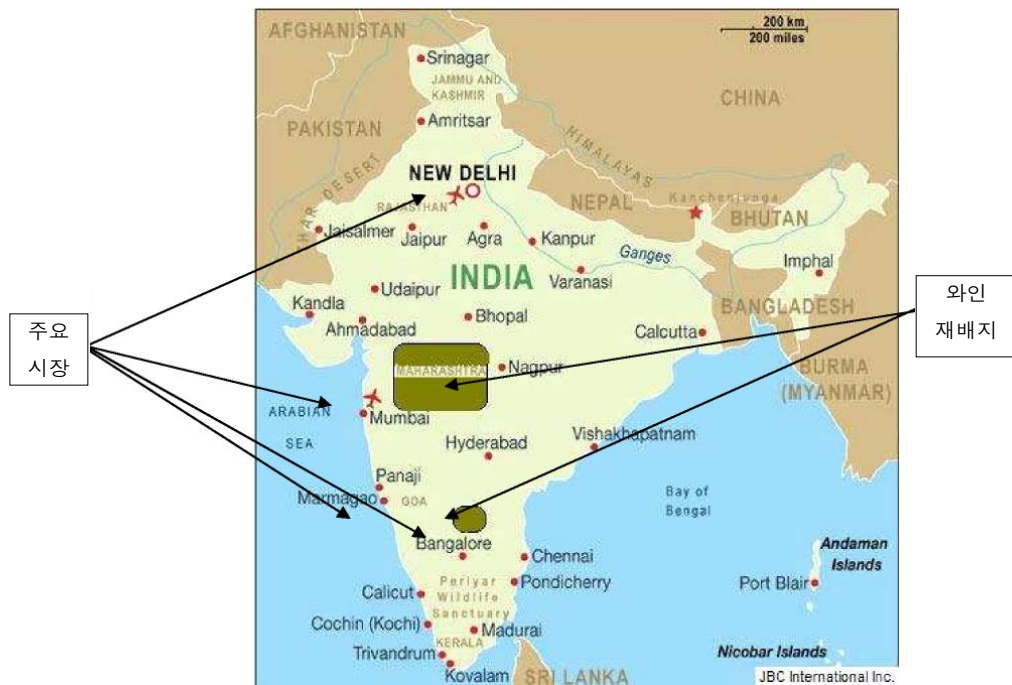


"인도의 와인 시장현황 및 진출여건"

2009. 1



목 차

보고서 요약	1
I. 개 요	5
II. 인도의 와인 시장	13
1. 주요 사항	13
2. 시장 동향	13
3. 경쟁 환경	15
4. 현황 및 전망	16
III. 소비 및 시장분석	19
1. 인도의 와인 소비	19
1.1 맛, 기호 및 제품 제공 형태	19
1.2 2008년 소비액 및 소비량 추산	19
1.3 인도 상류층의 와인 소비자	19
1.4 증류주 및 맥주 소비 대비 와인 소비	20
1.5 인도의 지역별 와인 소비	20
1.6 인도의 와인 소비 - 과거 및 향후 전망	20
1.7 2008년 가격 구조별 와인 소비	21
1.8 2008년 와인 종류별 와인 소비	21
1.9 수입 와인 소비 데이터	22
1.10 원산지별 수입시장 점유율	22
1.11 Top 10 인도 수입업체(9L 상자)	23
IV. 인도의 와인 생산	24
1. 인도의 주요 와인생산업체 및 생산량	24
2. 개발 중인 와이너리 및 2010년까지 예상 생산량	24
3. 인도 와인 생산업체	25
4. 포도 농장 면적 및 생산현황	27

5. 나시크 와인용 포도 재배 지역의 자체 평가	27
6. 인도 정부(GOI)의 자국 와인 산업 지원	28
V. 무역 정책	29
VI. 규정	30
1. 인도 헌법	30
2. 주류 생산, 유통 및 판매에 관한 주 권한	30
VII. 중앙 정부의 수입 정책 및 규정	30
1. 관세	30
2. 제품 비용에 관세 및 연방 세금이 미치는 영향	31
3. 부가가치세(VAT)	31
4. 보관 규정	32
5. 라벨 규정	32
6. 인도표준국(BIS)	32
VIII. 수입 와인에 관한 주 정부 규정	33
1. 특정 주에 따라 각기 다른 주류 통제	33
2. 주류 소지	33
3. 마케팅 규정	33
4. 마케팅 제약	34
5. 도매 유통 라이선스	35
6. 브랜드/라벨 등록	35
7. 운송 허가서	35
8. 국내 와인 산업에 대한 주 정부 지원	36
IX. 공급 및 유통경로 관련사항	37
1. 운송	37
2. 세관 통관 및 보관	37
3. 보관 및 제품 보존	37
* 다이어그램 : 공급/유통 체인	39
 [참 고]	
1. 인도 와인 수입업체	40
2. 인도의 와인 관련 주요 통계	50

요 약

인도의 와인 시장현황 및 진출여건

□ 개요

- 최근 경제발전에 따라 중상층과 젊은층의 포도주 수요 크게 증가 추세
- 마하라슈트라주 나시크 지역이 인도의 와인 허브로 부상
- '샤토 인다주' 등 3개사가 포도주 시장의 90% 이상을 점유

□ 최근 인도의 음주문화

- 인도는 힌두교와 이슬람교를 믿는 사람이 주류를 이루는 사회로서 음주는 종교적 금기사항이었음
- 또한 정부도 술의 제조와 판매를 엄격히 금지했었음
- 그러나 최근 인도인들은 자연스레 술을 마시며, 마켓에 가면 술 판매점이 있음
- 술 판매는 정부가 독점하고 있으며 술값도 인도 물가에 비해 비싼 편
 - 정부가 술의 독점판매로 가격을 비싸게 받고 유통량도 통제
- 술을 마시려는 인도인은 느는 추세이나 판매점 수가 제한되어 판매점은 항상 많은 인도인들로 붐비는 현상 발생
- 인도 정부 통계에 따르면 주기적으로 술을 마시는 음주인구는 2억명이 넘음
 - 이중 여성은 4천만 명(음주인구의 20%) * 우리나라 인구수와 맞먹는 수준
 - 음주인구도 해마다 20%씩 증가 추세
- 주요 소비 주류 : 맥주, 위스키, 럼주
 - 맥주는 1억 박스, 위스키는 5,000만 박스, 럼주 2,500만 박스 판매
 - 이에 비해 와인 수요는 적은 편 : 값이 비싸고 아직 와인맛에 친숙하지 않음
 - 와인 판매량 : 약 110만 박스('08)
- 인도 젊은이들의 술에 대한 기호도 강한 도수의 술에서 약한 도수인 와인으로 변화 추세
 - 이에 따라 와인 수요가 한해 수십 %씩 폭증

□ 포도주 소비현황

- 최근 와인 소비자 급속히 증가 추세
 - 인도 경제가 빠르게 성장하면서 경제적 여유를 갖게 된 중상층이 와인을 선호

- 예) IT 산업 종사 젊은층, 금융권 종사자, 해외거주 경험자, 인도 방문 외국인
들이 와인 소비층으로 급부상
- 공개 사고모임에서 위스키나 맥주 대신 와인을 즐김
- 와인 애호가 수 : 100만명 정도
 - 주기적으로 마시는 애호가는 약 100만 명 수준이나, 가끔 즐기는 인구까지 포함하면 전체 인구의 1%로 1천만 명이 넘음
- 가장 눈에 띄는 포도주 소비증가 증거는 발리우드 여배우들로, 최근 인도 영화에 여배우들이 와인을 마시는 장면을 쉽게 접할 수 있음
(* 과거에는 여성 음주가 금기시)
 - 최근 품위 있고 우아한 삶을 사는 여성으로 비쳐지고 있어, 급속한 와인 대중화를 시사
- 최근 와인 붐으로 도시 곳곳에 와인바가 생기고 와인 시음룸이 번성
 - 와이너리 투어도 성업중
- 변화의 이면에 와인과 인도 음식의 결합이라는 새로운 문화가 있음
 - 예전엔 카레 등 인도음식과 잘 맞지 않는다는 비관론이 팽배했으나 최근 치킨 커리 등 인도음식에 와인을 곁들이는 것이 '환상적인 결합'이라는 새로운 주장이 세(勢)를 얻고 있음
- * 중국은 수입포도주 붐이 일고 있다고 한다면, 인도는 자국산 포도주가 주류를 이루고 있음 (수입품 점유비중 약 20%)
- 2006년 기준으로 내수 94만 상자(1상자=12병), 수출도 6만 상자나 이뤄졌음 (2003년 내수 53만 상자 / 수출 3만 상자)
- '08년 와인 소비량 : 110만 상자(9리터) / 금액 기준 6천만불
- * 향후 소비전망 : ('11) 200만 상자 → ('15) 400 → ('20) 800
 - 1인당 연간 소비량 : 9ml (*미국 : 9,000ml)
 - 전체 소비중 자국산 92만 상자 / 수입산 18만 상자

- 주 소비지역 : 뭄바이, 델리 두 도시 소비량이 전체 65% 점유
 - 방갈로어, चेनाई, 콜카타(구 캘커타), 나시크, 푸네 포함시 80% 점유
- 소비성향 : 상류층과 일반 소비자로 양분

구 분	선 호 도
상류층	코르크 마개, Full-bottle size, 드라이한 맛의 적포도주와 백포도주 선호
일반 소비자	스크류 마개, half-bottle size, 달콤한 맛의 와인 선호

- 가격대별 소비동향

(단위 : 9리터 상자)

구 분	국내산	수입산	계
10달러 미만	600,000	-	600,000
10달러 ~ 20달러 미만	250,000	50,000	300,000
20달러 ~ 30달러 미만	60,000	90,000	150,000
30달러 이상	10,000	40,000	50,000
계	920,000	180,000	1,100,000

- 보호주의 정책 영향으로 10달러 미만의 저가 수입산은 경쟁력 없는 것으로 보임

- 종류별 소비동향

(단위 : 9리터 상자)

구 분	국내산	수입산	계
Red	480,000	120,000	600,000
White	420,000	50,000	470,000
Rose	20,000	10,000	30,000
계	920,000	180,000	1,100,000

□ 인도의 포도주 생산현황

- 자체 와인 생산으로 향후 글로벌 와인 강국으로의 도약을 꿈꾸고 있음
 - 1980년대 중반부터 생산 시작하여 글로벌 시장으로 진출중
 - 품질은 아직 유럽, 미국, 호주, 칠레산보다 뒤지나 가격이 저렴하고 품질이 개선되고 있음
 - 최근 새 와인 업체가 50여개 출현

- 인도 와인산업 발전 이유 : 수입와인에 대한 높은 관세도 한몫
 - 와인 평균 수입관세 : 260%('08년)
 - 이로 인해 외국산 와인의 밀수가 성행. 비정상적 보관으로 수입와인의 품질 저하되기 일쑤. 이에 상대적으로 저렴하고 품질도 그런대로 괜찮은 인도산 와인이 국내시장서 각광
- 연도별 생산량
 - ('04) 47만 상자(9리터) → ('05) 52만 → ('06) 63만 → ('07) 75만 → ('08) 92만

□ 인도의 와인 생산 역사

- 포도가 페르시아로부터 소개되면서 고대 인더스문명 때부터 생산 시작
 - 무사계급인 크샤트리아와 승려계급인 브라만 등 상층 카스트들이 와인을 즐김
 - * 하층민들은 곡식으로 만든 술을 주로 마심
- 무슬림이 통치한 무굴제국 시대에는 이슬람 법규에 따라 알코올의 제조 및 판매 전면금지
 - 그러나 특권층인 무굴제국 통치자들은 이란에서 수입한 고급 레드와인 (chalices of red Shiraz wine)을 즐겨 마심
- 포르투갈과 영국통치시대에 와인이 본격적으로 생산됨
 - 영국 식민지 정부는 인도에서 알코올의 생산을 적극 권장
 - 19세기초부터 카슈미르와 마하라슈트라 등에 집중적으로 포도과수원이 생김
- 1890년대 포도나무 뿌리 진딧물의 일종인 필로세라가 퍼져 완전히 파괴되었고, 이후 포도원 복구에 50년이 소요
- 이런 상황에서 1947년 영국에서 독립한 인도정부가 금주령을 발표, 일체의 주류 판매를 금지
 - 기존 와인 재배농장도 일반 포도나 건포도 농지로 전환토록 강요하여 와인 산업 토대 붕괴
- 1980년대 인도에 외국인 방문객이 늘고 인도 중상층이 증가하면서 술과 와인에 대한 수요가 급증

- 인도정부는 1984년 샤토 인다주(Chateau Indage)의 설립을 허용
- 이를 계기로 와인과 술에 대한 인도정부의 정책이 호의적으로 바뀌고, 인도 와인산업과 와인시장은 현격히 변모
- 2000년 이후부터는 마하라슈트라 등 많은 주정부들이 와인 판매에 대한 규제를 적극 해제
 - 와인의 슈퍼마켓내 판매 허용 및 와인농장에 새로운 설비를 설치하도록 인센티브도 부여
 - 일부 주 정부는 와인소비 촉진위해 수입관세 면제 조치 및 와인바에 대한 규제도 대폭 해제

□ 인도의 와인 산지

- 마하라슈트라, 카르나타카, 히마찰 프라데시 등 3개주가 주산지
 - 마하라슈트라에선 나시크(Nashik : 뭄바이 동쪽 250km 지점, 해발 2000피트 고지)와 상글리(Sangli)가 유명
 - 포도산지로 최적 : 몬순때 비가 많고 기름진 토지, 연중 서늘한 기온

* 샤토 인다주, 술라 비니어드 등 인도 유력 와인회사들이 이곳에 와이너리를 두고 있음

- 나시크 와인산업은 2003년 이래 매년 30%씩 성장을 거듭. 07년 매출액은 1억 달러(한국 와인시장의 1/4 수준)
- 나시크와인의 인기는 인도 신흥부자 급증으로 토종와인에 대한 관심 증가와 애국심이 작용
- 포도주용 포도생산 : 면적 7,413에이커(전체 포도면적 158,888에이커)
 - 생산량 3만톤(전체 포도 생산량 : 158만 톤)
 - 이중 마하라슈트라의 포도주용 포도생산 면적 : 6,671에이커

□ 인도의 유력 와인업체

- 샤토 인다주, 술라, 그로버 등 3개 대형 와인사가 인도 와인시장의 90%를 점유
 - 생산량 : 샤토 인다주 40만 상자 / 술라 30만 / 그로버 10만 ('08 추정치)
- **샤토 인다주** : 1984년 설립. 미국 캘리포니아 와인업체(John Locke)의 엄격한 감독하에 프리미엄 와인을 생산
 - 대중적 와인제품 : 리비에라(Riviera), 찬틸리(Chantilli)
(*일반 테이블와인으로 저렴)
 - 프리미엄 와인 : (인도내) 마담 드 폰파드르(Marquise de Pompadour), (해외) 오마르 카얌(Omar Khayyam : 샤르도네로 만드는 최고 품질의 발포성 와인)
 - 일반 테이블 와인시장의 75% 점유, 발포성 와인시장은 거의 독점
- **술라** : 2위 와인 생산업체, 설립 7년차 신생기업
 - 일반 대중용(Vin de Pays) 생산, 박리다매로 매출 2위의 와인회사로 발돋움
- **그로버(Grover)** : 매출 3위. 사용 포도품종은 비티비니페라
 - 프랑스 미셀롤랑과 조르쥬베셀 등 2개사의 자문을 받음. 한해 약 50만 달러의 와인 수출

□ 외국기업 진출

- 와인에 대한 높은 관세와 인도 와인 산업의 잠재력을 보고 글로벌 주류메이커 진출 러시
 - 디아지오(Diageo), 페르노리카(Pernod Ricard), 루비이통 모에 헤네시(LVMH's Moet Hennessey), SAB 밀러, 시그렘, 안호이저 부시(Anheuser-Busch), 칼스버그(Carlsberg) 등

□ 인도의 와인 수입 현황

< 연도별 포도주 수입동향 >

(단위 : 천불, 천 리터)

구 분	2005		2006		2007		'07 수입단가 (달러/리터)
	금액	물량	금액	물량	금액	물량	
전 체	65,276	1,121	8,255	1403	12,778	2,646	4.83
프랑스	3,202	451	3,625	589	5,662	755	7.5
호주	747	192	974	223	2,065	785	2.63
이탈리아	853	146	1,388	214	1,473	244	6.04
벨기에	10	1	12	1	770	62	12.42
미국	376	44	544	78	642	88	7.27
남아공	127	52	103	27	489	340	1.44
칠레	278	63	240	40	370	92	4.04
영국	129	29	449	65	366	92	3.98

자료 : Global Trade Atlas

주) H.S 220429 기준

- 인도 주류시장 최대 기업인 UB(United Breweries)는 다양한 수입와인을 선보이고 있으며, 지난 해 UB가 인도에 수입, 판매한 와인은 60여 종류로 프랑스, 이탈리아, 남아공, 뉴질랜드 등에서 수입
- 최근 인도의 와인 수입업체 수는 80개사로 추정되며 이중 상위 4개사가 기존 시장에 깊숙히 침투해 있음
 - Brindco 51천 상자(9리터) / Sonarys 24천 상자 / Moet Hennessey 18천 상자 / Global Tax Free Traders 14천 상자 등
- * 인도의 와인 수출 : ('05) 515천불 → ('06) 833 → ('07) 1,251 (43만 리터)

□ 주요 수입규제

- 높은 수입관세, 다양한 주 정부 세금 및 복잡한 주정부의 허가 및 승인 절차 등이 와인 수출에 장애로 작용
- 알코올 음료의 판매, 유통, 가격 등에 대해서는 중앙정부에서 주 정부에 권한이

위임되어 가격 통제와 세원(稅源) 수단으로 이용. 물품세는 각 주 정부가 3~4월 중 결정하여 발표

○ 관세 및 연방정부 세금이 상품가격에 미치는 영향

CIF 금액	\$10	\$25	\$50	\$75	\$100	\$250	\$500	\$1,000
평가액 (CIF+ 1%CIF)	10.10	25.25	50.50	75.75	101.00	252.50	505.00	1,010.00
기본관세 (평가액의 150%)	15.15	37.88	75.75	113.63	151.50	378.75	757.50	1,515.00
추가 부가세 (평가액의 4%)	0.40	1.01	2.02	3.03	4.04	10.10	20.20	40.40
교육세 (평가액의 3%)	0.30	0.75	1.50	2.25	3.00	7.05	15.00	30.00
총 비용	25.85	64.64	129.27	193.91	258.54	646.35	1,292.70	2,585.40

○ 라벨링 규정

- 병의 라벨에는 ① 수입업체명과 주소 ② 포장된 상품명 ③ 순중량(ml 또는 ℓ) 표기가 필수이며, 알코올 함량이 "xx% Vol"와 같이 표기되어야 함

□ 향후 전망

- 인도는 약 11억 인구중 최소 1억 명에서 최대 3억 명에 달하는 구매력 있는 중산층을 갖춘 거대한 소비시장임
 - 실질구매력 평가기준(PPP)에서 볼 때 인도는 미국(9.7조불), 중국(5조불), 일본(3.2조불)에 이어 세계 4위(2.9조불)의 경제규모를 차지
 - 경제성장면에 있어 최근 10년간 연평균 6%의 성장률을 지속하는 등 중국 다음으로 높은 성장률을 보이고 있음
 - 2005년도 국내총생산(GDP)이 7,000억불로 세계 10위

- 서남아 제일의 경제대국으로, 21세기에 미국과 중국과 더불어 세계 3대 경제대국으로 부상할 잠재력을 가지고 있다는 국제적 평가 속에 착실한 성장을 계속하고 있음
- 오늘날 인도 중산층들은 간디 등의 가르침에 별 관심이 없고 소비를 미덕으로 하고 소비생활에 매우 적극적
- 경제발전에 따른 중산층 인구의 증가와 급증하는 포도주 수요로 시장은 계속 커질 전망으로, 세계 포도주업계는 2011년까지 82% 증가를 전망
- 인도의 포도주 시장은 시작단계로 볼 수 있으며 최근 인도 전역에 50여 개의 와이너리가 새로 생겨 치열한 경쟁을 펼치고 있음
- 지속적인 소비증가와 수입증가 추세, 최근 주류소비 증가 등을 감안할 때 포도주 시장의 성장 가능성은 큰 것으로 보임
- 미국 실리콘 밸리에서 엔지니어로 일하다 그만두고 포도주 사업에 뛰어들어 라지브는 “경제 성장에 따라 앞으로 포도주 구매 능력을 갖춘 젊은층이 늘어날 것”이라며 “인도 포도주 산업의 성장 가능성은 무궁무진하다”고 평가
- 인도상공회의소(ASSOCHAM)은 인도의 와인소비가 자리를 잡아가면서 현재 500만 리터의 소비량이 2010년까지 900만 리터에 이를 것이라고 보고
 - 인도국내 생산된 와인의 80%는 뉴델리, 뭄바이, 첸나이, 콜카타, 뿌네, 방갈로어 등에서 소비되고 있음
 - 유통되는 대부분의 와인은 5성급 호텔, 고급 와인바 및 레스토랑 등으로 이들이 소비자들에게 고급 와인 음미방법 전달 등으로 와인 수요가 늘고 있음
 - 정부도 와인 관세 삭감, 시중유통 유도, 와인 양조장에 인센티브 제공 등으로 와인 대중화에 일조하고 있음
 - 인도는 이미 양조업체 최대기업들을 유치하였으며, 추후 두 개의 업체가 더 인도시장에 진입할 예정

인도의 와인 시장현황 및 진출여건

I. 개 요

인도는 진정한 의미에서 신흥 와인 시장임. 뭄바이, 뉴델리 및 벵갈로어 등 호황을 이루는 시장에서 와인 수출의 발전 가능성과 기회가 풍부함. 그러나 주류 통제 및 과세 등의 보호주의 정책, 제품 보존성을 위협하는 미개발 공급망 및 유통망, 아직 와인을 잘 알지 못하는 대다수의 인구 등의 위험 요인이 있음

기회가 될 것인가, 위협이 될 것인가? 그 판단은 수출업체의 관점에 따름. 그러나 부인할 수 없는 사실은 인도의 와인 시장이 지난 6년간 연평균 20%-25%라는 경이로운 성장률을 기록했다는 것이며, 해당 수치는 인도 경제를 위한 국가 차원의 유리한 정책 및 가처분 소득 증가로 향후에도 지속적으로 증가할 것으로 예상된다는 점임

이 자료는 인도에 대한 와인 수출이 장기적으로 성공하기 위한 기반을 마련하는 데 있어 중요한 인도의 와인 문화 형성을 세부적으로 설명하며, 발생 단계에 있는 인도 시장에 제품을 판매하고자 하는 와이너리 및 수출업체의 지침서로 작성된 것임. 주요 내용은 현재 및 향후 시장 전망과 생산, 소비, 규정, 마케팅, 유통 및 무역 정책에 관한 사항이 수록됨

참고사항: 인도의 와인 판매, 소비, 생산 및 수입에 관한 상세 정보는 데이터 출처에 따라 크게 다름. 전매권과 경쟁 정보 제공에 신중한 인도의 와이너리, 수입업체, 유통업체 및 소매점이 민영 기업은 생산 업체에 상세 정보를 쉽게 전달하지 않음. 따라서, 시장의 구체적 데이터를 제대로 파악하지 못하기 때문에 생산 및 소비에 관한 특정 수준을 정확히 설명하기 어려움. 이러한 차이로 인해, 보고서에 수록된 자료는 조사기관이 인도 현지에서 조사한 내용을 바탕으로 와인 시장의 통계 및 추정치를 설정한 것임

※ 본 자료는 JBC International Inc와 Euromonitor International의 자료 등을 종합하여 작성되었음

◇ 주요 수록내용

1. 인도의 와인 관련 규제 환경에 관한 상세 정보를 제공하고 미국산 와인 수입에 대한 기존의 무역 장벽을 조명. 본 분석에는 시장 진출 및 인도 내 와인 판매의 문제점 파악 및 전략이 수록됨.
2. 인도 와인 시장 발전 전망, 공급망과 유통망 및 무역 활동.
3. 수입 와인 부문에서 시장 기회가 존재하는 부분을 전국의 특정 시장, 공급망, 수입업체 및 유통업체별로 보고.

II. 인도의 와인 시장

1. 주요 사항

- 2007년 와인 판매량이 33% 증가하여 820만 리터에 달함.
- 와인 소비 증가 추세
- 2007년 스틸 와인은 33%의 초고속 성장을 기록함.
- 가정시장 판매가 상당히 상승했음에도 불구하고 업소시장 판매가 여전히 지배적임.
- Indage Group은 지속적으로 와인 판매 부문 확고한 1위를 차지함.
- 2012년까지 와인은 판매량에서 32% CAGR을 기록할 것으로 기대됨.

2. 시장동향

점점 자유롭게 변모해가는 사회에서 와인 소비에 대한 소비자 태도가 개선됨. 와인이 증류주에 비해 세련되고 건강하다고 인식되면서 여성이나 음주를 시작하는 젊은 층을 중심으로 음주문화가 용인되는 분위기임. 인도의 국내 브랜드에 대한 인지도 및 소비 증가에 힘 입어 와인 판매는 최근 두 자리 수 성장을 기록함. 호주산 및 칠레산 등 신규 와인 지역에서 수입된 와인이 저렴한 가격으로 판매되고 있으나, 국산 브랜드가 훨씬 저렴하고 국산 와인 소비 증가에 크게 기여함.

소규모 고객 기반에서 성장한 와인은 2007년 약 33%의 매우 경이로운 증가율을 기록하였음. 와인 소비증가는 델리, 뭄바이 및 뱅갈로어 등 특정 도시의 수요 증가에 힘입음. 그러나 푸, 찬디가르 및 하이더라바드와 같은 소도시 또한 소비가 증가함. 저가 와인의 소포장 출시 및 와인 판매 증가는 2007년 높은 성장률의 주요 원인으로 작용.

스틸 와인은 도시 소비자의 소비 증가 및 소도시로 와인 인지도가 확대됨에 따라 2007년 최고 성장을 기록함. 와인의 건강 측면에 대한 양조업체의 지원과 와인을 위스키보다 고급스러운 음료로 인식하게 한 홍보 및 이벤트에 힘입어 수많은 젊은 전문직 종사자들이 점점 더 와인을 찾고 있음. 와인의 다양한 브랜드 그리고 스파클링 와인이나 샴페인에 비해 상대적으로 낮은 가격 때문에 소비자들이 점점 더 스틸 와인을 선호하고 있음.

다른 주류와 마찬가지로 전문점이 가정 소비용 와인 판매를 주도하고 있음. 그러나 뭄바이, 콜카타, 찬디가르 등지에서는 슈퍼마켓이 우수한 와인을 제공함에 따라 소비자들은 전문점에서와 달리 부담 없이 전체 컬렉션을 둘러 볼 수 있게 됨. 이로 인해 도시 내 와인 인지도가 상승함. 인도에서는 와인을 레스토랑에서 널리 즐기는 추세로, 고급 업소 및 매장에서 커플이나 가족 단위로 조용한 저녁을 즐기거나 식사와 함께 와인을 곁들이는 광경을 흔히 볼 수 있음. 업소 판매는 국산 와인 인지도 증가 및 판매 성장에 가장 중요한 역할을 수행함. Indage Group, Samant

Soma Wines 또는 Grover Vineyards와 같은 업체들이 계속해서 와인 인지도 제고 프로그램을 실시하고 있고, 5성급 호텔 및 고급 레스토랑과 같은 곳에서는 인도 음식과 와인을 곁들이거나 와인 평가 프로그램 등 정기적인 와인 홍보 활동을 펼치고 있음.

대부분의 인도 국산 와인 브랜드 중에는 Cabernet Sauvignon, Chenin Blanc, Shiraz, Zinfandel, Clairette 및 Sauvignon Blanc이 있음. 인도 기후여건상 Chardonnay, Merlot 또는 Pinot Noir는 재배에 적합하지 않아 대부분 수입와인이 일반적임

인도의 대량 와인 소비 중심에는 신규 와인 생산 국가에서 수입된 와인이 있음. 특히 젊은 소비자들은 저가와 이해하기 쉬운 라벨링 및 포장 때문에 신규 와인 생산 국가에서 수입된 와인을 선호하며, 이들 와인은 인도 음식과도 잘 어울리기 때문에 더욱 인기를 끌고 있음.

주요 신규 와인 생산 국가로는 호주, 칠레 및 남아프리카가 있음. 기존 와인 생산 국가는 와인에 보다 정통하고 고급 레스토랑에서 프랑스 및 이탈리아 음식을 선호하는 부유층 수요가 꾸준함. 기존 와인 생산 국가산 중에서는 프랑스와 이탈리아산이 가장 인기가 높음.

인도의 와인 소비는 아직 미미한 수준이나 업체들이 저렴한 가격으로 와인을 제공하는데 주력함. 스틸 레드 와인의 경우, 300루피-500루피가 가장 인기 있는 가격대로, 인도에서 판매되는 와인의 거의 59%가 이 가격대에 속함. Chantilli, Riviera 및 Sula와 같은 핵심 브랜드가 이 가격대에 속함. 마찬가지로, 스틸 화이트 와인의 가장 인기 있는 가격대는 400루피-500루피로 2007년에 판매된 스틸 화이트 와인의 25%가 이 가격대에 속함. 기타 스파클링 와인의 가격대는 650루피-750루피로 비교적 비싼 편이며, 2007년 42%의 판매를 기록하였고 주로 Marquise De Pompadour가 주도함.

인도의 스파클링 와인에 대한 인지도와 소비는 매우 낮은 편으로, 스파클링 와인의 판매량은 2007년 인도 총 판매량의 6% 미만에 불과함. 스파클링 와인은 주로 뭄바이와 델리와 같은 대도시 부유층을 중심으로 주로 축하 파티에 사용됨. 판매의 거의 절반 가량이 서인도 부유층에서 이루어지며 소비는 뭄과 뭄바이에 집중되어 있음. 대도시 및 발전된 주 이외의 지역은 고가의 스파클링 와인에 대한 관심이 거의 없음.

인도에서 유기농 와인은 전혀 없음.

3. 경쟁 환경

인도 기업은 2006년 인도 와인 판매에 대한 주도권을 더욱 강화하였음. 44% 점유율의 Champagne Indage 및 18% 점유율의 Samant Soma의 두 개 주요 업체 모두 점유율이 증가하였음. Grover Vineyards가 9% 점유율로 3위를 차지함. Champagne Indage는 Chantilli 및 Riviera와 같은 최대 포트폴리오의 핵심 브랜드를 보유하고 있음. Champagne Indage의 선도적 위치는 확고한 국내 판매 및 생산 설비에 기인. 전체적으로 다양한 제품과 가격으로 폭넓은 소비자를 공략하고 있음. 가정시장 경로의 거점 외에도, 수많은 레스토랑과도 독점 제휴를 체결함.

Champagne Indage는 한 병에 100루피-800루피 가격대의 다양한 브랜드를 제공함으로써 2006년 판매량이 가장 많이 증가한 기업이며, 인도 최대 유통망을 보유하고 있으며, 완전한 역 통합 방식으로 포도 재배지를 소유하고 있기도 함. 또한 병마개가 있는 375ml 병에 45루피-75루피 가격 대의 저가형 와인인 Vino를 출시하는 등 보다 적극적 활동을 펼침. 작은 포장으로 소비자가 개인적으로 쉽게 와인을 즐길 수 있도록 함.

국산 와인 판매는 수입 와인 판매를 앞질렀음. 국산 와인에 대한 인기의 원인은 저렴한 가격과 업소 및 매장의 판촉을 들 수 있음. 또한, 국산 와인 업체는 매우 집중적 마케팅 전략을 펼치는 반면 대부분의 수입 와인 브랜드는 수출 기업이 아닌 수입업자가 마케팅 활동을 벌임. 따라서, 수입산 와인은 판매 부문에서 국산 와인에 뒤지고 있음. 그럼에도 불구하고 벌크 수입 후 인도에서 병 포장되는 호주, 칠레 및 남아프리카산의 신규 와인 생산 국가에서 수입된 와인은 저렴한 가격으로 판매가 현저하게 증가함.

신규 와인 생산 국가에서 수입된 와인은 저가와 편리한 소비 및 발음하기 쉬운 이름으로 판매를 주도함.

Champagne Indage는 Marquise de Pompadour and Joie등의 브랜드로 스파클링 화이트 와인의 판매를 주도함. Marquise de Pompadour는 인도에서 가장 잘 팔리는 스파클링 와인 브랜드로 2006년 기타 스파클링 와인 부문에서 45%의 점유율을 차지하였고 와인을 잘 모르는 고객이 샴페인으로 오해하는 경우도 있음. Samant Soma Wines Ltd의 Sula Brut는 스파클링 와인에서 기타 주요 브랜드에 속함.

Seagram India는 2006년 12월 화이트와 레드 와인 브랜드인 Nine Hills를 출시함. 포트폴리오에는 각각 화이트와 레드 와인 두 종류가 포함됨. 화이트 와인은 Chenin Blanc 및 Sauvignon Blanc 포도 품종으로, 레드 와인은 Shiraz 및 Cabernet Sauvignon 품종으로 양조됨. Seagram이 출시한 Nine Hills 이외에 Kyndal India는 2007년 와인 브랜드인 30th Latt를 출시함. 30th Latt에는 Sauvignon Blanc, Cabernet Sauvignon 및 Shiraz 포도의 3개 품종이 포함됨

와인은 다른 주류와 달리 광고가 금지되어 있으며 따라서 제품에 대한 대중 매체 광고가 없음. 이는 와인이 아직 초기 단계에 있으며 브랜드 구축이 필요하다는 점에서 마케터에게는 험난한 환경임. 광고 부재로 인해 업체들은 잠재 고객을 상대로 보다 높은 비용의 직접 광고를 택함. 제조업체들은 대상 시장에 진출하기 위해 와인 시음회 및 후원 행사 등의 이벤트에 의지함. 맥주 및 증류주와 달리 와인에 대한 대형 광고는 일반화되지 않음.

고급 브랜드는 주로 면세점에서 판매되거나 부유한 고객들이 고급 5성급 호텔에서 구매함. 대다수 소비자들은 저렴한 가격의 중저가형 브랜드를 구매하는 추세임. 인도 업체의 중저가 브랜드 또한 국내에서 널리 판매되고 있으며 따라서 고객들이 보다 친숙해 있음.

인도에서 자체 상표 와인은 전혀 없음.

2006년까지 국산 와인은 인도 업체가 주도하였고 이후 Seagram India, Kyndal India 및 United Spirits와 같은 다국적 기업이 와인 시장에 진출함. Bacardi-Martini 및 Diageo 또한 시장에 진입할 것으로 예상됨.

4. 현황 및 전망

인도는 전체 인구가 11억 명이 되는 수조 달러 규모의 경제임. 누구든 인도를 여행해보면 인도 경제 전반의 발전과 번영을 직접적으로 경험하게 됨. 압도적인 수의 콜 센터와 기타 아웃소싱된 서비스 업체, 인력 교육을 위한 대학과 연구소 증가, 또는 비즈니스와 운송 기반구조를 개선하는 다수의 일일 노동자 등, 누구나 인도와 국민 전반에서 나타나는 진보의 기운을 느낄 수 있음.

이러한 전반적인 발전 및 경제 활동 증가와 함께, 인도의 국산 와인 및 수입 와인 시장은 증가 추세임. 소비, 제품 가용성, 가처분 소득 및 교육 수준이 모두 향상되고 있음. 그러나 이러한 긍정적 지표에도 불구하고, 인도에 제품을 소개하고자 하는 기업들은 이러한 신흥 시장 진출 시 인도 시장의 역동성과 잠재 위험을 확실히 파악해야 함. 이러한 위험의 한 예로, 뭄바이가 주도인 마하라슈트라 주의 소비세국은 주류 과세, 유통 및 판매 통제를 통해 자체 신흥 와인 시장 및 산업을 철저히 보호함.

일반적으로 인도 시장 통제에 인도 연방, 주 및 지역 정책이 미치는 영향력은 상당하며, 이는 인도의 와인 시장과 국내 산업의 발전을 촉진하는 동시에 해외 브랜드가 인도 시장에 진출하는 것

을 어렵게 만들고 있는 원인이 됨

인도 와인 시장의 성장과 활동은 미국 와인 수출업체가 판매망을 넓히고 포트폴리오의 수익성을 높일 수 있는 기회를 제공함. 그러나 관세, 세금, 특수세 및 규정과 규제가 유통, 마케팅, 소비 및 소매에 미치는 영향이 증가하면서, 인도 현지 와인 판매는 복잡하고, 비용이 많이 들며, 때로는 당혹스러운 업무가 될 전망 .

따라서, 대인도 와인 수출을 모색하는 업체는 이러한 신흥 시장의 고유 이점과 위험을 잘 파악해야 함.

인도 내 와인 경쟁은 보다 치열해 질 것으로 전망. 2007년 Seagram 및 United Spirits와 같은 신규 기업의 진출과 Diageo와 같은 수많은 기타 업체들이 시장에 진출함에 따라 경쟁은 더욱 치열해 질것으로 예상됨. 업계에서 뒤처지지 않기 위해 Champagne Indage, Samant Soma 및 Grover Vineyards와 같은 국산 와인 업체 또한 유통 역량을 개선하고 제품 포트폴리오에 신규 브랜드를 추가하고 생산량을 늘리는 등의 노력을 기울이고 있음.

와인의 예상 성장률은 주로 2007년 Seagram 및 United Spirits와 같은 신규 기업의 진출 및 Champagne Indage 및 Samant Soma와 같은 주요 업체의 생산량 증가로 32% CAGR로 상향 조정되었음. 또한 현재의 낮은 1인당 소비로 향후 발전 가능성이 많다고 판단됨.

성장률은 2007년 수많은 신규 기업이 시장에 진출하고 이들의 진출로 홍보가 붐을 일으켜 와인이 보다 널리 보급되고 소비자들이 보다 다양한 브랜드를 선택할 수 있게 되면서 향후 증가할 것으로 기대됨. 수많은 와인 바와 슈퍼마켓/하이퍼마켓을 통한 와인 판매는 더욱 높은 성장률을 기록할 것으로 기대됨.

증류주 경쟁은 인도 내 와인 발전에 주요 위협 요인으로 작용함. 와인 인지도 및 소비가 증가하고 있는 가운데 저렴한 평균 가격 및 높은 소비, 보다 편리한 이용 가능성을 특징으로 하는 특히 보드카와 같은 무색 증류주와의 경쟁이 치열함.

업소시장 경로를 통한 와인 판매는 가정 소비용 판매보다 약간 빠를 것으로 예상됨. 업소시장 판매량은 Champagne Indage 등 독점 와인 매장이 주도하는 반면, 가정용 판매는 슈퍼마켓과 같은 비전문점이 주도함. 이러한 아울렛은 향후 와인 판매를 통해 가처분 소득이 증가하고 여가 및

개인 소비에 지출하는 젊은 세대의 수요를 충족시킬 것으로 보임.

Champagne Indage는 2008년까지 8개 주에 제조 설비를 구축함으로써 향후 제품 판매에 주력할 것으로 기대되며, 향후 전국에 17,000개의 와인 매장을 개장할 것으로 예상됨. 이들 와인 매장은 Champagne Indage의 브랜드만을 판매할 것으로 보임. 또한, Champagne Indage는 보다 넓은 고객층 확보를 위해 Reliance Retail과 같은 거대 소매점과의 제휴를 꾀함.

유기농 와인의 경우 유기농 와인 부재와 인도 내 낮은 1인당 와인 소비로 인해 두각을 나타내는 어려울 것으로 보임. 또한, 유기농 농장과 밀접한 주요 국내 포도 농장이 없고 고가의 유기농 와인에 대한 구매력도 상실함.

와인의 단가는 원재료 투입 비용 상승과 운송 및 보관료와 같은 간접 비용 증가로 향후 인상될 예정임. 또한, 소비자 인지도 향상을 위한 빈번한 홍보와 활동 또한 제조 업체의 비용을 높임으로써 최종 소비자 가격이 상승할 것으로 보임.

III. 소비 및 시장 분석

1. 인도의 와인 소비

1.1 맛, 기호 및 제품 제공 형태

인도 인구의 맛과 기호는 스틸 와인, 구체적으로는 테이블 와인에 치우쳐있음. 샴페인 및 스파클링 와인 시장이 존재하나, 이들의 판매율은 훨씬 저조함(시장 점유율 : 8%-10%). 일반적으로, 약간 달콤한 와인과 Sauvignon Blanc, Chenin Blanc, Rieslings, GewOrztraminer 종류가 상당히 대중적이며 일반 인도 음식과도 잘 어울림. 마찬가지로, 로제 와인과 블러시 와인이 인도 시장에 적합할 것으로 전망되었으나, 판매 대부분은 전통 스틸 레드 와인 및 화이트 와인에 머물러 있음. 제품 소개에서, 인도 시장은 상류층과 일반 소비자로 양분된 구매층을 보유하며 와인 업체는 이에 주목해야 함. 상류층은 고유 형태 즉, 실제 코르크 마개, 일반적인 병 크기, 드라이한 맛의 레드 와인 및 화이트 와인을 선호하는 반면, 인도에서 증가하고 있는 일반 소비자는 스크루 마개, 일반 병의 절반 크기의 병, 달콤한 맛의 와인을 선호함.

1.2 2008년 소비액 및 소비량 추산

2008년 인도의 와인 소비액은 6천만 달러, 소비량은 110만 상자(9리터)로 추산됨. 매년 20%-25%의 성장률을 보이며, 2011년까지 200만 상자로 증가할 것으로 전망(소비 전망: 2015년까지 400만 상자 / 2020년까지 800만 상자). 1인당 인도의 연간 소비량은 9ml 수준임(미국: 9,000ml).

1.3 인도 상류층의 와인 소비

인도 와인 시장의 성장은 주로 2천만-2천 5백만 명(전체 인구의 2%)으로 추산되는 상류층에 의해 주도됨. 이들 다수는 가처분 소득이 증가하고 (학업, 여행 또는 업무를 통해 얻은) 해외 경험 및 생활 방식을 귀국 시 그대로 가져온 계층임. 이러한 맛과 기호 변화 및, 가처분 소득 증가 및 국산과 수입 와인 가용성 증가로 인도는 발전 가능한 와인 시장으로 부상함.

1.4 증류주 및 맥주 소비 대비 와인 소비

인도의 주류 소비는 전통적으로 와인보다는 증류주와 맥주에 편중됨. 인도인의 연간 주류 소비량은 위스키 5천만 상자, 브랜디 1천4백만 상자, 럼 2천5백만 상자, 맥주 1억 천만 상자, 국산 독주 2억 상자 및 수입 증류주 1백만 상자임. 증류주와 맥주가 이렇게 오랫동안 인도인에게 최고의 주류로 자리잡으면서 와인이 시장에 진출하기 어려워짐. 그러나 이러한 시장 구조에도 불구하고 와인은 점차 수용되어 인기를 끌고 있으며 구매가 가능해짐.

1.5 인도의 지역별 와인 소비

인도 최대의 주요 시장 두 곳은 지방이 아니라 대도시인 뭄바이와 델리 지역임. 이들 두 지역은 인도 총 와인 소비의 65%를 차지하는 것으로 추산됨. 이러한 수치는 뱅갈로어, चेना이, 콜카타(구 캘커타), 나시크 및 푸네 같은 다른 주요 도시를 포함할 경우 80%가 될 것으로 추산됨. 뭄바이와 델리에 의한 시장 점유는 인도 판매 증가를 모색하는 모든 생산자와 유통업체에게 확실한 지주 역할을 함. 뱅갈로어 시(하이테크 산업 도시), 고아 주(매우 정렬적인 관광 도시)는 그 다음의 중심지이지만, 이 역시 마케터들에게 중요한 곳임. 콜카타, 찬디가르, 나시크 및 푸네 중요한 틈새 시장으로 적절한 활동과 조치가 필요함. चेना이와 하이데라바드는 IT 산업 성장으로 엄청난 잠재력이 있으나 정부 정책이 아직 와인 판매에 유리한 상황은 아님

1.6 인도의 와인 소비현황 및 향후 전망

(단위 : 상자)

연도	계	자국산	수입산
2004	550,000	470,000	80,000
2005	620,000	520,000	100,000
2006	750,000	630,000	120,000
2007	900,000	750,000	150,000
2008	1,100,000	920,000	180,000
2009	1,400,000	1,180,000	220,000
2010	1,700,000	1,440,000	260,000
2011	2,000,000	1,700,000	300,000
2015	4,000,000	3,400,000	600,000

주) 9리터 들이 상자 기준(1상자 : 750ml x 12병)

분석: 전체 소비에 관한 상기 수치는 2015년까지의 예상 수치임. 수입품의 시장 점유율은 이 분석에서 일정한 수준으로 유지됨(약 15%). 이러한 시장 점유율 및 증가 능력은 주로 인도의 연방 및 주 정부가 집행하는 보호주의 정책 수준에 따라 크게 다름. 번거로운 특정 절차 및 세금이 완화될 경우(인도의 자발적 의지 또는 WTO의 분쟁 해결 절차에 따라) 수입시장이 상당히 증가할 수 있음. 본 보고서의 규정 부문에 수록된 바와 같이 인도 와인 산업을 보호하기 위한 정부의 조치는 공정하게 개방된 시장 환경에서 국내 업체와 경쟁할 수 있는 수입 와인의 역량을 저해함.

1.7 2008년 가격대별 와인 소비

(단위 : 상자)

	인도산	수입산	계
10달러 미만	600,000	-	600,000
10달러 - 20달러	250,000	50,000	300,000
20달러 - 30달러	60,000	90,000	150,000
30달러 초과	10,000	40,000	50,000
총계	920,000	180,000	1,100,000

주) 9리터 들이 상자 기준(1상자 : 750ml x 12병)

분석: 고가의 수입 와인의 시장 점유율은 가격이 20달러 이상으로 오르면서 급상승함. 인도산 와인은 아직도 높은 가격을 요구할 수 없음(JBC International Inc의 현지 확인 인도산 와인 최고가는 23달러였음('08). 또한 인도 연방 및 주 단위로 시행되고 있는 보호 정책으로 저가 해외 와인은 병당 10달러 미만의 인도산 와인과 경쟁할 수 없음.

1.8 2008년 와인 종류별 와인 소비(스틸 와인)

색상	테이블 와인(9L 상자 기준)		
	국산	수입	계
레드	480,000	120,000	600,000
화이트	420,000	50,000	470,000
로제	20,000	10,000	30,000
총계	920,000	180,000	1,100,000

분석: 전통적인 레드 와인 및 화이트 와인이 신흥 인도 와인 시장에서 큰 비중을 차지함. 로제 와인은 많은 인도인들이 인도 음식과 기후와 잘 어울려 오랫동안 인도 소비자에게 잘 맞다고 인식되었으나 시장에서 계속 생산이 부족한 상황임. 레드와 화이트 스틸 와인에 의한 시장 점유는

인도에 판매되는 와인 대다수가 전체 인구의 상위 2%에 의해 소비되고 있다는 주장을 뒷받침함. 상류층이 전통적인 와인 종류와 스타일을 집중적으로 소비한다는 사실은 당연히 되고 있음.

1.9 수입 와인 소비 데이터

< 인도의 와인 수입동향 >

(단위 : 달러, 리터)

국 가	2005		2006		2007	
	금액	물량	금액	물량	금액	물량
전체	6,775,880	1,252,348	9,304,230	1,563,110	14,413,326	2,833,442
프랑스	3,058,019	472,301	3,939,683	683,768	6,500,437	867,057
호주	794,271	198,358	1,123,938	236,340	2,315,211	804,071
이탈리아	836,427	138,204	1,275,967	181,825	1,564,735	254,735
미국	416,491	62,164	683,059	93,898	693,722	92,024
남아프리카	105,043	46,849	56,070	7,495	517,056	343,196
칠레	288,118	64,447	250,131	38,086	335,294	78,997
뉴질랜드	49,367	7,507	47,574	5,625	162,757	27,682
아르헨티나	100,126	27,340	318,751	35,370	160,324	32,075
스페인	159,844	9,994	84,288	18,284	151,639	33,389

주) H.S 코드 2204 기준으로 1월~11월까지의 실적임

자료 : Global Trade Atlas: <http://www.worldtradestatistics.com/gta>

1.10 원산지별 수입시장 점유율

1. 프랑스: 45%
2. 호주: 16%
3. 이탈리아: 11%
4. 미국: 5%
5. 남아프리카, 칠레, 뉴질랜드, 아르헨티나 및 스페인 전체가 1%-3.5%를 차지함.

미국은 5%로 낮은 수준이나 상승세를 보일 것으로 전망. 캘리포니아의 생활 방식은 인도 문화에서 인기가 있음. 또한 대다수 와인이 프랑스에 의해 판매되고 있으나 인도 중산층의 기호는 신규 와인 생산 국가 스타일의 와인에 더 익숙함.

1.11 Top 10 인도 수입업체(9L 상자)

(보유 브랜드, 연락처 및 전체 수입업체 목록에 대한 상세 정보는 **첨부 참조**)

1.	Brindco	51,000
2.	Sonarys	24,000
3.	Moet Hennessey	18,000
4.	Global Tax Free Traders	14,000
5.	Hema Connosieur Coll	13,500
6.	Pernod Ricard	12,000
7.	Sula	7,000
8.	Fine Wines&More	6,500
9.	Mohan Bros	4,500
10.	T &G Trading	4,500

※ 현재 인도의 와인 수입업체의 수는 80개로 추정됨. 본 목록에 수록된 상위 4개 업체는 시장 기반을 확고히 구축함

IV. 인도의 와인 생산

2000년 인도의 와인너리는 불과 6곳이었으나, 현재는 약 65곳으로 늘어남. 이들 와인너리의 약 85%가 뭄바이가 주도(州都)인 마하라슈트라 주에 위치함. 이들 와인너리 대부분은 뭄바이에서 250km 동쪽에 위치한 나시크, 푸, 바라마티 및 상글리 벨트에 위치하며 이곳은 전통적으로 테이블 와인용 포도가 재배되었으며 현재에는 *vitis vinifera* 와인용 포도 품종 생산에 새롭게 주력함. 와인용 포도재배는 인도에서 다소 생소하나, 테이블 와인용 포도는 그렇지 않음. 인도는 현재 약 150,000에이커 규모의 테이블 와인용 포도를 재배 중이나, 7,000-12,000에이커의 와인용 포도만을 재배 중임. 이 중 마하라슈트라가 90%를, 카나타카가 7%를 차지하며 나머지 3%는 다른 지역에서 재배. 재배지 중 대부분에서는 Syrah (Shiraz), Cabernet Sauvignon, Merlot, Chenin Blanc, Sauvignon Blanc, Chardonnay을 재배하고 있음.

1. 인도의 주요 와인 생산업체 및 생산량

(단위 : 9L 상자)		
인도산	2008 (추정)	2010 (전망)
Chateau Indage	400,000	500,000
Sula	300,000	420,000
Grover Vineyards	100,000	150,000
Vinsura	25,000	40,000
Vintage Brands (Reveilo)	10,000	20,000
기타 전체	85,000	570,000
총계	920,000	1,700,000

2. 개발중인 와인너리 및 2010년까지 예상 물량

(단위 : 9L 상자)	
구 분	예상 물량
Pernod Ricard: Nine Hills	100,000
United Spirits: Four Seasons, Zinzi	300,000
Chateau D'Ori	80,000

이외 업체로는: DiageoNilayal, Globus Wines(Miazma) John Distillers(Big Banyan-Goa), Deepak Roy(Valle De VIN)가 있음

3. 인도의 와인 생산업체

Chateau Indage

예상 생산량 : 400,000박스

Chateau Indage는 생산량과 금액 면에서 인도 최대의 와이너리임. 이는 인도 와인 산업의 선두 주자 중 하나로 알려져 있으며 1986년 마하라슈트라의 Narayangaon에서 시작됨. Chateau Indage는 다양한 와인 종류로 큰 성공을 거두었고 인도 인구 사이에서 대중성을 확보함. 독점 상표인 Chateau Indage 외에도 Riviera, Figueira, Ivy 및 Chantilli라는 이름으로 와인을 생산함.
www.indagegroup.com

Sula Vineyards

예상 생산량 : 300,000박스

Sula Vineyards는 다양한 가격대의 고품질 와인을 공급하는 단순한 전략으로 2000년 설립되었음. 2000년 최초의 병 와인 제품을 생산한 이후 생산은 2005년 85,000박스, 2007년 220,000박스로 증가했고 2008년에는 300,000박스를 생산.

<http://www.sulawines.com/>

Grover Vineyards

예상 생산량 : 100,000박스

벵갈로어 북부에 소재한 Grover Vineyards는 고품질의 와인 공급을 목표로 1989년 설립됨. Grover Vineyards는 성공적으로 프랑스 업체와 제휴하여 매해 생산량의 25%(약 25,000박스)를 수출함.

www.groverwines.com

Chateau d'Ori

Chateau d'Ori는 성공한 인도 사업가이자 와인 애호가인 Ranjit Dhuru가 설립함. Dhuru는 적극적인 전문 팀과 함께 품질에 주력하여 인도 와인 산업에 뛰어듦. Chateau D'Ori의 포도 농장은 최고를 자랑하며 새로 설립된 와이너리는 전통과 기술이 결합된 1등급 제품을 제공함. Chateau D'Ori의 와인은 이미 인도에서 평판이 자자하며, 레드 와인 및 화이트 와인 모두에서 각종 메달을 수상했고 신흥 인도 와인 산업에 자사 비중을 확대하고자 적극 노력함. Chateau d'Ori 기업은 나시크의 딘도리에 있는 Nhera-Ori의 쌍둥이 언덕 아래 100에이커 규모의 잘 조성된 단일 포도 농장으로 구성되어 있음. 또 다른 300에이커가 쌍둥이 언덕을 가로 질러 개발 중이며 2010년 완공 예정임.

<http://www.chateaudori.com>

Vinsura

예상 생산량 : 25,000박스

Sankalp Winery Pvt.Ltd.는 마하라슈트라, 나시크의 인도 원예가 그룹에 의해 2003년 설립됨. 와이너리는 Vinchur Wine Park 내에 위치하고 있음. Khadangle, Holkar 및 Nathe가 핵심 경영 그룹을 구성하고 있음. Khadangle은 화학 전문가이며 Holkar는 원예가이고 Nathe는 경영 전문가임.

www.vinsuras.com

ND Wines

예상 생산량 : 50,000박스

ND Wines는 나시크 외부에 위치하며 인도 테이블 와인용 포도 수출업체로 기업 운영을 시작함.

www.ndwines.com

Vintage Wines (Reveilo)

예상 생산량 : 11,000박스

나시크 인근에 소재한 Vintage Wines는 Reveilo 상표로 고품질 와인을 생산하는 것으로 알려짐. 생산량은 소규모(약 100,000리터)로 보고되어 있으며, 생산 포도 품종은 Reveil Syrah, Cabernet Sauvignon, Chardonnay, 및 Chenin Blanc임.

UB Group (Zinzi & Four Seasons)

UB Group은 와인 브랜드의 입지를 확고히 하고자 하며 브랜드 Zinzi는 제품 가격대가 275루피에서 300루피 사이임. Zinzi 이후 출시된 UB 브랜드인 Four Seasons는 가격이 375루피에서 시작하는 고급 인도 와인으로 분류됨. UB Group은 바라마티 근처 Roti 마을의 와이너리의 총 포도 재배 면적이 향후 3-5년 내에 2,500-3,000에이커로 증가할 것으로 기대함.

<http://www.theubgroup.com>

Seagram - Nine Hills

Seagram의 Nine Hills 와인의 이름은 기업의 와이너리와 포도 농장이 위치한 나시크 주변의 Nine Hills에서 따온 것임. Nine Hills의 포도 품종에는 Shiraz, Cabernet Sauvignon, Chenin Blanc and Sauvignon Blanc가 있음. 세계 제2대 와인 및 증류주 대기업인 Pernod Ricard Group Company의 Pernod Ricard India는 Jacob's Creek(호주), Montana(뉴질랜드), Mumms Champagne(프랑스) 및 Mumm Napa Valley(미국) 등의 글로벌 와인 브랜드와 동일한 명성을 유지함.

www.seagramindia.com

Vininicola Private Limited

30년 전, Vinicola는 인도의 고아 주 내 와인 생산을 위해 설립됨. 오늘날 Vinicola는 전통 기법을 이용하여 다양한 포트 와인, 레드 와인 및 화이트 와인을 생산하며 주로 고아에서 완제품을 판매함.

Flamingo Wines

Flamingo Wines는 나시크 외부의 Vinchur Wine Park에서 두 번째 와이너리로 다양한 종류의 와인을 생산함.

4. 포도 농장 면적 및 생산현황

마하라슈트라의 푸네 위치한 포도 국가 연구소(Research Centre for Grapes)는 2006년-2007년 인도 내 포도 및 와인용 포도 생산과 관련하여 다음 수치를 제시함. 와이너리의 포도 수급 방식과 관련한 보고에 따르면 4,000곳 이상의 생산자가 와인용 포도 품종 재배를 위한 계약을 체결함. 추가로, 46개의 신규 와이너리가 생산에 돌입했고 또 다른 100곳의 생산자는 소형 와이너리를 설립하는 중임. 이러한 계약으로, 수많은 와이너리가 포도 재배 전문가를 초빙하여 신규 포도 농장 재배 및 기존의 테이블 와인용 포도를 와인용 포도 품종과 접붙이기 하는 등 지역 생산자를 지원하도록 함.

구 분	면 적
전체 포도 재배면적	158,888에이커
o 와인용 포도 재배면적	7,413에이커
- 마하라슈트라	6,671에이커
- 카나타카	494에이커
- 기타	247에이커
전체 포도 생산량	1,582,000톤
o 와인용 포도 생산량	30,000톤

5. 나시크 와인용 포도 재배 지역 평가

나시크는 뭄바이 동쪽으로 자동차로 4시간 떨어진 곳에 위치

나시크는 해발 800미터 이상의 높은 고도에 위치하여 인도 기후 특징인, 온도가 떨어지고 습도가 부족한 현상이 나타남. 더운 주간, 서늘한 야간, 비옥한 토양과 건조한 공기는 테이블 와인용 포도와 와인용 포도가 이 지역에서 재배되기에 충분한 조건

최초의 Cabernet 및 Merlot 재배는 고지대의 4변형의 코돈식 격자 체계임. 신생 재배(3-4년생)는 수직 격자 시스템으로 4피트 x 6피트의 간격으로 포도가 재배되었음.

수직 시스템의 Cabernet Sauvignon은 탄닌과 스파이스의 오버톤이 우수하고, Merlot은 탄닌이나 스파이스가 없어 더 부드러움. 이 지역 특산 재배종인 Syrah는 과실 향이 강함. 토양은 바위가 많고 비옥하며 포도 농장은 규칙적으로 미풍이 부는 언덕 기슭에 자리함.

일반 식용 포도는 킬로그램당 10-12 루피(30센트)로 판매되는 반면 와인용 포도는 킬로그램당 28-38 루피(1달러)로 판매됨. 가격상승을 평가할 때 와인용 포도의 생산비 증가를 감안해야 하지만, 생산비용 증가는 시장수요가 활발하여 상쇄가 되는 반면, 일반 식용포도는 과잉공급으로 손실을 보는 경우가 발생.

수많은 지역 포도 농가가 이미 Dogridge라는 토종 대목을 사용하여 테이블 와인용 포도 콘을 Shiraz, Cabernet Sauvignon, Merlot, Zinfandel, Pinot Noir, Chenin Blanc, Sauvignon Blanc, Chardonnay, Viognier 등의 와인용 포도와 접붙이기 함.

나시크의 엘리트 지방인 Dindori의 경우, 부지는 에이커 당 8-10락(미화 18,000-23,000달러)에 판매됨. 동일한 부지가 불과 4년 전에는 2-3락(미화 4,500-7,000달러)에 판매되었음. 화이트 품종의 경우 수확은 1월에 시작하여 3월까지 계속됨. 레드 품종의 경우 수확은 이르면 2월 말에 시작하여 보통 4월 중순에 끝남. 인도의 이 지역 포도는 휴면을 거치지 않으므로 매년 2번 재배하는 것을 피하기 위해 두 번 가지치기를 해야 함. 첫 번째 가지치기 작업은 수확 1-2개월 이내에 이루어지며 이후 수확에 앞서 100-120일 전에 두 번째 가지치기 작업이 이루어짐.

포도가 휴면 상태에 들어가지 못하면 포도의 생명 주기를 상당히 줄인다고 알려져 있음. 연간 2번 수확(테이블 와인용 포도의 경우)의 경우, 포도는 약 15-20년 동안 생산됨. 와인용 포도의 경우(연간 1회 수확), 생명 주기는 25-35년으로 연장될 것으로 예상됨. 캘리포니아 및 기타 와인 생산국은 병충해를 전혀 감안하지 않고도 포도를 40-60년 까지 생산하는 것이 일반적이고, 일부 포도의 경우에는 100년 이상 추가로 생산되기도 함. 나시크의 포도는 분말 노균병에 취약하나 다른 병충해 문제는 심하지 않다고 함.

6. 인도 정부(GOI)의 자국 와인 산업 지원

1. 와이너리 개발을 위한 직접 보조금 - 와이너리 자본 투자를 위한 초기 비용의 25%-33% (상한선은 미화 160,000달러) 보조.
2. 생산 능력 배양 - 포도 재배, 양조 및 와이너리 개발에 관한 기술 교육
3. 연구 지원 - 대목 시험, 품종 선택, 병충해관리 연구.
4. 연구소 개발 지원 - 와인 분석 목적
5. 국가 와인 위원회를 민관 협력 관계로 설립하여 인도 와인 산업의 발전 장려 지원.

V. 무역 정책

인도의 무역 정책을 검토할 때 반드시 인도 정부가 매우 보호주의적인 정책을 시행하고 있다는 점을 감안해야 함. 인도 경제는 엄청난 속도로 계속 발전하고 있으며 그 결과 소비층이 새롭게 등장하고, 보다 많은 국가들이 농산품 및 여타 분야에서 이러한 발전 중인 시장에 제품에 대한 시장 접근성을 높이하고자 함. 인도 정부 및 국민은 국내의 경제 발전과 해외의 관심을 종합적으로 고려하여 내부의 수요 증가를 지원하고 자체 공급하기 위한 조치를 취함. 와인과 같은 제품의 국가적 수요로 국내 와인 산업 발전이 가속화되면서 인도 정부는 발생 단계에 있는 자국 산업을 보호하는 무역 정책 수립을 신속히 진행함.

인도가 1995년 세계 무역 기구(WTO)에 가입하면서 무역 정책 분쟁이 제기되어 왔음. WTO 회원국으로서, 인도는 스스로 모든 제품을 대상으로 규정 양허 관세율을 초과하지 않도록 하고 있음. 이러한 노력에도 불구하고 인도(연방과 주 정부 모두)가 상당한 보호주의적 정책을 실시함에 따라 WTO에 따른 자체 양허를 무효화했으며, 이러한 정책은 궁극적으로 와인에 대한 가격을 왜곡하는 무역 장벽으로 작용함.

연방 차원에서, 주요 정책은 추가 관세, 그 외 관세 및 기타 세금을 부과함으로써 양허 관세를 초과하는 관세를 부과하는 것임. 이러한 세금은 기본 관세 외에 추가로 부과되기 때문에 협의된 관세 이상의 가격을 초래함.

인도는 유럽 연합, 미국 및 기타 와인 생산 국에 의해 주 정부 차원에서 "해외의 개인 및 기업이 자국의 개인 및 기업¹과 동일한 경쟁 조건을 부여 받아야 한다"는 내국민 대우(National Treatment)의 국제 조항을 위반했다는 WTO 분쟁 위험에 직면해 있음. 이러한 분쟁의 한 예로, 마하라슈트라 주의 소비세국은 수입 와인에 200%의 '특별세'를 부과함. 인도 정부(주 및 연방)는 이러한 세금이 현지 생산자에게 부과된 국내 소비세 비용을 감안한 것이라 주장하나 마하라슈트라 주 정부는 현지 와인 생산업체²에게 소비세를 감면해 준 상태임.

이 사례에서, 마하라슈트라 주 정부는 지역 와인 생산업체에게 부과된 소비세(실제로는 세금이 면제됨)로 인해 주 외부 지역을 원산지로서 하면서 해당 주에서 판매되는 와인에 200%의 세금을 부과하는 것은 정당하다고 주장.

1 www.international.gc.ca/trade-agreements-accords-commerciaux/ressources/fcm/annexC.aspx

2 2001년 마하라슈트라 포도 가공 산업 정책

VI. 규 정

인도 수입시장 고유의 폐쇄적 성격과 높은 수입 관세, 복수의 주 세금 및 복잡한 주 정부의 라이선스 부여/승인 절차, 수입 증류주의 기존 시장 점유현황 등을 감안할 때, 대 인도 와인 수출은 매우 까다로울 수 있음. 그러나 높은 관세 및 기타 정책의 병목 현상에도 불구하고, 과거 몇 년간 해외 와인 생산업체/수출업체들은 많은 관심을 보여왔음

1. 인도 헌법 : 주류 소비에 대한 판촉 금지

인도 독립의 아버지인 마하트마 간디와 암베드카르는 절대적인 금주가로서 두 사람 모두 인도 헌법 제정에 기여함. 이들은 인도 헌법 제 47항에 따라 "주요 책임 중에서도 주 정부는 국민들의 영양 수준과 삶의 질을 향상시키고 공공 보건을 증진해야 하며, 특히 **주 정부는 건강에 치명적인 주류 및 약물에 대해 의약용을 제외하고는 소비 금지에 힘쓰는 것**"이 바람직하다고 생각함.

2. 주류 생산, 유통 및 판매에 관한 주 권한

주류의 판매, 유통 및 가격 통제는 인도 헌법의 지시 지침 47항에 따라 주 정부가 관할함. 인도는 연방 국가로 미국과 같이 중앙 정부가 주에게 수익을 창출하고 판매를 관리할 권한을 부여했음. 주류 판매가 이 범주에 속함. 따라서 각 주는 자체 소비세를 결정하며 매년 3월과 4월 사이에 발표함.

VII. 수입 정책 및 규정

1. 관세

인도 중앙 정부는 2월 마지막 주에 발표된 종합 예산 기간 중 전체 제품에 대한 관세를 발표함. 현재 기본 관세를 평가액의 150%로 설정함(CIF 가격 +1% 평가 비용). 또한 4%의 특수 추가 관세 및 3%의 교육세가 있음.

1.1 특정 업체에 대한 연방 관세 면제

2003년, 인도의 외국무역부(DGFT)는 관광 지역의 호텔(3성급 이상) 및 기타 서비스 업체에서 평균 외환 수익의 5%에 해당하는 면세 수입 특혜를 받을 수 있다고 발표(이전 3년 동안 ITC HS 분류의 제22장에 분류된 주류 및 증류주에 적용). 수년 간 이러한 "면세 수입 적용"에도 불구하고, 호텔 및 기타 수혜 기관은 절감 비용을 소비자에게 되돌려주지 않았으며, 대신 수익을 늘리

기 위한 수단으로 유용함. 마지막 해에, 인도 정부(GOI)는 이러한 특혜 철폐 의지를 보이자, 호텔 및 기타 단체는 가격을 인하하기로 약속하고 정부도 더 이상 문제 삼지 않음..

1.2 관세의 최근 변화

2007년 7월 3일 인도정부는 와인에 강제 적용되었던 추가 관세를 철폐하는 대신 주 정부에 주 류에 대한 "특수세"를 부과할 수 있는 권한을 부여함. 동일 기간 동안, 기본 수입 관세는 100%에서 150%로 증가함. 이러한 관세 구조 변경 결의안으로 유럽 연합과 미국이 이러한 시스템에 대한 분쟁 조정 청문회를 신청한 이후 긴장이 완화되었음. 이러한 강제조항을 집행한 최초의 인도 주 정부는 와인 생산, 소비 및 판매를 주도하는 마하라슈트라였음. 마하라슈트라 주 소비세국은 와인 구매가에 대해 200%의 특수세를 부과하기로 최종 합의함.

2. 제품 비용에 관세 및 연방 세금이 미치는 영향

(단위: 달러)

CIF	CIF 가격	10.00	25.00	50.00	75.00	100.00	250.00	500.00	1,000.00
AV	평가액 (CIF+1%CIF)	10.10	25.25	50.50	75.75	101.00	252.50	505.00	1,010.00
BD	기본관세 (평가액의 150%)	15.15	37.88	75.75	113.63	151.50	378.75	757.50	1,515.00
EAD	추가 부가세 (평가액의 4%)	0.40	1.01	2.02	3.03	4.04	10.10	20.20	40.40
EC	교육세 (평가액의 3%)	0.30	0.75	1.50	2.25	3.00	7.50	15.00	30.00
	연방세금 포함 전체비용(CIF+ B D+ EA D+ EC)	25.85	64.64	129.27	193.91	258.54	646.35	1,292.70	2,585.40

주) 본 데이터는 CIF 가격 대를 10달러 - 1,000달러로 추정함

3. 부가 가치세(VAT)

정부는 지난 3-4년간 판매세(중앙 및 지역)를 부과하는 정책에서 점차적으로 전국적인 단일 지점 VAT를 부과하는 정책으로 전환했음. 관세 및 소비세를 포함하는 제품의 총 비용에 20%를 일괄 적용하고 구매 시점에서 최종 고객에게 부과함.

3.1 20% 표준 VAT의 편차

찬디가르 시는 와인을 자체 예외 조항에 추가하도록 결정하여 와인에 단지 4%의 VAT만 부과함. 마하라슈트라는 10년 넘게 와인에 4%의 VAT를 부과했으나 연방 정부가 전체 제품을 대상으로 하여 20% VAT를 도입함에 따라 주 정부는 이러한 세금 체계를 따르기로 결정함.

4. 보관 규정

수입 와인 및 기타 모든 주류는 반드시 정부가 승인한 세관 보세 창고에 보관해야 함. 와인은 수입업체/유통업체가 제품 마케팅 및 판매 계획인 해당 주의 모든 필수 조항을 충족한 이후에만 유통을 위해 보세 창고에서 출고할 수 있음.

5. 라벨 규정

흔히 "원산지 병 포장(BIO) 제품"으로 분류된 수입 와인은 1997년 표준/중량/치수(포장 제품)의 라벨 부착 조항이 적용됨.

와인 병의 라벨 기재 조건은 다음과 같음.

1. 수입업체명과 주소.
2. 포장제품의 총칭 또는 상품명.
3. 표준 단위의 중량 및 측정 기준 순중량. 와인의 경우 밀리리터 또는 리터가 됨.

또한, 1988년 표준/중량/치수(국가 표준) 규칙에 따르면 주류 도수를 부피 대비 퍼센트로 라벨에 표기하고 "xx % Vol"로 기재하도록 함.

6. 인도표준국(BIS)

인도표준국(BIS)이 각종 주류에 대한 표준을 명시하고 있으나, 이러한 조건은 수입 제품의 경우 필수조항이 아님.

VIII. 수입 와인에 관한 주 정부 규정

인도의 29개 주와 6개 연합 지역 각각은 자체적인 주류 통제 규칙 및 규정을 마련함. 수많은 주에서, 주류 및 담배 제품에 대한 소비세가 연간 수익의 대부분을 구성함.

특수세(Special fees)

1. 특정 주에 따라 각기 다른 주류 통제

구자라트는 일괄 금지를 시행하는 주요 주이며, 하리아나, 타밀 나두 및 안드라 프라데시와 같은 많은 주에서는 단기간 금지조치를 시행했다가, 수익 손실 및 밀수 증가로 정책의 비효율성이 입증된 후에는 이를 무효화했음.

우타 프라데시 및 타밀 나두와 같은 주는 운송 허가서 발행을 거부함으로써 수입을 통제함. 운송 허가서는 상품을 창고에서 출고하여 호텔, 기타 지정 소매 매장 등 지정 고객으로 배송하는 것을 허용하는 유통 허가서임.

케랄다와 같은 많은 주에서는 수입 와인의 소매 판매를 허용하지 않음. 펀잡 및 히마찰 프라데시의 주는 이러한 규칙과 절차에 보다 관대하나 높은 판매 관세를 유지함.

2. 주류 소지

모든 주는 판매 허가서를 취득하지 않은 상태에서 가정 내에 보관할 수 있는 주류의 양에 관한 자체 법안을 제정함. 주 정부는 이러한 라이선스가 없을 경우 100개 이상의 와인셀러를 소유할 수 없도록 규정하고 있음.

3. 마케팅 규정

인도에서 와인을 포함한 주류의 마케팅은 주로 주 정부 관할임. 주 정부는 주류 산업에서 발생하는 수익에 대한 의존률이 높음. 내수품의 경우, 모든 주(29개 주) 및 연합 지역(8개 지역)이 창고 보관, 유통, 소매 및 라벨 부착과 공개 요건 등을 포함하여 주류의 제조 및 마케팅에 대한 자체 세금 정책을 제정함. 주 소비세 정책은 매년 검토하며 주 소비세국이 소비세 규정을 감독하고 집행함.

와인을 포함한 수입 주류의 경우, 많은 주에서 마케팅 및 유통에 대해 명확한 소비세 정책을 적용하고 있음. 그러나 그렇지 않은 주(타밀 나두, 라자스탄, 케랄라)도 있음. 해당 주 정부의 정책 결여로 수입 와인 마케팅을 위한 라이선스 처리 과정이 점점 더 어려워짐.

4. 마케팅상의 제약

예: 델리

델리 주/연합 지역은 독특한 소매 시장이 형성됨. 주류/담배 판매 부문을 주도하는 4곳의 준국영(정부가 지원하나 개인 법인) 소매업체가 있음. 4개 기관은 DSIDC, DTTDC, Delhi Consumer Cooperative Society, DS Civil Supplies Corporation. 2004년까지, 주류는 이들 준국영 소매 마트에서만 판매되었으나 지방 분권화에 따라 지난 4년에 걸쳐 민간 소매점에도 판매가 허용됨. 델리의 경우에는 약 400개 소매점에서 주류 제품을 판매함. 이러한 소매점의 75%는 정부 소유이고 나머지 25%는 민간 소유임. DSIDC는 IMFL(인도산 해외 주류)을 판매하는 86개 매장을 보유하며 이들 중 13개 만이 IFL(수입 외국 주류)을 판매함.

델리의 경우, 주류 제품의 홍보/광고가 금지되어 있어, 수많은 기업이 대행 광고에 의존하며 이를 통해 주류를 언급하지 않고 브랜드 명을 광고함(흔히, 회사에서 "브랜드 XXX 위스키"라는 광고명은 언급하지만 위스키에 대한 언급도 사진도 없음). 델리의 경우, 인도의 다른 주와 마찬가지로, 소비세국이 가격 결정에 관여하며 각 와인 브랜드에 대한 MRP(최고 소매가)를 설정하여 와인 뒷면 라벨에 표기함. 준 국영 소매점의 경우, 전체 주류 판매의 3%-4%만이 와인이며, 이곳에서 판매되는 와인의 가격대는 300-2,000루피(미화7.50-10.00달러)임. 매장 관계자에 따르면, 이 시장 전체 와인 판매의 20%가 수입와인이라고 함.

DSIDC 매장의 경우, 소매점의 이익은 병당 20루피(50센트)에 불과하며 약 400종의 와인 브랜드를 보유함. DTTDC 매장은 위탁 판매로 판매업체에게 2개월의 판매 기한을 부여하거나 유통업체가 재구매함. DTTDC는 106개의 매장을 보유하고 있으며 불과 4-6개만이 외국 주류와 총 200-300 브랜드의 와인을 판매함. 여성은 이러한 주류 매장에 출입하지 않는다는 인식이 일반 대중에게 보편화되어 있음. 마찬가지로 수많은 남성 주류 구매자 역시 지역에서 주류를 구매하는 사람으로 인식되지 않도록 다른 인근 지역의 매장을 이용함.

델리 이외의 구르가온 및 노이다 두 지역이 지역 주민에게 와인을 판매하기 더 좋은 장소로 인식됨.

5. 도매 유통 라이선스

일부 주의 경우, 수입업체/유통업체는 주 소비세국에 해외 주류 마케팅 라이선스(FL-1 라이선스)를 신청해야 함. 수입업체는 해당 주에 등록 사무소가 있어야 하고 다른 조건은 주에 따라 달라질 수 있음. FL-1 라이선스의 경우 매년 일정 세금을 지불해야 함. 수입업체는 또한 승인된 FL-1 라이선스를 보유한 유통업체를 이용하여 해당 주에서 제품을 마케팅할 수 있음. 카나타카의 경우, 주 소유 기관인 'Karnataka State Beverage Corporation Ltd. (KSBCL)'는 독점 마케팅/유통 권한을 보유하며 수입업체는 모두 KSBCL을 통해 제품을 마케팅 해야 함.

6. 브랜드/라벨 등록

수입업체가 도매 라이선스를 취득한 (또는 라이선스 보유 유통업체를 승인한) 이후에는 반드시 해당 주의 브랜드/라벨 마케팅을 위해 주 소비세국에 브랜드(및 경우에 따라 라벨)를 등록해야 함. 주 소비세국은 고정 등록세를 부과하고 등록은 매년 갱신해야 함.

등록 시점에서, 주 소비세국은 판매를 위한 특정 라벨 부착 조건의 지침을 제공함. 주별 라벨 부착 규정에는 다음이 포함될 수 있음.

1. '주류 소비는 건강에 유해함(Alcohol Consumption is Injurious to Health)' 영문 문구(및 일부 주는 현지 언어).
2. 'xxxxxxx 주에 한하여 판매'
3. 최고 소매가 xxx.xx루피에 한함.

브랜드 등록과 동시에 라이선스 보유 도매업체/유통업체는 해당 주에서 주 지정 소매 매장이거나 호텔과 주류 판매 라이선스를 보유한 식당을 통해 제품을 판매할 수 있음. 카나타카의 경우, 수입업체는 KSBCL에 브랜드 등록을 신청해야 함.

7. 운송 허가서

바이어(호텔 또는 소매점)로부터 오더 접수 후, 라이선스를 보유한 도매업체/유통업체는 소비세국에 특정 제품 수량(병/박스 수)을 세관 보세 창고에서 소매점/호텔로 배송하는 것을 허가하는 소비세국에 운송 허가서 또는 주문서를 요청함.

주의 소비세국은 주 판매 관세, 판매료 및 기타 세금 지불 확인 후 운송 허가서를 발행하며 사

레는 주에 따라 달라질 수 있음. 운송 허가서를 제시하면 보세 창고가 지정 수량의 와인을 소매점/호텔에 출고하고 라이선스를 보유한 유통업체가 제품을 소매점/호텔에 배송함.

8. 자국산 와인 산업에 대한 주 정부 지원

8.1 소비세 면제

2001년 마하라슈트라 주의 세금 정책(*V. 무역정책 P.27*)을 참조.

8.2 와인 단지에 대한 주 보조금 지급

마하라슈트라 정부는 Maharashtra Industrial Development Corporation(MIDC)을 주의 포도 와인 농장 설립을 관장하는 중심 기관으로 지정했으며 중앙 및 주 정부 기관, 재배자, 가공업체, 서비스 제공업체 등 여러 단체의 활동을 조율함. 이러한 정책에 따라 두 개 와인 단지가 MIDC에 의해 설립됨. 추가로 포도 가공 및 연구소(GPRI)가 설립되었음. GPRI의 목적은 다음과 같음.

1. 강좌를 통해 재배자를 대상으로 정식 교육 실시. 우수한 교육생은 와인용 포도 재배, 와인 제조 및 와인 마케팅의 수료증, 졸업장 및 학위를 수여함.
2. 와인용 포도의 묘목밭을 조성하여 진품의 묘목 재료를 재배자에게 제공.
3. 시연을 위해 소규모로 표준 와인을 제조.
4. 와인의 품질 관리 연구소 설립.
5. 와인 혼합 기술 전수.
6. 국내 및 해외 시장 개척.
7. 와인 제조업체의 "모체"를 설립하여 재배자를 지원.

IX. 공급 및 유통경로 관련 사항

인도의 운송 인프라는 개선되고 있긴 하나, 와인 유통의 질과 효율성을 제한함.

1. 운송

발주는 풀 컨테이너 용량(FCL) 또는 제한된 컨테이너 용량(LCL)으로 가능. 미국산의 경우 제품이 타 지역에서 인도될 수 있으나 뭄바이의 Nava Sheva 항이 선호되는 항구임. 미국 서해안에서 선적 시, 화물은 싱가포르의 일반 환선적 지점을 거쳐 뭄바이의 Nava Sheva 항에 도착함. 미국 동부해안에서 선적 시, Nava Sheva로 직접 선적됨.

냉장 컨테이너는 비용 때문에 거의 사용되지 않음. 그러나 고가 와인의 경우에는 점차 사용빈도가 늘고 있음. 또한 수입업체는 엔진실과 멀리 떨어지고 온도가 비교적 서늘한 선체 중앙에 화물 공간을 확보하는 것이 유리함. 비냉장 컨테이너에서의 와인 보존을 위해 선하증권에는 다음 지침이 기재되어야 함. **"갑판 아래, 엔진과 멀리 떨어진 곳"**. 수많은 수입업체는 또한 하절기의 고온(3월-8월)을 피하고 제품 부패를 방지하기 위해 계절에 따라 선적 시기를 조정함.

2. 세관 통관 및 보관

세관은 통관 대기 화물을 보세 창고에 보관하며, 세관이 인증한 설비의 공공 창고도 사용됨. 일단 세관 신고서가 작성되면 제품은 세관 보세 창고에 보관되며 연이자¹⁹ 15%를 적용하여 90일간은 초과 비용 없이 보관이 가능함. 세관 당국은 현재 지정된 창고의 제품에 대해 은행 보증을 요구함.

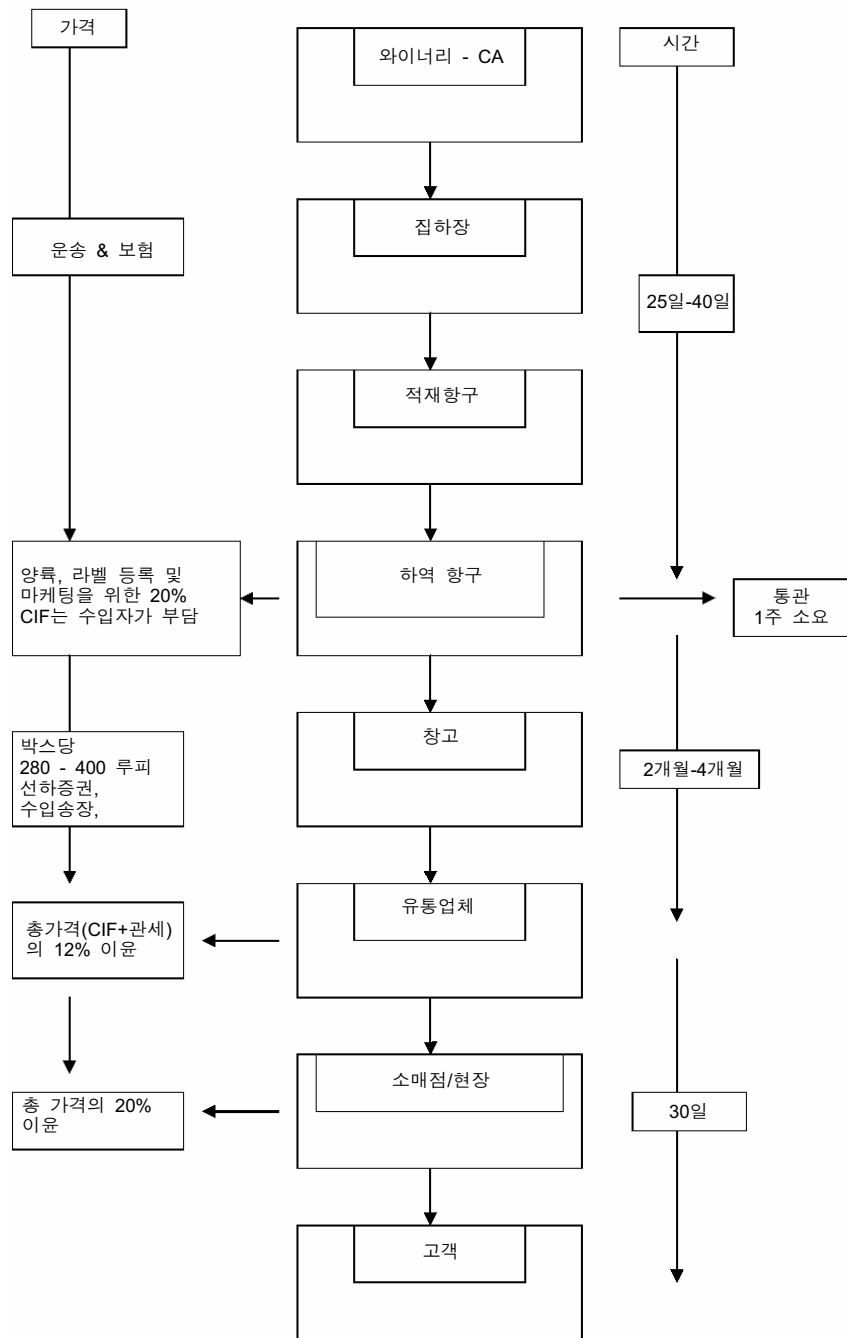
창고 보관 화물의 담당은 세관 공무원이며, 창고는 보험에 가입해야 함. 이에 따른 관세 및 이자를 지불한 이후 출고가 가능함. 면세품의 경우, 판매자의 면세 라이선스 및 소비세국 장관의 서신과 같은 필수 문서를 발행해야 함. 제품은 세관 창고에 보관할 수 있고 화주는 소비세국에 판매자로 등록되며 브랜드와 라벨 목록을 제시함. 배송 도착지인 소매점, 호텔 또는 대사관 매장으로의 제품 배송 전, 운송 허가서(TP)를 발행해야 함. 델리의 경우, 소비세국은 제품의 불법 배송을 막기 위해 숫자가 기록된 홀로그램을 발행함. 재료는 지정 장소로만 배송할 수 있음.

3. 보관 및 제품 보존

인도 전역에는 수많은 세관 보세 창고가 있으나 주로 델리와 뭄바이에 집중되어 있음. 창고의 와인 보존 실태는 창고마다 큰 차이를 보임. 거의 모든 서비스 제공업체에 따르면 일부 창고는 온도 조절 설비가 있긴 하나 대부분은 그렇지 않으며 온도 조절 설비를 갖춘 업체들도 야간에는 비용을 줄이기 위해 에어컨을 끈다는 소문이 있음. 두 곳의 창고를 방문한 결과 한 곳은 중간 규모의 벽돌 구조물로 금속 지붕을 설치했고 단열이 제한적임. 와인 제품을 구분하여 실제적으로 격리하지 않고 와인 전체가 먼지에 덮여있고 내부 온도는 약 35도였음. 또 하나의 창고는 우수한 단열 및 에어컨 장치를 갖춘 넓은 공간이었으며 통풍구가 여러 개 있어 각 위치별로 균일한 온도를 유지함. 제품 사이에는 적절한 공간이 있고 수입업체, 브랜드 및 종류에 따라 제품별로 별도의 공간이 있었음. 이러한 창고 제공업체는 한발 앞서 품질 관리를 보증함으로써 고객이 (컴퓨터 웹사이트로 로그인하여) 특정 기간 동안의 온도 편차를 관찰할 수 있도록 하고 부정 조작이 불가능한 온도 모니터링 시스템을 구매했음. 이러한 창고 제공업체는 확실히 선호되는 업체로 간주됨. 창고 상태에 대한 이러한 차이를 감안하여, 와이너리 및 수출업체는 수입업체가 보관 상태의 품질을 확인하거나 잠재적으로 제품 품질 저하를 초래할 수 있는 위험을 확인하도록 요구해야 함.

*다음의 다이어그램은 미국산 와인을 예로 들어 캘리포니아 생산지에서 인도 소비자에 이르는 공급/유통/규정 체계를 도해한 것임.

*다음의 다이어그램은 미국산 와인을 예로 들어 캘리포니아 생산지에서 인도 소비
자에 이르는 공급/유통/규정 체계를 도해한 것임.



≡ 수입와인 유통경로 (미국산 예시) ≡

[부 록]

I . 인도의 와인 수입업체

○ 수입물량 기준 상위 10위업체

1. Brindco Ltd.

Name:	Brindco Ltd.
Address :	S 53 Okhla Industrial Area, Phase II New Delhi-110020 26918707 / 41616424
Website :	www.brindco.com
C.E.O :	Aman Dhall
Contact person :	Aman Dhall
Estb. In :	2001
Major Brands:	Villa Maria, Craggy Range Villa Tarapaca, Calina, BaronPhilippe de Rothschild, Almaviva, Kendall Jackson, Caymus, Joseph Phelps, Cakebread Cellars, Benziger, Jordan Vineyards, Stag's Leap Cellars, Duckhorn, St. Francis Vineyards, Francis Ford Coppola Wines, Shafer Vineyards, Rupert & Rothschild, Meerlust, Bodega Norton, Brands of Coonawarra, Mount Pleasant, Leeuwin Estate, D'Arenberg, Clarendon Hills, Peter Lehman, Penley Estate, Maison Louis Jadot, E Guigal, Henri Bourgeois, Domaine Schlumberger, Gunderloch, Dr Loosen, Frescobaldi, Marchesi de Barolo, Allegrini, Gaja, Masi, Planeta, Tasca d'Almarita
Description About the Company :	Importer of wines, spirits & beer and undertakes distribution across India. Has a dedicated "Wine Division" with two Sommeliers. Acts as an Importer as well as Distributor holds valid Import Licenses as well as State Trading Licenses. It has bonded temperature controlled warehouses in Delhi, Mumbai and Goa. Has contracted wineries, one in Chile and the other in Australia
Distribution: (National, local, regional)	National- 9 Office across India. 134 Employees
Market : (Retail, HoReCa, Wholesale)	Retail as well HORECA. (80%)
No. of Cases sold in 2007-08 :	51,000 Cases (9L)

2. Sonarys Co Brands Pvt. Ltd.

Name:	Sonarys Co Brands Pvt. Ltd.
Address :	G-12, Creative Industrial Estate, N.M Joshi Marg, Mumbai- 400011 22-66669111 / 22-66669100
Website :	www.sansula.com
C.E.O :	Sanjay Menon
Contact person :	Jaidev Chatterjee
Estb. In :	1974 in alcobev products
Major Brands:	J & F Lurton, Lindemans, Penfolds, Rosemont, Arrowood,Clos du Val, Robert Mondavi, Calitera, Montes, Faively,Domaine La Chevaliere, Hugel, Pascal Jolivet, Paul; Jaboulet Aine, Domaine Laroche, Antinori, Garofoli, Villa Girardi, Springfield Estate, Enate
Description About the Company:	The business was concentrated more on beer and spirits until 10 years ago. It has the first privately owned Public Bonded Warehouse in the country. They have their own warehouses in Delhi and Bombay.
Distribution: (National, local, regional)	National
Market : (Retail, HoReCa, Wholesale)	All
No. of Cases sold in 2007-08 :	24,000

3. Moet Hennessy India Pvt Ltd

Name:	Moet Hennessy India Pvt Ltd
Address :	301- D & E, "A" Wing, 3rd floor, Poonam Chambers, Dr. Annie Besant Road, Worli, Mumbai - 400018 Tel : 00 91 22 40796500, Fax: 00 91 22 40796523
Website :	www.lvmh.com
C.E.O :	Ashwin Deo
Contact person :	Gaurav Bhatia, Marketing Head
Estb. In :	2001
Major Brands:	Moet & Chandon, Dom Perignon, Veuve Clicquot, Krug, Cloudy Bay, Cape Mentelle, Green Point, Terrazas, Casa Lapostolle
Description About the Company:	Part of the LVMH group. Set up operations in India as a subsidiary in 2001
Distribution: (National, local, regional)	National
Market : (Retail, HoReCa, Wholesale)	All as well as airport Duty Free
No. of Cases sold in 2007-08 :	18,000

4. Global Tax Free Traders Inc.

Name:	Global Tax Free Traders Inc.
Address :	87, Sainik Farms, Central Ave, New Delhi-62 29551375 / 29551039
Website :	www.globaltaxfreetraders.com
C.E.O :	Mukul Mehra
Contact person :	Adil Mehra
Estb. In :	1996
Major Brands:	Conchay Toro, Freixenet, Fetzter, De Loache, KVV, Boisset, Calvet, Taylors, Casetta, Casa Girelli
Description About the Company:	The owners have deep roots into the Liquor industry with the fifth generation working. They have an excellent goodwill and superb reputation. Entered wine business about 8 years ago.
Distribution: (National, local, regional)	Delhi, Gurgaon, Noida, Chandigarh, Punjab, Haryana, Kerala, MP, HP, Jaipur, Jammu, Karnataka, Maharashtra, Goa
Market : (Retail, HoReCa, Wholesale)	Retail, HoReCa
No. of Cases sold in 2007-08 :	14,000

5. Hema Connoisseur Collections (P) Limited

Name:	Hema Connoisseur Collections (P) Ltd.
Address :	D-180 Savitri Nagar, Near Malviya Nagar, New Delhi 110017 32432500 / 26012502
Website :	http://www.hema.in
C.E.O :	Mr. Amit Agarwal
Contact person :	Mr. Amit Agarwal
Estb. In :	2002
Major Brands:	Emiliana Vinedos ; Alexis Lichine ; Westend Estate, Ramon Roqueta, Abadal; Corte Viola ; Riccardo Prosecco; Volare Liqueurs ; Antica Sambuca
Description About the Company :	Importers, distributors and marketers of wine, beer and liquor in India.
Distribution: (National, local, regional)	National
Market : (Retail, HoReCa, Wholesale)	Retail; HoReCa; Wholesale, Embassies
No. of Cases sold in 2007-08 :	More than 13,500 cases of 9 liters

6. Pernod Ricard India Pvt. Ltd

Name:	Pernod Ricard India Pvt. Ltd
Address :	Tower B, 7th Floor, Global Business Park, Mehrauli - Gurgaon Road, Gurgaon - 122 002, Haryana, India. Tel: +91-124-235 8001-8 / +91-124-506 5001-8
Website :	www.bernodricardindia.com
C.E.O :	Param Uberoi
Contact person :	Rukn Luthra
Estb. In :	1993
Major Brands:	Wine Brands : Jacob's Creek, Mumms, Montana, Nine Hills etc
Description About the Company :	Largest multi-national company in the Wine & Spirits industry: marketing Chivas, Ballantine's, Royal Salute, 100 Pipers, Blender's Pride etc. First MNC to enter the domestic wine business
Distribution: (National, local, regional)	National
Market : (Retail, HoReCa, Wholesale)	All Channels
No. of Cases sold in 2007-08 :	12,000 cases.

7. Sula Selections

Name:	Sula Selections
Address :	Nashik Vintners Pvt Ltd, 1 Matulya Center C, Senapati Bapat Marg Lower Parel, Mumbai - 400 013 91 25322 31663
Website :	www.sulawines.com
C.E.O :	Rajeev Samant
Contact person :	Cecilia Oldne ceciliao@sulawines.com
Estb. In :	Incorporated in 1997
Major Brands:	Hardy's, Mateus, Ruffino, Two Oceans, JC Le Roux, Maison Pierre, Asahi, Heidsieck Monopole, Trapiche, Gato Negro, Cave St Pierre and (wines only in 75ml)
Description About the Company :	Part of Sula Group-leading producers of premier domestic wines. Very strong in retail (off-trade), especially in affluent areas. Preferred wine provider of the biggest supermarket chain in India, Food Bazaar, distribution tie-ups with Reliance Retail, Bharti Wal-Mart and other major chains. Recently set up Santé Retail, Wine & Beer stores
Distribution: (National, local, regional)	National. Strong presence in all major cities and tourist markets - Mumbai, Delhi, Bangalore, Chennai, Rajasthan, Goa... 90 sales & marketing executives nationwide. Dedicated Imports Department with strong logistics

	team. Leased facilities at import warehouses in Mumbai, Delhi and Goa (air-conditioned)
Market : (Retail, HoReCa, Wholesale)	All sections, particularly retail
No. of Cases sold in 2007-08 :	7,000

8. FineWinesnMore

Name:	FineWinesnMore
Address :	406, Raheja Plaza, Off New Link Road, Andheri West, Mumbai 400053 22-40330000 / 22-40330100
Website :	www.finewinesnmore.com
C.E.O :	Ms. Dharti Desai, Founder & CEO/ Mr. Sumedh Singh Mandla, Founder & Partner
Contact person :	Ms. Dharti Desai, Mr. Sumedh Singh Mandla
Estb. In :	2006
Major Brands:	M. Chapoutier, Canard Duchene, Gerard Bertrand, Georges Duboeuf, Cerreto, Bava, Donnafugata, CarpenaMalvolti, Livon, Colpetrone, La Poderina, Yerring station, Mount Langhi, Kaeslar, Brokenwood, Parker Estate Coonawarra, Vina Sena, Marques De Murrieta, Forrest Estate, Sileni, Rhum Clement
Description About the Company :	FineWinesnMore is a Food & Beverage management company based in India with head office in Mumbai and a support office in Delhi. They specialize in Marketing and Brand building for Food & Beverage products. Building equity for the F&B companies. Conceptualizing launch and create events and promotions for brands & F&B companies, and undertaking import, marketing & distribution of F&B products.
Distribution: (National, local, regional)	National. 13 cities
Market : (Retail, HoReCa, Wholesale)	On premise (Hotels & restaurants), Retail and Duty Free
No. of Cases sold in 2007-08 :	6,500

9. Mohan Brothers (P) Ltd.

Name:	Mohan Brothers (P) Ltd.
Address :	2nd Floor, Plaza Cinema Building, Connaught Place, New Delhi - 110001 011-23322404,011-23359770
Website :	Not launched yet
C.E.O :	Rohit Mehra
Contact person :	Rohit Mehra
Estb. In :	1965
Major Brands:	Moet Hennessy, Penfolds, Lindemans, Fairview, Barone Ricasoli
Description About the Company :	The Mehra family started the company as a liquor trading company and after splits in the nineties, entered wine business too. They are the biggest distributors for Moet & Hennessy in India and handle the bulk of their business for this company
Distribution: (National, local, regional)	Regional - Delhi, Maharashtra, Karnataka,
Market : (Retail, HoReCa, Wholesale)	Retail, HoReCa
No. of Cases sold in 2007-08 :	4,500

10. TT&G Trading (P) Ltd.

Name:	TT&G Trading (P) Ltd.
Address :	Thapar House, 124, Janpath, New Delhi - 110001 011-23349030 / +91-98113-02824
Website :	www.torres.es
C.E.O :	Gautam Thapar, Chairman
Contact person :	Sumit Sehgal, Chief General Manager
Estb. In :	2001
Major Brands:	Sangre de Toro, Vina Sol, Santa Digna, Fransola, Mas de Plana, San Medin, Marimar Torres, Angroves
Description About the Company :	The company was formed as a JV with Gautam Thapar of the big industrial Thapar group holding 50% and Miguel Torres and Grant holding the foreign holding. The objective was to promote wines from Torres Spain, Chile and California and single malts from Grant. However, they are in the process of expanding into other brands and national market with further investments.
Distribution: (National, local, regional)	Regional, Delhi, Maharashtra, Chandigarh, Goa
Market : (Retail, HoReCa, Wholesale)	Retail, HoReCa, Embassies
No. of Cases sold in 2007-08 :	4,500

○ 인도의 와인 수입업체 (상위 10위 이외)

업 체 명	담 당 자	주 소	전화번호
Ae Beveragez Pvt. Ltd.	Mr Debjit Dasgupta	S-23, Okhla Industrial Area Phase-II, New Delhi-110020	011-65634188 +91-98111-70188
Amfora Wine & Foods Pvt. Ltd.	Mr Ranjit Gupta	A-249, Defence Colony, New Delhi - 110024	+91-98112-00209
Arjun International	Mr Rajbir Singh	R-9B, Nehru Enclave New Delhi - 110019	011-26229546 011-26446190
Aspri Spirits Pvt. Ltd.	Arun Kumar	111, Chiranjiv Tower, 43, Nehru Place New Delhi-110019	41633981 41633982
Baumgarten & Wallia Pvt. Ltd.	Sachin Rane	001, Ground Floor, New Udyog Mandir No. 2, Mogul Lane, Mahim, Mumbai-400016	022-24448091 9324288363 9833113523
Best Food and Wines Impex		Commerce Center 4 th Floor, Dr Rajendra Prasad Road Vasco-de Gamma Goa-403802	832'2512798
Best Foods & Wines Impex	Mr Vibhor Gupta	E-64, 2nd Floor, Anand Niketan New Delhi - 110021	011-41662500 +91-98109-82154
Brand Wacziarg	Ms.Firdous	A-58, Nizamuddin East, New Delhi-110013	011-24355901 011-24355910
Brandwagon	Sumaid S Mandla	203 B-Wing, Crystal Plaza New Link Road, Andheri West Mumbai-400053	02255042200
Castello Farm Products P Ltd		257 Hosur Road Wilson Gardens,Bangalore Karanataka 560027	80 56690251

Champagne Indage	Mr Ranjit Chougule	Indage House, 82, Dr. Annie Besant Road, Worli, Mumbai - 400018	022-24938718
Chateau d'Ori	Mr Yash Mhapsekar Mr Avik Duke (VP Marketing)	La Maison, 10 th Road, Khar, Mumbai - 400052	022-56064933
Chateau de Banyan	Asa Abraham	KV 4, Panampilly Nagar Kochi - 682 036, Kerala, India	0091 484 2323555, 2316251
Connoisseur Imports		53 New Balaji Colony Tirupati-517502,A.P, India	9346233868
Continental Sales Emporium Pvt. Ltd.	Raj Sethia	42A/2, Krishna Nagar, Safdarjung Enclave, New Delhi-110029	41652371 9350254331
Dawine Liquors		44 & 71, Oshiwara Ind. Center, Opp. Goregaon Bus Depot, Goregaon (W) Mumbai-14	22-28783169
Dhall Foods & Beverages Pvt. Ltd.	Mr Vikram Dhall Mr Anil Duggal	5, Community Center, East of Kailash, New Delhi - 110065	011-26464254
Diplomat Impex Pvt. Ltd	Mr L.C. Madan	B-90, Hillview Apartment Vasant Vihar, New Delhi - 110057	+91-98112-03221
Diplomat Stores		B-90, Hill View Aptt., Vasant Vihar, Opp. Vasant Continental Hotel, New Delhi-110057	2615 1116 2614 6638
Divine & Co. Inc.	Mr Iqbal Krishna	90 / 42 - B, 2 nd . Floor, Malviya Nagar, New Delhi - 110017	
Embassy International		Embassy House,T-6, Okhla Indl. Area, Phase-2, New Delhi-20	41616111
Fairmacship Stores P.Ltd.		14 Moore Street, Chennai 600001	44 25231383 /84/85
Future Wine & Spirit Brand Pvt. Ltd.		Patel Engg. Co. Building Patel Estate, Jogeshwari (west) Mumbai - 400 102	22 2678 1584 22 26781578
Glefera Foods India Pvt Ltd.	Mr Subhash Dogra	B-1/54, 2nd Floor, Malviya Nagar New Delhi - 110017	011-26685536 +91-98101-20615
Global International		105, Taj Apartments, Factory Road, Ring Road, New Delhi	2332503

GVCM TRADING	Mr Aruna Rangachar Pohl	S -520, Manipal Center, Dickenson Road , Bangalore - 560042	080-56972998 +91-98806-87306
High Spirits	Mr Sanjeev Gupta	187 D, Pocket C, Sidhartha Extention, New Delhi - 110014	011-26347000 +91-98106-03333
Indian Trails Sourcing Services Pvt Ltd.	Shariq Jamil		09999019200
IRUS Corporation	Rakesh Suri	C-15, Sector-30, Noida-201303	95120-2456877 9810066542
Kiara Wine Ltd.	Mr Ravish K Ahuja	Division of Economy Refrigeration Ltd. Kirti Bldg. Ground Floor, Dr V. B. Gandhi Marg, Fort, Mumbai - 400023	022-30282440
M & C Marketing		15/8, Primrose Road, Bangalore 560 025	80 4112 4112
Megabrands Exim Pvt. Ltd.	Mr Jayanti Chandrasekar	27, Gautam Apartments Gautam Nagar New Delhi - 110049	+91-93138-91115
Modern Wines	Sunil Khurana	Amar Kunj, 1/377, Veer Savarkar Marg, Near Vanita Samaj, Shivaji Park Mumbai-400028	022-24468581 9820144794
Munjral Brothers (Distribution) Pvt. Ltd.	Mr Sumit Munjral	356, Patparganj Industrial Estate Delhi-110092	011-22169289 011-22169290
Munjral Brothers (Distribution) Pvt. Ltd.		N-001, Tex Centre, Nariman Plaza, Chandivilli, Sakinaka, Andheri (E) Mumbai-72	22-28579656/57 22-28579658
Mushal Winery & Vineyards	Amarinder Singh	17, Tughlak Road, New Delhi-11	9811410456 9818378745
Paalar Distribution Service Pvt. Ltd.	Mr Kumar V Saj Jaipalan	4C, Garden Apts, Pursukvaakam, Chennai	+91-94441-82910
Pearls Wines	Mr. K.P.Singh	1502, 15th Floor, B Wing Stateman House, Barakhamba Road, New Delhi-1	9350572079 41524690
Radico Khaitan Ltd.	Mr Nitesh Ghai	Plot No J-1, Block B-1, Mohan Co-op. Indl. Area, Mathura Road, New Delhi - 110044	+91-93122-77058
Rama & Company		5205 /5206, Vasant Road, New Delhi - 110 055	23625819 23678989
Rhine & Raavi Agro Pvt. Ltd.	Mr Gurpeetesh Singh Maini	M-84, First Floor, M Block Market, Greater Kailash Part II, New Delhi - 110048	011-41437183 011-41437182

S. V. Distributors Pvt. Ltd.	Mr Viveka Rawal Vijay Nair	228, Keytuo Industrial Estate, Kondivita Road, J.B.Nagar, Andheri (E), Mumbai - 400059	022-28374813 022-28374814 022-28374816
Samant Soma Wines		25, Bhagirathi Sadan, 3 rd Floor, Opp. Caf Cadell, Cadell Road, Shivaji Park, Mumbai 16	22-4440099 22-4472241
Samant Soma Wines Ltd.	Arvind Vaid	A-227, Okhla Industrial Area, Phase-1, New Delhi-20	51616515 9810752529
Shivoys International		244, Civil Lines Kishore Bazar, Bareilly U.P. India : 243001	581-3299219
Sopexa India	Rajiv Singhal	C/o Ritu Overseas, 6 Floor, Vandhana, 11 Tolstoy Marg, New Delhi-110001	23359874 23359875
Sovereign Impex (P) Ltd.	Mr Naresh V. Uttamchandan	C-15, Community Centre, Safdarjung Development Area, New Delhi - 110016	011-41657017 011-41657018
Starex Import Export India Pvt. Ltd.	Mr Rajesh Bhardwaj	A-13/1, Vasant Vihar, New Delhi - 110057	011-26144465 011-26156173
Sultania Trade Pvt. Ltd.	A.M. David Vice President- International Division	Plot NoA-2, Tahira Industrial Compound, Inside Premsons Industrial Estate, Caves Road, Jogeshwari East , Mumbai- 400 060 , Maharashtra	+ 91 22 2820 2505 + 91 22 2820 2506
Sundeeep Vintners		52, Mamta A, New Prabhadevi Road, Mumbai - 400 025	22 24376179
Vaishali Wineries	Vineet Kumar	3310 Ground Floor, Ranjit Nagar New Delhi	9971485007
Wine Legend	D.K. Raju	MIG-1328, 2nd Main Road TNHB, Velachery, Chennai-42	044-22447681 9444624163
World Wide Food & Beverages	Mr Abhishek Singhanian	324/2, 2 nd Floor, Ch. Udayram Market, Opp. CNG Pump, Rangpuri, N.H.8, New Delhi - 110037	011-55693791 011-26789705

II . 인도의 와인 관련 주요 통계

※ 출처 : 공식 통계, 무역 협회, 업계 소식지, 기업 리서치, 매장 점검, 판매 인터뷰,
Euromonitor International 전망

부문별 와인 판매 : 2002년-2007년 총 판매량

(단위 : 백만 리터)

	2002	2003	2004	2005	2006	2007
스틸 와인	1.9	2.3	3.0	4.1	5.4	7.2
- 스틸 레드 와인	0.9	1.1	1.5	2.1	2.7	3.6
- 스틸 화이트 와인	0.9	1.1	1.5	2.0	2.7	3.6
- 스틸 로제 와인	-	-	-	-	-	-
스파클링 와인	0.2	0.2	0.3	0.3	0.4	0.5
- 샴페인	0.0	0.0	0.1	0.1	0.1	0.1
- 기타 스파클링 와인	0.1	0.2	0.2	0.2	0.3	0.3
강화 와인 및 베르무트	0.1	0.2	0.2	0.3	0.4	0.5
- 포트/오프르토	0.1	0.2	0.2	0.3	0.4	0.5
- 세리주	-	-	-	-	-	-
- 베르무트	-	-	-	-	-	-
비포도 와인	-	-	-	-	-	-
와인	2.2	2.6	3.4	4.7	6.2	8.2

부문별 와인 판매 : 2002년-2007년 총 판매 금액

(단위 : 백만 루피)

	2002	2003	2004	2005	2006	2007
스틸 와인	1,446.4	1,805.9	2,428.4	3,390.3	4,529.7	6,109.9
- 스틸 레드 와인	670.8	837.1	1,127.0	1,579.2	2,125.3	2,880.5
- 스틸 화이트 와인	775.6	968.8	1,301.4	1,811.1	2,404.4	3,229.4
- 스틸 로제 와인	-	-	-	-	-	-
스파클링 와인	450.9	583.5	741.8	931.8	1,158.5	1,481.1
- 샴페인	306.6	406.9	529.0	676.2	855.7	1,105.5
- 기타 스파클링 와인	144.4	176.6	212.9	255.6	302.7	375.6
강화 와인 및 베르무트	38.0	50.1	68.7	98.7	134.9	175.9
- 포트/오프르토	38.0	50.1	68.7	98.7	134.9	175.9
- 세리주	-	-	-	-	-	-
- 베르무트	-	-	-	-	-	-
비포도 와인	-	-	-	-	-	-
와인	1,935.4	2,439.4	3,239.0	4,420.8	5,823.1	7,766.9

부문별 와인 판매 : 2002년-2007년 총 판매량 증가율

총 판매량 증가율(%)

	2006/07	2002-07 CAGR	2002/07 전체
스틸 와인	33.4	30.9	285.0
- 스틸 레드 와인	33.5	31.1	286.9
- 스틸 화이트 와인	33.3	30.8	283.1
- 스틸 로제 와인	-	-	-
스파클링 와인	22.4	21.7	166.8
- 샴페인	23.6	28.8	254.0
- 기타 스파클링 와인	22.0	19.7	145.8
강화 와인 및 베르무트	29.5	33.7	326.7
- 포트/오프르토	29.5	33.7	326.7
- 셰리주	-	-	-
- 베르무트	-	-	-
비포도 와인	-	-	-
와인	32.5	30.4	277.7

부문별 와인 판매: 2002년-2007년 총 판매 금액 증가율

현지 통화, 현재 판매 금액 증가율(%)

	2006/07	2002-07 CAGR	2002/07 전체
스틸 와인	34.9	33.4	322.4
- 스틸 레드 와인	35.5	33.8	329.4
- 스틸 화이트 와인	34.3	33.0	316.4
- 스틸 로제 와인	-	-	-
스파클링 와인	27.9	26.9	228.5
- 샴페인	29.2	29.2	260.6
- 기타 스파클링 와인	24.1	21.1	160.2
강화 와인 및 베르무트	30.4	35.8	362.5
- 포트/오프르토	30.4	35.8	362.5
- 셰리주	-	-	-
- 베르무트	-	-	-
비포도 와인	-	-	-
와인	33.4	32.0	301.3

업소시장 대 가정시장 와인 판매 분류: 2002년-2007년 판매량

(단위 : 백만 리터)

	2002	2003	2004	2005	2006	2007
가정시장	1.4	1.7	2.2	3.0	4.0	5.2
업소시장	0.8	0.9	1.2	1.7	2.2	2.9
전체	2.2	2.6	3.4	4.7	6.2	8.2

업소시장 대 가정시장와인 판매 분류: 2002년-2007년 판매 금액

(단위 : 백만 루피)

	2002	2003	2004	2005	2006	2007
가정시장	698.0	859.8	1,129.9	1,543.4	2,041.3	2,729.6
업소시장	1,237.4	1,579.6	2,109.1	2,877.4	3,781.7	5,037.3
전체	1,935.4	2,439.4	3,239.0	4,420.8	5,823.1	7,766.9

업소시장 대 가정시장 와인 판매 비교: 2002년-2007년 판매량 증가율

판매량 증가율(%)

	2006/07	2002-07 CAGR	2002/07 전체
가정시장	32.3	30.0	271.9
업소시장	32.9	31.2	288.5
전체	32.5	30.4	277.7

업소시장 대 가정시장 와인 판매 비교: 2002년-2007년 판매 금액 증가율

현재 금액 증가율(%)

	2006/07	2002-07 CAGR	2002/07 전체
가정시장	33.7	31.4	291.1
업소시장	33.2	32.4	307.1
전체	33.4	32.0	301.3

2004년-2007년 가격대별 스틸 레드 와인의 판매량

비중(%)

	2004	2005	2006	2007
199.99루피 미만	5.0	4.0	4.0	4.0
200루피 - 299.99루피	18.0	17.0	16.5	15.5
300루피 - 399.99루피	29.0	29.0	29.0	29.0
400루피 - R499.99루피	28.0	29.0	29.0	30.0
500루피 - 599.99루피	15.0	16.0	15.5	15.5
600루피 이상	5.0	5.0	6.0	6.0
전체	100.0	100.0	100.0	100.0

2004년-2007년 가격대별 스틸 화이트 와인의 판매량

비중(%)	2004	2005	2006	2007
199.99루피 미만	12.0	11.0	10.0	10.0
200루피 - 299.99루피	15.0	15.0	15.0	14.0
300루피 - 399.99루피	15.0	16.0	16.0	17.0
400루피 - R499.99루피	23.0	23.0	24.0	24.5
500루피 - 599.99루피	19.0	19.0	19.0	18.5
600루피 이상	16.0	16.0	16.0	16.0
전체	100.0	100.0	100.0	100.0

2004년-2007년 가격대별 기타 스파클링 와인의 판매량

비중(%)	2004	2005	2006	2007
449.99루피 미만	3.0	3.0	3.0	2.5
450루피 - 549.99루피	16.0	16.0	17.0	15.0
550루피 - 649.99루피	33.0	34.0	34.0	34.0
650루피 - 749.99루피	40.0	41.0	41.0	42.0
750루피 - 849.99루피	5.0	4.0	3.0	4.0
850루피 이상	3.0	2.0	2.0	2.5
전체	100.0	100.0	100.0	100.0

2004년-2007년 포도 품종별 스틸 레드 와인 판매

총 판매량(%)	2004	2005	2006	2007
Cabernet Sauvignon	60.0	60.0	60.0	57.0
PinotNoir	12.5	12.5	13.0	14.5
Shiraz/Syrah	20.0	20.0	21.0	23.0
기타 품종	7.5	7.5	6.0	5.5
전체	100.0	100.0	100.0	100.0

2004년-2007년 포도 품종별 스틸 화이트 와인 판매

총 판매량(%)	2004	2005	2006	2007
Chardonnay	50.5	50.5	51.0	50.0
Chenin Blanc	30.0	31.0	31.0	33.0
Sauvignon Blanc	10.0	10.0	10.5	11.0
기타 품종	9.5	8.5	7.5	6.0
전체	100.0	100.0	100.0	100.0

2002년-2007년 품질 등급별 스틸 레드 와인 판매

총 판매량(%)

	2002	2003	2004	2005	2006	2007
신규 와인 국가	92.0	90.0	90.0	89.5	88.0	87.5
기존 와인 국가	8.0	10.0	10.0	10.5	12.0	12.5
전체	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

2002년-2007년 품질 등급별 스틸 화이트 와인 판매

총 판매량(%)

	2002	2003	2004	2005	2006	2007
신규 와인 국가	95.0	95.0	95.0	94.5	94.0	93.5
기존 와인 국가	5.0	5.0	5.0	5.5	6.0	6.5
전체	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

와인 생산, 수입 및 수출: 2001년-2006년 총 수출량

(단위 : 백만 리터)

	2001	2002	2003	2004	2005	2006
수입	0.5	0.2	0.4	0.9	1.4	1.8
수출	0.1	0.5	0.8	0.3	0.6	0.8

출처: GTIS

판매 대상국별 와인 수출: 2001년 -2006년 총 수출량

(단위 : 백만 리터)

	2001	2002	2003	2004	2005	2006
벨기에	-	-	-	-	0.0	0.1
캐나다	-	-	-	0.0	0.0	0.0
와인- 프랑스	-	0.0	0.0	0.0	0.1	0.1
독일	-	0.2	0.0	0.1	0.0	0.0
이탈리아	-	0.0	0.0	-	0.0	0.0
몰디브	-	0.0	-	0.0	0.0	0.3
네덜란드	0.0	-	-	-	0.0	0.0
아랍 에미레이트 연합	-	0.0	0.0	0.0	0.1	0.1
영국	0.0	0.1	0.3	-	0.1	0.0
미국	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	0.1
기타 국가	0.1	0.0	0.4	0.1	0.2	0.0
전체	0.1	0.5	0.8	0.3	0.6	0.8

출처: GTIS

판매 대상국별 와인 수출: 2001년 -2006년 총 수출 금액

(단위 : 백만 루피)

	2001	2002	2003	2004	2005	2006
벨기에	-	-	-	-	2.4	1.9
캐나다	-	-	-	0.6	0.4	1.5
프랑스	0.0	6.2	5.8	0.5	17.7	15.3
독일	-	12.7	0.1	5.2	2.1	1.8
이탈리아	-	1.9	0.1	-	0.9	2.2
몰디브	-	0.8	-	0.6	0.1	8.7
네덜란드	1.2	-	0.0	0.0	0.8	2.1
아랍 에미레이트 연합	-	3.9	5.0	2.9	3.8	6.6
와인-영국	1.6	4.7	14.4	0.0	6.2	2.9
와인-미국	0.6	1.8	0.1	6.2	7.4	8.4
와인-기타 국가	6.1	3.0	13.3	5.4	15.4	3.7
와인-전체	9.5	34.9	38.8	21.3	57.3	55.2

출처: GTIS

원산지별 와인 수입: 2001년 -2006년 총 수입량

(단위 : 백만 리터)

	2001	2002	2003	2004	2005	2006
호주	0.1	0.0	0.0	0.1	0.2	0.3
칠레	0.0	-	0.0	0.1	0.1	0.0
프랑스	0.2	0.1	0.1	0.3	0.6	0.8
독일	0.0	0.0	0.1	0.0	0.1	0.1
이탈리아	0.0	0.0	0.0	0.1	0.2	0.2
남아프리카	-	0.0	0.0	0.0	0.1	0.0
영국	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1
미국	0.0	0.0	0.0	0.1	0.0	0.1
기타 국가	0.1	0.0	0.1	0.1	0.1	0.1
전체	0.5	0.2	0.4	0.9	1.4	1.8

출처: GTIS

원산지별 와인 수입: 2001년 -2006년 총 수입 금액

(단위 : 백만 루피)

	2001	2002	2003	2004	2005	2006
아르헨티나	1.0	-	0.4	0.7	4.4	15.7
호주	3.7	2.1	5.9	19.1	42.2	57.2
칠레	1.6	-	1.5	8.9	12.6	11.8
프랑스	57.4	22.1	25.2	75.0	165.3	206.5
독일	5.0	2.7	5.7	5.6	14.8	12.4
이탈리아	2.3	0.9	2.8	28.4	42.4	67.1
남아공	0.1	0.3	2.3	2.1	6.1	4.6
아랍에미레이트연합	0.2	-	0.4	3.1	8.9	8.2
영국	10.2	5.6	6.5	5.8	9.5	30.9
미국	3.0	0.7	5.7	10.2	16.8	25.9
기타 국가	12.9	4.9	11.7	21.6	32.4	33.1
전체	97.5	39.4	68.4	180.4	355.3	473.2

출처: GTIS

2002년-2006년 국가 브랜드 소유 기업별 스틸 와인의 기업 점유율

총 판매량 대비 비율				
기업	2002	2003	2004	2005
Champagne Indage Ltd	-	24.7	31.9	39.4
Samant Soma Wines Ltd	-	13.0	17.2	16.7
Grover Vineyards Ltd	-	12.4	11.4	10.5
기타	-	49.9	39.5	33.3
전체	-	100.0	100.0	100.0

표 94 2002년-2006년 글로벌 브랜드 소유 기업별 스틸 와인의 기업 점유율

총 판매량 대비 비율					
기업	2002	2003	2004	2005	2006
Champagne Indage Ltd	-	24.7	31.9	39.4	40.1
Samant Soma Wines Ltd	-	13.0	17.2	16.7	18.7
Grover Vineyards Ltd	-	12.4	11.4	10.5	10.4
기타	-	49.9	39.5	33.3	30.9
전체	-	100.0	100.0	100.0	100.0

2003년-2006년 스틸 와인의 브랜드 점유율

총 판매량 대비 비율					
브랜드	기업	2003	2004	2005	2006
Sula Vineyards	Samant Soma Wines Ltd	10.9	13.7	13.9	15.7
Chantilli	Champagne Indage Ltd	4.9	6.4	10.4	11.8
Riviera	Champagne Indage Ltd	9.5	12.3	13.3	11.5
Grover Vineyards	Grover Vineyards Ltd	12.4	11.4	10.5	10.4
Vino	Champagne Indage Ltd	-	-	4.9	6.5
Vin Ballet	Champagne Indage Ltd	4.0	5.1	5.9	5.8
Ivy	Champagne Indage Ltd	1.6	2.1	2.0	1.8
기타		56.6	48.9	39.1	36.6
전체		100.0	100.0	100.0	100.0

2003년-2006년 국가 브랜드 소유 기업별 샴페인 기업 점유율

총 판매량 대비 비율				
기업	2003	2004	2005	2006
Moët Hennessy India Ltd	98.5	97.2	97.5	98.0
기타	1.5	2.8	2.5	2.0
전체	100.0	100.0	100.0	100.0

표 97 2003년-2006년 글로벌 브랜드 소유 기업별 샴페인 기업 점유율

총 판매량 대비 비율				
기업	2003	2004	2005	2006
LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton	98.5	97.2	97.5	98.0
기타	1.5	2.8	2.5	2.0
전체	100.0	100.0	100.0	100.0

표 98 2003년-2006년 샴페인의 브랜드 점유율

총 판매량 대비 비율					
브랜드(글로벌 브랜드 소유 기업)	기업	2003	2004	2005	2006
Moët & Chandon (LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton)	Moët Hennessy India Ltd	54.7	55.7	56.0	56.0
Dom Pérignon (LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton)	Moët Hennessy India Ltd	43.8	41.5	41.5	42.0
기타		1.5	2.8	2.5	2.0
전체		100.0	100.0	100.0	100.0

2002년-2006년 국가 브랜드 소유 기업별 기타 스파클링 와인의 기업 점유율

총 판매량 대비 비율					
기업	2002	2003	2004	2005	2006
Champagne Indage Ltd	-	61.7	61.4	61.1	60.0
Samant Soma Wines Ltd	-	35.3	35.7	36.0	36.6
기타	-	3.0	2.9	2.9	3.3
전체	-	100.0	100.0	100.0	100.0

2002년-2006년 글로벌 브랜드 소유 기업별 기타 스파클링 와인의 기업 점유율

총 판매량 대비 비율				
기업	2002	2003	2004	2005
Champagne Indage Ltd	-	61.7	61.4	61.1
Samant Soma Wines Ltd	-	35.3	35.7	36.0
기타	-	3.0	2.9	2.9
전체	-	100.0	100.0	100.0

2003년-2006년 기타 스파클링 와인의 브랜드 점유율

총 판매량 대비 비율 브랜드(글로벌 브랜드 소유 기업)	기업	2003	2004	2005	2006
Marquise de Pompadour	Champagne Indage Ltd	44.1	44.1	44.5	44.5
Sula Brut	Samant Soma Wines Ltd	35.3	35.7	36.0	36.6
Joie	Champagne Indage Ltd	17.6	17.3	16.6	15.5
기타		3.0	2.9	2.9	3.3
전체		100.0	100.0	100.0	100.0

2003년-2006년 국가 브랜드 소유 기업별 강화 와인 및 베르무트의 기업 점유율

총 판매량 대비 비율 기업	2003	2004	2005	2006
Champagne Indage Ltd	98.8	99.2	98.3	97.8
기타	1.2	0.8	1.7	2.2
전체	100.0	100.0	100.0	100.0

2003년-2006년 글로벌 브랜드 소유 기업별 강화 와인 및 베르무트의 기업 점유율

총 판매량 대비 비율 기업	2003	2004	2005	2006
Champagne Indage Ltd	98.8	99.2	98.3	97.8
기타	1.2	0.8	1.7	2.2
전체	100.0	100.0	100.0	100.0

2003년-2006년 강화 와인 및 베르무트의 브랜드 점유율

총 판매량 대비 비율 브랜드(글로벌 브랜드 소유 기업)	기업	2003	2004	2005	2006
Figueira	Champagne Indage Ltd	98.8	99.2	98.3	97.8
기타		1.2	0.8	1.7	2.2
전체		100.0	100.0	100.0	100.0

부문별 와인 판매 전망: 2007년-2012년 총 판매량

(단위 : 백만 리터)

	2007	2008	2009	2010	2011	2012
스틸 와인	7.2	9.8	13.5	18.2	23.9	30.5
- 스틸 레드 와인	3.6	5.0	6.8	9.2	12.1	15.4
- 스틸 화이트 와인	3.6	4.8	6.7	9.0	11.8	15.1
- 스틸 로제 와인	-	-	-	-	-	-

스파클링 와인	0.5	0.6	0.7	0.8	1.0	1.1
- 샴페인	0.1	0.1	0.2	0.2	0.3	0.3
- 기타 스파클링 와인	0.3	0.4	0.5	0.6	0.7	0.8
강화 와인 및 베르무트	0.5	0.6	0.8	0.9	1.0	1.2
- 포트/오프르토	0.5	0.6	0.8	0.9	1.0	1.2
- 세리주	-	-	-	-	-	-
- 베르무트	-	-	-	-	-	-
비포도 와인	-	-	-	-	-	-
와인	8.2	11.0	15.0	19.9	25.9	32.8

부문별 와인 판매 전망: 2007년-2012년 총 판매 금액

(단위 : 백만 루피)

	2007	2008	2009	2010	2011	2012
스틸 와인	6,109.9	8,390.3	11,689.6	15,881.9	21,033.2	27,130.4
- 스틸 레드 와인	2,880.5	3,971.0	5,529.0	7,520.0	9,976.0	12,904.7
- 스틸 화이트 와인	3,229.4	4,419.2	6,160.5	8,361.9	11,057.1	14,225.7
- 스틸 로제 와인	-	-	-	-	-	-
스파클링 와인	1,481.1	1,836.5	2,237.5	2,704.2	3,241.9	3,854.3
- 샴페인	1,105.5	1,378.3	1,683.3	2,039.0	2,449.6	2,918.7
- 기타 스파클링 와인	375.6	458.2	554.2	665.2	792.3	935.6
강화 와인 및 베르무트	175.9	222.0	271.2	322.5	376.1	430.1
- 포트/오프르토	175.9	222.0	271.2	322.5	376.1	430.1
- 세리주	-	-	-	-	-	-
- 베르무트	-	-	-	-	-	-
비포도 와인	-	-	-	-	-	-
와인	7,766.9	10,448.8	14,198.2	18,908.6	24,651.1	31,414.9

부문별 와인 판매 전망: 2007년-2012년 총 판매량 증가율

총 판매량 증가율(%)

	2007-12 CAGR	2007/12 전체
스틸 와인	33.5	323.6
- 스틸 레드 와인	33.5	324.5
- 스틸 화이트 와인	33.4	322.7
- 스틸 로제 와인	-	-
스파클링 와인	19.4	142.3
- 샴페인	20.2	150.5
- 기타 스파클링 와인	19.1	139.4
강화 와인 및 베르무트	18.7	135.6
- 포트/오프르토	18.7	135.6
- 세리주	-	-
- 베르무트	-	-
비포도 와인	-	-
와인	32.1	301.8

부문별 와인 판매 전망: 2007년-2012년 총 판매 금액 증가율

현지 통화, 현재 금액 증가율(%)

	2007-12 CAGR	2007/12 전체
스틸 와인	34.7	344.0
- 스틸 레드 와인	35.0	348.0
- 스틸 화이트 와인	34.5	340.5
- 스틸 로제 와인	-	-
스파클링 와인	21.1	160.2
- 샴페인	21.4	164.0
- 기타 스파클링 와인	20.0	149.1
강화 와인 및 베르무트	19.6	144.5
- 포트/오프르토	19.6	144.5
- 세리주	-	-
- 베르무트	-	-
비포도 와인	-	-
와인	32.2	304.5

인도의 와인 시장현황 및 진출여건

- 발행처 : 농수산물유통공사
- 주 소 : 서울특별시 서초구 양재동 232 aT센터
- 자료문의처 : 수출정보팀 오세원 차장
전화 02)6300-1393
팩스 02)6300-1615
- 홈페이지 : www.kati.net www.aT.or.kr

우리 공사는 임직원에 대한 부정비리 신고편의를 도모하고자 수신자부담
「24시간 부정비리신고 핫라인(080-112-2580)」을 개설하였습니다.
신고내용은 비밀이 절대 보장되오니 안심하고 신고하여 주시기 바랍니다.

