

# CERVISIA BREWING: 발효의 기원에서, 글로벌 맥주의 미래로

발효 가치 설계 및 미래 전략 보고서

# Executive Summary

## 정통성 (Authenticity)



라틴어 'Cervisia'(맥주)의  
어원을 계승. 인류 역사와 함께해온  
발효의 본질적 가치 회복.

## 시장의 위기 (Market Crisis)



'4캔 만원'의 함정.  
가격 경쟁으로 인한 1세대 수제맥주의  
정체성 상실과 수익성 악화.

## 플랫폼 & 생태계 (Platform & Ecosystem)



제조를 넘어선 '발효 가치 설계'.  
테크(Tech) 기반 플랫폼과 ESG  
순환 구조로 글로벌 표준 제시.



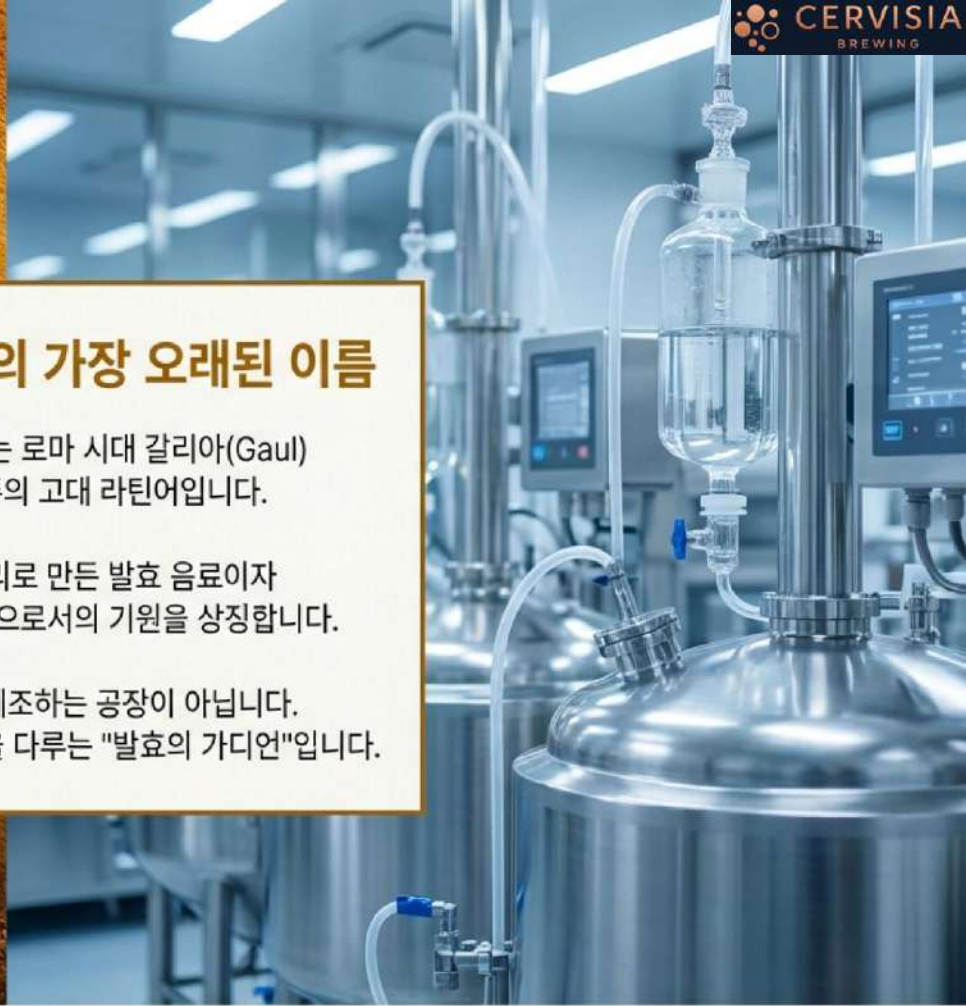
# CERVISIA

## CERVISIA: 맥주의 가장 오래된 이름

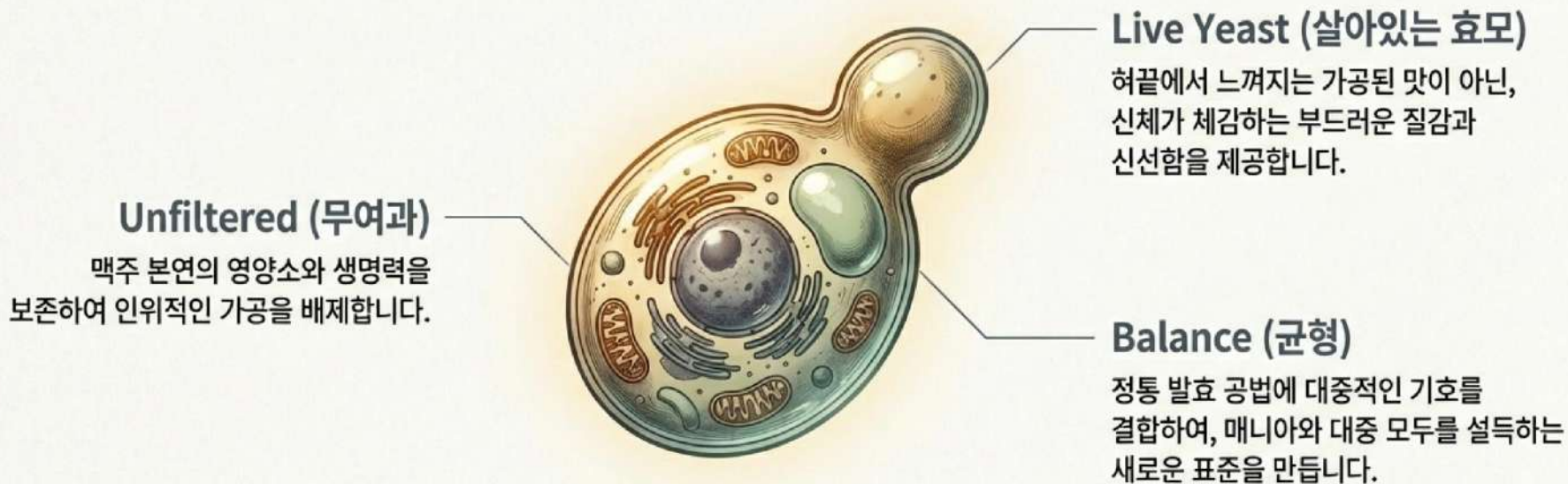
'케르비시아(Cervisia)'는 로마 시대 갈리아(Gaul) 지역에서 유래한 맥주의 고대 라틴어입니다.

단순한 술이 아닌, 보리로 만든 발효 음료이자 인류의 삶을 지탱해온 식량으로서의 기원을 상징합니다.

우리는 단순히 맥주를 제조하는 공장이 아닙니다.  
시간의 축적과 효모의 생명력을 다루는 "발효의 가디언"입니다.



## Fermentation First: 맛이 아닌 ‘생명력’을 설계하다



“우리는 맥주를 파는 회사가 아니라, 발효의 가치를 설계하는 회사입니다.”



## 사명 (Mission)

살아있는 발효 기술을 통해  
 사람들에게 부담 없는 즐거움과  
 지속 가능한 가치를 제공한다.

## 비전 (Vision)

- 한국을 대표하는 발효 기반 글로벌 브랜드.
- 제조·브랜드·IP를 통합한 크래프트 플랫폼 기업.
- ESG 순환 구조를 갖춘 완성형 생태계 구축.

## 핵심 가치 (Core Values)

### Authenticity

독일 브루잉 디플로마의  
 기술적 정통성.

### Fermentation First

효모 활성도  
 최우선.

### Sustainability

지역 상생 및  
 업사이클링.

### Scalability

AI 데이터 기반의  
 시스템 확장.

# CERVISIA BREWING

## 경쟁하지 않는, 연합 플랫폼을 만든다.

개별 수제맥주 브랜드를 경쟁시키는 회사가 아닙니다.  
우리는 흩어져 있는 소규모 브루어리들을 연결하여  
하나의 '연합 플랫폼'으로 만드는 일을 합니다.



## SCATTERED SMALL BREWERIES



Connecting the Scattered

# CERVISIA BREWING: ALLIANCE PLATFORM

## LOCAL PRODUCTION (각 지역)



DECENTRALIZED & REGIONAL

## INDIVIDUAL BRAND IDENTITY (각 회사 정체성)



PRESERVED UNIQUENESS

## JOINT DISTRIBUTION · MARKETING · BRAND POWER (공동 유통·마케팅·브랜드 파워)



SHARED STRENGTH & GLOBAL REACH

Not Competition, But Unification: A New Era for Craft Beer



# Cervisia Brewing: 왜 필요한가

## 현재 국내 수제맥주 산업의 문제점



좋은 맥주가 있어도 살아남기 어렵다

## Cervisia Brewing의 해결책: 연합 플랫폼



함께하면 더 큰 미래를 만들 수 있습니다



# Cervisia 플랫폼 통합 모델

우리가 제시하는 해법

## ① 공동 브랜드 파워 형성

Cervisia Seal(인증)을 통해  
플랫폼 참여 브루어리의 신뢰도 상승



BRAND VALUE & TRUST  
(브랜드 가치 & 신뢰도)

신뢰의 상징

## ② 규모의 경제 실현



공동 원재료 구매  
더 나은 품질, 더 낮은 비용



공동 물류  
효율적인 전국 배송



공동 마케팅  
광범위한 도달, 높은 임팩트



공동 마케팅  
광범위한 도달, 높은 임팩트



제조 원가 절감 &  
마케팅 효율 동시 확보



공동 ESG 시스템  
지속 가능한 발전



공동 IP 전략  
혁신적인 IP 개발

## ③ 소비자 경험 혁신

플랫폼은 소비자에게  
하나의 브랜드 아래에서 경험하게 합니다

### 지역별 맥주 다양성

전국 팔도 맥주 여행



### 맛의 차별성

다채로운 풍미 탐험



### 발효 철학

발효의 깊이를 배우다



발효의 깊이를 배우다

### 생산 스토리

브루어리의 이야기



브루어리의 이야기

즉, '수제맥주 백화점'이 아니라  
'크리에이션된 발효 생태계'를 제공합니다





하나의 산업적 흐름으로 만듭니다.

# Cervisia Brewing: K-Craft Beer Movement를 만듭니다.

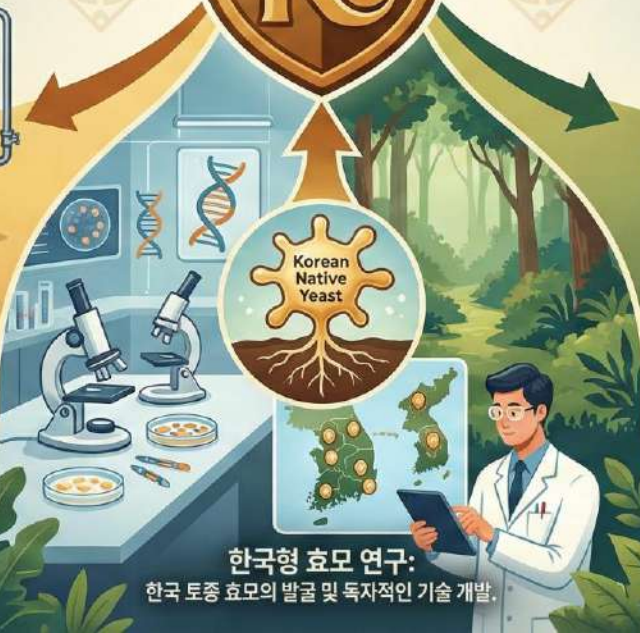
우리는 단순히 수제맥주를 많이 파는 것이 아니라,  
K-Craft Beer Movement를 만듭니다.



‘한국형 발효 문화’

한국형 발효 문화:

전통과 현대가 어우러진 새로운 맥주 경험.



한국형 효모 연구:

한국 토종 효모의 발굴 및 독자적인 기술 개발.



‘한국형 브루잉 철학’

Respect  
for Nature

Time-Honored  
Process

Innovative  
Spirit

한국형 브루잉 철학:

자연에 대한 존중과 정인 정신을 담은 맥주.



## 5 가치와 차별성

### ◆ 1. 산업 통합 모델



경쟁이 아닌  
연합 구조



브랜드가 아닌  
생태계를 설계



### ◆ 2. 플랫폼 지배력



### ◆ 3. 글로벌 확장성



### ◆ 4. ESG 가치

지역 공장 생존  
+  
지속가능성 강화





## 6 최종 목표

Cervisia가 하려는 것은 "한국 수제맥주 산업의 연합 허브"가 되는 것입니다





# Cervisia 플랫폼 통합 모델

우리가 제시하는 해법

## ① 공동 브랜드 파워 형성

Cervisia Seal(인증)을 통해  
플랫폼 참여 브루어리의 신뢰도 상승



BRAND VALUE & TRUST  
(브랜드 가치 & 신뢰도)

신뢰의 상징

## ② 규모의 경제 실현



공동 원재료 구매  
더 나은 품질, 더 낮은 비용



공동 물류  
효율적인 전국 배송



공동 마케팅  
광범위한 도달, 높은 임팩트



공동 마케팅  
광범위한 도달, 높은 임팩트



제조 원가 절감 &  
마케팅 효율을 동시에 확보



공동 ESG 시스템  
지속 가능한 발전



공동 IP 전략  
혁신적인 IP 개발

## ③ 소비자 경험 혁신

플랫폼은 소비자에게  
하나의 브랜드 아래에서 경험하게 합니다

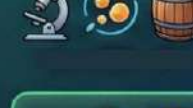
지역별 맥주 다양성  
전국 팔도 맥주 여행



맛의 차별성  
다채로운 풍미 탐험



발효 철학  
발효의 깊이를 배우다



생산 스토리  
브루어리의 이야기



즉, '수제맥주 백화점'이 아니라  
'큐레이션된 발효 생태계'를 제공합니다





# 7 한 문장 요약

Cervisia Brewing은 한국 수제맥주 산업을 연결하고, 규모의 경제를  
만들며, K-크라프트 비어의 글로벌 시대를 여는 플랫폼 기업입니다.

플랫폼 기업  
(PLATFORM COMPANY)

한국 수제맥주 산업을 연결하고

규모의 경제를 만들며

플랫폼 기업입니다.



규모의 경제  
(Economies of Scale)





# CERVISIA BREWING LEADERSHIP TEAM



**오석환**  
CEO (Chief Executive Officer)

## 역할

- 기업 전체 경영 총괄
- 매장 운영 및 실행 책임
- 품질·서비스 표준화 관리
- 조직 리더십 및 성과 창출

## 포지셔닝

“현장을 이해하고 성과를 만드는  
실행 중심 CEO”

## 핵심 메시지

브랜드 전략을 실제 매장 운영과  
매출 성과로 연결하는 경영  
책임자입니다.



**송성실**  
CIO (Chief Investment Officer)  
Head of Finance & Investor Relations

## 역할

- 투자 유치 전략 수립 및 실행
- 자금 운용 및 재무 구조 설계
- 투자자 관계(IR) 총괄
- 재무 리스크 관리

## 포지셔닝

“성장을 설계하고 자본을  
연결하는 투자 전략가”

## 핵심 메시지

확장 단계에 맞는 자본 구조를  
설계하고 기업 성장의 재무 기반을  
구축합니다.



**이용식**  
CAO (Chief Alliance Officer)

## 역할

- 전국 브루어리 연합 구축
- 산업·지자체·유통 파트너십 확대
- 전략적 제휴 모델 개발
- 연합 플랫폼 네트워크 확장

## 포지셔닝

“산업을 연결하는  
연합 네트워크 책임자”

## 핵심 메시지

브루어리 간 협력 생태계를 구축하고  
전국 확장 기반을 마련합니다.



**심재우**  
CSO (Chief Strategy Officer)

## 역할

- 중장기 확장 전략 수립
- 브랜드 및 플랫폼 구조 설계
- 기업가치 설계 및 성장 시나리오 기획
- 전국 연합 모델 전략 총괄

## 포지셔닝

“캐르비시아를 플랫폼 기업으로  
설계하는 전략 책임자”

## 핵심 메시지

단일 매장이 아닌 전국 브루어리 연합  
플랫폼으로 확장하는 전략을  
총괄합니다.



**구준영**  
Chief Brewing & Innovation  
Officer (CBIO)

## 역할

- 생산 총괄
- R&D 및 신제품 개발
- 품질 관리 시스템 구축
- 공정 혁신 및 기술 경쟁력 강화

## 포지셔닝

“전통을 기술로 확장하는  
양조 혁신 책임자”

## 핵심 메시지

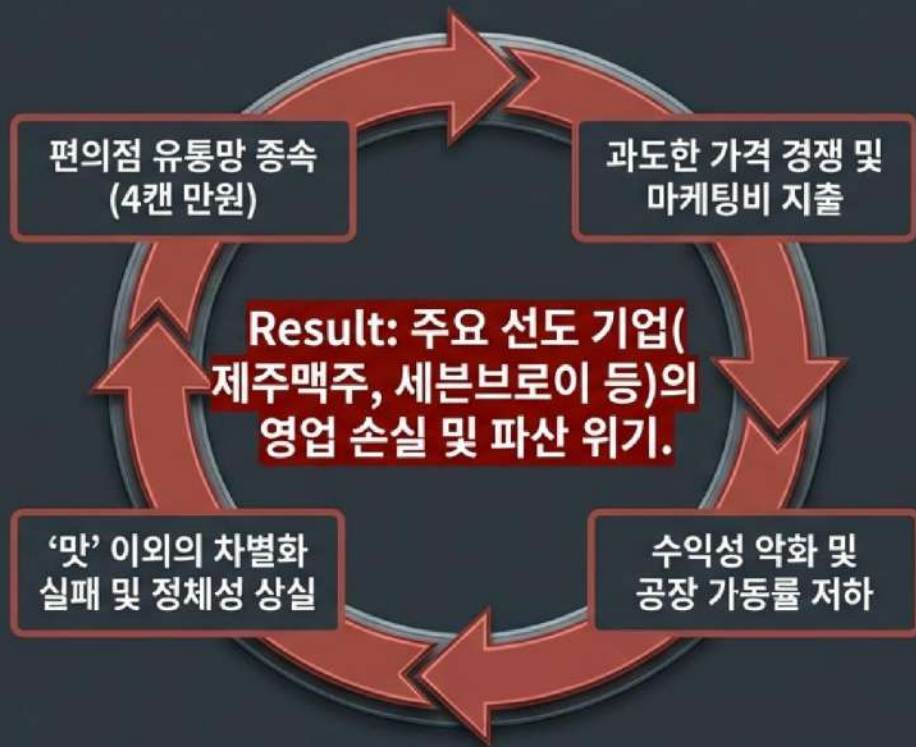
제품 경쟁력과 기술 혁신을 통해  
캐르비시아의 지속 성장을  
견인합니다.

## 투자자용 조직 메시지

“캐르비시아 브루잉은 경영(CEO)·자본(CIO)·연합(CAO)·전략(CSO)·혁신(CBIO)  
5축 구조로 설계된 전국 확장형 브루어리 플랫폼 기업입니다.”



# 1세대 수제맥주의 한계: '4캔 만원'의 함정

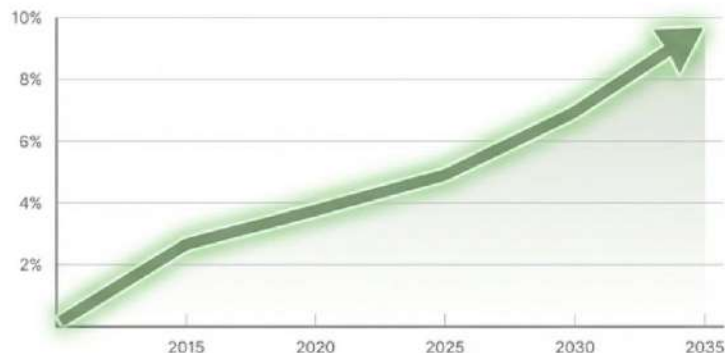


단순한 제조와 가격 경쟁으로는 생존할 수 없습니다.  
'맛있는 맥주'를 넘어 '구조적 경쟁력'이 필요합니다.



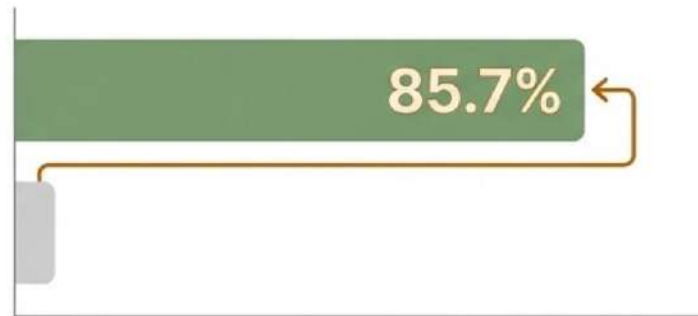
# 시장의 기회: 건강(Health)과 프리미엄(Premium)

## 기능성 시장의 성장



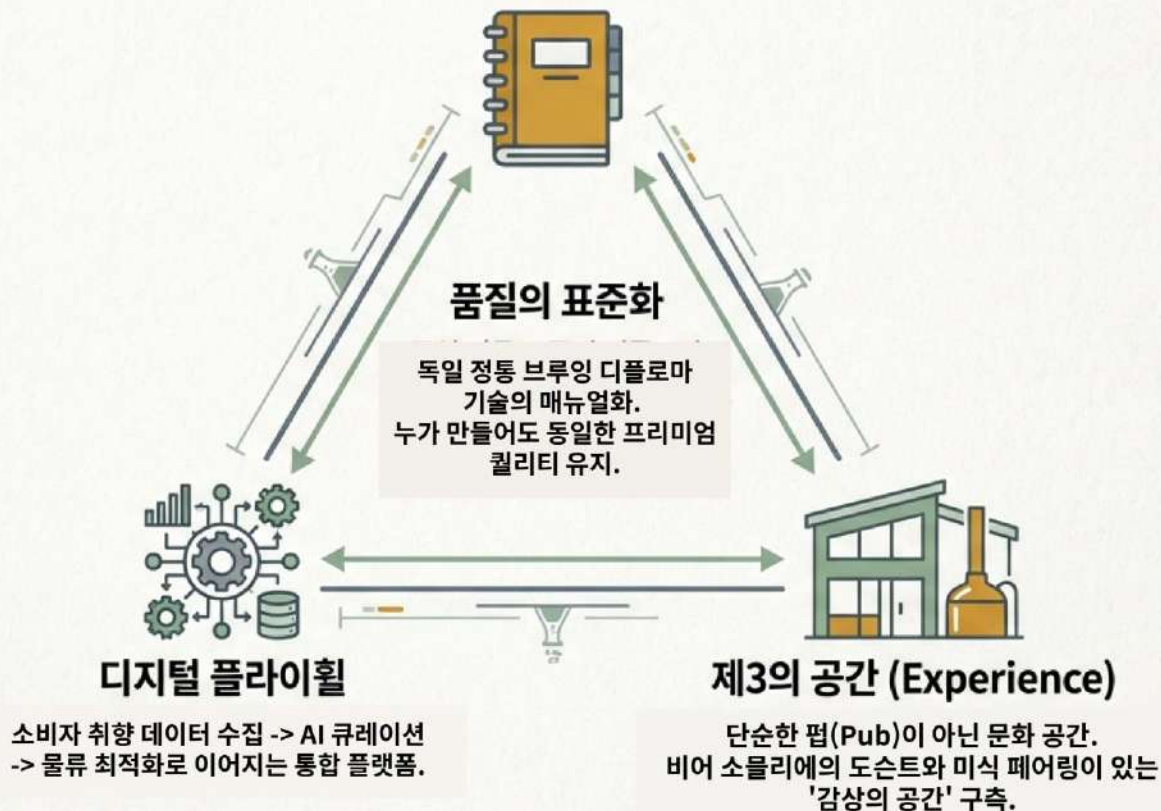
글로벌 저알콜/기능성 맥주 시장  
연평균 성장률(CAGR) **6.12%** (2035년 전망).  
소비자는 술에서도 '건강'을 찾고 있습니다.

## 지불 의사 (Willingness to Pay)



소비자의 **85.7%**가 수제맥주를 프리미엄으로 인식.  
특히 '통풍 걱정 없는 기능성' 등 명확한 **베네핏(Benefit)**에는  
**20~30% 높은 가격**을 지불할 준비가 되어 있습니다.

# 비즈니스 모델 1: 수제맥주의 스타벅스화 (The Starbucks Strategy)



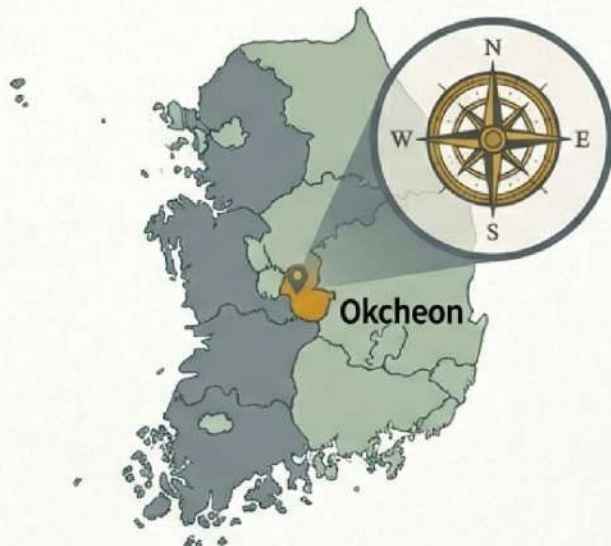


## 비즈니스 모델 2: 옥천 상생 프로젝트 (Region & Symbiosis)



### 지역 자산의 가치화

- 옥천 청산면의 특산물  
'감(Persimmon)'을 활용.  
지역 자원을 글로벌 IP로 전환.



### 스마트 팩토리 & 관광

- 대한민국 수제맥주의 메카 조성.  
스마트 팩토리과 복합문화공간을 결합하여  
연간 30만 명 관광객 유치 목표.



### 경제 대전환

- 인구 소멸 위기 지역에 청년 일자리  
창출 및 지역 경제 활성화.

# Product Innovation: 옥천 감 에일 (Okcheon Persimmon Ale)

세계 최초의 기능성 맥주 IP

## Material

옥천 곱감의 천연 당분과  
타닌 성분 활용.

## Function

통풍 유발 물질(퓨린) 저감  
효과 및 숙취 해소 기능 강화  
(특허 출원 예정).



## Value

“술은 건강에 해롭다”는 고정관념을  
깨고, 마실수록 가치 있는 기능성  
베버리지(Beverage) 시장 개척.



# ESG Strategy: 지속 가능한 순환 구조 (Zero Waste)



# Scalability: 개인의 기술을 넘어 시스템으로

## Data-Driven Brewing

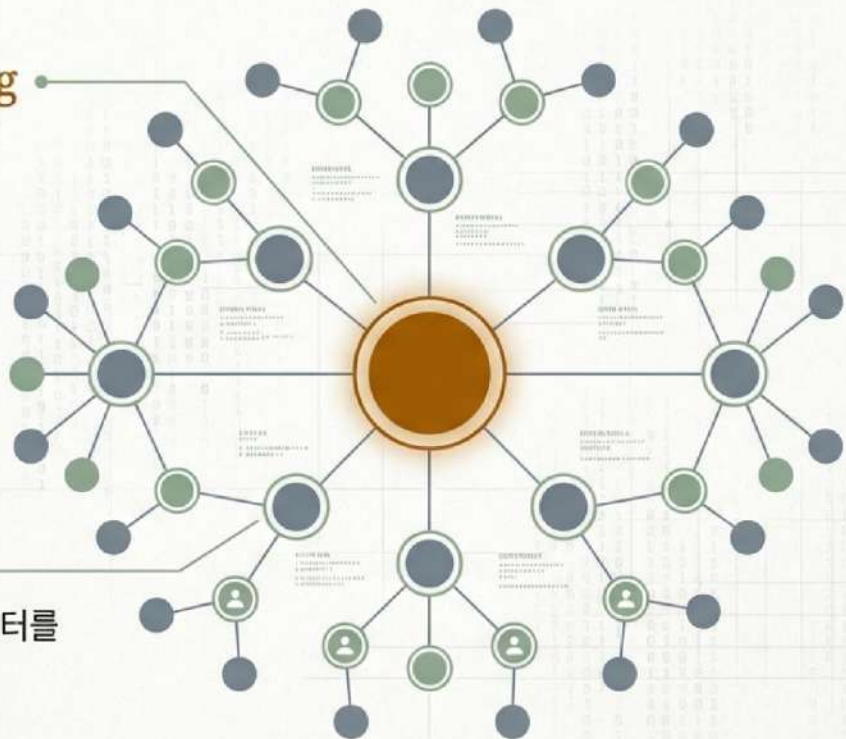
양조 데이터의 디지털화(Digital Transformation)를 통해 맛의 편차 제거.

## AI Curation

소비자 구매 패턴과 선호도 데이터를 분석하여 맞춤형 제품 추천 및 신제품 개발에 반영.

## Platform Business

제조사 중심이 아닌, 소비자와 상호작용하는 크래프트 플랫폼으로의 진화.





# Growth Roadmap: 단계별 성장 전략

## Phase 1: Alignment (1~3개월)

- 브랜드 정체성 확립 및 '케르비시아' 브랜드 서사(Narrative) 구축.
- 초기 핵심 인력 세팅 및 브루잉 레시피 고도화.



## Phase 2: Establishment (4~12개월)

- 옥천 스마트 팩토리 착공.
- 시스템 기반의 프랜차이즈 표준 매장(Flagship Store) 런칭.



## Phase 3: Expansion (13개월 이후)

- 통합 플랫폼 전국 가동 및 AI 데이터 마케팅 본격화.



## Phase 3: Expansion (13개월 이후)

- 글로벌 시장 역수출 개시 및 IP 라이선싱 확장.



# Why Cervisia? 투자 하이라이트



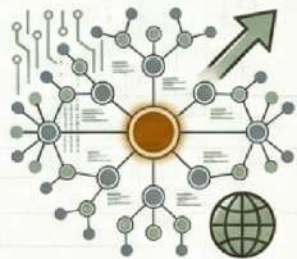
## Distinct Philosophy

제조업을 넘어선  
'발효 가치 설계'.  
차별화된 브랜드 깊이.



## Market Fit

건강(Health)과  
프리미엄(Premium)  
트렌드에 부합하는  
기능성 맥주 라인업.



## Scalable Model

스타벅스형 표준화  
전략과 AI 플랫폼을 통한  
무한한 확장성.



## Social Value

옥천 상생 프로젝트와  
ESG 순환 구조를 통한  
사회적 가치 창출.



# 케르비시아 브루잉: 발효의 가치로 설계하는 글로벌 크래프트 플랫폼

## CORE IDENTITY & VISION

(브랜드의 뿌리와 지향점)



### 발효 중심주의 (Fermentation First)

여과하지 않은 살아있는 효모를 통해  
맥주 본연의 생명력과 영양을 보존하는  
기술입니다.



### 글로벌 크래프트 플랫폼으로의 도약

제조를 넘어 IP, ESG 순환 구조,  
브랜드 확장을 포함한  
글로벌 브랜드를 목표로 합니다.



### 정통성과 기술력의 결합

독립 브루잉 기술과 발효공학 기반의  
기술력과 고대 라틴어 어원의 역사적  
정통성을 계승합니다.

## STRATEGIC BUSINESS PILLARS

(성장 동력 및 미래 가치)



### 수제맥주의 스타벅스화 (The Starbucks Strategy)

품질 표준화, 공간 경험 제공,  
AI 취향 데이터를 활용한 디지털  
플라이휠을 구축합니다.



### 옥천 상생 ESG 모델

지역 특산물(감)을 활용한 기능성 맥주  
개발 및 부산물 업사이클링을 통해  
지역 경제를 활성화합니다.



### 압도적인 프리미엄 시장 잠재력

소비자의 85.7%가 수제맥주를  
프리미엄으로 인식하며, 기능성 보장 시  
추가 가격 지불 의사가 높습니다.

## MARKET DATA & INVESTMENT VALIDATION



글로벌 기능성 맥주 성장률  
**연평균 6.12%** (~2035년)  
지속적인 시장 확장성 확보



수제맥주 프리미엄 인식  
**소비자 85.7%**  
고부가가치 브랜드 포지셔닝 가능



기능성 맥주 가격 프리미엄  
**20~30% 이상 수용**  
높은 수익성 및 마진 확보 근거

# Seoul



# Gyeonggi / Incheon




# Busan / Ulsan



## Others (Gangwon/Jeju)







# 발효의 정통성, 기술의 혁신.

케르비시아 브루잉 (Cervisia Brewing)

K-수제맥주의 글로벌화를 선도합니다!