

세계 주류시장 동향

맥주, 보드카

기획조사팀

| 맥주 |

2008년 세계 맥주소비량은 약 17억 헥토리터로 2007년에 비해 1.2% 가량 증가하였다. 비록 소비량이 증가하기는 했으나 2006년에서 2007년에 기록했던 소비증가율인 4.9%에 비하면 그 상승세가 다소 수그러진 양상이다. 이는 글로벌 경제위기로 인한 소비자의 구매력 감소에 따른 것으로 분석된다.

2008 세계 상위 15개 맥주 제조사

단위 : 백만 헥토리터

순위	회사명	본사위치	판매량		증감(%)	점유율(세계시장)	
			2007	2008	07-08	2007	2008
1	Anheuser-Busch Inbev	벨기에	383.4	392.3	2.3%	22.8%	23.0%
2	SABMiller	영국	206.7	210.4	1.8%	12.3%	12.3%
3	Heineken	네덜란드	159.7	161.5	1.1%	9.5%	9.5%
4	Carlsberg Breweries	덴마크	115.2	126.8	10.1%	6.8%	7.4%
5	China Resources	중국	69.4	72.6	4.7%	4.1%	4.3%
상위5개사 소계			934.4	963.6	3.1%	55.5%	56.6%
6	Molson Coors Brewing	미국	51.3	54.7	3.1%	3.0%	3.2%
7	Tingdao Brewing	중국	50.5	53.8	6.5%	3.0%	3.2%
8	Grupo Modelo	멕시코	51.5	52.3	1.5%	3.1%	3.1%
9	Beijing Yanjing Beer Group	중국	40.2	43.4	8.0%	2.4%	2.5%
10	FEMSA	멕시코	39.9	41.1	2.8%	2.5%	2.4%
상위10개사 소계			1,167.8	1,208.9	3.5%	69.3%	71.0%
11	Asahi Brewery	일본	39.5	39.2	-0.7%	2.3%	2.3%
12	Kirin Brewery	일본	38.2	37.6	-1.5%	2.3%	2.2%
13	Efes Beverage Group	터키	20.9	22.6	8.1%	1.2%	1.3%
14	Guinness Brewing(Diageo)	영국	22.1	22.5	2.0%	1.3%	1.3%
15	Chongqing Beer Group	중국	20.5	21.7	6.0%	1.2%	1.3%
상위15개사 소계			1,308.9	1,352.5	3.3%	77.7%	79.4%

※ 자료 : Impact Databank

세계 맥주시장에서는 신흥 맥주소비국의 약진과 기존 맥주소비국의 판매부진이라는 양극화가 뚜렷하게 나타나고 있다. 대표적인 신흥 맥주소비국이자 세계 1위 맥주소비국인 중국에서는 2008년 4억 1,300만 헥토리터의 맥주가 소비되었다. 중국이 세계 맥주시장에서 차지하는 비중은 약 24%에 이른다. 반면, 전통적으로 많은 맥주를 소비해오던 독일, 영국, 일본에서는 맥주소비가 감소하였다.

맥주 소비량 상위 10개국 중에서는 중국(+0.8%), 폴란드(+1.7%), 미국(+0.4%), 브라질(+1.4%) 그리고 멕시코(+1.6%)에서 소비량이 전년에 비해 증가하였으며, 독일(-0.8%), 영국(-3.2%), 일본(-2.5%), 러시아(-0.5%), 스페인(-1.8%)에서는 소비량이 감소하였다. 한편 상위 15개 맥주제조사들은 세계 맥주시장에서 좋은 실적을 거두었는데, 15개사 중 판매량이 감소한 곳은 일본의 아사히맥주(-0.7%)와 기린맥주(-1.5%) 두 회사뿐이다.

2008년 세계 맥주시장에서 가장 주목할 만한 일은 바로 벨기에의 인베브(Inbev)와 미국의 안호이저부시(Anheuser Busch)의 합병이다. 2008년 7월 세계 최대규모의 맥주사인 인베브는 미국내 독보적인 1위였던 안호이저부시를 인수하는데 성공하였으며, 이에 따라 안호이저부시-인베브(Anheuser-Busch Inbev)라는 세계 맥주시장의 23%가량을 차지하는 거대 맥주사가 탄생하게 되었다.

안호이저부시 인베브의 2008년 총 맥주생산량은 3억 9,230만 헥토리터로 세계 2위업체인 SAB밀러(2억 1,040만 헥토리터) 보다 두배 가량이나 앞서있다. 또한 세계 판매량 상위 15개 맥주제품 중 6개('버드와이저(Budweiser)', '스콜(Skol)', '브라마(Brahma)', '하얼빈(Harbin)', '부쉬(Busch)', '네추럴(Natural)')를 보유하고 있다.

다른 대규모 인수합병으로는 몰슨쿠어스(Molson Coors)와 SAB밀러(SABmiller)의 미국내 사업 합병이 있다. 양사는 안호이저부시-인베브가 부동의 1위자리를 차지하고 있는 미국맥주시장에서의 사업강화를 위해 합병을 하였다.

한편 세계 3, 4위 맥주사인 네덜란드의 하이네켄(Heineken)과 덴마크의 칼스버그(Carlsberg)는 영국의 스코

2008 상위 10개 맥주 소비국

단위 : 백만 헥토리터

순위	국가	소비량			증감(%)		점유율(세계시장)		
		2006	2007	2008	06-07	07-08	2006	2007	2008
1	중 국	339.0	381.2	413.0	12.4%	8.3%	21.1%	22.6%	24.2%
2	미 국	237.9	240.4	241.3	1.0%	0.4%	14.8%	14.3%	14.2%
3	러 시 아	96.0	110.1	109.5	14.6%	-0.5%	6.0%	6.5%	6.4%
4	브 라 질	95.4	102.2	103.6	7.1%	1.4%	5.9%	6.1%	6.1%
5	독 일	96.5	91.9	91.1	-4.8%	-0.8%	6.0%	5.5%	5.3%
상위5개국 소계		864.8	925.6	958.6	7.0%	3.6%	53.9%	55.0%	56.3%
6	멕 시 코	60.7	63.3	64.3	4.4%	1.6%	3.8%	3.8%	3.8%
7	일 본	63.4	62.7	61.1	-1.1%	-2.5%	4.0%	3.7%	3.6%
8	영 국	55.6	53.1	51.5	-4.4%	-3.2%	3.5%	3.2%	3.0%
9	폴 란 드	32.5	35.0	35.6	7.8%	1.7%	2.0%	2.1%	2.1%
10	스 페 인	35.0	33.2	32.6	-5.2%	-1.8%	2.2%	2.0%	1.9%
상위10개국 소계		1,111.9	1,173.0	1,203.7	5.5%	2.6%	69.3%	69.7%	70.6%

※ 자료 : Impact Databank

티시&뉴캐슬(Scottish & Newcastle)을 공동 인수하였다. 칼스버그는 이 인수를 통해 스코티시&뉴캐슬이 가지고 있던 BBH(Baltic Beverage Holdings)의 지분 50%와 경영권을 획득하게 되었다. BBH는 러시아 최대의 맥주사이며, 러시아와 동유럽에서 큰 인기를 끌고 있는 '발티카(Baltika)' 맥주를 생산하고 있어, 신흥맥주시장인 러시아 진출을 추진하는 칼스버그에 큰 힘이 되고 있다.

2008년 세계 맥주시장에 큰 변화가 있었던 것과는 달리 올 상반기 맥주업체들은 잠시 숨고르기에 들어간 것으로 보인다. 세계 최대 맥주사인 안호이저부시-인베브는 칭타오맥주의 지분 26.9%를 일본 아사히맥주에 매각하는 등 작년 안호이저부시 인수로 인한 지출을 만회하려는 움직임으로 보이고 있다. 하이네켄과 칼스버그 역시 세계 경기불황에 대비하기 위한 사업축소를 추진중에 있다.

세계적인 불황으로 주류의 소비 역시 주춤하고 있는 어려운 상황에서 중국은 글로벌 맥주제조사들에게 구세주와 같은 존재이다. 중국의 1인당 연간 맥주소비량은 30.9 리터로 세계 평균보다 5.6리터 많지만, 세계 상위 맥주소비국가들에 비하면 아직도 낮은 편으로 향후 소비량이 더 늘어날 가능성이 농후하다. 참고로 세계 최고 수준인 독일의 1인당 연간 맥주소비량은 110리터 수준이다.

2008 상위 15개 맥주제품

단위 : 백만 헥토리터

순위	제품명	회사명	본사위치	판매량		증감 07-08	점유율(세계시장)	
				2007	2008		2007	2008
1	Budweiser	Anheuser-Busch Inbev	미 국	90.4	91.0	0.7%	5.4%	5.3%
2	Snow	China Resources	중 국	51.2	61.0	19.1%	3.0%	3.6%
3	Skol	Anheuser-Busch Inbev	브라질	35.4	35.6	0.5%	2.1%	2.1%
4	Miller	SABMiller	미 국	34.8	33.7	-3.0%	2.1%	2.0%
5	Corona	Grupo Modelo	멕시코	32.3	32.4	0.3%	1.9%	1.9%
상위5개사 소개				244.0	253.7	3.9%	14.5%	14.8%
6	Heineken	Heineken	네덜란드	28.0	29.1	4.0%	1.7%	1.7%
7	Brahma	Anheuser-Busch Inbev	브라질	26.6	27.9	5.0%	1.6%	1.6%
8	Coors	Molson Coors Brewing	미 국	25.0	26.1	4.5%	1.5%	1.5%
9	Tsingtao	Qingdao Brewing	중 국	19.3	24.2	25.4%	1.1%	1.4%
10	Asahi	Asahi Brewery	일 본	23.7	23.0	-3.1%	1.4%	1.3%
상위10개사 소개				366.6	384.0	4.7%	21.8%	22.5%
11	Yanjing	Beijing Yanjing Beer Group	중 국	17.2	19.0	10.5%	1.0%	1.1%
12	Baltika	Carlsberg Breweries	러시아	16.0	19.0	18.5%	0.9%	1.1%
13	Harbin	Anheuser-Busch Inbev	중 국	15.3	16.0	4.7%	0.9%	0.9%
14	Busch	Anheuser-Busch Inbev	미 국	14.8	15.5	4.5%	0.9%	0.9%
15	Natural	Anheuser-Busch Inbev	미 국	13.8	13.9	1.0%	0.8%	0.8%
상위15개사 소개				443.7	467.3	5.3%	26.3%	27.3%

※ Light 맥주 및 기타 연관 제품 포함

세계 판매량 상위 15개 맥주제품 중 4개가 중국제품('설화(Snow)', '칭타오(Tsingtao)', '연경(Yanjing)',

'하얼빈(Harbin)'이며, 이중 하얼빈맥주(+5%)를 제외한 3개 제품의 2008년 판매량이 2007년에 비해 두자리수 이상의 신장률을 기록하였다.

한편 중국과 함께 신흥맥주시장의 대표주자로 꼽히던 러시아의 경우 2008년 소비량이 2007년에 비해 소폭 감소(-0.5%)하였다. 러시아에서 맥주소비가 감소한 것은 11년 만에 처음으로 러시아내 경기불안이 영향을 미친 것으로 보인다. 이와 같은 시장침체속에서도 칼스버그의 '발티카' 맥주는 전년대비 18.5%의 매출신장을 기록하였다.

세계 2위 맥주시장인 미국에서는 2008년 2억 4,130만 헥토리터의 맥주가 소비되며 전년과 비슷한 수준을 유지하였다. 그러나 미국맥주시장 역시 세계 경기불황에서 자유로울 수는 없었으며, 그 결과로 맥주 수입량이 17년 만에 감소하였다. 세계 4위 시장인 브라질의 경우 전년에 비해 소비량이 1.4% 증가하며 상승세를 이어갔다. 브라질의 경우 세계 경기침체의 영향을 더 받은 국가에 속해, 맥주시장 역시 상승세를 이어갈 수 있었다. 한편 브라질 맥주시장은 안호이저부시-인베브가 2/3 가량을 차지하고 있다.

맥주제조사에 있어 2008년은 힘들었던 한해였다. 많은 국가에서 맥주소비가 감소했으며, 맥주 원료가격의 상승으로 맥주사들의 수익감소를 감수해야만 했다. 2009년 세계 경기는 회복세에 접어들었으나, 맥주시장에는 여전히 많은 어려움이 산재해 있다. 그러나 글로벌 맥주제조사들은 신흥시장에서의 선전과 기존 주류시장에서의 만회를 통해 어려움을 극복해 나갈 수 있을 것이다.

| 보드카 |

2008년 세계 보드카시장은 경제위기에도 불구하고 성공적인 한해를 보냈다. 2008년 전 세계 보드카 소비량은 3억 5,340만 상자(1상자=9Liter)로 2007년에 비해 1.5% 증가하였다. 이는 경제위기로 인해 타 주종의 소비가 감소한데 비하면, 실로 엄청난 결과이다.

전 세계 보드카 소비는 미국에서 주도하고 있는 고가의 프리미엄 보드카와 동유럽위주의 상대적으로 저렴한 로컬 보드카 소비로 나누어진다.

최근 미국, 유럽에서의 인기에 힘입어 프리미엄 보드카판매가 크게 늘고 있으나 소비량면에 있어서는 여전히 로컬 보드카가 프리미엄 보드카를 크게 앞서있는 상황이다.

세계 프리미엄 보드카의 경우 일부 대형 업체들이 시장을 석권하고 있다. 프리미엄 보드카 시장에서 상위 15개 제품이 차지하는 비중은 72%에 달한다. 2008년 세계 상위 15개 프리미엄 보드카제품은 전년대비 평균 6.2%의 판매량 증가를 기록했으며, 이중 7개 제품이 10% 이상의 판매신장을 기록하였다. 또한 15개 제품 중 판매량이 감소한 제품은 '스톨리치냐야(Stolichnaya)' 뿐이며, 그나마 판매하락률이 전년대비 1% 수준밖에 되지 않는다.

세계 1위 프리미엄 보드카 소비국은 미국으로 전체 프리미엄 보드카 소비의 약 60%가 미국에서 이루어지고

2008 세계 상위 15개 보드카 제품

단위 : 백만상자 (1상자=9Liter)

순위	제품명	제조사	판매량			증감(%)
			2006	2007	2008	07-08
1	SMIRNOFF	Diageo	22.6	24.3	25.5	3.6%
2	GREEN MARK	Russian Alcohol Group	5.2	8.1	12.0	47.2%
3	ABSOLUT	Pernod Ricard	9.9	10.7	10.7	-
4	KHORTY TSA	Khortytza Distillery	8.1	9.4	9.5	0.6%
5	NEMIROFF	Nemiroff Vodka Co	7.8	9.1	8.6	-5.9%
상위5개 제품 소계			53.5	61.7	65.9	6.9%
6	KHLIBNY DAR	Bayadera Group	1.5	3.6	6.6	85.8%
7	PYAT OZER	Alcohol Siberian Group	2.4	6.0	6.5	8.3%
8	PUTINKA	Vinexim Group	5.1	5.4	6.2	15.5%
9	OLIMP	Olimp Corp	4.0	5.2	5.0	-5.0%
10	STOLICHNAYA	SPI/Pernod Ricard	4.8	4.9	4.8	-2.0%
상위10개 제품 소계			71.4	86.7	95.0	9.5%
11	SV	Soyuz-Victan	6.2	4.6	4.5	-3.5%
12	MYAGKOV	Synergy Group	1.7	2.4	4.2	71.0%
13	ABSOLWENT	Polmos Bialystok	4.0	4.1	4.2	1.2%
14	GREY GOOSE	Bacardi	3.0	3.6	3.6	1.0%
15	RUSSKIY RAZMER	Veda Group	4.4	4.3	3.3	-23.2%
상위15개 제품 소계			90.8	105.8	114.7	8.4%
기타 제품			245.5	242.2	238.7	1.5%
총 계			336.3	348.0	353.4	1.5%

※ 자료 : Impact Databank

2008 상위 10개 프리미엄 보드카 소비국

단위 : 백만상자 (1상자=9Liter)

순위	국가	소비량			증감(%)		세계시장 점유율		
		2006	2007	2008	06-07	07-08	2006	2007	2008
1	미 국	50.4	54.0	55.9	7.1%	3.5%	58.5%	58.8%	59.1%
2	영 국	7.5	8.0	8.1	7.0%	1.5%	8.7%	8.7%	8.6%
3	브라질	4.7	4.7	5.0	-	6.5%	5.5%	5.1%	5.3%
4	캐나다	3.9	4.1	4.1	6.0%	-1.5%	4.5%	4.5%	4.3%
5	독 일	3.2	3.4	3.2	7.0%	-6.5%	3.7%	3.7%	3.3%
상위5개국 소계		69.7	74.2	76.1	6.6%	2.8%	81.1%	80.8%	80.7%
6	핀란드	2.3	2.4	2.4	4.0%	-	2.6%	2.6%	2.5%
7	러시아	1.6	2.0	2.4	30.0%	16.0%	1.8%	2.2%	2.5%
8	프랑스	1.7	1.9	2.0	9.5%	6.5%	2.0%	2.1%	2.1%
9	남아공	1.6	1.6	1.6	3.5%	2.0%	1.8%	1.7%	1.7%
10	멕시코	1.3	1.4	1.4	10.6%	-0.9%	1.5%	1.5%	1.5%
상위10개국 소계		78.0	83.5	86.0	7.0%	3.0%	90.9%	90.9%	91.0%
기타국가		7.8	8.3	8.5	6.2%	2.3%	9.1%	9.1%	9.0%
총 계		85.9	91.8	94.5	7.0%	3.0%	100.0%	100.0%	100.0%

※ 자료 : Impact Databank

있으며, 그 뒤를 영국, 브라질, 캐나다, 독일, 핀란드, 러시아 순으로 러시아 등이 잇고 있다.

2008년 미국의 프리미엄 보드카 소비는 경제위기에도 불구하고 전년대비 3.5% 증가하며 그 인기를 계속 이어 갔다.

미국내 1위 제품은 디아지오(Diageo)의 '스미노프(Smirnoff)' 로 2위인 '엡솔루트(Absolut)' 에 두배 가량 많은 판매를 기록하고 있다. 페르노리카(Pernod Ricard)의 엡솔루트 역시 변화없이 2위 자리를 유지하고 있으나 2007년 대비 판매량이 5.9% 감소하였다. 페르노리카측은 이번 판매량 감소를 기존 엡솔루트 판매사였던 포춘브랜드(Fortune Brands)가 재고처분을 위해 가격을 대폭 인하하였고, 페르노리카가 브랜드 인수 후 가격 재정비를 통해 가격을 기존 수준으로 인상한 결과가 판매량에 영향을 미친것으로 보고 있다. 뿐만 아니라 타 제품에 비해 유흥업소용(음식점, 주점)의 소비비율이 높은 엡솔루트가 경제위기로 인해 가정용주류의 판매가 늘어남에 따라 타격을 입게 된 것으로 보는 시각도 있다.

2008 상위 1개 보드카 제품 (미국)

단위 : 백만상자 (1상자=9Liter)

순위	제품명	제조사	판매량			증감(%)	
			2006	2007	2008	06-07	07-08
1	SMIRNOFF	Diageo	8.5	9.3	9.3	9.1%	0.4%
2	ABSOLUT	Pernod Ricard	4.9	5.0	4.7	2.5%	-5.9%
3	GREY GOOSE	Bacardi	2.7	3.3	3.5	25.0%	4.1%
4	SKYY	Skyy Spirit (Campari)	2.3	2.3	2.5	2.0%	7.1%
5	SVEDKA		1.0	1.6	2.1	56.1%	32.4%
상위5개 제품 소계			19.4	21.6	22.1	11.3%	2.6%
6	STOLICHNAYA	Pernod Ricard	2.1	2.2	2.1	4.5%	-6.2%
7	MCCORMICK	McCormick Distilling Co	2.0	2.0	2.0	-	1.3%
8	POPOV	Diageo	1.8	1.8	1.9	0.6%	5.5%
9	KETEL ONE	Diageo	1.8	1.8	1.8	4.3%	-3.0%
10	BARTON	Sezerac Co	1.6	1.7	1.7	6.0%	2.8%
총 계			29.5	32.6	33.6	10.3%	3.2%

※ 자료 : Impact Databank

엡솔루트의 유흥업소용대 가정용 판매비율은 35% : 65% 수준으로 타 제품평균인 25% : 75%에 비해 유흥업소용 판매 비중이 높은 편이다. 고급화 전략으로 미국시장에서 선풍적인 인기를 끌었던 바카디의 '그레이 구스(Grey Goose)' 의 판매는 2007년(전년대비 25% 증가)에 이어 2008년(4.1% 증가)에도 증가세를 이어갔다.

한편 컨스텔레이션(Constellation Spirits)의 '스베드카(Svedka)' 는 2년 연속 30%이상의 높은 판매증가율을 기록하며, 2006년 미국내 프리미엄 보드카 판매량 순위 10위에서 2년 만에 5위로 올라섰다.

유럽에서는 영국과 프랑스의 보드카 소비가 증가한 반면 독일에서는 소비가 감소했다. 세계 2위 프리미엄 보드카 시장인 영국에서는 2008년 810만 상자의 프리미엄 보드카가 소비되었으며, 이는 2007년에 비해 1.5% 증가한

2008 상위 4개 보드카 제품 (영국)

단위 : 백만상자 (1상자=9Liter)

순위	제품명	제조사	판매량			증감(%)	
			2006	2007	2008	06-07	07-08
1	SMIRNOFF	Diageo	3,410	3,815	3,805	11.9%	-0.3%
2	GLEN'S	Glen Cartine	1,670	1,705	1,800	2.1%	5.5%
3	VLADIVAR	Maxxium UK	400	400	375	-	-5.5%
4	ABSOLUT	Maxxium UK	215	325	350	50.5%	8.0%
상위4개 제품 소계			5,695	6,245	6,330	9.6%	1.4%
기타제품			1,805	1,780	1,820	-1.3%	2.0%
총 계			7,500	8,025	8,150	7.0%	1.5%

※ 자료 : Impact Databank

양이다. 세계 프리미엄 보드카 시장에서 영국이 차지하는 비중은 약 8.6% 수준이다.

유럽 최대 경제대국중 하나인 독일은 세계 경제위기의 영향을 크게 받았으며, 이 여파로 보드카 소비 역시 감소하였다. 2006년에서 2007년 사이 7%의 소비증가를 기록했던 독일의 프리미엄 보드카 시장은 2007년에서 2008년에는 마이너스 6.5%를 기록하며 감소세로 돌아섰다.

보드카의 종주국인 러시아에서는 가파른 경제성장과 더불어 고급 보드카의 수요가 증가하고 있다. 2006년 160만 상자 수준이었던 러시아의 프리미엄 보드카 시장은 2008년 240만 상자로 증가하였다. 러시아내의 고급주류 선호가 지속되고 있어 프리미엄 보드카 소비는 지속적으로 증가할 것으로 보이며, 반면 로컬 보드카의 소비는 다소 주춤할 것으로 예상되고 있다.

전 세계적으로 주목받고 있는 신흥주류시장 중국과 인도에서는 보드카가 큰 인기를 끌고 있지는 못하다. 인도는 전통적으로 위스키와 같은 Brown spirits를 선호하는 국가이다. 그러나 최근에는 보드카판매가 증가하고 있는데, 2008년 인도의 보드카 소비량은 570만 상자로 전년에 비해 약 22% 증가하였다.

중국의 경우 아직 보드카시장이 활성화되어 있지 않은 상황이지만, 전통적으로 보드카와 유사한 White spirits인 바이주(백주)에 익숙한 중국인들의 음주패턴을 감안할 때 중국은 무시할 수 없는 시장이다.

전 세계를 강타한 경제위기속에서도 꿋꿋하게 살아남은 보드카의 인기가 향후에도 지속될지 세계 주류업계 종사자들의 관심이 집중되고 있다.

〈출처〉 Impact 지 2009년 7,9월호