

남한산성소주

회사소개

지나간 것이 아닌, 계속 이어갈 가치.

남한산성소주는 전통으로 새로운 가치를 만듭니다.

경기도 무형유산 Since 1994

전통으로 새로운 가치를 만듭니다

편하게, 즐겁게. 일상에서 즐기는 무형유산

남한산성소주는 경기도 무형유산 남한산성소주를 제조하는 전통주 기업입니다. 선대 故 강석필 대표가 1994년 무형유산으로 최초 지정되었으며, 현재는 2대 기능보유자인 강환구 대표가 전통을 이어가고 있습니다.

2005년 국내 최초로 100% 친환경 우리쌀로 만든 <참살이탁주>를 출시해 막걸리 붐을 일으키며 프리미엄 막걸리 시장을 열었고, 이후 미국 · 일본 등에 수출하며 막걸리 시장의 고급화 · 다양화를 이끌었습니다.

최근에는 남한산성소주 저도주 및 컬래버 제품, 무형문화재 협업 작품 <the Master Collection>, 프리미엄 과일 막걸리 <딸바막걸리> 등을 선보이며 전통주의 새로운 흐름을 제안하고 있습니다.

**2024년 5월 17일 국가유산법 시행에 따라 '무형문화재'가 '문화유산'으로 변경.*



도전과 확장, 그 시간의 흐름



1994

- 1대 故 강석필 대표
경기도 무형유산
남한산성소주
기능보유자 지정

2005

- 국내 최초
100% 친환경
우리쌀 생막걸리
<참살이탁주> 출시



2001

- 남한산성소주 출시



- 참살이탁주
한국전통주품평회
최고상 금상 수상

- 참살이탁주 미국 수출
- 참살이 락 페스티벌
- 놀부 컬래버레이션
<놀부 참살이탁주>출시



2010

- 남한산성
소주문화원
개원



- KBS <신데렐라 언니>
제작지원

- 참살이탁주
청와대 만찬주 선정



2011

- 조선주막
컬래버레이션
<꿀막걸리> 출시



2017

- 남한산성소주
23도/25도 출시



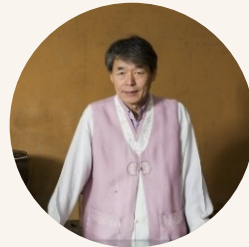
2020

- <남한산성막걸리>
출시



2021

- 현 강환구 대표
경기도 무형유산
남한산성소주
기능보유자 지정



2022

- 경기도 무형유산
컬래버레이션 작품
<The Master Collection>
출시



- 남한산성소주
리뉴얼/21도 출시



2025

- 남한산성소주
미니어처 출시



- 굿즈 출시
남한산성소주 전용잔
<수어장대 낚술/밤술>



- 프리미엄
과일 생막걸리
<딸바막걸리>
출시



- 오복수산
컬래버레이션
<21.7> 출시

- 남한산성소주 캐릭터
<청설몽&취설이> 개발

- 굿즈 출시
<청설몽 스티커>
<취설이 티셔츠>



전통, 보존을 넘어 새로운 가치로

<the Master Collection>

무형유산 4인의 협업, 그 중심엔 ‘남한산성소주’

무형유산 4인의 손끝에서 탄생한, 오직 1%를 위한 리미티드 에디션.
<the Master Collection>은 단순한 전통 제품이 아닌 장인의 시간과 정성을 담은 작품이자 문화 콘텐츠입니다.

술 _남한산성소주 경기도 무형유산 제13호 강환구 作. 1대 무형유산 강석필, 2대 무형유산 강환구 부자가 증류한 원주를 블랜딩한 47도 소주.

술병_장생 분청사기인화문병 경기도 무형유산 제41-2호(사기장) 박상진 作. 참외형 병에 장생문양 조각 후 상감기법으로 마무리.

술잔_장생문양 은잔 경기도 무형유산 제39호(조각장) 박봉현 作. 술병 모양에 맞춰 장생문양을 새긴 뒤 고부조기법으로 마무리.

자개함_십장생 백골함 경기도 무형유산 제14호(소목장) 김의용 作. 참죽나무함에 옷칠을 한 뒤 자개를 이용해 십장생 모양을 표현.

모란문단 보자기 보자기 작가 오정민 作. 조선시대 왕실에서 사용하던 모란문양 비단 보자기로 번영과 행복을 기원.



전통이 지루하다고

● ● ● ●
누가 그래?





SIGNATURE

450년 역사를 한 병에.
쌀과 누룩, 조청으로 빚어낸
단 하나의 조청 증류식 소주.

남한산성소주



딸바막걸리

인공향 · 인공색소 · 아스파탐 3無
진짜 딸기와 바나나를 듬뿍 갈아 넣어
과일 본연의 맛을 살리고 천연 야생화 꿀로
달콤함을 더한 프리미엄 과일 막걸리.





꿀막걸리

천연 야생화 꿀을 듬뿍 넣어 진한
꿀맛을 강조한 달달한 막걸리.



남한산성막걸리

광주시와 손잡고 만든 로컬 막걸리.
남한산성 음식점에서 최고 인기.



전통의 맛을

감각 있게

오늘의 식탁에



우리는 늘 새로웠다

그때도, 지금도

전통을 지키되 방식은 새롭게.
고정관념을 깨는 다양한 시도로
전통주의 새로운 길을 열어갑니다.

Liquor gift sets highlight price, practicality

By Yoo Seok-jung

Korean liquor distributors have begun to launch "practical" and "reasonably priced" gift sets ahead of the Lunar New Year, aiming to cater to the growing popularity of traditional liquor products.

The rising popularity of makgeolli, or Korean rice-based wine, has prompted introducing gift sets at bargain prices, highlighting the fresh appeal of the up-and-coming wine.

"Consumers have the chance to purchase our premium-quality makgeolli, which won a gold medal at a local traditional wine competition last year, as an invaluable gift to people of all ages," the Global Food Business Organization, a business network, said in a statement.

One of the makgeolli gift sets features four 500-milliliter bottles and another offers two 500-milliliter bottles of the super premium grade makgeolli, it said. While prices may differ

at various retail outlets, the organization said consumers can enjoy the gift sets at a 20 to 30 percent discount on average than if each bottle were sold separately.

Bonito Korea said yesterday that it launched sets of packaged wine. It stressed that Korea is the world's first market to launch packaged wine, aimed at providing the convenience of enjoying the tipples in tetra pak-like packaging.

Wine aficionados can get red and white wines, as well as wine punch and wine coolers in various gift sets ranging from 19,900 won to 29,800 won.

"The Bonito pack wines are from various regions, such as Chile, Argentina, and the blended varieties have been done to suit local tastes," Bonito Korea said in a statement.

It noted that the gift sets are available at all major discount store chains nationwide and even at GS Mart.

(sohyung@heraldon.com)

Premium-grade makgeolli (top) and varieties of packaged wine highlight new appeal and practical prices.




홍대 클럽을 뒤흔든 전설 막걸리 락 페스티벌

2009년

우리는 맥주가 아닌 막걸리를 들고
홍대 클럽에 입성했습니다.

국내 최초의 막걸리 락 페스티벌.
관람객들은 참살이탁주와
참살이탁주로 만든 칵테일을 마시면서
인디밴드 공연을 즐겼습니다.



LEGEND

Festival



Drama

전통주, 드라마의 주인공이 되다

2010년, 시청률 20%를 돌파한 KBS 화제작
<신데렐라 언니>를 기억하시나요?
모두가 울고 웃던 명장면 속에서 주인공이
마시던 막걸리는 바로 참살이탁주였습니다.

전통을 전하는 방식이 반드시
전통적일 필요는 없다고 생각합니다.
우리의 새로운 시도는
젊은 세대에게 막걸리를 다시 보게 했고,
그것은 전통주 열풍의 시작이 되었습니다.



미식가의 식탁에 올라간 남한산성소주

고급 해산물 다이닝 오복수산과의 협업으로
탄생한 남한산성소주 21.7.
'해산물에 가장 잘 어울리는 소주'라는 콘셉트답게
오복수산 메뉴와 최고의 페어링을 이룹니다.
오프라인에서는 오복수산 매장에서만
만날 수 있는 한정판 스페셜 에디션입니다.



Collabo
ration

지금, 우리의 새로운 도전

세계유산과 문화,
세대를 잇는 여정

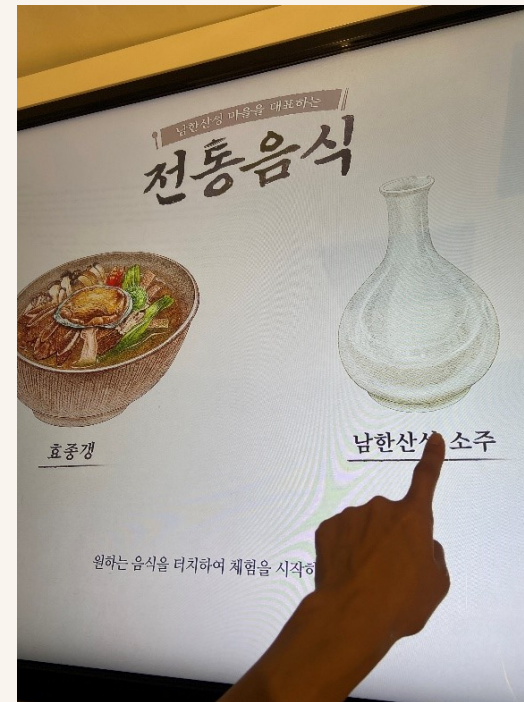


미래 유산으로서의 가치

Value as a Heritage for the Future

유네스코 세계유산 남한산성이 품은 단 하나의 무형유산

남한산성소주는 2024년 10월 개관한
남한산성역사문화관에 공식 콘텐츠로 입점하며
유네스코 세계유산 남한산성이 보유한
무형유산 전통주로서의 가치를 인정받았습니다.



“남한산성소주와 같은 무형유산이
지금도 전승되어 온다는 점 등
미래유산으로서의 무궁한 가치를
지니고 있다.”



세대를 넘어, 전통을 즐기고 문화를 나눕니다

2025년 8~9월, 남한산성소주는
경기도 광주시의 공식 지원을 받아
남한산성역사문화관 앞 광장에서
전통문화체험 프로그램을 운영했습니다.

막걸리 만들기에서 소주 내리기,
떡메치기, 제기차기, 윷놀이, 색칠놀이까지,
우리는 단순한 시음행사가 아닌
함께 즐기고 나누는 콘텐츠를 통해
다양한 세대와 소통하고 공감하는
무형유산 브랜드가 되고 싶습니다.



MZ 광고인의 감성을 사로잡은 전통주 이야기

현관을 열고 들어오는 여성



문 옆에 놓여있는 택배 상자



NA) 하루의 끝, 고생한 나

소주를 맛보고 놀라운 표정을 짓는다



남한산성소주를 맛보고 조선 시대로 돌아간 여성



V.O) 헉! 이 맛은?!

2025년 8월, 남한산성소주는
KOBACO(한국방송광고진흥공사) 주관
「1인 광고콘텐츠 창작자 양성과정」의
최종 광고주로 선정되었습니다.

이번 프로젝트를 통해 젊은 창작자들과 함께
남한산성소주의 가치를 새롭게 해석하며
브랜드의 새로운 장을 열어보고자 합니다.

MZ세대 광고인과 함께 새롭게 풀어낸
무형유산 남한산성소주의 이야기는
올 하반기 공개될 예정입니다.

남한산성소주를 만드는 사람들

대표 강환구

경기도 무형문화재 제13호 남한산성소주 제조기능 보유자.
전통을 지키는 것을 넘어 함께 나누고 즐기고 이야기할 수 있는,
지속가능한 전통의 가치를 고민합니다.
취미로 일렉기타를 연주하고, 때로는 버스킹을 즐깁니다.



브랜드디렉터 박선정

남편이 빚어내는 전통이 가장 멋지게 보일 수 있도록 고민하는
남한산성소주의 브랜드 기획자.
전통을 이야기하는 방식이 꼭 전통스러워야 할 필요는 없다고
생각합니다. 오늘의 전통이 내일의 멋이 될 수 있길 꿈꿉니다.



전통이란, 낡은 것이 아니라 다시 들여다볼 가치가 있는 이야기입니다.

남한산성소주와 함께
새로운 전통의 이야기를 만들어갈
당신을 기다립니다.

경기도 광주시 곤지암읍 광여로 555-3
T_031-764-2101 | E_nhsoju@naver.com
Instagram_@namhansanseong_soju

