



[경제종합] 전세난 가속화 정비사업·학군지역 상승폭↑ 04



Life

[라이프] 현대백화점 퀵커머스 도전장 나



“증류주계 에르메스… 중국 명주가 주는 귀한 경험 전하고파”



새벽을 여는 사람들

남경무역 유호성 대표

“중국술은 새벽 같은 존재입니다. 밝게 떠오를 일만 남았죠.”

유호성 남경무역 대표는 국내에서 손꼽히는 주류(酒類) 전문가다. 주류를 담당한 지 약 30년 차인 유호성 대표가 선택한 아이템은 바로 ‘프리미엄 중국술’이다. 유호성 대표가 운영하는 남경무역은 중국 강소성 양하주창의 프리미엄 바이주 양하대곡, 해지람, 천지람, 몽지람을 국내에 독점 유통하는 공식 파트너사다.

양하대곡은 중국 8대 명주로 꼽힌다. 가방에 에르메스, 샤넬처럼 고가의 프리미엄 브랜드가 있듯, 술에도 다양한 프리미엄 라인업이 있다. 그 중 양하대곡은 청나라 건륭제의 사랑을 받아 황실에 공물로 납품되던 술이다. 대륙의 모든 술을 평가하는 전국평주회에서 1979년 이후 3회 연속 금상을 수상하며 중국 8대 명주 반열에 올랐다.

‘하늘보다 원대하고 넓은 남자의 꿈’이라는 뜻을 지닌 ‘몽(蒙)지람은’ 시진핑이 즐겨 찾는 술 ‘로알러지머 중국 3대 명주로 꼽히고 있다. G20세계정상회담에서 중국 공식주로 이용됐으며, 일대일로 관련 연회에서 건배주로 사용됐다.

유호성 대표는 프리미엄 주류 마케팅에 능하다. 진로에서 마케팅을 시작한 유대표는, 맥주 카스와 맥스의 최초 런칭을 함께 했다. 이후 진로발렌타인에서 위스키 마케팅 업무를 담당하다가 페르노리카코리아로 적을 옮겼다. 소주, 맥주, 위스키, 보드카, 진, 와인 등 모든 주류를 경험하며 주류 시장에 대한 이해도를 키웠다. 특히 페르노리카코리아에서 프리미엄 스카치 위스키 발렌타인을 담당하면서 프리미엄 주류 마케팅에 눈을 떴다.

중앙대 경영전문대학원에 다니던 유호성 대표는 업무의 연장전상에서 본인 브랜드를 가져야겠다고 생각했다.

주류 시장을 조사하던 유대표가 가장 중요하게 생각한 고려요인은 ‘대기업이 아직



유호성 남경무역 대표.

/남경무역

진로서 마케팅 시작, 30년차 주류 전문가 프리미엄 중국 술 아이템으로 사업 시작 中 주류기업 ‘양하주창’ 명주 국내 독점 유통 브랜드 가치 소개해 중국 주류 문화 만들고파

진출하지 않은 시장’이었다. “다양한 주류를 살펴봤지만 이미 알려진 브랜드가 넘쳐났다. 대기업이 진출한 시장에선 중소기업이 휘둘릴 것이라는 판단이 들었다. 대기업이 아직 진출하지 않은 시장에서 안정적으로 시장을 확보하고, 체력을 키우고자 했다”고 유대표는 설명했다.

마케팅을 공부하면서 브랜드의 중요성을 알게 된 유호성 대표가 찾은 것은 바로 프리미엄 중국 술이었다. 유대표는 우연히 ‘천(天)지람’을 접했다. “너무 맛있었다. 게다가 천지람은 ‘하늘에서 마실 수 있는 술’이라는 뜻을 지니고 있는데, 도자기 항아리에서 15년 이상 숙성된 백주로, 달콤하고 부드러우며 맑고 깨끗한 향이 특징이다. 너무 매력적인 술이기에 ‘이 브랜드를 갖고 싶다’는 생각이 들었다”고 밝혔다. 마침 유대표는 대학에서 중문학을 전공했다.

유호성 대표는 수소문 끝에 중국 남경에 있는 ‘양하주창’에 갔다. 본인의 25년간의

경력을 설명하고 한국 술 시장을 소개했다. “양하주창 브랜드를 한국에 만들고 싶다고 발표했다. 술 100~300상자 파는 것보다 브랜드를 키우는 것이 더 중요하다고 판단했다. 페르노리카코리아에서 마케팅 일을 오래 했기 때문에 경력에 자부심이 있었다. 하룻강아지 범 무서운 줄 모르고 덤벼든 것이다(웃음).”

양하주창은 강소성에서 가장 큰 주류기업이다. 양하주창의 1년 매출은 약 10조원이며 70개국에 수출하고 있었다. 차로 공장을 도는 데만 3시간이 걸리는 규모였다. 강소성에는 해당 크기의 양하주창 공장이 두 개나 더 있다.

유대표가 남경무역을 창업한 2016년은 프리미엄 중국술이 들어오기에 적합한 시기였다.

“과거에 국내에서 알려진 중국술은 저가 위주의 술이었다. 이과도주, 북경 고량주, 목안을 굽어내리는 술을 기억할 것이다. 하지

만 실제로 중국술은 대중적인 술부터 아주 고가의 술까지 라인업이 있다”고 설명했다.

실제로 세계 증류주 브랜드 톱10 중에 1~5위가 중국 술이다. 이중 ‘마오타이’ ‘망양하대곡’이 독점으로 판매되고 있다. 그는 “국내 소비자들 중 중국술을 바라보는 눈이 점점 높아지고 있다. 이연복 셰프를 비롯해 TV프로그램에 등장한 중식 요리사들이 유명해지면서 고급 중식당 인기도 증가했다. 이에 맞춰 고급 중국술 수요도 늘어나고 있다”고 설명했다.

남경에서 유호성 대표가 한 약속처럼 남경무역은 국내에서 양하주창 제품을 유통할 뿐 아니라 브랜드 가치를 만들고 있다. 그는 한국시장에 맞춰 술의 품격을 높일 수 있도록 ‘페어링푸드’를 시도했다. 진진, 워커히 호텔 금룡, 포시즌호텔 유유안 등 고급중식당에서 페어링 디너를 진행했다. 와인과 위스키가 활용되듯 양하대곡은 하이볼과 칵테일로, 해(海)지람은 바다요리와 어울리게 했다. 천지람은 닭, 오리 음식에 이용했다. 이는 증가하고 있는 여성 음주자에게 인기를 끌었고, 저도주 트렌드에 맞아떨어졌다.

유호성 대표의 전략은 성공적이었다. 2016년에 유 대표가 남경무역을 창업한 이래로 연 최소 50% 이상 200%까지 매출이 성장하고 있다. 매년 40~50%의 성장률을 보이고 있으며, 2021년에는 6월까지 지난해 대비 80%나 성장했다.

유 대표는 남경의 술공장을 관광하는 ‘주창투어’도 기획했다. “소비자들을 대상으로 공장을 방문해서 제조 과정도 보고 음식과 같이 중국과 같이 술 마시는 등 ‘경험’을 선사해주고 싶었다. 코로나가 끝나고 여행이 자유로워지면 재개할 예정”이라는 그는 발렌타인 포도 농장 헬기투어를 기획한 바 있다. 유 대표는 이러한 경험을 바탕으로 양하주창 브랜드로 소비자들에게 프리미엄 경험을 선사해주고자 한다.

“판매량에 연연하기보다는 사람들의 머릿속에서 리더십을 갖고자 합니다. 양하주창 브랜드 가치를 한국에 소개함과 동시에, 중국 주류를 즐기는 문화를 한국에 새로이 만들고 싶습니다.”

/조효정 기자 princess@metroseoul.co.kr



연남동 개화연 최고 인기 아이템 ‘양하하이볼’



양하주창을 방문한 한국의 중식 셰프들과 인플루언서.



양하주창입구. 양하주창은 중국 남경에서 가장 큰 주류기업이다.

/남경무역

바스티비 TV와 함께하는 메트로 뉴스



▲ 도쿄올림픽 남아공 럭비대표팀 직원, 코로나19 확진
▲ 김광현, 6이닝 무실점 쾌투… 후반기 첫 등판서 시즌 5승 /사진 뉴시스

▲ 김하성 나선 SD-워싱턴전, 경기장 밖 충격에 중단
▲ 라이프치히 황희찬, 프리시즌 출격… 팀은 1-0 승리



▲ 허미정-이정은, LPGA 2인 1조 대회 공동 6위로 마무리
▲ 칸 황금종려상에 프랑스 영화 ‘티탄’… 여성 감독 수상 28년만 /사진 뉴시스