

골든블루 프리미엄 증류주 ‘혼’ K-주류 문화 이끈다



방탄소년단에 이어 2021년 글로벌 돌풍을 일으킨 드라마 시리즈 ‘오징어게임’과 ‘지옥’ 등이 넷플릭스 전체 시청률 1위를 차지하며 한국 문화 콘텐츠의 우수성을 널리 알리고 있다. 이에 힘입어 K-컬처는 세계의 주목을 받으며 국가 이미지에도 긍정적 영향을 미치고 있다.

국내 토종 위스키 회사인 골든블루는 우리 술의 대중화와 대한민국 대표 명주를 만들겠다는 목표로 재작년부터 지역 전통주 업체와 손을 잡고 맛과 품질, 패키지에 차별화를 둔 프리미엄 증류주 ‘혼’을 유통·판매하고 있다.

패키지는 모던한 느낌을 풍기는 블랙 컬러의 직사각형 병에 사괘(건·곤·감·리) 로고를 새겨 넣어, 우리 술이라는 것을 명확히 나타내면서 젊은 층들도 좋아할 만한 깔끔하고 세련된 디자인으로 제작했다.

‘혼’의 원료는 경북 문경에서 재배한 최고급 사과를 활용해 기존 증류주와는 차별화한 맛을 자랑한다. 음용할 때 사과 향이 은은하게 올라와 한국 전통 음식은 물론 일식과 중식 등 다양한 음식과 조화를 이룬다.

고급 위스키와 동일한 증류 기법을 쓰고 증류한 원액을 300일간 항아리에서 숙성함으로써 알코올 향이 거의 안 나 남녀노소 누구나 부담 없이 즐길 수 있다.

혼은 음용 방법에 따라 다양한 맛과 향을 선사한다. 스트레이트로 마실 경우 증류주 본연의 깊은 맛을 경험할 수 있으며 냉장 보관해 시원하게 마시거나 얼음을 넣어 온더록스로 마시면 부드럽고 깔끔하게 즐길 수 있다.

장용진 골든블루 본부장은 “국내에 다양한 주류 제품이 유통되고 있지만, 아직 세계 시장에 내세울 수 있는 우리 술은 거의 없는 상황”이라며 “‘혼’이 가진 우수성을 기반으로 다양한 마케팅 활동을 펼쳐 K-주류 문화를 이끌어가는 대표 제품이 될 수 있도록 노력할 것”이라고 말했다. ⑤



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