



새단장 통했다 백화점 3사 실적 반등
니



Life

동물 없는 신약개발 시대 AI·장기집 부상 L2



당 걱정 없이 새콤달콤하게 라이프스타일 바꾼 '발효의 화학'

메가히트 브랜드 탄생스토리

대상 청정원 '홍초'

대상 청정원의 '홍초'는 국내 음용 식초 시장을 개척하고 이끌어온 독보적인 메가히트 상품이다. 지난 2005년 첫 출시 이후 '식초 건강학' 열풍을 일으키며 지속적인 성장세를 보인 홍초는 올해로 출시 21주년을 맞이했다. 물에 희석해 마시는 전통적인 방식을 넘어 우유, 주류, 요리 드레싱 등 다양한 믹솔로지 라이프스타일을 제안해 온 홍초는 당 함유량을 낮추며 발효 기반 건강음료 시장의 대전환을 선도하고 있다.

홍초가 20년이 넘는 긴 시간 동안 통탄하며 시장을 지배할 수 있었던 비결은 세 가지 전략으로 요약된다. 첫째 효능보다 마시는 상황을 먼저 설계했고, 둘째 식초 하나에 브랜드 역량을 집중했으며, 셋째 시대 변화에 맞춰 음용 방식을 지속적으로 진화시켜 왔다는 점이다.

국내 음용식초 개척한 독보적 히트작 물·주류·요리 넘나드는 음용방식 진화 소주 믹스 확산... 혼합주 문화 만들어

◆조미료에서 건강 소재로

2000년대 중반 국내 식품 시장은 식재료의 효능을 일상 속에서 소비하려는 흐름이 본격화되던 시기였다. 이 과정에서 전통적인 조미료의 경계에 갇혀 있던 식초가 건강 소재로 재조명받기 시작했다.

사회적 관심을 배경으로 대상 청정원은 과일 맛을 전면에 내세운 음용 식초 브랜드 '홍초'를 선보이며 식초를 물에 희석해 마시는 새로운 소비 방식을 제안했다. 식초 특유의 자극을 낮추고 일상적으로 마실 수 있는 음료라는 개념을 정립한 것이다.

당시 시장에는 설탕이 흑초 중심으로 발효와 숙성, 기능성을 강조하며 음용 식초를 건강

식 영역으로 이끌었고, 웅진식품 역시 웰빙 음료 포트폴리오의 일부로 시장에 참여하며 치열한 각축전이 벌어졌다. 그러나 식초라는 단일 카테고리 브랜드 역량을 집중한 대상 청정원만이 생존했고, 이를 통해 음용 식초는 하나의 독립된 시장 카테고리로 재편됐다.

◆소주 믹스에서 RTD·하이볼로

홍초가 대중적으로 확산하는 데 결정적인 분기점이 된 것은 주류 시장과의 결합, 즉 '소주에 타서 마시는 음용 제안'이었다.

물과 탄산수 희석에 더해 소주 믹스 문화가 확산되면서 홍초는 주스 시장과 주류 시장을 동시에 만나들었다. 과일 식초의 산미와 단맛은 소주의 알코올 향을 완화해 주었고 별도의 조주 과정 없이도 집에서 가볍게 즐길 수 있는 혼합주 문화를 가능하게 했다.

최근 주류 시장에서는 RTD(Ready-to-Drink)와 저도주, 하이볼이 핵심 키워드로 부상하며 소비 방식이 완제품 형태로 경량화되는 추세다. 이미 2000년대 중반에 홍초가 제안했던 DIY 소주 믹스 등의 음용 방식은 시대를 앞선 혁신적인 소비 실험으로 평가할 수 있다.

◆저당 포트폴리오의 성장

시대의 흐름을 읽고 스스로를 갱신해 온 홍초의 기획력은 최근의 '저당·저칼로리' 트렌드에서 다시 한번 빛을 발하고 있다. 건강한 식생활에 대한 소비자들의 관심이 극대화됨에 따라 대상 청정원은 당 함량과 칼로리를 획기적으로 낮춘 '저당 홍초' 라인업을 강화하며 발효 기반 건강음료 시장 선도에 나섰다.

대상 청정원은 지난해 5월 당 함량과 칼로리를 낮춘 '저당 홍초' 2종을 기능성표시식품으로 선보인 데 이어 당해 12월에는 겨울철 따뜻하게 즐길 수 있는 온음료 겸용 제품까지 출시하며 음용 경험을 확장했다. 성과는 눈부셨다. '저당 홍초'는 출시 1년여 만에 누적 매출액 약 200억 원을 기록하며 소비자들로부터 폭발적인 반응을 얻었다.

이에 힘입어 대상 청정원은 브랜드 대표 인기 플레이어인 '석류'를 저당 제품으로 선보이는 동시에 음용 편의성을 극대화한 스틱형 신제품까지 대거 확장했다.

이번 신제품은 홍초 '저당 석류', 스틱형 '저당 스틱 석류', '저당 스틱 레드애플' 등 총 3종이다. 대상이 자체 생산한 고품질 알룰로스 활용에 일반 음용 식초 대비 당류와 칼로리를 대폭 낮췄으며, 자체 저당·저칼로리 엠블럼인 'LOWTAG(로우태그)'를 부착했



로우태그가 부착된 저당 홍초 석류, 레드애플, 레몬&라임. /청정원

다. 또한 식후 혈당 상승 억제 및 배변활동 원활에 도움을 줄 수 있다고 알려진 난소화성말토덱스트린을 함유해 기능성을 더했다.

대표 제품인 홍초 '저당 석류'는 스페인산 석류 농축액으로 만든 100% 과일숙성발효초를 사용해 새콤달콤한 풍미를 그대로 유지하면서도 100g당 당류 3g, 칼로리 37kcal 수준으로 일반 음용 식초 대비 당류는 74%, 칼로리는 56%나 낮췄다.

제로 열풍 속 저당·저칼로리 출시 음용 편의성 극대화 스틱형 신제품 혈당상승 억제 돕는 기능까지 더해 겨울철 온음료 설계... 사계절 공략

◆계절의 한계를 깨다

음용 식초는 여름철에만 시원하게 마시는 음료라는 고정관념 역시 청정원 홍초 앞에서는 여지없이 깨졌다. 지난해 겨울 한정판으로 선보였던 온음료용 홍초 '저당 석류&히비스커스'와 '저당 유자&캐모마일' 2종은 음용 식초를 계절과 상황에 구애받지 않는 라이프스타일 음료로 재정의한 대표적 사례다.

이 제품들은 겨울철 대표 허브티 원료인 히비스커스와 캐모마일을 활용해 뜨거운 물에 타서 따뜻한 차처럼 마셔도 식초 특유의 찌르는 듯한 새콤한 향이 도드라지지 않고 부드럽고 향긋하게 즐길 수 있도록 설계됐다.

뜨거운 물과 홍초 원액을 2:1 비율로 희석하기만 하면 티백을 우리거나 가루를 녹일 필요 없이 바로 완성된다. 두 제품 역시 100g당 당류 4g, 칼로리 35kcal 이하로 당과 칼로리를 대폭 낮췄으며, 난소화성말토덱스트린과 면역력 증진에 도움을 줄 수 있다고 알려진 알로에 겔을 함유한 기능성표시식품이다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr



metro



청정원 저당 홍초 스틱 석류, 레드애플.



▲ '축구대표팀 에이스' 이강인, 패스 등급 전체 1위 등극
▲ '축구의 신' 리오넬 메시, 월드컵 역대 최다 득점 달성 /사진 뉴시스

▲ '종아리 부상' 네이마르, 러닝으로 첫 훈련... "회복 과정 한 걸음 진전"
▲ '고교 유망주' 엄준상, MLB 애리조나행 확정... 계약금 23억원

▲ 이정후 vs 김하성 '방망이 대결' 비로 스스펜디드...18일 재개
▲ '우승 후보' 프랑스, 세네갈 3-1 격파...음바페, 최다골까지 2골차 추격