

□ 미국 소비동향

- 맥주가 와인과 증류주에게 갈 수록 소비를 빼앗기고 있음. 여전히 총 판매금액 측면에서는 맥주가 가장 인기 있는 알코올 음료, 하지만 맥주의 판매는 2009년 이후로 계속 하락하고 있음. 동시에 증류주와 와인은 판매량 측면에서 꾸준히 증가. 이러한 경향은 최근 경제 불황기에도 여전했음. 증류주와 와인 분야에서 보여주고 있는 혁신들은 소비자들의 입맛이 변하고 미국 인구의 노령화와 함께, 소비추세가 맥주에서 와인, 증류주로 변하게 함

□ 한인마켓의 품목별 소비자 반응

○ 민속주(이강주, 문배술)

- 소비자들의 인지도가 낮고 특유의 강한 향으로 거부감을 느끼는 소비층이 있음
- 민속주의 경우 대중주 형태의 일반병으로 포장하여 판매하는 것보다 선물용 고급 포장(백자병사용등)으로 선물용 구매고객을 겨냥하는 것이 좋겠다는 반응이 많음

○ 과실주(복분자, 석류주, 머루주)

- 복분자와 석류주는 대형업체의 매체광고 등을 통한 소비자인지도가 높아 소비자들이 선호하는 품목

- 머루주의 경우, 복분자주나 석류주에 비해 선호도는 떨어지나, 포도주 스타일의 선물용 제품을 찾는 소비층이 있음

○ 약주(백세주, 산사춘, 천년약속, 가을국화)

- 대부분 대형업체의 제품으로 적극적인 매체홍보와 판촉활동으로 소비자들의 반응이 가장 양호

- 소비자 중 먹어본 경험이 많은 제품군으로 할인판매행사에 동참하는 고객이 많았으며, 선물용으로 술잔세트를 곁들여 판매한 경우 인기가 높았음

○ 탁주(부자막걸리, 쌀막걸리, 포천일동막걸리)

- 교포커뮤니티 행사 및 일부 매니아층의 소비가 꾸준하나 매우 제한적

○ 중국계 마켓의 품목별 소비자 반응

- 복분자주, 매실주 등이 입점되어 있으나 아직은 마켓 진입초기단계로 소비자들의 인지도가 매우 낮아 판촉홍보의 필요

- 중국마켓 매니저들은 구정 등 중국명절에 선물용 포장으로 공급 희망하며, 생소한 소비자들이 맛을 볼 수 있는 시음기회 제공희망

- 마켓 내 시음을 위해서는 주류 통제국의 허가가 필요하며, 허가 받는데 1개월 정도 소요

○ 주류마켓 소비자 반응

- LA지역 Whole Foods Market 내에는 Sushi 코너 또는 아시안 식품코너가 점차 활성화되는 추세이며, 이에 따라 복분자주, 석류주, 오가피주 등 한국 전통주가 입점된 매장이 증가하고 있으나, 주된 소비층은 아시안계로 백인들의 관심을 끌기 시작한 단계임

- 가격 면에서는 병당 5~10달러 선에 판매되고 있어 시음과 한국적 전통주에 대한 홍보가 이루어지면 주류(main stream) 와인시장의 틈새시장을 노려볼만하다고 봄