



유아동 시장
저출생 정책에도
실적 하락
나

metro®

Life

탈모치료제
신제품 봇물
경쟁 가속화
L2



“오른손으로~ 왼손으로~”... 20억개 비빔 여름의 맛

메가히트 브랜드 탄생스토리

팔도비빔면

출시 41년 맛은 비빔 라면의 ‘원조’
누적매출 1조, 판매량 20억개 돌파

전국 맛집 연구 끝에 황금소스 구현
한정판, 품질향상으로 꾸준한 인기

간장·후추 감칠맛 살린 ‘비빔면 II’
트렌드 반영한 ‘제로슈거’ 출시도



(위부터) 팔도비빔면, 팔도비빔면 제로슈거, 팔도비빔면 II. /팔도

1984년 첫 출시 이후, 수많은 모방과 도전을 견뎌내며 비빔면 시장의 중심을 지켜온 팔도비빔면. 매콤달콤한 시그니처 소스는 세대를 넘어 ‘여름의 맛’을 대표하는 상징이 되었고, 한때는 여름 한정 제품이었지만 이제는 사계절 내내 사랑받는 국민 비빔면으로 자리 잡았다.

‘팔도비빔면’은 뜨거운 국물 라면 중심의 시장을 차갑게 비벼먹는 라면으로 확장한 기념비적 제품이다. 올해 출시 41주년을 맞은 장수브랜드로 누적 매출액은 1조 원에 달하며, 누적 판매량 20억 개를 돌파했다. 국민 전체가 38개씩 먹을 수 있는 양이다. 1인당 40개 가까이 팔도비빔면을 비빔 셈이다.

팔도는 여름철 집에서 살아먹던 비빔국수를 라면으로 탄생시켜 당시 소비자들의 관심을 한몸에 받았다. 소면과 유사한 얇은 면발을 제품에 적용, 얇은 면발은 빠른 시간 내에 익어 더운 여름 불앞에 있는 시간을 줄일 수 있고 액상소스가 골고루 붙어 맛을 더욱 풍부하게 해준다. 출시 당시에는 계절면 제품으로 여름철에만 한정적으로 판매했다.

팔도 연구원들은 출시에 앞서 전국에 유명한 맛집의 비빔냉면과 비빔국수 등을 연구하여 매콤, 새콤, 달콤한 황금비율 소스를 구현했다. 특히 치열한 라면 시장에서 새로운 수요를 만들기 위한 역발상에 집중했다. 액상소스는 분말소스 대비 안정성과 품질 유지의 난이도가 높아 어려움이 따랐지만 2년여 간의 연구 끝에 개발에 성공했다.

특유의 맛을 유지하기 위한 노력도 진행 중이다. 액상소스는 원물을 분쇄해 엑기스를 추출하는 방식으로 제조된다. 원료 수급 상황이 매번 달라 공정상 고도의 노하우가 필요하다. 연구원들은 제품의 균일한 맛을 위해 산지를 직접 다니며 원재료를 수급한다.

출시 당시에는 라면을 찬물에 행군 뒤 소스에 비벼먹는다는 개념이 알려지지 않았던 때라 뜨거운 상태에서 비벼먹거나 일반 라면처럼 끓여먹는 소비자들이 많았다. 팔



도는 조리법을 확실히 각인시키기 위해 “오른손으로 비비고~ 왼손으로 비비고~ 팔도비빔면”이라는 CM송을 제작했다.

꾸준히 사랑받는 비결은 색다른 콘셉트와 품질향상에 있다. 고객과의 적극적인 소통도 주효했다.

팔도는 제품을 연중 즐기고 싶다는 소비자 의견을 반영해 계절별 에디션을 꾸준히 출시하고 있다. 우동 국물 스프 등을 첨부해 새로운 재미와 경험을 제공한다. 한정판 누적 판매량은 3500만 개에 이르며, 동절기 판매량 역시 2014년 대비 200% 증가했다.

지난해에는 변화하는 소비자 취향에 맞춰 신개념 하이브리드 비빔라면 ‘팔도비빔면 II’를 선보였다. 간장, 후추 베이스의 감칠맛이 특징으로 차돌박이, 골뱅이 등 선호하는 토핑을 곁들여 다양한 형태로 즐길 수 있어 술안주로도 각광받았다.

그리고 지난 3월 제로 트렌드를 반영해 ‘팔도비빔면 제로’를 선보이기도 했다. 국내 비빔라면 최초로 설탕을 첨가하지 않고 맛을 낸 제품이다. ‘알룰로스’를 활용해 식약처 무당류 표시기준을 충족한다. 팔도만의 액상소프 연구기술력으로 고유의 풍미를 유지하며 상큼함을 더했다.

신규 배합을 적용한 면발도 특징이다. 기존 제품과 비교해 밀가루 사용을 줄이고



팔도비빔면이 누적 판매량 20억개를 돌파했다.

전분 함량을 높여 탄력을 높였다. 씹을수록 쫄깃한 식감이 액상소프와 잘 어울린다.

한편, 팔도는 팔도비빔면 20억 개 판매 달성을 기념해 고객 참여형 이벤트를 진행한다. 공식 SNS 계정에 댓글을 남기면 추첨을 통해 ‘팔도비빔면 기프트박스’를 증정한다.

이수향 팔도 마케팅1팀장은 “‘팔도비빔면’이 20억 개 판매고를 달성할 수 있었던 것은 소비자들의 관심과 성원이 있었기 때문이다”며, “앞으로도 꾸준한 제품 품질 향상과 다양한 마케팅 활동을 통해 브랜드 가치를 높이겠다”고 말했다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr



▲NL, MLB 올스타전서 연장 홈런더비 끝에 AL 제압...MVP는 슈와버
▲한화 ‘키플레이어’ 문현빈...“한국시리즈 꼭 진출할 것”
/사진 뉴시스

▲2028년 LA 올림픽서 오타니 보나...MLB 커미셔너·선수노조 ‘공정 전망’
▲태권도진흥재단, 대학생 학술대회 참가자 모집...내달 1일 마감

▲김경문 감독 1000승·양현종 11시즌 연속 100K...후반기 달굴 대기록 기대
▲사상 첫 한일전 3연패 ‘0골 7실점’...한일축구 격차만 실감