



하이트진로 IR

2024년 4월

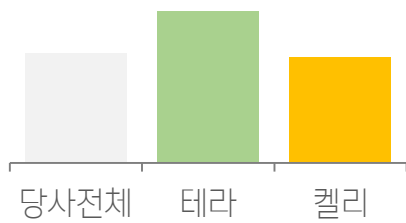
부문별 영업전략

'24년 포트폴리오 강화

맥주

브랜드별 유통시장 비중

상대적으로 낮은 켈리 유통비중



켈리
유통중심
확산

경기상권
집중공략 후
타지역
파급효과 유도

1등
기반 확보

소주



진로
메가
브랜드화

경쟁사
MS 확대
방어

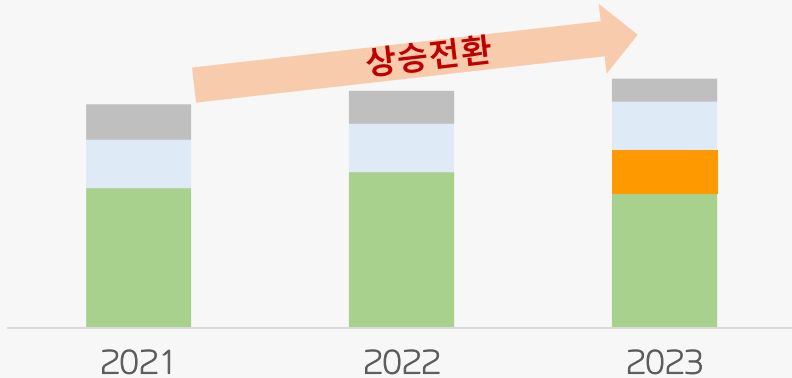
절대적
1등 공고화

※ 출처: 당사 내부 자료

맥주 영업전략 - 신제품 '켈리' 성과

당사 맥주 판매 추이 및 판매 비중

■ 테라 ■ 켈리 ■ 필라이트 ■ 기타



▪ 맥주 판매 반등 성공

▶ 켈리 출시 이후 **On-Top효과 증명**

※ 출처: 당사 내부 자료

켈리, 출시 1년의 성과 🎉

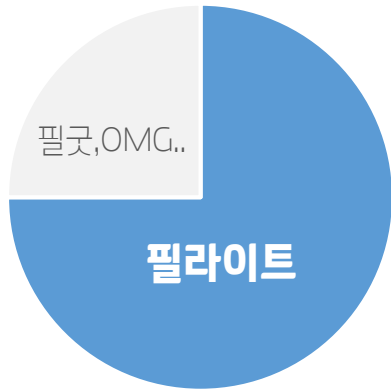


맥주 영업전략 - 유흥 시장 보완

발포주 No.1 필라이트



발포주 시장 M/S*



▶ '17년 출시 이래 1위 자리 사수 中
(現, 맥주시장 3위)

※ 출처: 닐슨 데이터

필라이트 후레쉬 유흥 시장 진출

경기침체/고물가 생맥주 가격 인상 가성비생맥주 확대

POINT

現 시대상을 반영한
가격 경쟁력, 맛과 품질 모두 갖춘 제품

전략1. 단계별 침투

- 1 판매가격 컨트롤 용이한
프랜차이즈 우선 공략
- 2 매출효과 입소문 통해
일반업소 순차적 확장

전략2. 전략 채널 집중

카스생맥주
업소공략

저가
프랜차이즈
단독판매

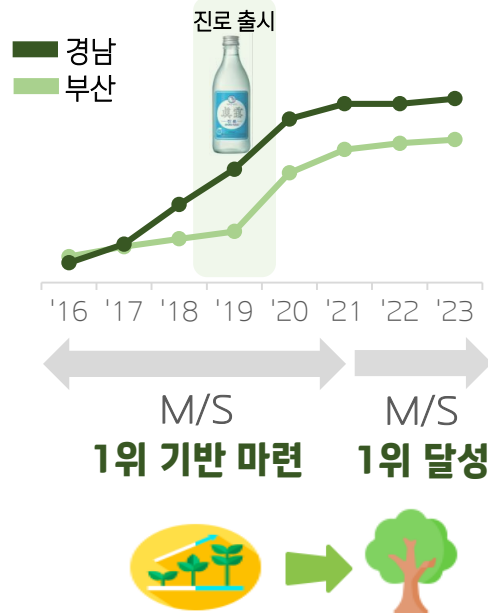
**카스 판매
흡수 목표**

**박리다매 판매
ON-TOP**

소주 영업전략 - 전략 지역 강화



영남 지역 MS 추이



24년 목표

가정시장
M/S
1위 달성

진로
익스텐션
진로골드 활용

굳건한 **1위 수성**

※ 출처: 당사 추정치

소주 영업전략 - 브랜드 익스텐션

5년 만에 출시된
소주 레귤러 신제품 **진로골드**



| SUMMARY |

제품명

부드러운 황금비율, 진로골드

도수

15.5%

출고가

기존 진로와 전품목 동가

출시 SKU

병: 360 mL 페트: 550 mL

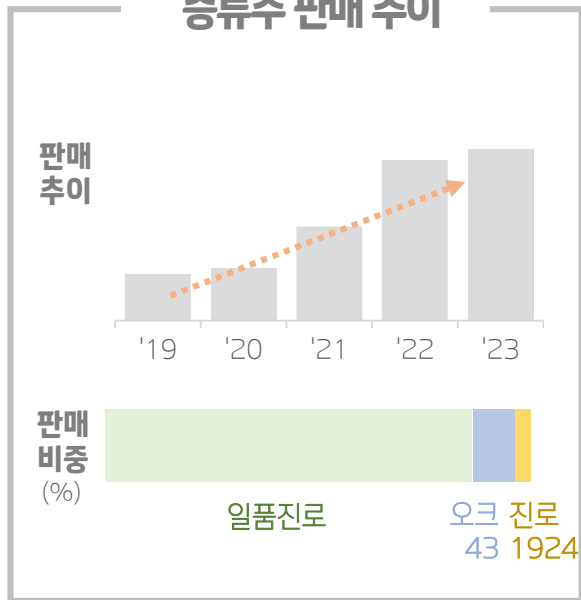
제품 특징

- ① 쌀 100% 증류 원액 함유
- ② 순한 목 넘김의 알코올 도수 15.5도
- ③ 100년의 양조기술력과 제로슈거 통해 황금비율 구현

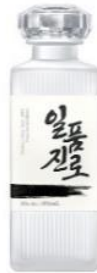
소주 영업전략 - 증류 라인 강화

‘성장하는 프리미엄 증류 시장 대응, **일품진로 라인업 확장**’

증류주 판매 추이



일품진로 라인업



증류주 본연의
부드럽고 깔끔한 맛

일품진로25



18년산부터
한정판 출시 중

일품진로 고연산



임금님표 이천쌀
세번 증류한
최고 순도의 정수

일품진로 1924



12년 목통숙성원액
+ 일품진로의 블렌딩

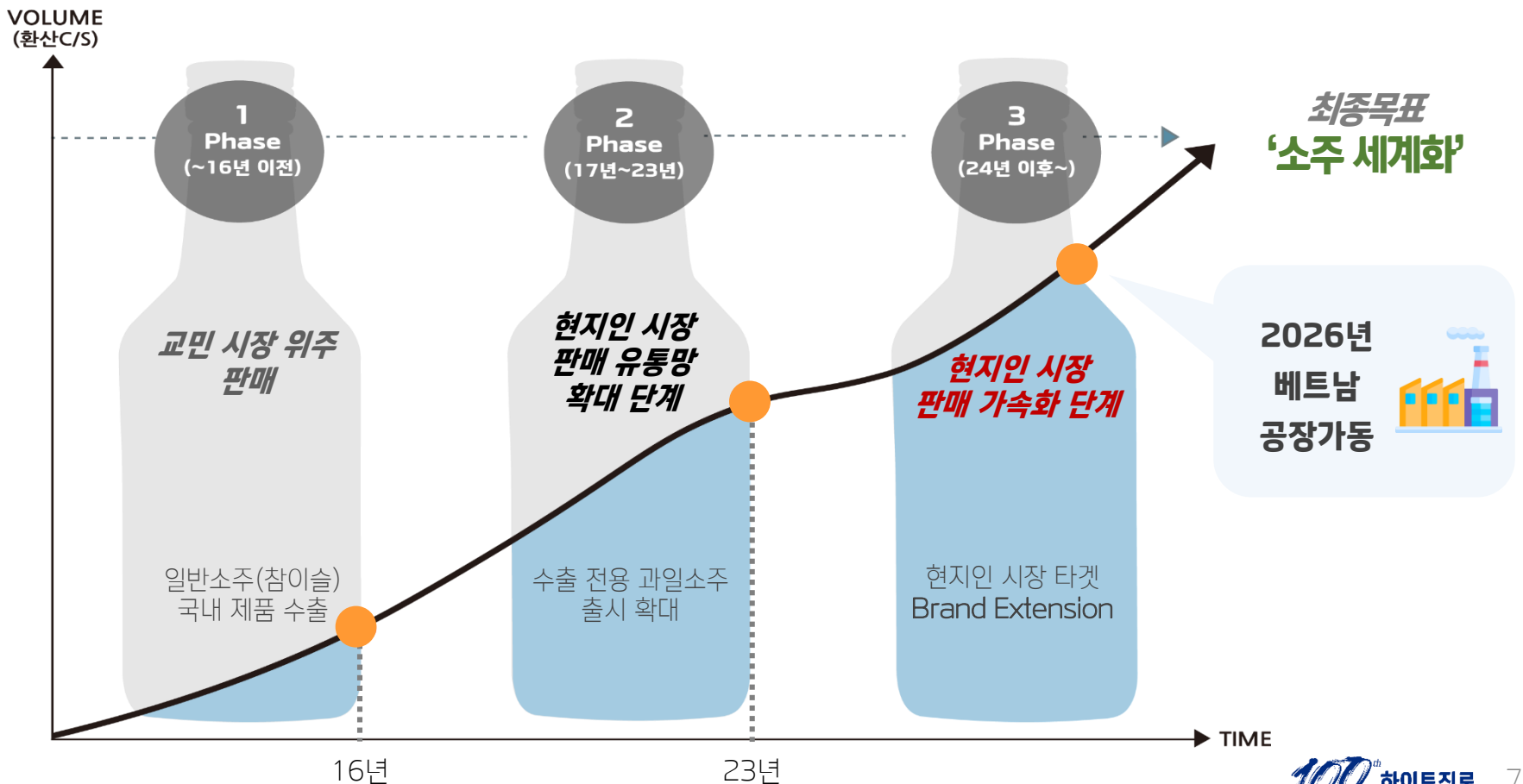
일품진로 오크43



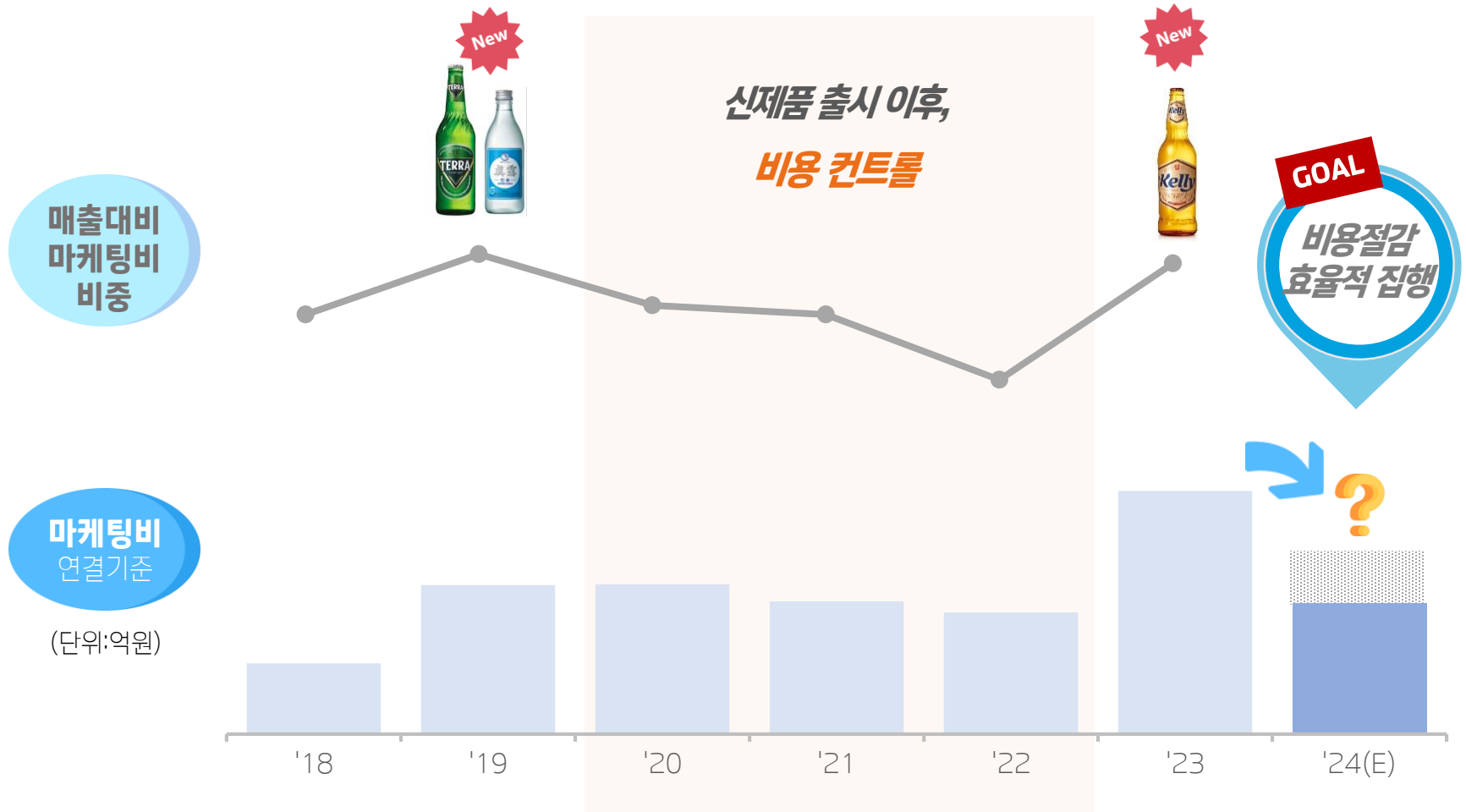
**라인업
완성**

해외 수출 전략

‘베트남 현지 공장 가동 전까지 본격적 매출확대를 위한 기반다지기에 집중’



마케팅비용



※ 마케팅비: 광고선전비+판매촉진비+시장조사비+시장개척비+해외시장개척비

재무적 성과

‘유휴자산 매각 및 현금흐름 개선을 통한 재무구조 건실화’

[하이트진로 차입금 현황]

(단위: 억원)

