

70년째 촉촉한 취영루 만두, 쿠팡과 함께 맛으로 승부!

2023. 3. 29.

40대 이상에겐 친숙한 맛있는 만두의 대명사 '취영루'. 시장에서 잠시 자취를 감추었던 이 브랜드는 2017년부터 본격적인 재가동을 시작했습니다. 그리고 입소문을 타 다시 고객들의 사랑을 받기 시작했죠. 취영루의 신정호 대표님을 만나 이야기를 들어봤습니다.

냉동만두 전성기를 이끌다

취영루는 1950년대 명동에서 이름을 날리던 중식당으로, 줄 서서 먹는 만두로 유명했습니다. '이 맛있는 만두를 대량생산하면 더 많은 사람들이 즐길 수 있겠다.' 이렇게 생각한 취영루 설립자는 중식당 '취영루'의 상표권을 사들이며 레시피를 전수받았습니다.

1990년대 말 대규모 생산공장을 구축해 냉동만두를 생산하기 시작했습니다. 2000년대 초반까지 고객들의 큰 사랑을 받았습니다. '만두' 하면 취영루라는 인식이 생긴 것도 이 때였죠.

하지만 오해로 밝혀진 2000년대 초반 '쓰레기 만두소 파동'으로 인해 사업에 위기가 닥쳤습니다. 이후 상표권 분쟁 등을 거치며 공장은 한동안 문을 닫아야 했죠. 그리고 2017년 취영루가 다시 돌아왔을 때 냉동만두 시장은 경쟁이 치열해져 있었습니다.

대기업 각축장이 된 시장

한국 냉동만두 트렌드는 빠르게 변화해왔습니다. 과거 수십 년간 맛으로 사랑을 받아온 취영루였지만 중소기업으로 이 시장에 재진입하기는 쉽지 않았죠. 대형마트와 같은 유통망을 뚫기 어렵다는 것도 진입장벽이었습니다.

젊은 세대에게 취영루 특유의 습습한 맛이 다시 선택받을 수 있을지도 미지수였습니다. 요즘 출시되는 냉동만두들은 보통 속재료가 30 ~ 40가지 정도 들어간다고 합니다. 많은 재료를 넣고 한 번에 강한 맛으로 승부를 내는 것이 최근 만두 시장의 트렌드인데, 취영루가 오랫동안 고집해온 만두 맛은 이와는 다릅니다.



담백하고 촉촉한 맛의 비결

취영루는 원료가 적을수록 만두 본연의 고급스러운 맛이 살아난다고 믿습니다. 때문에 취영루 만두에는 고기, 부추, 대파, 양배추, 참기름 등 꼭 필요한 10여 가지의 기본 재료들만 들어갑니다. 이렇게 기본을 유지하면서도 고객들의 니즈에 맞춰 레시피에 일부 변화를 주었습니다. 초창기 레시피에서 고기와 야채의 비중을 변경해 촉촉한 식감을 살린 것이죠.

또 하나 취영루만의 비밀이 있습니다. 만두 맛은 뭐니뭐니해도 육즙이 중요합니다. 하지만 냉동만두에 육즙을 가두는 건 여간 어려운 일이 아닙니다. 만두에 그냥 물을 많이 넣으면 속이 질어지고 만두피가 흐물흐물해지기 때문입니다. 취영루는 특허받은 '다가수공법'을 통해 만두속 재료가 육즙을 머금고 있게 만들었습니다. 매장에서 먹는 만두처럼 냉동만두도 한입 배어 물면 육즙이 팍 터지도록요.

온라인에서 제 2의 전성기를 준비하다

취영루의 전통을 살리면서도 젊은 입맛에 맞춰 변경한 만두 레시피는 고객들에게 큰 호응을 얻었습니다. 하지만 과거 전성기에 비하면 아직 고객층이 충분히 넓지 않습니다. 설상가상으로 코로나19 유행을 거치면서 많은 오프라인 유통채널들이 고전하게 됐습니다. 취영루의 신정호 대표님은 온라인이 새로운 출구가 될 수 있겠다고 생각했습니다. 그렇게 쿠팡을 만나게 됐죠.

쿠팡 로켓프레시는 자정 이전에 주문하면 다음날 새벽, 배송지 문 앞에 상품을 배송해 주기 때문에 오프라인 유통을 능가하는 편리함과 신선함을 제공합니다. 특히 냉동만두는 무게가 많이 나가고 대량으로 주문, 보관되는 경향이 있습니다. 온라인으로 구매하는 것이 여러모로 더 편리하죠.

쿠팡에 입점하면 주문처리부터 마케팅, 배송, 고객관리까지 쿠팡이 다 해줍니다. 직매입 시스템 덕분에 제조사가 재고 걱정을 할 필요가 없습니다. 중소 제조업체로서는 제품 개발에만 집중할 수 있으니 더할나위 없이 좋은 조건이었습니다.

“시아버님이 ‘만두는 취영루’라고 하셨어요”

상대적으로 인지도가 낮았던 취영루에게 쿠팡은 맛과 품질만으로 승부를 걸 수 있는 유통채널이 되었습니다. “명불허전 취영루” “물만두 지존, 늘 쟁여 놓아요”와 같은 고객리뷰가 차곡차곡 쌓이면서 새로운 고객들이 유입되기 시작했죠.

취영루의 뛰어난 제품력은 과거의 맛을 기억하는 오랜 고객에게나, 젊은 고객에게나 ‘만두 하면 취영루’라는 인식을 확고하게 심어줬습니다. 특히 물만두가 큰 인기를 누리고 있습니다. 쿠팡 입점 이후 취영루의 온라인 매출은 두 배 이상 늘었습니다.



냉동만두 시장에서 점유율 상위권에 드는 브랜드 중 중소기업체는 취영루 외에 찾아보기 어렵다고 합니다. 그만큼 냉동만두 시장은 경쟁도 치열하고 중소기업체가 살아남기 어려운 시장이라는 뜻이죠.

신정호 대표님은 다시 정상을 탈환하고 싶다고 합니다. 작은 기업으로서 치열한 시장에서 당당히 경쟁할 수 있고, 맛과 품질로 고객의 선택을 받을 수 있다는 것을 꼭 보여주고 싶다고도 말합니다. 쿠팡과 함께라면 어렵지 않을 것 같습니다.

취재 문의 media@coupang.com