

주류업계, 프리미엄 증류식·저도수 트렌드

# MZ 입맛 맞춘 '소주' 신제품 봇물

최근 주류업계가 주 소비층으로 급부상한 MZ세대를 잡기 위해 분주한 모습이다. 지난해 맥주 신제품으로 경쟁이 치열했다면, 올해는 소주가 그 주인공이다.

업계는 증류식 소주 신제품을 잇따라 출시하고 소주의 도수를 낮추는 등 변화하는 주류 소비 트렌드에 맞춰 변화를 주고 있다.

11일 업계에 따르면 롯데칠성음료는 올초 증류식 소주 '여울'을 출시하고 소주 라인업 확대에 나섰다. 2021년 '대장부' 생산을 중단한 지 3년만에 프리미엄 소주시장에 재도전한 것이다.

여울은 25도의 증류식 소주로 국산 쌀과 국산 효모, 누룩을 사용했다. 대기압보다 낮은 압력에서 증류하는 감압증류법을 적용했으며 20~25도 상온에서 단기간 2단 발효해 향긋한 풍미를 살렸다. 또 병입 전 0℃ 냉동 여과를 거쳐 부드럽고 깔끔하다.

롯데칠성음료 측은 "희석식 소주 '처음처럼', '새로'에 이어 증류식 소주까지 라인업을 확대했다"며 "다양해진 소비자들의 기호에 적극 대응할 것"이라고 말했다.

증류식 소주 시장에서는 하이트진로의 '일품진로'와 광주요그룹의 '화요'가 높은 점유율을 차지하고 있다. 롯데칠성음료가 여울을 선보이는 데에는 증류식 소주 시장이 성장하고 있기 때문으로 보인다.

국제청 주세 신고현황에 따르면 지난 2022년 증류식 소주 출고량은 4905kl로 전년(2480kl) 대비 2배 가까이 급증한 것으로 집계됐다.

아울러 2022년 증류식 소주 출고금액은 약 1412억원으로 전년(646억원)의 2배를 넘어섰다. 아직 집계되지 않



원신피릿츠의 '원소주'(왼쪽부터) 롯데칠성음료가 올초 출시한 증류식 소주 '여울', 하이트진로의 '참이슬 후레쉬' /각사

**롯데칠성 프리미엄 증류식 '여울' 국산 쌀·효모·누룩 사용 '25도'**

**박재범 '원소주' 누적판매 650만병 성시경, 경막걸리 이어 경소주 예고**

**하이트진로 '참이슬 후레쉬' 16.5도→16도 도수 낮춰 리뉴얼**

은 지난해 역시 증가 추세를 지속했을 것으로 업계는 보고 있다.

특히 연예인들이 증류식 소주 시장에 진출하면서 인기를 끌어올렸다. 2022년 가수 박재범은 '원소주'를 출시하면서 시장에 출시표를 던졌다. 해당 제품은 1년 만에 누적 판매량 650만병을 돌파하며 화제를 모았다.

그리고 최근 가수 성시경이 본인 이름을 내건 막걸리 '경막걸리'를 론칭한 데 이어 증류식 소주 '경소주'도 선보이겠다고 밝혀 시장 경쟁이 한층 치열해질 전망이다.

증류식 소주의 인기는 술에 대한 인식 변화에 따른 것으로 보인다. 코로나19를 거치면서 집에서 혼자 술을 즐기는 '혼술' '홈술' 문화가 확산하면서

서양식 증류주인 위스키와 프리미엄 소주에 대한 니즈가 커졌다. 업계는 이러한 추세를 반영해 제품을 선보이고 있다.

아울러 저도수 경쟁도 치열해지고 있다. 하이트진로는 지난해 '참이슬 후레쉬' 브랜드를 전면 리뉴얼하며 제품 도수를 16.5도에서 16도로 낮췄다. 단, '참이슬 오리지널'과 '진로'는 소주 본연의 맛을 원하는 소비자들을 위해 도수를 그대로 유지한다. 하이트진로의 이번 리뉴얼 단행은 저도수 선호 트렌드가 확산한 점을 고려한 조치다. 경쟁사인 롯데칠성음료의 제로슈거 소주 '새로' 역시 16도다.

소주 시장 선두 주자가 도수를 낮춤에 따라 도수 하향 움직임이 업계 전반으로 확산될 것이라는 전망도 나오고 있다.

업계 관계자는 "과거에는 '취하기 위해' 술을 마셨다면, 지금은 '즐기기 위해' 술을 마신다"며 "젊은 MZ소비층 니즈에 맞춰 프리미엄 주류를 출시하거나 차별화한 제품을 개발하는 모습"이라고 말했다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

## 쿠팡 "일본 상품도 로켓직구 하세요"

간식류·뷰티·키친 브랜드 상품 준비

쿠팡이 '로켓직구' 서비스를 일본으로 확대함에 따라 쿠팡 로켓직구를 이용하는 국내 소비자는 일본 상품도 직구로 구매할 수 있게 됐다.

쿠팡은 미국, 중국, 홍콩에 이어 로켓직구 일본 서비스를 시작한다고 11일 밝혔다. 로켓직구는 쿠팡이 제공하는 빠르고 편리한 해외 직접구매 서비스다. 쿠팡은 2017년 미국을 시작으로 2021년 중국, 2022년 홍콩으로 서비스 지역을 확대해왔다. 쿠팡은 이달 로켓직구 일본 서비스 론칭으로도 한 번 해외 직구 서비스 경쟁력 증명에 나선다.

쿠팡은 이번 로켓직구 서비스를 통해 ▲닛신, 메이지, 르타오, AGF 등의

식품/간식류 ▲국내에서도 높은 인기를 누리고 있는 생활용품/뷰티 브랜드 쉐카, 비오레, 피노, 츠바키, 일본 피앤지(P&G) 등의 제품을 선보인다. 또 ▲이시다, 조셉조셉 등 유명 홈/키친 브랜드 제품과 ▲지브라, 미쓰비시, 펜텔 등 도서/문구 제품까지 다양한 상품을 준비했다.

론칭을 기념해 다양한 프로모션도 진행한다. 11일부터 14일까지 4일간 일본직구 전 상품 및 일부 미국, 중국 상품을 대상으로 4만5000원 이상 구매시 3000원 할인 쿠폰을 제공한다.

/신원선 기자



유튜브(메트로신문) 동영상 제공



## "신혼가전, 브랜드 혼합해도 최저가 할인"

전자랜드 '전국민 1등 패키지' 선택

전자랜드가 신혼부부 소비자를 대상으로 주요 가전제품을 살 때 한 브랜드로 통일하지 않아도 할인받을 수 있는 행사를 마련했다.

전자랜드는 3월부터 '전국민 1등 패키지'를 선보인다고 11일 밝혔다. TV와 냉장고를 특정 제조사 제품으로 선정하고 세탁기나 의류관리기는 다른 제조사를 선택하는 등 브랜드를 혼합해 구매해도 온라인 최저가보다 큰 폭의 할인가가 적용되는 행사다.

전자랜드는 '가성비 실속 패키지'도 추천한다. TV와 냉장고, 세탁기, 청소기, 밥솥 등 필수 가전 5가지 특가 모델

을 행사 카드로 결제하면 300만원 대에 모두 구매할 수 있다. 단순 번심으로 반품돼 포장을 뜯지 않은 '리퍼비시' 상품은 최대 40% 할인된 특가로 살 수 있다.

전자랜드는 신혼 때 사는 가전제품은 10년 이상 사용하는 경우가 많아 직접 체험해 보고 구매하는 것을 추천한다. 전국 전자랜드 매장에 방문하면 150여 개의 국내외 브랜드 제품을 전문 상담사의 설명과 함께 체험할 수 있다.

전자랜드 온라인몰인 전자랜드쇼핑몰에는 가전제품뿐만 아니라 간편식 및 가공식품 등 식품류부터 캠핑용품, 골프채 등 여가용 물품까지 판매해 '원스톱' 쇼핑이 가능하다.

/이청하 기자 mlee236@

## 스타트업 글로벌 진출 지원

CJ인베스트먼트 'CJ글로벌벤처스 2기' 심사단계부터 포춘 500대 기업 매칭

CJ의 기업주도형 벤처캐피탈(CVC) CJ인베스트먼트가 글로벌 진출이 유망한 스타트업 성장을 지원하고 글로벌 대기업 매칭을 통해 스케일업(사업확장)이 가능하도록 하는 글로벌 오픈이노베이션 'CJ글로벌벤처스 2기'를 진행한다고 11일 밝혔다.

이번 프로그램에는 한국무역협회, 경기창조경제혁신센터(이하 경기창경)가 공동 주관사로 참여한다. CJ인베스트먼트는 스타트업 발굴부터 선정, 글로벌 액셀러레이팅 등 프로그램 전반을 총괄하는 역할을 맡고 한국무역협회는 포춘 500대 기업 매칭 및 기술검증 연계 지원, 경기창경은 글로벌 액셀러레이팅 및 해외 벤처캐피탈(VC) 연계를 각각 담당한다.

CJ글로벌벤처스에는 차별적인 비즈니스 모델과 기술력을 바탕으로 글로벌 진출을 계획하고 있는 스타트업이라면 모두 지원 가능하다.

또, CJ그룹 및 경기창경에서 투자하고 있는 스타트업을 포함해 CJ의 대표 스타트업 육성 프로그램인 오벤터스 졸업기업도 참여할 수 있으며, 이들 기업은 모두 1차 서류 심사가 면제된다.

이번 CJ글로벌벤처스는 스타트업에 대한 실질적인 글로벌 스케일업에 초점이 맞춰져 있다. 이를 위해 프로그램 참가 스타트업에 대한 심사 단계부터 이들 기업에 관심이 있는 포춘 500대 대·중견 기업을 매칭할 예정이다. CJ글로벌벤처스에 선정된 스타트업은 이를 통해 보유하고 있는 기술이나 비즈니스 모델을 글로벌 대기업에 1대1로 설명할 수 있는 기회를 갖게 된다.

참가를 희망하는 스타트업은 11일부터 4월 3일까지 한국무역협회 이노브랜치 홈페이지에서 접수할 수 있으며, 서류심사·인터뷰 등을 거쳐 오는 5월 27일 총 20개팀이 최종 선정된다.

/신원선 기자



유튜브(메트로신문) 동영상 제공



## SSG닷컴 '창립 5주년' 15일까지 '오썩데이즈'

SSG닷컴(쓱닷컴)이 창립 5주년을 기념해 오는 15일까지 '오썩데이즈'를 진행한다고 11일 밝혔다.

'오썩데이즈'를 통해 쓱닷컴은 인기 상품을 선정해 할인 판매한다는 방침이다. 대표 상품으로 다이슨 헤어 드라이기·공기청정기·청소기, 브라운 전기면도기, 휘슬러 조리용품, 마이크로 키보드, 파인캐디 골프거리측정기 등을 선보인다. 매일 2회에 걸쳐 한정 판매하는 '타임딜'도 마련해 반려동물 간식, 화장품, 의류, 가구, 가전 등 다양한 상품군으로 구성했다.

'쓱 라이브 방송'도 행사 기간 매일 편성한다. ▲11일 르크루제 위너더풀 컬렉션과 나르왈 로봇청소기 ▲12일 삼성 갤럭시 S24 자급제폰과 LG 오브제컬렉션 제품기·스텐바이미 ▲13일 레고 신상품과 룩시땅 헤어&바디세트 ▲14일 데코르테 리포솜 세럼·크림과 파라다이스 호텔 부산 ▲15일 삼성 갤럭시 북4 프로 등을 순서대로 소개한다. 쓱닷컴 대표 식료품 행사인 '푸드 쓱세일'은 이번 창립 행사와 연계해 오는 14일까지 연다.

/이청하 기자



롯데백화점 여성 의류 매장에서 고객이 봄 상품을 둘러보고 있다.

/롯데백화점

## 롯데백, 14일부터 '스프링 패션 페어'

한성·삼성물산 등 140여 브랜드 참여

롯데백화점이 봄 단장에 나선 고객 수요 잡기에 나선다. 롯데백화점은 오는 14일부터 17일까지 롯데백화점 전점에서 '스프링 패션 페어'를 연다고 11일 밝혔다. 한성, 삼성물산, LF, 코오롱 등 총 140여 브랜드가 참여한다.

특히 올해 행사는 역대 최대 규모로 지난 2023년 대비 참여 브랜드가 80% 늘었다. 이에 따라 롯데백화점은 고객들에게 더 풍성한 혜택을 제공하게 됐다고 설명했다.

우선 롯데백화점은 행사 기간 중 참여 브랜드의 봄 신상품을 롯데카드 100만

·200만·300만·500만·1000만원 이상 구매한 고객들에게 최대 7% 롯데상품권을 제공한다. 이와 함께 롯데카드 50만원 이상 구매 시 6개월 무이자 할부 혜택을 제공하고 300만원 이상 구매 시에는 최대 10개월 무이자 할부를 적용한다.

브랜드별 주요 혜택으로는 '한성 더블 마일리지'를 선보인다. '타임', '마인', '랑방컬렉션' 등 한성 브랜드 구매 시 기존 5% 마일리지와 추가 5% 마일리지를 적립해 준다.

삼성물산 대표 브랜드인 구호, 르베이지, 빈폴, 폼데가르송 컬렉션 등에서는 오는 15~17일 10% 할인하는 '브랜드 데이'를 진행한다.

/이청하 기자 mlee236@