

광동제약, 비타500 15억병 판매

2001년 출시한 후 6년만에 ... 국민 4900만명이 31명씩 마신 셈

광동제약의 마시는 비타민 음료 <비타500>이 누적 판매량 15억병을 돌파했다.

광동제약에 따르면, 비타500은 2001년 출시된 이후 6년만인 2007년 3월 현재까지 15억1600만병이 팔려나갔다.

우리나라 국민 4900만명이 한 사람당 31명씩 마신 셈이다.

그동안 판매된 비타500(병 높이 14cm)을 한 줄로 늘어놓으면 지구(둘레 4만70km)를 5.1바퀴 돌고도 남는 수량이다.

나이가 100ml 용량 기준으로 환산하면 무려 15만톤에 달해 코엑스 아쿠아리움 수족관(2300톤)을 65차례나 채울 수 있으며, 청계천을 하루 종일 흘러가는 물의 양(12만톤)보다 많다. 또 나이가가라 폭포(1분당 낙하수량 370만리터)를 40분 동안 비타500 폭포로 바뀌버릴 수 있는 양이다.

시판 첫째 53억원 매출로 출발한 비타500은 2002년 98억원, 2003년 280억원, 2004년 854억원 등에 이어 2005년 1260억원을 기록하며 1000억원대를 넘어섰다.

광동제약은 비타500의 성공이 차별화된 향과 맛 뿐만 아니라 기존의 약국 뿐만 아니라 슈퍼마켓과 편의점, 할인점, 사우나, 골프장 등으로 유통채널을 다각화하고 가수 비와 이효리 등 빅스타를 내세운 효과적인 광고 및 마케팅 전략을 펼치는 등 3박자가 맞아떨어졌기에 가능했다고 분석하고 있다.

비타500이 잘 팔리자 국내 음료 대기업을 포함해 30여곳에서 앞다투어 비슷한 제품을 내놓으며 시장에 뛰어 들었으나, 비타500은 현재 국내 비타민 음료 시장의 75% 가량을 독점하며 절대강자로 군림하고 있다.

광동제약은 해외시장 개척에도 적극 나서 현재 비타500을 미국과 중국, 타이완, 동남아, 오스트레일리아, 중동 등 전 세계 20개국으로 수출하고 있다.

광동제약은 국내시장에만 안주하지 않고 비타500을 <코카콜라>나 <레드불> 등과 어깨를 나란히 하는 글로벌 음료 브랜드로 키워나갈 계획이다. <저작권자 연합뉴스 - 무단전재·재배포 금지>

<화학저널 2007/03/22>