

한국 위스키 시장 영토 넓히는 골든블루 저도수 '골든블루' 누적판매 2천700만 병 돌파

(주)골든블루가 판매 채널별 제품 포트폴리오를 확대하며 국내 위스키 시장의 영토를 급속히 넓히고 있다. 전통적인 위스키 소비자인 유흥업소를 대상으로는 정통 저도수 위스키인 '골든블루'를 앞세우고 흡술, 혼술과 트렌디한 라운지 바로 대변되는 대중화 시장에선 '팬텀'을 내세워 공략하고 있다. 또 지속적으로 성장하는 싱글몰트 위스키 시장에서 타이완 싱글몰트 위스키 '카발란'으로 대응하고 있다.

대표 위스키로 성장하는 '골든블루'

(주)골든블루가 2009년 국내 최초로 선보인 정통 저도수 위스키 '골든블루'의 누적 판매량은 올해 10월 말 기준으로 2천700만 병을 돌파했다. (주)골든블루의 주력제품인 '골든블루 사피루스'는 2012년 출시 후 5년 만에 단일 브랜드 판매 1위에 오르는 등 한국 위스키 시장을 저도수 중심으로 바꿔놓고 있다. 올해 '골든블루'는 그동안 집중적인 공략지였던 서울, 부산 지역 외에 주요 위스키 판매 거점인 경기, 인천, 제주, 강원, 전남, 전북 지역 등에서의 성장세가 두드러졌다.

(주)골든블루는 '골든블루'의 성장세를 이어가기 위해 정통 저도수 위스키인 '골든블루 사피루스'를 최신 트렌드를 반영해 리뉴얼 출시했다. 리뉴얼된 '골든블루 사피루스'는 스코틀랜드산 원액으로 위스키 본연의 맛과 향, 높은 품질은 그대로 유지했다. 여기에 50년 경력의 마스터블렌더 노먼 매디슨(Norman Mathison)의 섬세하고 정교한 블렌딩 기법으로 기존 제품보다 더 깊어진 풍미와 최상급의 부드러움, 감미로운 맛을 내도록 업그레이드했다. 위스키 애호가들이 좀 더 부드럽고 달콤한 과일향의 여운을 선호하는 점을 반영해 맛과 향도 다듬었다. 부드러운 견과류와 바닐라 맛이 강한 몰트를 추가해 은은하고 부드러운 목 넘김을 구현하고 위스키 특유의 여운은 더 오래 남도록 한 것이다. 알코올함에 달콤한 과일향을 내는 원액을 추가해 목 넘김 이후에는 알코올향이 아닌 달콤한 과일향이 느껴지도록 했다. 병 디자인은 블루 사파이어를 모티브로 한 보석 커팅기법인 '트리리언트 컷'(Trilliant cut)을 적용해 고급스럽게 변화를 줬다. 브랜드의 프리미엄 이미지를 한층 높여 소비자들에게 새로움과 신선한 느낌을 전달하기 위함이다.



2030세대 겨냥 위스키 브랜드 '팬텀'

'팬텀'은 (주)골든블루가 2030세대를 공략하기 위해 지난해 5월 출시한 위스키 브랜드다. '팬텀'은 출시 직후 한 달 동안 약 300상자(1상자=9L)가 판매됐지만 지난 6월에는 2천500상자, 7월에는 12배 성장한 3천500상자까지 급상승하는 등 2030세대들의 입소문을 타고 빠른 속도로 성장하고 있다. '팬텀' 브랜드는 국내 최초 화이트 위스키인 '팬텀 더 화이트'와 합리적인 가격으로 정통 위스키를 즐기려 하는 기존 위스키 소비자층의 욕구를 충족시키기 위해 출시한 '팬텀 디 오리진'으로 구성돼 있다. '팬텀'은 스트레이트나 온더록스로 음용하면 은은한 오크향과 함께 부드럽고 깨끗한 위스키의 맛을 느낄 수 있다. 탄산수, 진저에일, 토닉 등을 가볍게 섞어 칵테일로도 즐길 수 있어 위스키 초보자부터 애호가까지 즐길 수 있는 것이 특징이다. (주)골든블루는 '팬텀'을 통해 연말 홈 파티나 2030세대들이 주로 모이는 모던, 라운지바 등을 집중 공략하기로 했다. 이를 위해 마트, 편의점 등으로 판매 채널을 확대하고 모던, 라운지 바에 대한 영업력을 강화할 계획이다.



싱글몰트 시장의 라이징 스타 '카발란'

(주)골든블루는 국내 위스키 시장의 불황에도 불구하고 매년 두 자릿수 성장세를 보이는 싱글몰트 위스키 시장도 적극적으로 공략하고 있다. 현재 싱글몰트 위스키 시장은 2030세대들을 중심으로 급성장하고 있다. 오로지 개인의 만족을 위한 소비를 즐기는 '올로(YOLO) 현상'이 2030세대를 중심으로 퍼지면서 젊은 층을 중심으로 최고급 주류인 싱글몰트 위스키 소비량이 증가하고 있다. (주)골든블루가 싱글몰트 시장을 공략하기 위해 국내에 선보인 '카발란'은 2006년 'King Car Group'이 설립한 타이완 최초의 위스키 증류소 '카발란'에서 생산한다. '카발란'은 연산이 표기되지 않았지만 독특하고 부드러운 맛과 향으로 싱글몰트 위스키 애호가들을 사로잡아 출시 10년 만에 연간 1천만 병이 생산될 정도로 세계적인 위스키로 발돋움했다. 한국 시장에는 '카발란 클래식', '카발란 셰리 오크', '카발란 솔리스트 셰리 캐스크' 등 3가지 제품이 판매되고 있다. (주)골든블루는 연말 지인과 함께 바를 찾는 소비자나 싱글몰트 위스키 마니아, 홈파티를 계획하는 소비자를 위해 '카발란' 판매 채널을 주요 백화점이나 주류 판매점으로 확대하고 있다. 고급 라운지 바와 싱글몰트 바에도 적극적으로 입점시키고 있다. (주)골든블루 마케팅본부장 박희준 전무는 "최고급 증류주인 위스키



를 소비자가 일상적으로 즐기는 문화를 만들기 위해 좋은 제품을 지속적으로 선보이고 있다"며 "음용법과 위스키에 대한 소비자 인식을 바꿀 수 있는 프로그램도 개발하는 등 한국이 다시 위스키 선진국으로 도약하는데 최선을 다하겠다"고 말했다. ▼