

Yili Group ยักษ์ใหญ่ในธุรกิจผลิตภัณฑ์นมของเอเชีย

บุกเบิก “เส้นทางสายใหม่แห่งผลิตภัณฑ์นม”

รุกขยายธุรกิจสู่เอเชียตะวันออกเฉียงใต้



เมื่อวันที่ 23 ตุลาคมที่ผ่านมา ณ กรุงจาการ์ตา ประเทศอินโดนีเซีย บริษัท Yili Group ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์นมรายใหญ่ของจีน ได้จัดพิธีเปิดตัวไอศกรีมแบรนด์ใหม่ “Joyday” พร้อมประกาศรุกเข้าสู่ตลาดเอเชียตะวันออกเฉียงใต้อย่างเป็นทางการ โดยคุณจางเจี้ยนชิว ซีอีโอของ Yili Group กล่าวว่า “ภายในสิ้นปีนี้ ผลิตภัณฑ์ของเราจะวางจำหน่ายในกว่า 20 เมืองทั่วอินโดนีเซีย และจะกระจายไปยังประเทศอื่นๆทั่วเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในอีกไม่นานนี้”

อินโดนีเซียเป็นประเทศที่มีเศรษฐกิจแข็งแกร่งที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และมีประชากรมากถึง 264 ล้านคน จากประชากรทั้งหมด 625 ล้านคนในภูมิภาค ในช่วงไม่กี่ปีมานี้ ประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีการพัฒนาอย่างรวดเร็วและมีศักยภาพตลาดสูงมาก บรรดาบริษัทข้ามชาติจึงแข่งขันกันรุกตลาดเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ขณะเดียวกัน เศรษฐกิจจีนก็เฟื่องฟูตลอดหลายปีที่ผ่านมา จนบริษัทจีนมากมายได้ขยายธุรกิจไปยังต่างประเทศ และได้มีความพยายามในการกระชับความร่วมมือกับประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

Yili Group เลือกประเทศอินโดนีเซียเป็นเป้าหมายแรกภายใต้กลยุทธ์การขยายธุรกิจสู่เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และได้จดทะเบียนบริษัทลูกในชื่อ Green Asian Food Indonesia Co., Ltd. เพื่อเข้าสู่ตลาดและสำรวจช่องทางใหม่ในการขยายธุรกิจต่อไป ทั้งนี้ Yili Group ตั้งเป้าให้บริการลูกค้า 2 พันล้านคนทั่วโลก และกำลังดำเนินกลยุทธ์การขยายธุรกิจสู่สากล โดยได้รุกเข้าสู่ตลาดยุโรป อเมริกา และเอเชียเนียบเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

ประสบความสำเร็จในการเปิดตัวแบรนด์ใหม่

ผลิตภัณฑ์นมที่ Yili นำมาเปิดตัวในประเทศอินโดนีเซียได้รับการตอบรับอย่างดี โดยวางจำหน่ายใน 4 เมืองใหญ่ของประเทศ ได้แก่ จาการ์ตา เมตัน สุราบายา และบันดุง ลูกค้ำกล่าวว่าไอศกรีม Joyday มีรสชาติดี หน้าตาดี และราคาไม่แพง

คุณอาโย ชูโตโม นักจิตวิทยาชื่อดังของอินโดนีเซีย กล่าวเมื่อวันที่ 23 ตุลาคมว่า “ผลการศึกษาทางวิทยาศาสตร์เผยให้เห็นว่า ความเย็นและความสดชื่นจากการกินไอศกรีมช่วยผ่อนคลายความเครียดและทำให้สบายใจ คนจำนวนมากจึงยิ้มอย่างมีความสุขเวลากินไอศกรีม เพราะฉะนั้น หากคุณอยากสบายใจและร่างกายสดชื่น ไอศกรีมก็เป็นทาง

เลือกที่ดี”

คุณจางเจียนชิว ซีอีโอของ Yili Group กล่าวว่า “การเปิดตัว Joyday ถือเป็นหลักชัยสำคัญของเรา เพราะเป็นการประกาศให้โลกรู้ว่าเรากำลังรุกเข้าสู่ตลาดเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เราพยายามบุกเบิก “เส้นทางสายไหมแห่งผลิตภัณฑ์นม” ด้วยการนำเสนอผลิตภัณฑ์นมที่อร่อยและมีคุณค่าทางโภชนาการเพื่อสุขภาพที่ดีของผู้คนทั่วโลก นอกจากนี้จะเป็นความเคลื่อนไหวเชิงกลยุทธ์ต่อเนื่องจากการจัดตั้งศูนย์นวัตกรรมในยุโรป ฐานการผลิตในเอเชียเนียบ และศูนย์รวมองค์ความรู้ด้านอาหารจีน-สหรัฐแล้ว การรุกเข้าสู่ตลาดเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ยังเป็นการกระจายผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพไปทั่วโลก ส่งเสริมการใช้ชีวิตอย่างมีสุขภาพดีขึ้น และสานสัมพันธ์ไปทั่วทุกทวีป”

ความร่วมมือที่เป็นประโยชน์กับทั้งสองฝ่าย

อินโดนีเซียคือประเทศที่มีประชากรมากที่สุดเป็นอันดับ 4 ของโลก และคิดเป็นครึ่งหนึ่งของประชากรทั้งหมดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ตลาดอินโดนีเซียจึงมีขนาดใหญ่ที่สุดในภูมิภาค บริษัทอาหารจากประเทศจีนอย่าง Yili Group ได้เตรียมความพร้อมมาเป็นอย่างดีก่อนที่จะเคลื่อนไหวในครั้งนี้ โดยได้สำรวจตลาดมาตั้งแต่ปี 2558 และจดทะเบียนบริษัทลูกในอินโดนีเซียในปีเดียวกัน โดยในระหว่างนั้น บริษัทได้ทำความเข้าใจนโยบายและกฎระเบียบต่างๆ ตลอดจนหาข้อมูลเกี่ยวกับช่องทางการจำหน่าย พฤติกรรมการบริโภคอาหาร และวัฒนธรรมท้องถิ่น รวมถึงจัดตั้งทีมงานในอินโดนีเซียไปพร้อมๆกัน

ความเคลื่อนไหวครั้งนี้ถือเป็นโอกาสหนึ่งที่เกิดจากโครงการ “Belt and Road” ของทางการจีน ที่ทำให้บรรดาบริษัทจีนได้กระชับความร่วมมือกับประเทศต่างๆ เช่น อินโดนีเซีย ไทย ลาว และมาเลเซีย โดยบริษัทวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีอย่างหัวเว่ย อาลีบาบา และเสี่ยวหมี่ ต่างรุกขยายธุรกิจสู่เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ขณะที่บริษัทจากเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ก็รุกเข้าสู่ตลาดจีนมากขึ้นเช่นกัน และ Yili ก็มุ่งมั่นที่จะสร้างความร่วมมือที่เป็นประโยชน์กับทั้งสองฝ่าย ทั้งนี้ ผู้นำประเทศต่างๆในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ต่างแสดงความคิดเห็นในหลายโอกาสว่า พวกเขาเชื่อว่าโครงการ “Belt and Road” จะสร้างโอกาสในการขยายความร่วมมือทางเศรษฐกิจ กระชับความสัมพันธ์ ยกระดับความร่วมมือ รวมถึงขยายการลงทุนทางเศรษฐกิจและการค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งความร่วมมือในด้านอาหารและการเกษตร

ทั้งนี้ ตลาดอาหารอินโดนีเซียอยู่ภายใต้การควบคุมอย่างเข้มงวด Yili Group จึงภูมิใจอย่างยิ่งที่สามารถปฏิบัติตามระเบียบข้อบังคับและเข้าสู่ตลาดได้ในที่สุด

การดำเนินงานของ Yili Group

คุณจางเจียนชิว ซีอีโอของ Yili Group เปิดเผยว่า “Joyday วางจำหน่ายใน 4 เมืองใหญ่ของอินโดนีเซีย ได้แก่ จาการ์ตา เมดัน สุราบายา และบันดุง และได้รับการตอบรับอย่างดี อินโดนีเซียเป็นเป้าหมายแรกภายใต้กลยุทธ์การขยายธุรกิจสู่เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และ Yili Group จะจับมือกับอินโดนีเซียเดินทางสร้างความร่วมมือที่เป็นประโยชน์

กับทั้งสองฝ่ายต่อไป”

Yili Group รักษาตำแหน่งผู้ผลิตผลิตภัณฑ์นมอันดับ 1 ของเอเชียอย่างเหนียวแน่น และอินโดนีเซียก็เป็นตลาดสำคัญของบริษัทภายใต้กลยุทธ์การขยายธุรกิจสู่สากล

Yili Group ได้จัดตั้งศูนย์รวมองค์ความรู้ด้านอาหารจีน-สหรัฐ ในอเมริกาเหนือ รวมถึงจัดตั้งฐานการผลิตในโอเชียเนียที่ประเทศนิวซีแลนด์ ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของโครงการเส้นทางสายไหมทางทะเล นอกจากนี้ยังจัดตั้งศูนย์นวัตกรรมในยุโรปร่วมกับมหาวิทยาลัยชั้นนำหลายแห่ง

ปัจจุบัน บรรดาบริษัทผลิตภัณฑ์นมของจีนมีอิทธิพลมากขึ้นและมีการขยายธุรกิจอย่างต่อเนื่อง บริษัทเหล่านี้จำเป็นต้องยกระดับความสามารถในการแข่งขันเพื่อรับมือกับความท้าทายในตลาดต่างประเทศ จึงจะสามารถคว้าโอกาสการเติบโตต่อไปได้ และนี่คือสิ่งที่ Yili Group กำลังพยายามทำอยู่

รูปภาพ - <https://photos.prnasia.com/prnh/20181024/2277749-1>

คำบรรยายภาพ - แยกผู้ทรงเกียรติร่วมเป็นสักขีพยานในการเปิดตัวไอศกรีมแบรนด์ Joyday ในอินโดนีเซีย