

세계 주류시장 동향 - 샴페인

기획조사팀

샴페인은 고급스러운 이미지와 소비패턴의 영향으로 경제상황에 가장 빠르게 소비량이 변화하는 특성을 지니고 있다. 최근의 세계 경제위기는 경기와 샴페인 소비관의 상관관계를 다시 한번 증명해 보였다.

2007년 2,822만 상자가 소비되며 사상 최대치를 기록했던 샴페인 소비는 경제위기 직후인 2008년 2,687만 상자로 감소하였으며, 2009년에는 2,444만 상자까지 떨어졌다. 2010년 세계 경기가 현상유지 단계로 들어서자 상승세로 돌아서 2,662만 상자로 반등했으며, 2011년에는 2,691만 상자 소비 증가세를

세계 샴페인 판매량 상위 10개 제품

단위 : 1,000상자(상자 = 9Liter)

순위	제품명	제조사	판매량			증감(%)	
			2009	2010	2011	09-10	10-11
1	Moet & Chandon	LVMH	2,415	2,725	2,750	13.0%	1.0%
2	Veuve Clicquot	LVMH	1,190	1,315	1,340	10.5%	2.0%
3	Nicolas Feuillatte	Centre Vinicole-Champagne	585	680	800	16.4%	17.7%
4	Mumm	Pernod Ricard	600	635	650	6.1%	2.6%
5	Laurent-Perrier	Veuve Laurent-Perrier & Co	485	535	615	10.3%	15.6%
상위 5개 제품 소계			5,265	5,885	6,160	11.8%	4.6%
6	Piper Heidsieck	Champagnes P&C Heidsieck	410	510	450	24.3%	-11.3%
7	Pommery	Vranken-Pommery Monopole	415	450	445	8.0%	-1.0%
8	Lanson	Lanson-BCC	350	400	375	13.5%	-5.5%
9	Mercier	LVMH	375	375	360	0.5%	-4.0%
10	Taittinger	Champagne Taittinger	325	350	350	7.5%	-
상위 10개 제품 소계			7,140	7,965	8,140	11.6%	2.2%
기타제품			17,305	18,660	18,770	7.8%	0.6%
총 계			24,445	26,625	26,915	8.9%	1.1%

이어나갔다.

2011년 세계 샴페인 판매량 상위 5개 제품 모두 2010년에 비해 판매량이 증가하였다. 반면 6위에서 10위 사이의 제품들은 판매가 부진하였다. 상위 10개 제품의 판매는 전년대비 평균 2.2% 증가하였다. 이는 전체 제품 평균 증가율인 1.1%에 비해 높은 수치이다.

제품별로는 세계 1위 샴페인 제품인 LVMH(Louis Vitton Moet Hennessy)의 '모에 상동(Moet & Chandon)'이 2011년 275만 상자가 판매되며 전년에 비해 1%의 판매증가를 기록했다. 모에 상동은 2010년 판매량이 전년에 비해 크게(13%) 증가한바 있으며, 2011년에는 숨고르기에 들어간 것으로 분석된다. LVMH의 또 다른 주력 제품이자 세계 2위인 '빅브 클리코(Veuve Clicquot)' 역시 전년대비 2% 증가하였다. 세계

샴페인 시장의 강자인 LVMH는 9위 제품인 '메르시에(Mercier)'를 보유하고 있기도 하다.

3위 'Nicolas Feuillatte'와 5위 'Laurent-Perrier'는 각각 17.7%, 15.6%의 증가율을 기록하며 2년 연속 좋은 실적을 거두었다.

전 세계 샴페인 판매량 증가는 샴페인 매출액 증가로 이어지고 있다. 사실 샴페인 업체들은 경제위기로 인해 수요가 감소하면서 제품 가격 인하를 감행한 바 있으며, 이와 같은 조치로 인해 샴페인 제품에 대한 고급스러운 이미지가 장기간 타격을 입지는 않을까 업계는 고심했었다. 그러나 샴페인 매출액은 판매 증가율 보다 더 큰 폭으로 신장하고 있다. 2010년 전년 대비 8.6%를 기록했던 샴페인 매출액은 2011년에는 6.3% 신장

세계 샴페인 소비량 상위 20개 국가

단위 : 1,000상자(1상자 = 9Liter)

순위	국가	소비량							증감(%)
		2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	10-11
1	프랑스	14,842	15,085	15,649	15,101	15,064	15,417	15,137	-1.8%
2	미국	3,064	3,254	3,254	2,999	2,544	2,957	2,878	-2.7%
3	영국	1,724	1,930	1,810	1,433	1,046	1,411	1,614	14.4%
4	독일	997	1,024	1,076	964	912	1,109	1,184	2.9%
5	벨기에	782	775	829	826	681	734	797	8.5%
상위 5개 국가 소계		21,409	21,880	22,619	21,323	20,246	21,628	21,609	-0.3%
6	일본	495	668	764	694	428	622	664	6.7%
7	이탈리아	736	774	862	787	567	599	636	6.3%
8	스위스	426	454	506	453	404	454	474	3.4%
9	호주	191	246	276	304	244	307	405	31.9%
10	스페인	236	299	381	341	248	307	307	-0.1%
상위 10개 국가 소계		23,493	24,319	25,408	23,902	22,138	23,917	24,095	0.5%
11	스웨덴	115	129	173	171	162	189	202	6.6%
12	네덜란드	265	307	340	293	228	206	197	-4.3%
13	캐나다	102	113	123	124	89	118	132	12.6%
14	과들로프	127	139	136	139	116	139	129	-6.9%
15	싱가포르	64	78	94	103	96	101	121	20.2%
상위 15개 국가 소계		24,208	25,114	26,289	24,736	22,839	24,692	24,877	0.7%
16	홍콩	54	70	76	86	71	104	120	15.1%
17	마르티니크	107	107	111	107	107	123	119	-2.9%
18	U A E	56	69	82	113	70	98	116	18.3%
19	러시아	44	61	86	109	48	90	112	24.5%
20	중국	28	42	55	75	48	92	110	19.4%
상위 20개 국가 소계		24,455	25,435	26,682	25,222	23,173	25,222	25,453	0.9%
기타국가		1,170	1,371	1,543	1,649	1,271	1,403	1,461	4.1%
총계		25,625	26,806	28,226	26,871	24,444	26,626	26,914	1.1%

한 44억 유로를 기록했다. 이는 판매증진을 위한 샴페인 가격 할인이 사라지고 원래 가격대로 회복되었음을 보여주고 있다. 또한 경기 회복으로 인한 샴페인 수요 증가에 비해 공급량은 한정되어 있으며 생산비용의 증가로 인해 향후 샴페인 가격은 증가할 것으로 전망되고 있다.

국가별로 보면 샴페인 생산국인 프랑스에서 1,513만 상자로 가장 많이 소비되었다. 이는 전 세계 소비량의 56%에 해당되는 양이다. 프랑스에서는 소규모 업체에서 생산한 비유명 브랜드의 샴페인이 많이 소비되고 있다. 이에 유명 제품들의 판매가 대부분을 차지하는 다른 국가들과 달리 상위 제품들이 전체 소비량에서 차지하는 비중이 매우 적은 편이다. 2011년 프랑스의 샴페인 소비는 소폭(-1.8%) 감소하였다.

반면 3위 소비국인 미국에서는 2011년 161만 상자가 소비되며 전년에 비해 14.4% 증가하였다. 미국에서는 2006년 193만 상자로 샴페인 소비 최고점을 기록한 후 2009년 104만 상자까지 소비가 감소했으나 경기가

프랑스 샴페인 판매량 상위 6개 제품

단위 : 1,000상자(1상자 = 9Liter)

순위	제품명	제조사	판매량			증감(%)	
			2009	2010	2011	09-10	10-11
1	Nicolas Feuillatte	Centre Vinicole-Champagne	360	410	450	14.6%	9.7%
2	Moet & Chandon	LVMH	350	350	350	1.0%	-1.0%
3	Mercier	LVMH	325	325	310	-	-4.5%
4	Mumm	Pernod Ricard	300	300	300	0.5%	-
5	Pommery	Vranken-Pommery Monopole	180	175	175	-1.5%	-2.0%
6	Laurent-Perrier	Veuve Laurent-Perrier & Co	160	165	170	4.8%	2.5%
상위 6개 제품 소계			1,665	1,725	1,750	3.7%	1.3%
기타제품			13,400	13,690	13,385	2.2%	-2.2%
총 계			15,065	15,415	15,135	2.3%	-1.8%

영국 샴페인 판매량 상위 5개 제품

단위 : 1,000상자(1상자 = 9Liter)

순위	제품명	제조사	판매량			증감(%)	
			2009	2010	2011	09-10	10-11
1	Moet & Chandon	LVMH	375	400	400	7.0%	0.5%
2	Lanson	Lanson-BCC	150	175	170	18.0%	-2.0%
3	Veuve Clicquot	LVMH	125	150	150	19.0%	2.0%
4	Laurent-Perrier	Veuve Laurent-Perrier & Co	79	99	130	25.9%	31.1%
5	Nicolas Feuillatte	Centre Vinicole-Champagne	46	69	110	51.4%	57.2%
상위 5개 제품 소계			770	890	960	15.6%	8.1%
기타제품			1,775	2,070	1,915	16.6%	-7.3%
총 계			2,545	2,955	2,880	16.3%	-2.7%

회복됨에 따라 큰 폭으로 소비가 증가하고 있다. 미국에서는 샴페인 소비가 증가함에 따라 소비금액도 늘고 있는데, 2011년 총 4억 5,260만 US달러의 샴페인 매출액을 기록했다. 이는 전년에 비해 13% 증가한 것이다.

미국에서는 LVMH의 '모에상동'과 '뵈브 끌리코'가 1, 2위를 기록하고 있으며, 페르노리카의 '뵈리에 주

엣(Perrier-Jouet), 'Nicolas Feuillatte', '파이퍼 하이직(Piper Heidsieck)' 순으로 샴페인이 많이 소비되고 있다. 이중 Nicolas Feuillatte의 경우 2011년 판매량이 5만 9천 상자를 기록하며 전년 대비 51.4% 증가하였다. 미국에서는 지난 몇 년간 경제위기로 인해 주점에서의 주류소비가 줄고 가정에서의 소비가 증가했다. 그러나 최근 들어 업소용 주류의 소비가 늘어나고 있다. 업계에 따르면 2012년 미국의 업소용 주류판매가 2.4% 증가할 것으로 전망하고 있으며, 와인의 경우 3.5% 증가를 기대하고 있다.

샴페인 산업에 있어 서유럽과 북미 이외의 지역은 향후 풍부한 발전 가능성을 가진 시장이다. 아시아 지역에서 일본의 경우 판매량과 매출액 모두 성공적으로 자리를 굳힌 곳이다. 일본은 판매량 기준 세계 6위에 올라 있으며, 고급 샴페인 선호에 따라 높은 매출액을 기록하고 있다.

호주의 경우 꾸준히 판매가 늘고 있는 지역으로 2011년 40만 상자의 판매를 기록, 세계 9위에 올랐으며

미국 샴페인 판매량 상위 5개 제품

단위 : 1,000상자(1상자 = 9Liter)

순위	제품명	제조사	판매량			증감(%)	
			2009	2010	2011	09-10	10-11
1	Moët & Chandon	LVMH	385	405	410	5.0%	1.3%
2	Veuve Clicquot	LVMH	345	365	365	6.3%	-0.4%
3	Perrier-Joué	Pernod Ricard	62	68	71	9.7%	4.4%
4	Nicolas Feuillatte	Centre Vinicole-Champagne	40	39	59	-2.9%	51.4%
5	Piper Heidsieck	Champagnes P&C Heidsieck	50	50	50	-	-
상위 5개 제품 소계			880	930	955	5.2%	2.9%

31.9%의 높은 성장률을 보였다.

아시아 지역의 주목받는 신흥시장인 중국, 홍콩, 싱가포르를 각각 19.4%, 15.1%, 20.2%의 판매 증가를 기록했으며, 3개 국가 모두 상위 20개 샴페인 소비국에 포함되었다. 특히 중국에서는 최고급 샴페인의 판매비중이 높은 것으로 조사되었다. 최근에는 아랍에미리트도 주요 샴페인 시장으로 각광받고 있는데, 이는 아랍에미리트의 고급 휴양 시설들과 연계되어 최고급 샴페인들이 많이 소비되고 있다. 2011년 아랍에미리트의 샴페인 판매량은 11만 상자였으며, 전년에 비해 18.3% 증가하였다. 매출액의 경우 전년 대비 24.5% 신장하였다.

이외에도 러시아, 브라질 등의 신흥시장에서 샴페인 수요가 급증하고 있으며, 최근에는 멕시코, 나이지리아와 같은 새로운 시장도 개척하고 있다. 샴페인 업계는 새로운 시장 진입에 있어 가장 큰 어려움은 다른 종류의 스파클링와인들과 차별화하는 것이라고 말한다. 스투만테, 카바, 켄트 등의 스파클링와인과 차별화하고 샴페인만의 고급스러운 이미지를 고객들에게 인식시켜야만 다소 고가의 샴페인을 고객들이 선택한다는 것이다.

샴페인 업계는 올해 샴페인 가격 상승이 전망되고 있어, 샴페인 업계에 있어서는 캘리포니아산 스파클링와인, Cava, Prosecco 등과 경쟁이 심화될 것으로 전망하고 있다. 그리고 유럽지역의 경기 악화도 고려해야 하기 때문에 쉽지 않은 한해가 될 것으로 예상된다. 따라서 프랑스, 영국 등의 기존 시장의 안정화와 신흥시장에서의 수요확대가 절실히 요구되고 있다. 😊

※ 이 자료는 프랑스 샤파뉴 지역에서 생산된 샴페인 제품만을 대상으로 하고 있으며, 이외 지역에서 생산된 스파클링와인(스투만테, 카바, 켄트 등)은 제외되었음

〈출처〉 'Impact' 지 2012년 6월호