

‘혼술·홈술’ 위스키 열풍... 주류시장 판도 변화

광주 이마트 양주 매출 급증세
지난 1~2월 소주 대비 4.5% ↑
젊은층 음주문화 트렌드 반영
맥주·소주 등 가격인상 영향도



지난 19일 광주의 한 대형마트 주류코너에서 시민들이 상품을 살펴보고 있다.

#광주 서구 화정동에 살고 있는 30대 유모씨는 최근 들어 한달에 한 번 정도 대형마트에서 위스키를 구매하고 있다. 소주보다 도수가 높아 한두잔이면 퇴근 후 기분을 낼 수 있어 훨씬 더 경제적이라고 생각했기 때문이다.

유씨는 “요즘에는 술을 마시고 싶을 때마다 약속을 잡기도 부담스럽고 또 마셔보니 다양한 음료와 섞어 마실 수 있는 위스키 종류가 맛도 있고 효율적이라고 여겨졌다”며 “주변에서도 혼자서 간단하게 술을 즐기는 친구들이 늘어나고 있다”고 말했다.

주류 시장의 판도가 변하고 있다. 광주 지역 대형마트의 양주 매출이 ‘국민 술’로 여겨졌던 소주 매출을 넘어선 것이다. 코로나19 이후 확산된 ‘홈술’과 ‘혼술’ 문화가 이어짐과 동시에 최근 소주·맥주 등 국산 주류가격 인상과 고물가 등의 영향도 양주 소비 증가에 영향을 미친 것으로 보인다.

20일 광주지역 이마트에 따르면 지난 1~2월 위스키, 브랜드, 럼 등 양주로 분류

되는 주류의 매출이 소주보다 4.5% 높은 것으로 나타났다.

소주 매출을 100%로 잡았을 때 양주 매출 비중은 지난 2021년 같은 기간 82.9% 수준이었지만, 지난해 95.3%로 올라서더니 올해는 ‘국민 술’로 여겨지는 소주의 매출까지 넘어선 것이다.

연간 기준으로도 소주 대비 양주 매출 비중은 2021년 87.2%, 2022년 97.9%,

2023년 104.5%로 지속적으로 증가하는 추세다.

전국 이마트 기준 소주 대비 양주 매출이 103.6%인 것과 비교했을 때보다도 높아 특히 광주지역에서 위스키 등 양주의 인기가 크게 상승했음을 확인할 수 있다.

관세청 무역통계에서도 양주 수입량이 증가하고 있음을 확인할 수 있다. 지난해 스카치·버번·라이 등 위스키류 수입액은

2억6684만 달러로 전년 대비 52.2% 증가하며 2007년(2억729만 달러) 이후 15년 만에 최대치를 경신하기도 했다.

이처럼 양주의 인기가 치솟고 있는 이유는 먼저 코로나19 이후 확산된 ‘홈술’과 ‘혼술’ 문화가 자연스럽게 고물가 시대에 적용되며 지속되고 있는 것으로 보인다.

최근 주세와 원재료 가격 인상으로 식당과 술집 등에서 소주와 맥주 가격이 크

게 오르면서 집에서 주류를 즐기는 문화는 더욱 확산될 것으로 전망된다.

또 MZ세대를 중심으로 위스키에 토닉 워터나 탄산수 등을 섞어 마시는 ‘하이볼’이 인기를 끌고 있다는 점도 양주 판매량에 영향을 끼친 것으로 풀이된다.

실제로 양주 매출은 꾸준히 증가하고 있지만, 광주지역 이마트의 수입 맥주 매출 비중은 지난 2021년 82.8%에서 2022년 87.2%, 2023년 71.8%로 계속해서 줄어 들고 있다. 소주잔 매출 역시 31.8% 줄었지만, 위스키 전용 잔 매출은 340%나 늘었으며 토닉워터와 같은 탄산 믹서(63.8%)와 레몬(16.4%)도 매출도 함께 늘어났다.

이마트가 공개한 위스키 구매 고객을 연령대별로 분석한 결과에서도 30대 이하가 39.4%로 가장 많았으며 40대는 24.3%, 50대는 17.4%, 60대는 6.6%로 조사됐다.

지역 유통업계 관계자는 “홈술·혼술 트렌드의 가장 큰 혜택을 받은 주종이 양주인데 최근에 소주 가격 인상까지 더해지면서 양주 인기가 더 늘어나고 있는 것으로 보인다”며 “예전처럼 양주를 독주 그대로 마시는 것이 아니라 취향에 따라 페어링해서 마시는 젊은층의 수요가 반영된 만큼 당분간은 인기가 이어질 것으로 전망된다”고 말했다. **글·사진=곽지혜 기자**

‘대한민국 수산대전’ 추가 특별전

29일까지 온·오프라인 병행
고등어·오징어 등 50% 할인

소비자 장바구니 물가 부담을 완화하고, 수산인의 날을 기념하기 위해 마련된 ‘대한민국 수산대전’이 추가로 진행되는 중이다.

20일 해양수산부에 따르면 이날부터 오는 29일까지 열흘 동안 ‘대한민국 수산대전-3월 추가 특별전’을 개최한다.

대한민국 수산대전 행사는 소비자가 대형마트, 온라인몰 등에서 수산물을 구입할 때 최대 50% 할인을 지원하는 행사로, 3월 할인 품목은 소비자 가격이 많이

오른 명태·고등어·오징어 3개 품목이다. 국산 수산물 원재료 비중이 70% 이상인 해당 품목의 가공품도 포함된다.

이번 행사에는 이마트, 홈플러스, 지에스(GS) 리테일, 메가마트, 수협바다마트, 농협하나로마트 등 12개 오프라인 업체와 우체국쇼핑, 오아시스, 수협쇼핑 등 20개 온라인 쇼핑몰에서 참여한다.

온라인의 경우 이날부터 26일까지 행사가 진행되며 오프라인 매장의 경우 23일부터 29일까지 할인 혜택을 받을 수 있다.

해양수산부는 1인당 1만원 한도로 20% 할인을 지원하며, 참여 업체 자체 할

인을 추가해 소비자는 최대 50%까지 할인된 가격에 수산물을 구매할 수 있다.

할인행사 참여 매장 등 더 자세한 내용은 행사 공식 누리집(www.fsale.kr)에서 확인할 수 있다.

이와 함께 해양수산부는 전통시장 제로페이 온라인상품권도 내달 4일 다시 발행할 예정이다. 1인당 할인 금액은 최대 4만원으로 제로페이 온라인 상품권은 9월까지 매월 발행할 계획이다.

구도형 해양수산부 유통정책과장은 “3월 초에도 할인행사를 개최했는데 수산물 소비자물가 오름세가 지속되고 있어 3월에 할인행사를 한 번 더 개최하게 됐다”며 “앞으로도 매일 가격을 점검하면서 소비자 체감 물가를 안정화하는데 최선을 다하겠다.” **곽지혜 기자**

위니아, 위메프와 ‘봄맞이 프로모션’ 실시

내일까지 담채·에어컨 최대 20%

위니아가 ‘커머스 플랫폼’ 위메프와 ‘위니아 봄맞이’ 프로모션을 실시한다고 20일 밝혔다.

이번 ‘위니아 봄맞이’ 프로모션은 위메프를 이용하는 고객을 대상으로 21일부터 22일까지 양일간 진행되며 담채 김치냉장고를 비롯해 에어컨, 세탁기, 냉장고 등 위니아 가전제품을 최대 20% 할인된 특가로 구매할 수 있다. 먼저 행사기간 담채 스탠드형 551ℓ·330ℓ, 담채 푸경형 221ℓ 등 김치냉장고와 12kg 드럼세탁기, 10kg 건조기 세트 구성된 위니아 스마트 패키지

등을 특가로 한정수량 판매한다. 한정수량 특가 제품 외에도 기획전 행사모델을 12% 쿠폰과 제휴사 카드 할인을 포함해 최대 17% 행사가로 구매할 수 있다.

위니아는 봄맞이 프로모션과 연계해 담채 보상판매도 진행한다. 생산한지 17년이 넘는 푸경형 담채 김치냉장고 리콜 제품을 보유하고 있는 고객을 대상으로 2도어 이상의 담채 김치냉장고를 구입 시 최대 10만원 상당의 혜택을 제공한다. 담채 구입 후 요청사항에 리콜 제품 반납을 신청하면 엔지니어가 방문해 확인 절차를 거친 뒤 제품 수거 후 모바일 상품권을 증정한다. **곽지혜 기자**

그린알로에

그린궁 宮 프라임에버 120

GREEN GOONG PRIME EVER 120

다시 맞이하는
빛나는 아름다운 여성의
건강한 봄날을 위하여!

그린궁프라임에버120은 소중한 여성의 피부 건강과 저하된 면역력을 증진시켜 주며 장 건강 그리고 뼈 건강에도 도움을 주어 활력있는 여성의 아름다운 건강을 위한 여성 건강기능식품입니다.

소비자상담실 080-234-6588

그린알로에 건강기능식품은 단 1%도 중국산 원료를 사용하지 않습니다.