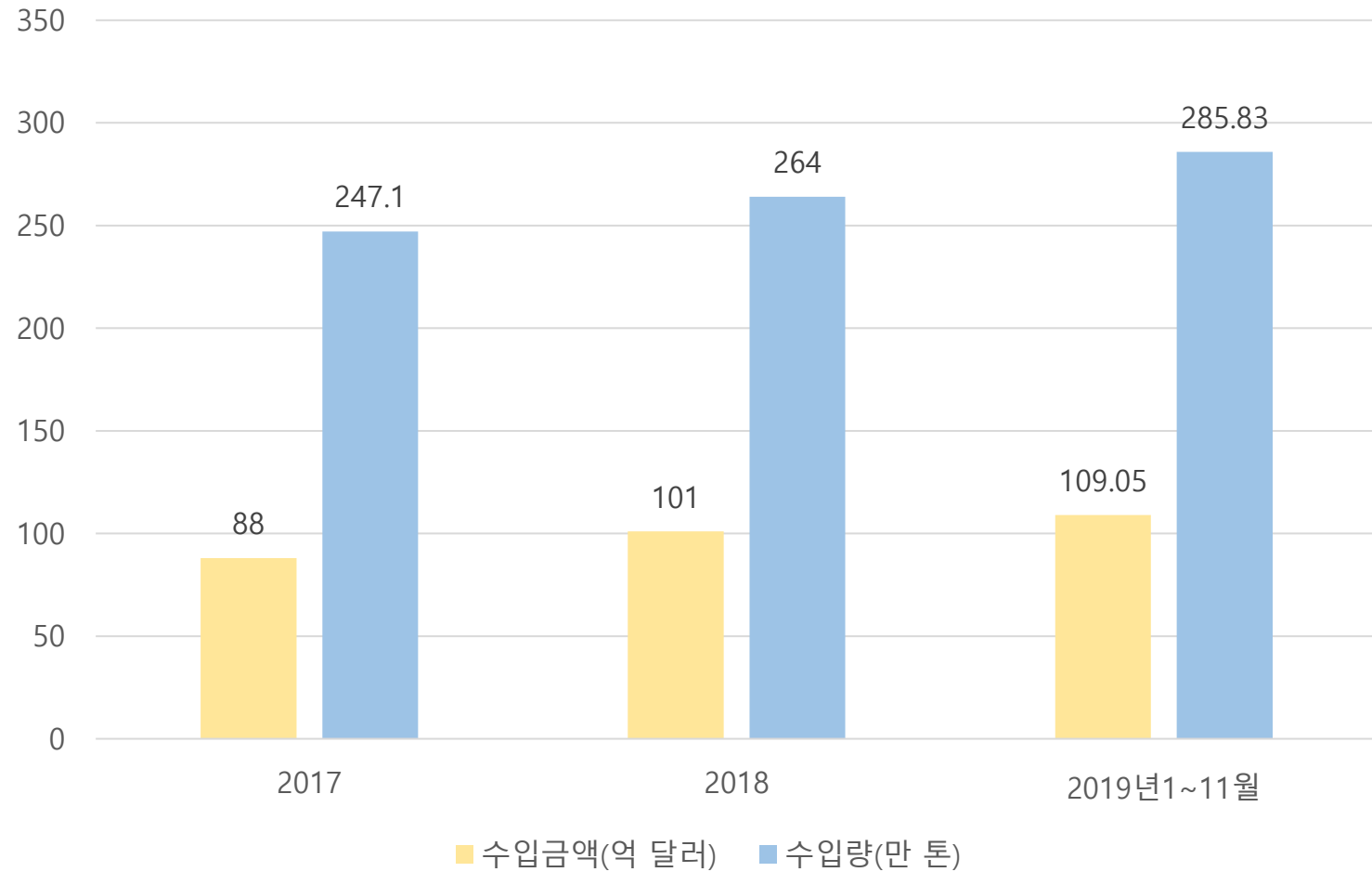
전년대비 3.6% 상승

2021년까지 6.1% 성장

2.시장현황

· 중국 유제품 시장
시장관련 이슈
해외 경쟁사

2017~2019.11. 중국의 유제품 수입현황

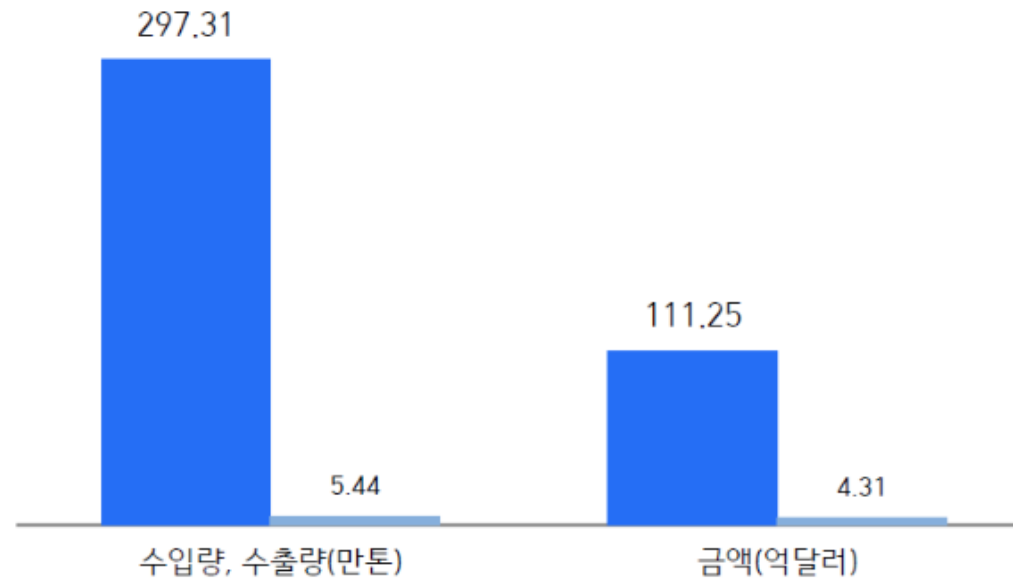


- 육류와 가공육, 유제품, 수산물의 수입액이 각각 95억 달러, 93억 달러, 85억 달러로 Top3를 차지함.

2.시장현황

· 중국 유제품 시장
시장관련 이슈
해외 경쟁사

2019년 중국 유제품업계 수출입 상황(단위: 만톤, 억달러)



“수입 > 수출”

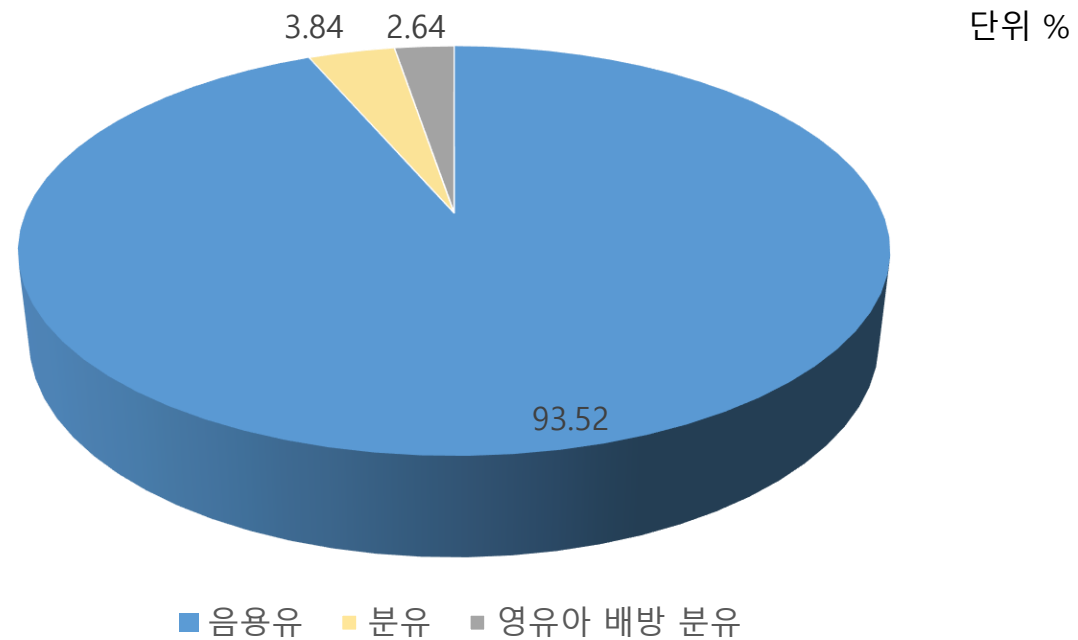
해관통계에 의하면 2019년 유제품 수입 총량은 297.3만 톤으로
전년 대비 12.8% 증가하였고, 수입액은 111.25억달러로 전년 대비 10.6%증가하였다.

2019년 중국에서 수입한 유제품 순중량은 291.9만 톤이며,
원유로 계산하면 1,730.9만 톤으로 동기 대비 7.1% 증가하였다.

2.시장현황

· 중국 유제품 시장
시장관련 이슈
해외 경쟁사

2019년 1~11월 중국의 유제품 제품별 비중



음용유가 중국에서 많은 비중을 차지
2020년 이후에도 같을 것으로 전망

중국 또 '가짜 분유' 파동...국산 분유 수출 증대 기대감

황서영 기자 | 승인 2020.05.26 02:05

작년 물량 7370만 볼로 전년비 6.6% 감소
매일유업·남양유업·롯데푸드 3사 수혜 예상

중국에서 또 다시 가짜 분유 파동이 일어나면서 부작용 사례가 속속 알려지고 있는 가운데 아이러니하게도 중국 시장에 진출 중인 국내 분유업체의 호재가 전망되고 있어 관심을 끌고 있다.

중국의 가짜 분유 파동은 고질병처럼 반복돼 왔다. 2004년 첫 사고 이후, 2008년 멜라민 분유 파동, 2013년 중국 한 수입업체가 가짜 분유를 네덜란드산 분유라고 속여서 판 사건, 2016년 미국 유명 분유 브랜드 상표를 붙여 유통시킨 싸구려 원료 분유 사건까지 문제가 된 제품은 상당수 회수되지 못해 많은 피해자를 낳았다.

4~5년에 한 번씩 터지는 가짜 분유 사건에 올해는 중국 후난성 용싱현에서 파동이 또 다시 일었다. '베이안민'이라는 이름의 이 가짜 분유는 영유아용품점에서 '특수 분유'로 소개됐지만 실제로는 영양성분이 거의 없어 영유아의 식사를 대체할 수 없다는 결론이 내려졌다.



중국 유가공식품시장의 트렌드

- ▲중국 브랜드 보다는 수입품, 외국브랜드 선호
- ▲가격 비싸도 고급품 선호
- ▲소형 매장보다 대형 마트 선호

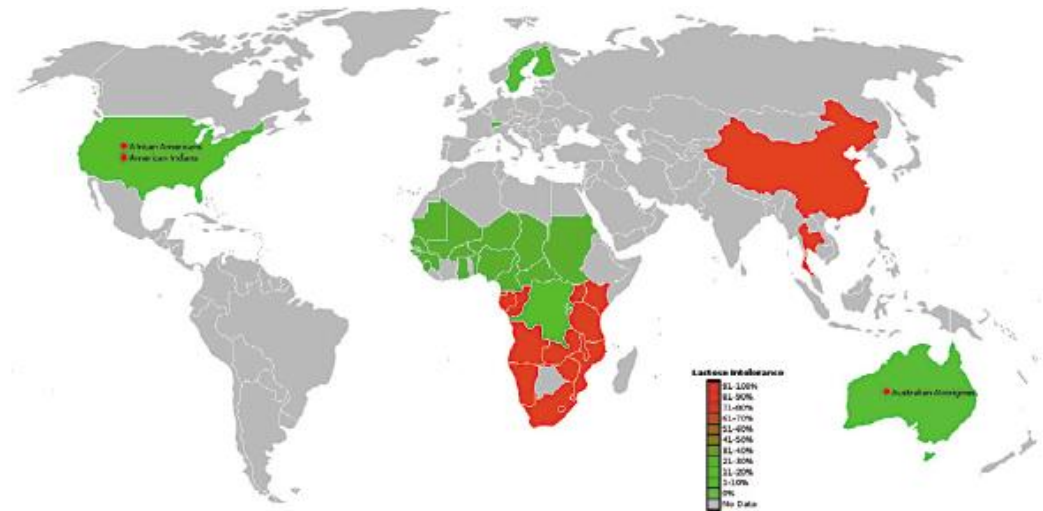
2.시장현황

중국 유제품 시장

· 시장관련 이슈

해외 경쟁사

“유당불내증의 발생빈도는 인종별로 차이가 있다”



(그림 1) 지구상 지역별 유당불내증 분포도

아프리카 국가들은 추측치 임, 2006. 출처: commons.wikimedia.org/wiki/File:...ance.png

인종별 유당불내증

태국, 중국, 일본, 동남아시아, 아프리카 인종이 빈도가 높고 미국(백인), 스위스, 스웨덴 등이 상대적으로 낮다.

아프리카 대륙과 남아프리카에서 50%의 빈도를 보이고 몇몇 아시아 국가에서는 대부분의 주민이 유당불내증이라는 결과를 발표하였다.

유당불내증은 서양보다는 동양에서 즉, 백인보다는 황인종이나 흑인종이 더욱 심한 것으로 나타났다. 이러한 유당불내증은 동양인들이 우유 섭취를 기피하는 가장 큰 원인이 되고 있다.



“이리 실업”

대표자	판 강
설립연도	1993.6.4.
매출액	890억 3,203만 위안(2019.12) (약 16조)

△ 중국의 서울우유

△ 중국 1위, 세계 8위 유제품 생산기업
(2018년 기준)

△ 1996년 3월 상해 A증시에 상장

△ “고칼슘 우유”





“멍뉴우유”

대표자	루민팡
설립연도	1999.08.18
매출액	약 7조 9천억 원(2021.12.)



△ 이리우유와 TOP2

△ 국내 2위

△ 2004년 6월 10일 홍콩 상장

△ 본사 : 네이멍구

△ “고칼슘 우유”

시장현황_해외 경쟁사

뉴질랜드 더랜드



유기농 저지방 우유
중국 내 프리미엄 이미지
뉴질랜드 정부의 식품안전 인증
공신력 有

대만 원트왓



대만 기업으로
1992년 정식 중국시장 진출
밀크드링크 상품
중국 소비자들에게 인기를
끌고 있는 브랜드 중 하나

호주 링스핑자왕



어린이용 우유 별도 판매
자연 친화적인 우유 생산 환경 홍보
부모사이에서 어린이 성장에 도움을
주는 프리미엄 우유로 인식

3.시장전략

SWOT 분석

STP 전략

4P MIX



SWOT

3.시장전략

SWOT 분석

STP 전략

4P MIX

STRENGTH

- 긍정적인 브랜드 이미지
- 제품 세일즈 3대 전략
 - 프리미엄 우유 (락토프리, 비건)
 - 세분화된 제품 종류
- 다양한 맛과 차별성
- 소외층을 위한 마케팅 활동
- 글로벌 사업
 - 중국 BBT 우수 브랜드 선정
 - 호주 법인 설립 완료

OPPORTUNITY

- 중국 국내 유제품 시장 신뢰성 하락
- 해외브랜드 제품 수요 多
- 유당분해효소가 부족한 중국인(아시아)
- 칼슘의 필요성
- 중국 카페 시장 규모 성장세

WEAKNESS

- 중국에 매일유업 우유無
- 중국 현지 공장 X
- 애매한 인지도
- 맛보기가 어렵다는 점(시음)
- 떨어지는 분유시장

THREAT

- 다양한 중국 우유시장
- 타 해외 시장 점유율 ↑
- 국제 정세로 인한 위험성

S

W

O

T

STRENGTH

· 긍정적인 브랜드 이미지

제품 세일즈 3대 전략

다양한 맛과 차별성

소외층을 위한 마케팅 활동

글로벌 사업

매일유업, '가장 존경받는 기업' 유가공 부문 4년 연속 선정



혁신가치, 신뢰·선호도, 사회공헌,
친환경 부문에서 높은 평가받아

"중국 왕홍도 반했다" 매일유업, 무유당 우유 인기몰이

방송에서 리차치는 작년부터 가장 즐겨 마시는 커피로
바리스타룰스를 소개하면서 본인도 완판이 되기 전에 구매해야 한다며
방송 중에 직접 2번씩이나 구매하는 모습을 보여줬다.

방송에 소개된 바리스타룰스 무유당 로어슈거 라떼는
유당불내증을 유발하는 유당을 제거한
락토프리 우유로 만든 제품으로
유당불내증이 있는 분들도 편안하게 라떼를 즐길 수 있는 강점이 있다.



STRENGTH

긍정적인 브랜드 이미지

- 제품 세일즈 3대 전략
 - 프리미엄 우유
 - 세분화된 제품 종류

- 다양한 맛과 차별성

소외층을 위한 마케팅 활동

글로벌 사업

프리미엄·틈새·세분화 3대 제품 세일즈 전략



다양한 맛과 차별성



STRENGTH

긍정적인 브랜드 이미지

제품 세일즈 3대 전략

다양한 맛과 차별성

소외층을 위한 마케팅 활동

· 글로벌 사업

-중국 BBT 우수 브랜드 선정

-호주 법인 설립 완료



<글로벌유가공기업> 인정

2019년에는 중국 Babytree 영유아전문 온라인 채널에서
우수 수입 브랜드로 선정되는 등 세계가 인정하는
매일유업으로 거듭함

2019년 BBT 애사락명작 우수 수입 브랜드 수상

호주 법인 설립 완료

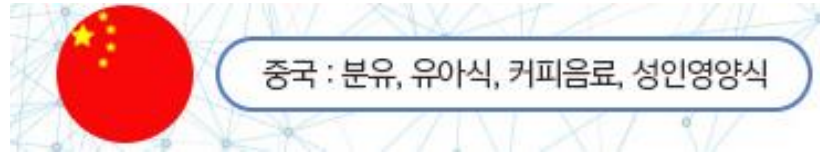
매일유업은 인수한 호주 공장에 대한 시설공사를 마무리하고 파우더
원료 수급 채널 다변화와 해외시장 개척하기 위한 생산기지로 활용한다는
방침이다. 유제품의 기본 원료인 분유와 우유 가공 제품의 구매처 다변화와
가격 경쟁력을 확보한다는 전략이다.

또 현지에서 저렴하게 수급한 우유를 분말로 가공하고
중국 등 신흥국에 분유 제품으로 수출하거나
우유 단백질을 원료로 만든 건강기능식 제품을
수출입하는 방안도 검토 중이다.



▲ 매일유업의 호주 자회사 토니 맥케나 최고경영자(CEO·가운데)가
완공을 앞두고 있는 질롱공장 내부 생산 설비를 살펴보고 있다.
(사진=매일 오스트레일리아)

“아직까지는 우유 수출 X”



<매일 유업 고객센터에 직접 문의>

민원 고객님, 안녕하세요.
매일유업 고객센터입니다.

먼저 당사의 해외사업부문, 특히 중국과 관련된 부분에
많은 관심을 가져 주셔서 진심으로 감사드리며, 문의하신 질문에 대하여 답변 드립니다.

1.중국에 '흰우유'자체는 판매하고 있지 않는 것으로 알고 있는데, 제가 이해한 게 맞을까요?

네, 맞습니다. 현재 매일유업 백색시유(흰우유)는 중국에 정식 수입통관을 통해 유통되는
제품은 없습니다.

WEAKNESS

- 중국에 매일유업 우유無
- 중국 현지 공장 X
- 애매한 인지도
- 맛보기가 어렵다는 점(시음)
- 떨어지는 분유시장

“아직까지는 우유 수출 X”



2.글로벌 사업부문을 보면, 우유자체가 판매되지 않고 있는데 유통의 문제와 현지공장, 목장이 없기 때문인 걸까요?

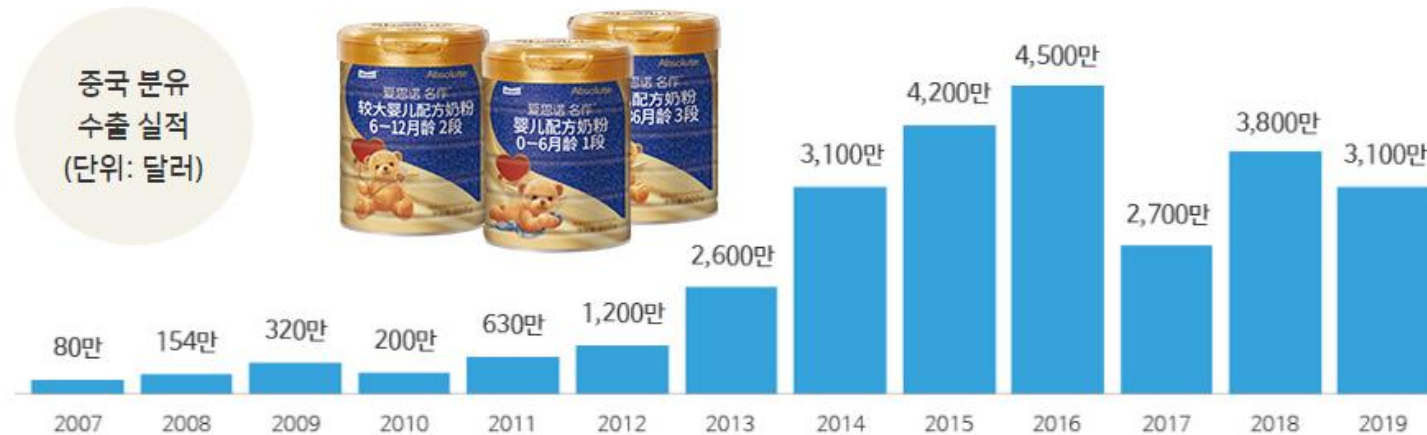
국내 유가공 타 회사들도 순수 신선/멸균 백색우유의 수출은 제한적이고, 바나나나 초콜릿 등 향을 첨가하고 원유 함량을 줄인 가공유 중심으로 수출하고 있습니다. 높은 한국의 원유 단가를 극복하고 경쟁력을 갖기 위해선, 질문하신 바와 같이 직접 현지에 진출해 직접 생산/유통하는 방법이 있는데요, 저희 매일유업도 중장기적으로 이를 검토 중에 있고, 현재는 그 전단계로 우유가 들어있는 바리스타 커피와 같은 유음료 제품을 수출해 나가면서 가능성을 점검 중에 있습니다.

WEAKNESS

- 중국에 매일유업 우유無
- 중국 현지 공장 X
- 애매한 인지도
- 맛보기가 어렵다는 점(시음)
- 떨어지는 분유시장

WEAKNESS

믿었던 분유 사업의 감소세



·자료: 매일유업 2010년 국내 구제역 이슈로 수출 일시 중단 (2010. 10재개)
·2017년 매출액은 THAAD 영향으로 일시적 역성장

중국에 매일유업 우유無
중국 현지 공장 X
애매한 인지도
맛보기가 어렵다는 점(시음)
· 떨어지는 분유시장

OPPORTUNITY

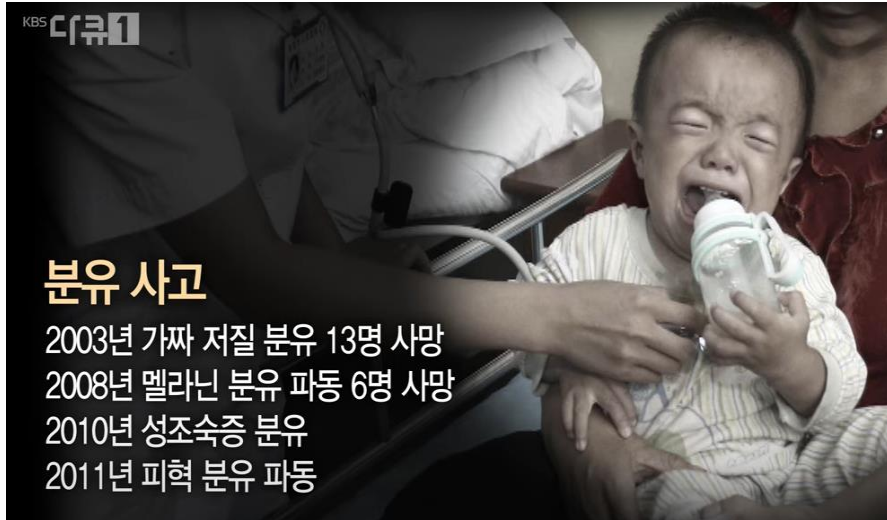
· 중국 국내 유제품 시장 신뢰성 하락

· 해외브랜드 제품 수요 多

유당분해효소가 부족한 중국인
(아시아)

칼슘의 필요성

중국 카페 시장 규모 성장세



분유 사고

2003년 가짜 저질 분유 13명 사망
2008년 멜라닌 분유 파동 6명 사망
2010년 성조숙증 분유
2011년 피혁 분유 파동

2008년 멜라닌 분유 파동

지난 2008년 중국산 분유 멜라민 오염사건(분유에 멜라민을 첨가한 식품안전 관련 사건) 이후에는 호주, 유럽에서 수입한 우유가 프리미엄 시장의 새로운 상징이 되기도 했다. 이후 중국 기업들은 프리미엄 우유 시장을 탈환하기 위해 △신선함 강조 △가공기술 보완 △제품 혁신의 측면에서 두드러진 상품들을 선보이고 있다.



멜라민 분유 파동 10년 흘렸지만...중국 부모들 자국산 '불신'



OPPORTUNITY

중국 국내 유제품 시장 신뢰성 하락

해외브랜드 제품 수요 多

· 유당분해효소가 부족한 중국인 (아시아)

· 칼슘의 필요성

중국 카페 시장 규모 성장세

<유당불내증(Lactose intolerance)의 발생 원인과 경감 방안에 대한 고찰>

한국유가공기술과학회지, 2009년 pp.55~62
윤성식(연세대학교 과학기술대학 생명과학기술학부)

우유는 110여 종에 달하는 다양한 영양소를 골고루 함유하고 있어 성장기 어린이들에게 영양학적으로 완전해 가까운 식품으로 알려져 있다. 전세계 인구의 75% 정도가 유전적으로 유당을 소화시키는 능력이 부족한 이른바 유당불내증 때문에 우유 소비를 가로막는 최대 장애요인이 되고 있다. 우유의 섭취 부족으로 인하여 영양소의 결핍이 초래되어 골다공증, 고혈압, 결장암의 발병률이 증가하고 있는 추세이다. 식품 중에 함유된 유당이 체내에 흡수하려면 소장내에서 가수분해가 일어나야 한다. 유당을 분해하는 효소를 락타아제 또는 β -갈락토시다아제라 한다. 유당의 가수분해로 생성되는 포도당은 혈당이나 에너지원으로 이용되지만, 갈락토오스는 유아의 뇌조직 성분인 당지질의 합성에 이용된다. 임상적으로 유당불내증은 breath hydrogen production test로 진단할 수 있다. 유당불내증은 유럽인 25%, 히스패닉계, 인도인, 흑인 및 유대인 50~80%, 아시아인과 아메리카 인디언의 경우 거의 100% 생기는 것으로 보고 인의 경우 유당을 가수분해할 수 있는 능력 즉, 락타아제 지속성(lactase persistence)이 북유럽 인들에게는 흔한 표현형 인 반면 그 외 지역에서는 락타아제 비지속성(lactase non-persistence) 또는 성인형 저유당분해 효소증(adult-type hypolactasia)이 가장 흔하게 나타난다. 유전자 분석 결과 인간의 락타아제 유전자의 5' 말단으로부터 13910bp 염기의 다형성(C/T-13910 single nucleotide polymorphism)이 락타아제 지속성과 관련이 있다는 사실이 밝혀졌다. 유당불내증을 완화하기 위해서는 1회분으로 한 컵 이하, 타 식품과 함께 마실 것, 탈지유보다는 전지유, 요구르트, 유산균과 함께 마실 것 등이 권장되며 위배출지연도 유당불내증 개선에 효과적이다. 기존 유당불내증 진단법은 지나치게 많은 유당을 투여함으로써 유당불내증 비율이 과장되어 있으므로 정확한 진단법의 개발이 필요하다. 발효유 제품이나 저유당 제품을 개발하면 유당불내증으로 인한 유제품의 소비 부진을 크게 해소할 수 있을 것으로 판단된다.

전세계 인구의 75% 정도가 유전적으로 유당을 소화시키는 능력이 부족한

이른바 유당불내증 때문에 우유 소비를 가로막는 최대 장애요인이 되고 있다.

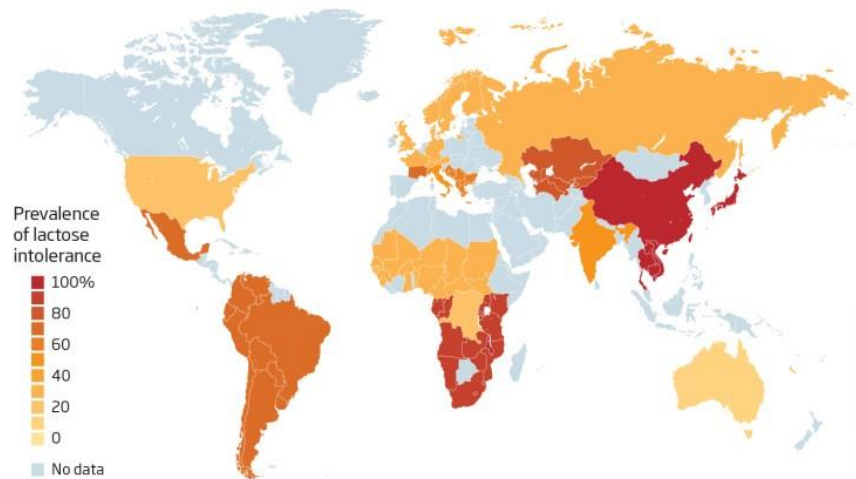
우유의 섭취 부족으로 인하여 영양소의 결핍이 초래되어 골다공증, 고혈압, 결장암의 발병률이 증가하고 있는 추세이다...

유당불내증은 아시아인과 아메리카 인디언의 경우 거의 100% 생기는 것으로 보고되었다...

발효유 제품이나 저유당 제품을 개발하면 유당불내증으로 인한 유제품의 소비 부진을 크게 해소할 수 있을 것으로 판단된다...

Lactose breakdown

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



SOURCE: UNIVERSITY OF READING, 2013



출처 : 리서치페이퍼

OPPORTUNITY

중국 국내 유제품 시장 신뢰성 하락

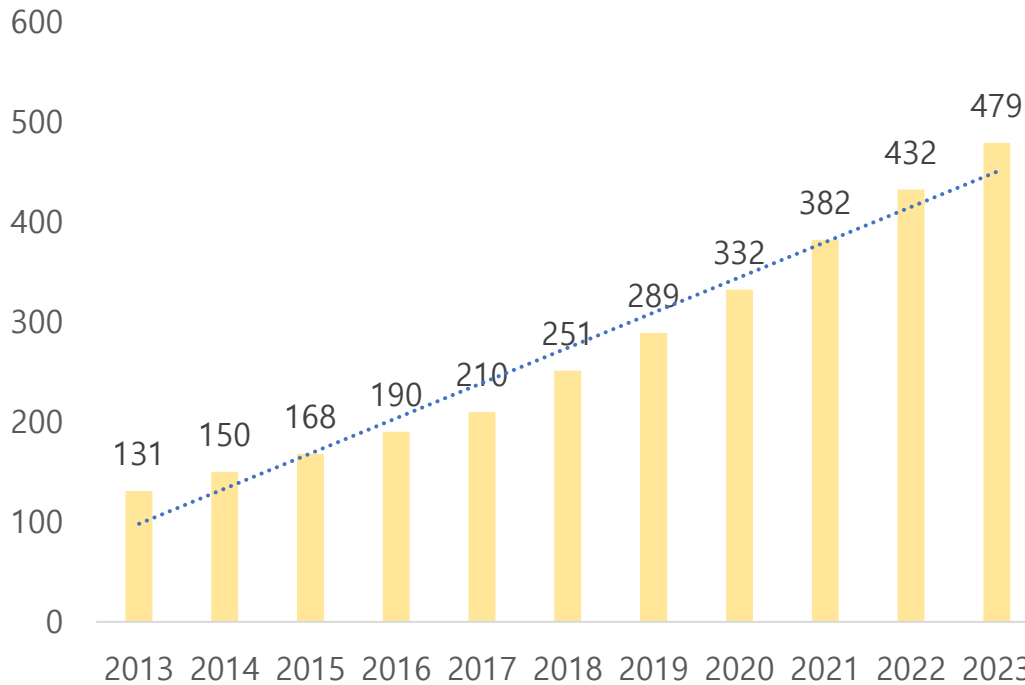
해외브랜드 제품 수요 多

유당분해효소가 부족한 중국인

칼슘의 필요성

·중국 카페 시장 규모 성장세

중국 카페 시장규모 전망



(단위: 억 위안) 자료 : 코트라

- 카페 수의 증가와 함께 시장 규모도 급속히 증가
- 2013년 이후 카페 시장규모는 매년 10% 이상의 성장률을 보여줌
- 2016년에는 약 190억 위안 (약 3조2300억 원)에 달한 것으로 나타남.
- 이후에도 매년 11~15%증가할 것으로 전망
- 2013년 시장규모는 2013년의 3.6배인 4.79억 위안(약 8조1430억 원)에 달할 것으로 전망

중국 코로나 방역에 국산 우유 수출도 묶였다

출처 : 한국농어민신문

우유 업계에서는 상하이발 물류난으로 인해 수출하는 데도 애로를 겪고 있다고 설명한다. 상하이항이 봉쇄되면서 주로 이용하는 칭다오항과 웨이하이항 등으로 수출 물량이 옮겨왔기 때문이다. 여기에 도시 간 물류이동이 원활하지 못한 것도 애로점으로 꼽힌다.

이상훈 남양유업 선임과장은 "물류 통제가 강화되고 항구도시에서 수입통관이 더욱 까다로워지면서 상하이항으로 갈 물량이 칭다오항과 웨이하이항으로도 오고 있다"며 "봉쇄 조치 등이 갑작스럽게 알려지기 때문에, 검역 등이 강화되면 발주를 멈추고 있다"고 말했다. 김한수 서울우유 광고홍보실 팀장도 "중국에서 도시를 통제하다 보니 재고 관리에도 애로가 있다. 중국에서 해외 음식에 대한 불안감도 확산하고 있어 발주량이 크게 줄었다"고 말했다.

COVID19

THREAT

다양한 중국 우유시장
타 해외 시장 점유율 ↑
· 국제 정세로 인한 위험성

THAAD

9일 매일유업 안팍의 말을 종합하면 김 사장은 중국 유제품시장에서 해외 브랜드 선호도가 높아지는 경향을 보이는 데 주목하면서 경쟁력을 확보하는 방안을 다시 추진하고 있다.

김 사장은 국내 유제품시장의 정체에 대응해 2018년 베이징매일유업유한공사를 세우고 중국에서 점유율 확장에 힘써왔다.

그러나 2018년 고고도미사일방어체계(THAAD)의 한국 설치에 따른 한국과 중국 관계 악화로 타격을 받아 점유율을 기대 만큼 늘리지 못했다.

출처 : 비즈니스포스트

STP

STP

· SEGMENTATION

TARGETING

POSITIONING

성별

남성

여성

연령

10대

20대

30대

40대

5-60대

70+

지역

1선

新1선

2선

3선

4선

구분

도심

농촌

STP

· SEGMENTATION

TARGETING

POSITIONING

성별

남성

여성

연령

10대

20대

30대

40대

5-60대

70+

지역

1선

新1선

2선

3선

4선

구분

도심

농촌

STP

SEGMENTATION

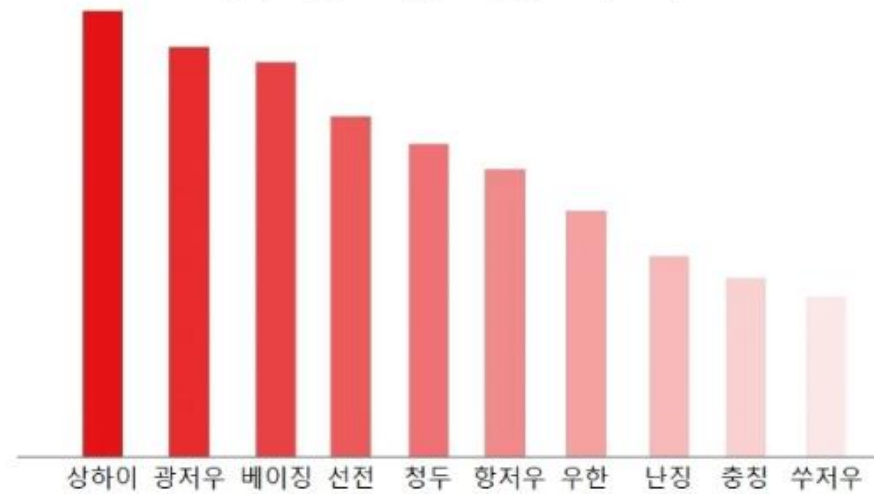
· TARGETING

“여성”

POSITIONING

남성 ≤ 여성

중국 여성 소비 규모 상위 10개 도시



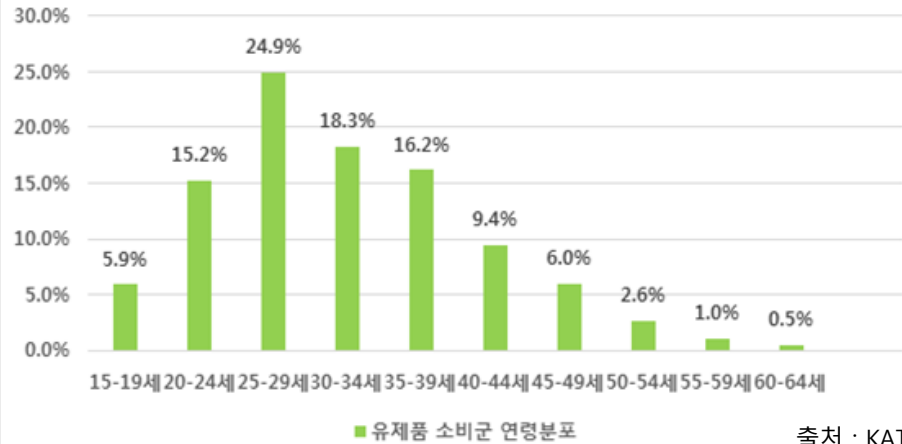
자료: 신 여성 소비 보고(新女性消费报告)



<2018년 1월 중국영양학회>

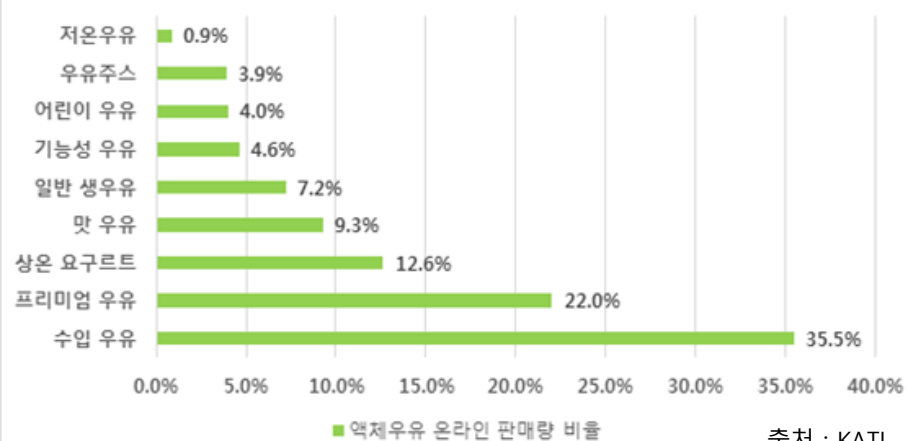
프리미엄 소비수요 & 25~29세, 소비의 주력군 되다.

유제품 소비군 연령분포



중국 유제품 소비자는 20~40세 사이에 집중되어 있고
그 점유율은 74.6%이다.
이중 25~29세 연령대 소비자의 점유율은 24.9%로 가장 높다.

액체우유 온라인 판매량 비율



이들은 경제능력을 갖추었을 뿐만 아니라
고품질을 추구하고 개성화 소비를 실현하여
유제품의 프리미엄 발전을 주도하는 역할을 하였다.

소비의 빈도를 비교하면 30%의 소비자들은
하루에 최소 한번 상온우유를 섭취하고
38%의 소비자들은 2~3일에 한번 우유를 섭취하는 등
우유소비는 중국인들의 음식소비의 중요한 구성부분이 되었다.

STP

SEGMENTATION

· TARGETING

“20/30/40대”

POSITIONING

STP

SEGMENTATION

· TARGETING

“1선,新1선”

“도심”

POSITIONING

2020년 자료

省市	全国居民人均 (千克)	城镇居民人均 (千克)	农村居民人均 (千克)
北京市	30.1	32.4	15.1
天津市	16.8	18.2	10.4
河北省	16.5	23.7	8.9
山西省	17.9	22.8	12
内蒙古自治区	24.8	31.4	14.7
辽宁省	17.7	23.4	6.1
吉林省	11.6	15.9	6.1
黑龙江省	10.6	14.4	5.3
上海市	23.1	23.8	16.8
江苏省	15.4	17.6	11
浙江省	14.7	16.5	11.3
安徽省	11.3	13.4	9.1
福建省	11.7	13.9	8.3
江西省	11.2	15.4	6.8
山东省	17.6	22.5	11.1
河南省	13.5	19.3	8.4
湖北省	7.7	10	4.8
湖南省	7.4	10.6	4.1
广东省	9.6	11.7	4.7
广西壮族自治区	4.9	9	2.6
海南省	5.6	7	2.3
重庆市	14	17.8	8
四川省	10	13.8	6.6
贵州省	5.1	9.5	2
云南省	6.2	10.9	2.8
西藏自治区	8.5	19.4	4.5
陕西省	14.7	20.3	8.6
甘肃省	15.7	27.6	6.9
青海省	16.7	22.9	10.5
宁夏回族自治区	13.5	18.1	7.9
新疆维吾尔自治区	18.7	31.2	7.6

<지역별 우유 소비량>

전체 도심 농촌

북경 30.1 32.4 15.1

텐진 16.8 18.2 10.4

상해 23.1 23.8 16.8

충칭 14 17.8 8

주로 1, 新1선 도심에서 소비량 ↑

STP

〈2014-2020년 중국 우유 소비량〉

전국

도심

농촌

时间	全国居民人均 (千克)	城镇居民人均 (千克)	农村居民人均 (千克)
2014年	12.6	18.1	6.4
2015年	12.1	17.1	6.3
2016年	12	16.5	6.6
2017年	12.1	16.5	6.9
2018年	12.2	16.5	6.9
2019年	12.5	16.7	7.3
2020年	13	17.3	7.4

数据来源: 国家统计局

우유 소비에 있어서 도심이 농촌보다
2배 이상의 소비를 하는 것을 볼 수 있음

SEGMENTATION

· TARGETING

“1선,新1선”

“도심”

POSITIONING

STP

SEGMENTATION

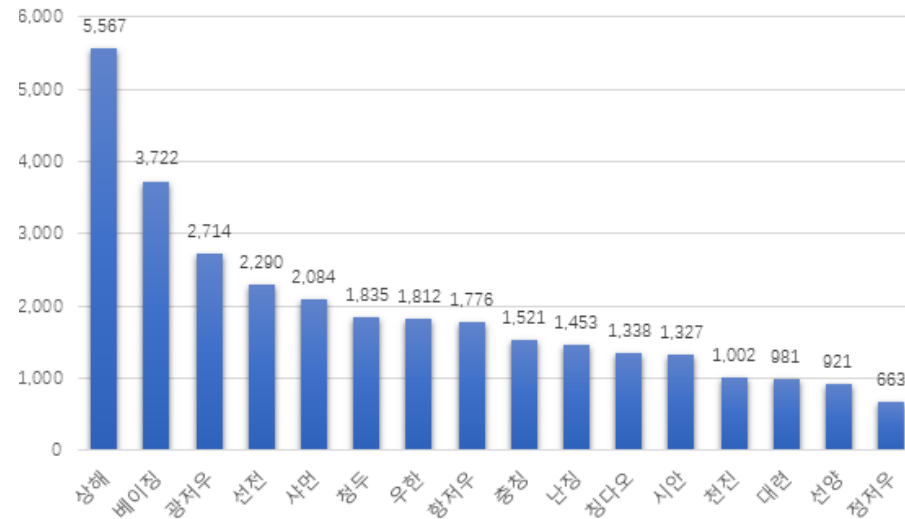
· TARGETING

“1선,新1선”

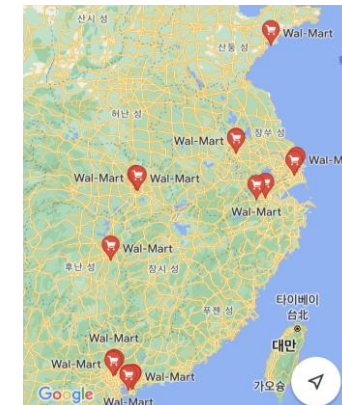
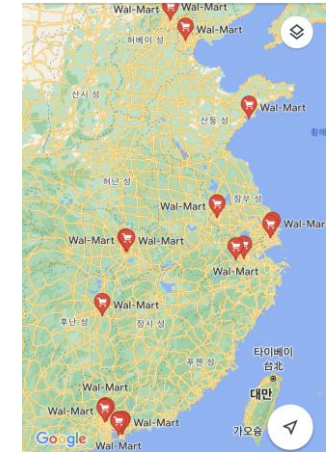
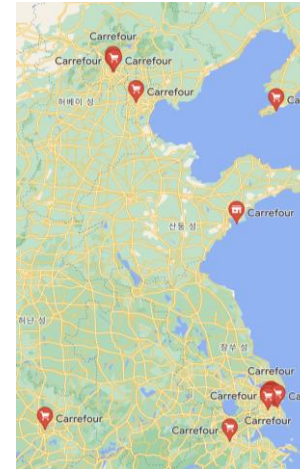
“도심”

POSITIONING

주요 도시별 카페 분포 현황



자료원: 카먼(咖门), 메이탄(美团) 음료 빅데이터 중심 '중국 카페 생존 현황 보고'



주로 1선 도심을 위주로
카페와 대형마트 밀집 형성

Positioning_포지셔닝

STP



유당분해효소가 부족한 아시아인들을 위한 우유

락토프리 우유, 맛의 다양성

MZ세대를 위한 맞춤형 소비 제품

비건을 위한 식물성 음료 구축

탄탄한 기업의 안정성과 브랜드 이미지

SEGMENTATION

TARGETING

· POSITIONING

4P MIX

4P MIX

· PLACE

PRICE

PRODUCT

PROMOTION

Place_유통관리

대형마트, 온라인 식품 마켓 입점



우유라는 신선제품에 있어서
적합한 장소인 대형마트에
매일우유 브랜드 입점
후에 온라인 마켓 시장도 공략

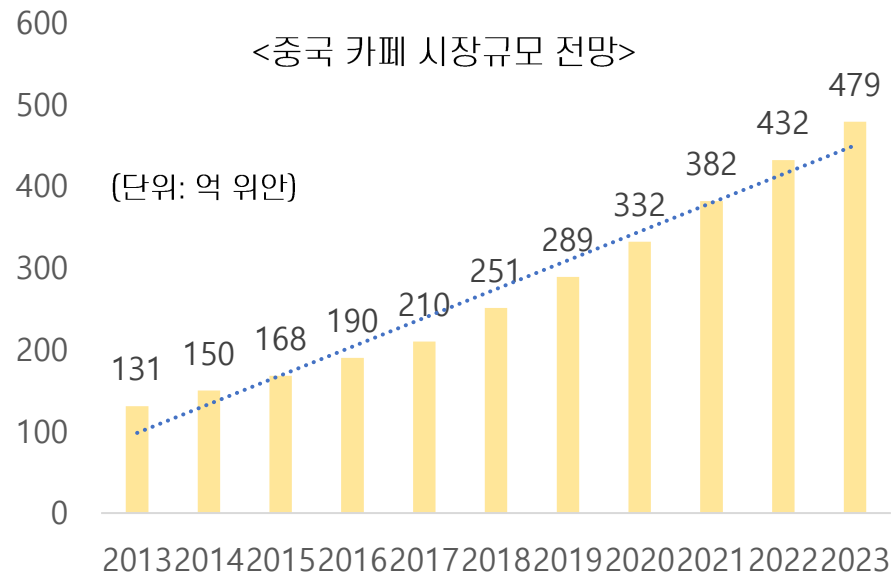
每日
优鲜 每日优鲜

4P MIX

· PLACE
PRICE
PRODUCT
PROMOTION

Place_유통관리

카페와의 협업



우유가 필요한 카페와 계약하여
매일유업 우유를 쓰도록 거래

4P MIX

Price_가격전략

매일유업

멸균우유



소잘우유



더랜드



명뉴



이리



ML	190ml	250ml	190ml	250ml	250ml	250ml	250ml
개수	24개		24개		24개	24개	12개
CNY	95.25		84.67		100.55	84.67	68.79
KRW	18,000원		16,000원		19,000원	16,000원	13,000원
개당 가격	750원		660원		790원	660원	1,080원

같은 가격에서 중량 60ml 추가하여
250ml로 같은 가격 판매

4P MIX

Product_제품전략

중국 맞춤형 맛 추가

예시)



소화가 잘되는 우유 미숫가루

현재 한국에는 소화가 잘되는 우유 미숫가루 버전이 나와있음.
고소하고도 담백한 맛을 좋아하는 한국인들 맞춤형



‘차’를 좋아하는 문화를 가진 중국을 위한
‘녹차’ 와 ‘밀크티’ 맛 추가



녹차맛



밀크티맛

PLACE

PRICE

• PRODUCT

PROMOTION

4P MIX

PLACE

PRICE

• PRODUCT

PROMOTION

Product_제품전략

중국 맞춤형 디자인 추가



한국에서 출시했었던 제품들

기존 제품에서 대중들이 좋아하는 캐릭터 우유를
한국에서 출시했던 경험



‘팬더’를 사랑하는 중국인들을 위한
팬더 마크 우유 출시
= 귀여운 디자인으로 이목집중



예시

4P MIX

Product_제품전략



카페에서 매일유업 우유를 이용한 라떼

중국인이 선호하는 카페 품목 순위

순위	품목
1	라떼(拿铁)
2	모카(摩卡)
3	카라멜마키야또(焦糖瑪奇朵)
4	카푸치노(卡布奇诺)
5	프라푸치노(星冰乐)
6	그린 티 크림 프라푸치노(抹茶星冰乐)
7	티라미수(提拉米苏)
8	바닐라 라떼(香草拿铁)
9	아메리카노(美式咖啡)
10	모카 프라푸치노(摩卡星冰乐)
11	핫초코(热巧克力)



유통관리에서 카페와의 협업을 통해
거래처 형성

이후에 카페에서 라떼 제조에 매일유업
'소화가 잘되는 우유' 상품을 이용하여
<락토프리 라떼>라는
프리미엄 라떼 메뉴판에 추가



유당불내증을 겪고 있는 소비자들에게
인기제품이 될 가능성 ↑

자료원: 카먼(咖门), 메이탄(美团) 음료 빅데이터 중심 '중국 카페 생존 현황 보고'

PLACE

PRICE

• PRODUCT

PROMOTION

4P MIX

PLACE

PRICE

PRODUCT

· PROMOTION

Promotion_판매촉진

‘소화가 잘되는 우유’ 1등 자신감 캠페인



‘소화가 잘되는 우유’를 대상으로 할인 판매를 하고
마신 후 배가 아플 경우 100% 환불을 보장하는 제도
배가 아플 시 왕복 배송비를 제외한 제품 구매 금액 전액 환불 가능

다양한 맛 구성으로 구성된 250ml 18팩

위챗 틱톡 메이르유센



위와 같이 유명SNS나 온라인 식품 마켓에 팝업 광고를 해
홍보하는 방식

100명~1000명 사이로 신청을 받으며,
인플루언서 30% 일반인 70%의 비율로 진행 될 계획

4P MIX

Promotion_판매촉진

<고령화시대>
독거노인을 위한 사회적 판매촉진

PLACE

PRICE

PRODUCT

· PROMOTION

중국 2000-2050년 65세 이상 인구 추이 (단위 : 1억 명)



자료 | CGTN 그래픽

4P MIX

Promotion_판매촉진

독거노인을 위한 사회적 판매촉진

PLACE

PRICE

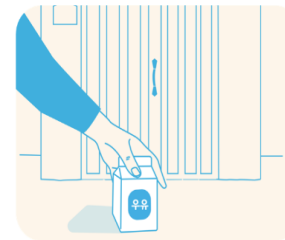
PRODUCT

· PROMOTION

가족의 손길이 닿기 어려운 어르신께
이른 아침, 매일유업 가정배달원이
매일 소화가 잘되는 우유로 안부를 전합니다.



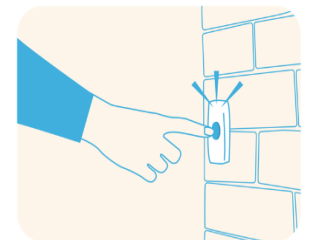
우유배달로 안부를 묻는 방법



1 홀로 사는 어르신께 우유를
배달하고



2 문 앞에 우유가 쌓여 있다면



3 어르신께 연락을 드려 안부를
확인해요.



참고문헌

p.11,12

<https://www.catch.co.kr/Comp/CompInfo/051143>

p.13

<https://www.mk.co.kr/news/business/view/2021/12/1128146/>

p.15

<https://www.yna.co.kr/view/AKR20200427060500030>

시장현황

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=180&CONTENTS_NO=1&bbsGbn=243&bbsSn=243&pNttSn=180973

https://dream.kotra.or.kr/kotranews/cms/news/actionKotraBoardDetail.do?MENU_ID=110&CONTENTS_NO=1&bbsSn=245&pNttSn=171311

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=90895&menu_dept2=35&menu_dept3=71&dateSearch=

<https://www.pressian.com/pages/articles/57983>

<https://www.thinkfood.co.kr/news/articleView.html?idxno=87337>

<https://imilk.or.kr/?milk-story=%EC%9C%A0%EB%8B%B9%EB%B6%88%EB%82%B4%EC%A6%9D%EC%9D%98-%EB%B0%9C%EC%83%9D%EB%B9%88%EB%8F%84%EB%8A%94-%EC%9D%B8%EC%A2%85%EB%B3%84%EB%A1%9C-%EC%B0%A8%EC%9D%B4%EA%B0%80-%EC%9E%88%EB%8B%A4>

<https://www.ajunews.com/view/20141118085421462>

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?MENU_ID=430&pNttSn=185004

참고문헌

swot

<https://www.thinkfood.co.kr/news/articleView.html?idxno=90331>

<http://www.ezyeconomy.com/news/articleView.html?idxno=100901>

<https://www.maeil.com/infomation/global.jsp?tab=1>

<https://m.blog.naver.com/PostView.naver?isHttpsRedirect=true&blogId=shzzngg1&logNo=40151155285>

<https://www.youtube.com/watch?v=Xk50OR6l1y8>

<https://www.yna.co.kr/view/AKR20190122115300009>

<https://m.blog.naver.com/PostView.naver?isHttpsRedirect=true&blogId=hansyoo&logNo=220434842160>

<https://www.research-paper.co.kr/news/articleView.html?idxno=302527>

<https://scienceon.kisti.re.kr/srch/selectPORSrchArticle.do?cn=JAKO200908856864542&dbt=NART>

<http://www.agrinet.co.kr/news/articleView.html?idxno=308744>

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

stp

https://dream.kotra.or.kr/kotranews/cms/news/actionKotraBoardDetail.do?SITE_NO=3&MENU_ID=180&CONTENTS_NO=1&bbsGbn=243&bbsSn=243&pNttSn=190854

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

<https://tieba.baidu.com/p/7813695936>

<https://data.stats.gov.cn/easyquery.htm?cn=C01>

4pmix

<https://www.todaykorea.co.kr/news/articleView.html?idxno=287280>

<https://weekly.donga.com/List/3/06/11/2518198/1>

THANK YOU !

Q & A