

대만 대표 싱글몰트 위스키 '카발란' 면세점서 인기몰이

코로나19로 지난해 말부터 부진하던 면세점 매출이 다시 증가하고 있다. 한국면세점협회에 따르면 지난 9월 국내 면세점 매출액은 1조7천657억 원으로 전월 1조5천260억 원 대비 15% 이상 증가했다. 1조7천억 원을 넘긴 것은 코로나19 팬데믹이 본격화한 지난해 2월 이후 처음이다.

면세점 매출 상승에는 화장품, 의류 등의 명품과 함께 주류 판매량의 증가가 한몫한 것으로 나타났다. 제주국제자유도시개발센터(IDC) 자료에 따르면 코로나 시국에 제주도

에 몰린 국내 여행객이 제주공항과 제주항 내 지정면세점에서 산 주류 매출액은 2018년 501억 원, 2019년 493억 원에서 지난해 838억 원으로 증가했다.

이 같은 매출과 이용객 증가 현상은 '위드 코로나'로 방역 체계가 개편되면서 앞으로 더욱 확산할 것으로 예상된다.

2017년부터 대만 싱글몰트 위스키 카발란을 독점 수입해 유통 중인 골든블루는 카발란을 소비자들 사이에서 좀 더 쉽고 합리적인 가격으로 만날 수 있도록 유통 채널을 넓히고 있다.

코로나가 본격적으로 시작된 지난해 2월 인천국제공항 면세점을 시작으로 같은 해 5월에는 제주 중문단지 시내 면세점에, 올해 6월에는 인천국제공항 입국장 면세점에 입점했다. 이후 면세 시장에서 '카발란'의 판매량은 꾸준한 증가 추세다. 그 결과 올해 10월 기준 카



타이완 싱글몰트 위스키 '카발란'

발란의 면세점 판매량은 지난해 대비 153% 이상의 높은 증가율을 기록 중이다.

현재 면세점에서 판매되는 제품은 위스키 원액에 물을 섞지 않고 원액 그대로 병에 넣은 캐스크 스트랭스 위스키인 '카발란 솔리스트' 8종(피노 웨리, 모스카텔 웨리, 만자니아 웨리, PX 웨리, 올로로쏘 웨리, 비노 바리끄, 포트, ex-버번)과 '카발란 클래식', '카발란 올로로쏘 웨리 오크', '카발란 콘서트마스터 포트 캐스크 피니시' 등 총 11종이다.

특히 '카발란 솔리스트'

시리즈는 50~59%로 높은 도수지만 색소 첨가나 냉각 여과를 거치지 않아 맛이 깔끔하다. 또 각각의 독특한 캐스크에서 숙성된 원액을 그대로 병에 넣어 복합적이면서도 풍부한 맛을 지닌다. '카발란 올로로쏘 웨리 오크'는 알코올 도수 46%로 솔리스트 시리즈보다 좀 더 가볍게 마실 수 있다.

골든블루 최주일 팀장은 "위드 코로나로 해외 여행객이 늘면서 면세 채널에서 위스키 판매량이 더욱 증가할 것으로 예상된다"며 "앞으로 다양한 마케팅 활동을 벌여 카발란의 우수성을 널리 알리고 소비자와의 접점을 늘리기 위해 최선의 노력을 다할 것"이라고 말했다. ▼

경고 : 지나친 음주는 뇌졸중, 기억력 손상이나 치매를 유발합니다.
임신 중 음주는 기형아 출생 위험을 높입니다.