

비알코올 시장 진출에 박차 가하는 오비맥주

“카스0.0 이어 호가든까지…오리지널 맛 그대로”

맥주 제조 마지막에 알코올만 제거 ‘카스0.0’, 500ml 캔 라인업 확장 ‘진짜에 취하는…」 신규 캠페인 눈길 호가든 제로, 특유의 풍성한 맛 살려 버드와이저도 비알코올 버전 선포



▲호가든 제로(왼쪽)와 버드와이저 제로

오비맥주가 맥주 성수기인 여름 시즌을 맞아 비알코올 시장 진출에 박차를 가하고 있다. 알코올 함량이 1% 미만인 경우 비알코올, 알코올이 전혀 없는 경우 무알코올에 해당한다. 국내 주세법상 알코올 함량이 1% 미만인 경우 주류가 아닌 음료로 구분한다. 술이 아닌 음료로 분류돼 온라인 주문이 가능한 것이 장점이다. 또 코로나19가 낳은 혼술과 흡술 문화 확산으로, 과음 대신 집에서 가볍게 음주를 즐기려는 문화가 2030 MZ세대를 중심으로 확산된 것도 긍정적 영향을 미쳤다. 여기에 기술 발달에 따른 맛 개선도 인기 요인이다. 그간 비알코올 맥주는 기존 맥주와 달리 맛이 밍밍하다는 평가가 대부분이었다. 하지만 최근에는



오비맥주가 알코올 함량이 1% 미만인 비알코올 시장 진출에 주력하고 있다. 카스0.0의 신규 광고 캠페인 ‘진짜에 취하는 시간’.

●알코올만 추출해 맥주 맛 살려 선두주자는 카스0.0(제로)다. 도수 0.05% 미만인 비알코올 제품이지만 맥주 고유의 짜릿하고 청량한 맛을 그대로 느낄 수 있다. 발효과정 없이 맥아 엑기스에 홉과 향을 첨가하는 기존 형태와 달리, 일반 맥주와 같은 원료를 사용하고 동일한 발효 및 숙성 과정을 거친다. 이후 마지막 여과 단계에서 ‘스마트 분리법’을 통해 알코올만 추출한다. 여름 시즌을 맞아 기존 355ml 캔에 이어 500ml 캔으로 라인업을 확장했다. 신규 광고 캠페인 ‘진짜에 취하는 시

간’도 인기다. 맥주 한 잔의 즐거움이 필요하지만 알코올은 부담스러운 때 카스0.0를 마시며 ‘진정으로 즐기는 것에 진짜 취한다’는 메시지를 전한다. 선풍기 바람을 가르며 실내 모터사이클을 신나게 즐기는 남성들이 등장하는 ‘모터사이클’편과 집에서 화려한 파티를 즐기며 심취한 여성들을 유쾌하게 그려낸 ‘후론 서트’편으로 구성했다. 알코올 없이 카스의 상쾌함이 담긴 카스0.0를 즐기며 분위기에 취한 MZ세대의 모습을 통해, 알코올 부담 없이 맥주 한 잔이 주는 즐거움을 표현했다. 회사 측은 “비알코올 제품 수요가 늘고 있는 만큼, 소비트렌드에 맞춰 카스0.0만의 차별화된 매력을 알리기 위해 다양한 마케팅을 선보일 것”이라고 했다.

●호가든과 버드와이저도 가세 오비맥주의 수입맥주 브랜드에도 비알코올 바람이 불고 있다. 벨기에 밀맥주 호가든은 5월23일 ‘호가든 제로’를 출시했다. 도수 0.05% 미만이지만 호가든 밀맥주 특유의 부드럽고 풍성한 맛을 그대로 느낄 수 있다. 호가든 밀맥주와 같은 원료를 사용해 동일한 발효 및 숙성 과정을 거치고, 마지막 여과 단계에서 알코올만 추출하는 방식이다. 호가든 측은 “밀맥주 맛을 즐기고 싶지만 알코올에 취약한 소비자에게 제격이다. 알코올 음용이 부담스러운 상황에서 적합한 대안이 될 수 있다”며 “밀맥주 리딩 브랜드로서 차별화된 브랜드 경험을 제공하기 위해 끊임없는 혁신을 이어갈 것”이라고 했다. 또 버드와이저의 비알코올 버전 ‘버드와이저 제로’도 7일 국내에 상륙했다. 2016년 캐나다에서 첫선을 보인 이래 미국, 영국, 브라질 시장에서도 잇따라 성공적으로 안착한 바 있다. 버드와이저 맥주 특유의 부드럽고 깔끔한 풍미가 특징이다. 버드와이저와 동일한 원료와 발효 과정으로 제조해 오리지널 맥주 본연의 맛을 그대로 살렸다. 너도밤나무 조각들을 활용한 버드와이저의 독자적 숙성방법인 ‘비치우드 에이징’도 동일하게 적용했다. 이 제품 역시 마지막 여과 단계에서 알코올만 추출해 도수는 0.05% 미만이다. 버드와이저 측은 “브랜드의 자유분방하고 역동적인 이미지를 바탕으로 언제 어디서든 버드와이저 제로를 즐길 수 있도록 스포츠 및 문화 공연과 연계한 다양한 활동을 선보일 것”이라며 “비알코올 시장에서도 새로운 강자로 자리매김할 것”이라고 했다.

정정욱 기자 jjay@donga.com



매일유업 상하치즈, ‘지방을 낮춘 고단백치즈’ 출시 매일유업의 치즈 브랜드 상하치즈가 ‘지방을 낮춘 고단백치즈’를 내놓았다. 단백질 함량을 강화한 슬라이스 치즈다. 일반 슬라이스 치즈 대비 단백질 함량은 40% 높고 지방 함량은 30% 낮췄다. 면역 기능에 도움을 주는 아연을 장당 1.5mg 추가했다. 또 소화 흡수율이 높은 우유 단백질을 사용해 성장기 아이는 물론 단백질이 필요한 성인 영양 간식으로도 제격이다.



LG생활건강 ‘프레시안’

LG생건, 비건 뷰티 ‘프레시안’ 론칭

MZ세대 겨냥…모든 제품이 비건 인증 받아 바이오 펩트 상사·옥수수 전분 퍼프 등 적용

LG생활건강이 비건 뷰티 브랜드 ‘프레시안(freshian)’을 론칭했다. 모든 제품이 비건 인증을 받았으며, 가치소비를 추구하는 2030 MZ세대 고객을 타깃으로 했다. 무화과, 마데카소사이드, 히알루론산 5종 성분을 함유했다. 또 사탕수수 원료로 만든 바이오 펩트 상사, 옥수수 전분으로 만든 퍼프 등을 적용해 환경에 미치는 영향을 최소화했다. 프레시안의 메이크업 제품은 촉촉한 피부 표현과 자연스러운 커버를 동시에 완성해준다. 쿠션, 립밤, 프라이머, 섀도 등 구성했으며, 연내 아이 메이크업, 립스틱, 파운데이션 등으로 품목을 확장할 계획이다. 회사 측은 “LG생활건강에서 전 제품 비건 인증을 받은 브랜드를 선보인 건 이번이 처음”이라며 “제품 안전성은 물론 패션, 문화, 환경 등 다방면에서 고객 라이프스타일에 스며드는 브랜드로 키울 것”이라고 했다.

정정욱 기자

대한항공, 7월부터 라스베이거스 운항 재개

밀라노·비엔나도 운항…인근 지역여행 수월

대한항공은 7월부터 장거리 주요 관광노선 운항을 순차적으로 재개한다. 운항 재개 노선은 라스베이거스, 밀라노, 비엔나 3개 노선이다. 라스베이거스 노선은 10일부터 운항을 재개한다. 에어버스 A330-200 기종을 투입해 매주 수, 금, 일 3회 운항한다. 이탈리아 제2의 도시 밀라노는 7월1일부터 수, 금, 일 주 3회 운항한다. 오스트리아 수도인 유럽의 관광 명소 비엔나도 7월1일부터 수, 금, 일 주3회 운항을 재개한다. 대한항공의 3개 노선 운항 재개에 따라 인근 지역의 여행도 한층 수월해질 전망이다. 라스베이거스의 경우 그랜드캐년까지 차량으로 3시간 정도 밖에 걸리지 않고 밀라노는 스위스까지 육로 이동이 가능하다. 비엔나는 체코나 크로아티아 연계관광을 할 수 있다. 운항 재개를 기념해 보너스 항공권 프로모션도 실시한다. 대한항공은 해외여행 수요회복 추이를 감안해 중단 중인 노선의 운항 재개를 순차적으로 검토해나간다는 계획이다.

김재범 기자 oldfield@donga.com

서울관광재단, 서울시민관광 아카데미 진행



서울관광재단은 28일부터 ‘서울시민관광 아카데미’(사진)를 진행한다. 서울 소재 관광업 종사자 및 예비종사자, 서울 시민 대상의 관광 트렌드, 디지털 역량 강화, 여가/관광강좌다. ‘서울시민관광 아카데미’ 홈페이지에서 서울시민 대상으로 140명을 모집한다. 관광 트렌드 교육 ‘뉴노멀 시대의 새로운 관광 비즈니스 기회를 찾다’는 6월부터 11월까지 매달 1회씩 실시한다. 7월 12일부터는 ‘관광산업 디지털 역량 교육’과 ‘여가/관광 강좌’도 진행한다.

편집 | 신하늬 기자 mythuki@donga.com

‘신성장 동력’ 롯데바이오로직스 공식 출범…77년생 이원직, 초대 수장으로

이 대표, 셀트리온·삼바 론칭 경험 오는 美바이오 행사서 첫 대외활동 롯데, 바이오에 2조5000억 원 투자



이원직 대표

롯데의 신성장 동력으로 꼽히는 바이오 의약품 계열사 롯데바이오로직스가 9일 법인 등기절차를 마무리하고 공식 출범했다. 발행 주식수는 총 20만주이며, 롯데는 104억 원을 출자해 이중 16만주를 취득하고 지분비율 80%를 확보했다. 자본금은 10억 원이다. 초대 대표이사에 1977년생 이원직 롯데 지주 ESG 경영혁신실 신성장 2팀장 상무

를 선임했다. UC버클리대에서 분자세포생물학을 전공한 이 대표는 미국 제약사 BMS(브리스톨마이어스스퀘어) 근무 당시 셀트리온 CMO 프로젝트의 품질 부분을 담당했다. 2006년 한국으로 파견돼 셀트리온 GMP 시스템의 성공적인 정착과 육성에 기여했다는 평가다. 2010년 삼성에 합류해 삼성전자 신사업추진단과 삼성바이오로직스 품질팀장을 거쳐 DP사업부장을 역임했다. 한국을 대표하는 바이오기업인 셀트리온과 삼성바이오로직스의 론칭을

이끈 경험과 글로벌 제약사들과의 탄탄한 네트워크를 높게 평가했다는 후문이다. 이 대표의 첫 공식 일정은 13~16일 미국 샌디에이고에서 열리는 ‘2022 바이오 인터내셔널 컨벤션’이다. 국내·외 유수의 바이오 업체들이 대거 참가하는 글로벌 바이오산업 행사에 참가해 롯데바이오로직스의 출범을 알리고, 대외 활동에 나설 예정이다. 롯데는 신성장 동력으로 점찍은 바이오 의약품 사업에 향후 10년간 약 2조5000억 원을 투자한다. 지난달 미국 뉴욕주 시러큐스시에 위치한 BMS의 바이오 의약품 생산공장을 인수한 데 이어, 1조 원 규모의



롯데바이오로직스가 인수한 BMS의 바이오 의약품 생산공장. 사진제공 | 롯데

국내 공장 신설도 추진한다. 이를 통해 2030년까지 글로벌 바이오 CDMO(위탁개발생산) 톱10 기업으로의 성장을 목표로 정했다.

정정욱 기자

삼성, ‘MX 비전 데이’ 개최…모바일 기술 성과 공유

학술연구 활성화…우수인재 확보

삼성전자가 모바일 기술 개발을 위해 국내 대학들과의 산학협력을 강화한다. 삼성전자는 10일 국내 주요 대학 교수진과 연구원들을 수원디지털시티로 초청해 모바일 기술 관련 최신 연구 개발 결과를 공유하는 ‘제1회 MX 비전 데이’(사진)를

개최했다. 행사에는 서울대와 연세대, 카이스트, 포항공대, 한양대 등 5개 대학 22개 연구소에서 100여 명의 교수진과 연구원이 참석했다. 삼성전자는 이번 행사를 시작으로 매년 MX 비전 데이를 개최하기로 했다. 또 산업 현장에서 필요로 하는 학술 연구를 활성화하고, 우수 연구 인력을 확보하고 양



성할 수 있도록 산학 협력을 더욱 강화할 계획이다. 특히, 모바일 기술을 선도할 수 있는 우수 인재가 기업으로 진출해 역량을 펼칠 수 있도록 인재 인프라 구축과 발전

에 지속 힘을 예정이다. 노태문 삼성전자 MX사업부장(사장)은 “새로운 기술에 대한 시장과 소비자의 요구가 확대되는 상황에서 개방성을 통한 핵심기술 확보와 우수 인재 양성이 MX사업부의 핵심 가치이다”며 “지속적인 산학협력을 통해 열린 혁신을 실현하고 다양한 제품과 서비스로 미래가치를 높이는 갤럭시 생태계를 지속 진화시킬 것”이라고 말했다.

김명근 기자 dionys@donga.com