

설엔 일본…5월 황금연휴엔 유럽으로

2015년 황금연휴, 여행 계획 세웠나요?

설 최대 5일 연휴…대만 등 동남아 여행 적기

5월 1~5일엔 연휴 길어 장거리 여행객 많아
스페인·스위스 인기…가족여행은 하와이 선호

새해 달력이 나오면 대부분 '빨간 날', 휴일이 며칠이나 되는지 먼저 확인한다. 2015년은 다른 해보다 연휴가 제법 많다. 올해 설날은 주말을 포함해 5일을 쉰다. 5월 초에는 월요일만 휴가를 쓰면 1일(금요일) 근로자의 날부터 5일(화요일) 어린이날까지 5일 연휴이고, 추석도 대체휴일을 적용하면 9월26~29일까지 4일 연휴다. 3일 연휴도 한글날(10월9~11일), 석가탄신일(5월23~5월25일), 크리스마스(12월25~12월27일) 등이 있다. 모처럼 풍성한 연휴. 2박3일에서 3박4일 일정으로 가족여행이나 재충전을 위한 개인 해외여행을 떠나기 딱 좋은 기간이다. 연휴 해외여행을 구상하는 독자들을 위해 국내 대표 여행사들이 연휴를 알차게 보낼 수 있는 실속 해외여행지를 추천했다.

●5월 황금연휴는 스위스·스페인 등 유럽 강추…가족여행은 하와이

한국관광공사의 2015년 해외여행 트렌드 조사에서 희망시기 1순위는 5월1일부터 5일까지의 '황금연휴'였다. 여행사 추천 여행지도 대부분 이 시기에 몰려 있다. 계절과 기간이 해외여행에 최적이라 긴 이동시간이 필요한 유럽지역을 많이 추천했다.

하나투어는 서유럽의 하이лай프인 이탈리아와 스위스의 핵심도시를 도는 코스를 추천했다. 여유롭게 둘러볼 수 있다는 게 매력이라, 유럽을 처음 방문하는 사람은 물론 리피터(재방문자)에게도 인기만점이다. 웹투어도 5월 가정의 달을 맞아 부모와 함께 스위스 인터라켓 자연 트레킹을 즐길 수 있는 유럽배낭여행을 권했다.

모두투어는 '꽃보다 누나'에 등장한 터키를 추천했다. 동서양의 문화를 고루 만날 수 있는 지역이고 문화, 시티투어, 식도락 등 다양한 목적의 여행이 가능하다.

내일투어도 개인 재충전 여행으로 스페인을 추천했다. 가우디의 흔적을 찾는 건축 여행, 프리메라리가 축구 여행, 파티의 섬 이비자 등 선택할 수 있는 테마가 다양하다. 하지만 가족여행 추천지로는 유럽이 아닌 휴양과 여유, 쇼핑과 식도락, 산과 바다를 한번에 즐길 수 있는 하와이를 꼽았다. 렌터카를 타고 하와이를 한눈에 담은 다이아몬드헤드, 스노쿨링을 즐길 수 있는 하나우마베이 등을 자유롭게 둘러보는 드라이브 여행이 가능하다.

●석가탄신일 연휴…日알펜루트 '설벽관광', '비비드 시드니' 투어가 제격

5월은 계절적으로 여행하기 딱 좋은 시기다. 이런 5월에 '황금연휴'에 이어 23일부터 시작하는 석가탄신일 3일 연휴가 또 있다.

하나투어가 추천한 일본 알펜루트는 다테야마, 구로베로 이어지는 산악여행 코스로 전통 료칸에서 고즈넉하게 온천여행과 일본 정식 '가이세키' 요리도 즐길 수 있다. 특히 알펜루트는 4월 초부터 6월 중순까지 높이 17m의 설벽 사이를 직접 걸으며 대자연의 위대함을 경험하는 설벽 관광을 즐길 수 있다.

웹투어가 호주 시드니 여행을 이 시기에 꼽은 것은 5월22일부터 6월8일까지 2주간 시드니를 다양한 색깔로 물들이는 '비비드 시드니'를 즐길 수 있기 때문이다. 이 기간 시드니는 오페라 하우스, 하버 브릿지에 대형 영사기로 빛을 쏘아 도시 전체가 화려하게 변신한다.

●설 연휴 여행도 아직 가능…일본 쇼핑여행, 대만 미식여행 항공권 판매전문 투어익스프레스에 따르면, 설 연휴



2015년 황금연휴 추천 해외여행지들. ■5월22일부터 6월8일까지 2주간 조영소 '비비드 시드니'가 열려 석가탄신일 연휴 추천지로 꼽힌 호주 시드니 ■5월1일부터 5일까지 연휴 때 도전해 볼만한 스위스의 만년설 절경 리를 피스 ■설 연휴 때 떠나면 좋을 대만 야류국립해상공원 ■꽃보다 할배' 등장 이후 인기가 높아진 스페인 바르셀로나의 구엘 공원. 5월 황금연휴 때 개인재충전여행 추천지다.

는 근거리 지역과 동남아, 유럽까지 티켓 예약이 거의 꽉 찼다. 하지만 항공편이 다양한 일본과 타이완은 아직 좌석 여유분이 조금 있어 부지런히 문의하면 티켓 확보 가능성이 있다.

내일투어는 설 연휴에 엔저의 혜택을 누릴 수 있는 일본 쇼핑 여행을 권했다. 유니클로, 무인양품, 폼데가르송 등의 브랜드와 덴마크에서 온 라이프스타일 상점 플

라임 타이거 코펜하겐 등이 추천 코스다.

모두투어는 요즘 인기여행지로 급부상한 타이완의 문화 미식 여행을 권했다. 중국 전통문화와 예술도 즐기고, 전통과자 핑리수, 밀크티, 레몬케이크 등 다양한 음식을 맛볼 수 있다. 요즘 '꽃보다 할배' 이후 젊은 층 외에 가족여행지로도 각광받고 있다.

김재범 전문기자 oldfield@donga.com @kobaukid

●업계와 소비자가 인정하는 엄격한 운영이 관건

새로운 5성 등급제가 정착하기 위해서는 시행 초반 예상되는 등급 변동 호텔들의 반발, 그리고 평가기준과 결과를 두고 벌어질 논란을 얼마나 빨리 잠재울 수 있는가이다. 새 등급 평가로 기존 무궁화 등급에서 하락하거나, 시설투자에 비해 기대했던 등급 상승을 받지 못할 경우 결과에 반발하는 호텔이 나올 수 있다. 새로운 등급제가 공신력을 얻기 위해서는 호텔과 소비자 모두 인정할 객관적 기준과 이를 엄격하게 운영하려는 의지가 필요하다.

관광공사는 평가 과정에서 논란이 생기는 것을 막기 위해 평가요원에게 사전에 윤리서약서를 작성토록 했다. 등급결정을 신청한 호텔에 파견하는 평가요원은 해당 호텔 재직경력이 있는지, 다른 이해관계가 없는지 확인하는 것도 제도와 했다. 또한 평가대상 호텔이 평가요원 및 운영요원의 평가 태도 등을 사후에 평가해 평가업무 개선 자료로 활용한다.

시행 첫해인 올해는 일단 기존 무궁화 등급제와 신 5성 등급제를 병행해 운영한다. 현재 디자인 공모 중인 5성 등급제의 별등급은 3월 중에 공개될 예정이다. 김재범 전문기자

서울YWCA “기능성 발열내의의 땀 흘려야 효과”

기능성 발열내의가 늘 '기능'을 발휘하는 것은 아닌 것으로 드러났다.

서울YWCA는 총 14개 브랜드에서 판매 중인 21개 발열내의 제품을 조사한 결과 10개 발열내의 제품의 발열온도가 일반내의보다 1.8도 높게 나타났다고 15일 밝혔다.

하지만 이들 제품은 발열내의 제품의 요건인 습기와 빛이 충족되지 않으면 별 효과가 없는 것으로 나타났다. 피부가 건조하거나 외부활동이 적어 햇빛을 접할 기회가 적으면 그만큼 발열 양이 적다는 의미다. 반대로 땀이 많거나 외부활동이 많을수록 발열내의의 효과를 제대로 볼 수 있다.

시험결과 유니클로 'EXTRA WARM 코루넥', 좋은사람들 '와우월 제임스단-메가히트' 제품이 상대적으로 보온성이 우수한 반면 신영와코루 '비너스 V-sports'와 '비너스 플라이히트', 남영비비안 '마이크로 모달상의', 생방울 '르네즈 TRY 발열내의 남내복 3호' 등 두께가 얇은 제품들은 보온성이 상대적으로 떨어지는 것으로 나타났다.

서울YWCA는 “기능성 발열내의라도 임기만 하면 무조건 발열효과가 나타나는 것은 아니다. 개인의 활동성을 고려해 특성에 맞는 제품을 구입해야 한다”고 설명했다.

양형호 기자 ranbi@donga.com 트위터 @ranbi361

쿠팡, 모바일앱 이용자수 30개월 연속 업계 1위

쿠팡은 시장조사업체 님스코리안클릭이 발표한 '모바일 애플리케이션 12월 이용자 수' 통계에서 오픈마켓과 홈쇼핑, 종합몰 등이 포함된 전자상거래 부문 전체 1위를 차지했다고 15일 밝혔다.

이로써 쿠팡은 2012년 7월부터 2014년 12월까지 30개월 연속 모바일앱 전자상거래 부문 전체 1위를 지켰다. 지난해 12월 쿠팡의 모바일 앱 이용자 수는 약 740만명. 700만 이상의 월간 순 이용자수를 기록한 모바일앱은 카카오톡과 네이버, 페이스북, 유튜브 등 몇몇 앱에 불과하다. 쿠팡 모바일앱은 2011년 8월 출시 이후 2000만에 달하는 누적 다운로드 건수를 기록하고 있다. 랭크닷컴이 발표한 '2014년 쇼핑 앱 이용자 순위'에서도 1위를 차지한 바 있다. 현재 전체 거래액 중 평균 70% 이상, 전체 트래픽의 80% 이상이 모바일을 통해 발생하고 있다.

한편, 한국온라인쇼핑협회는 2014년 모바일쇼핑 시장이 13조원에 달한 것으로 예측했다. 이는 2013년에 비해 2배 이상 커진 수치다. 2016년에는 모바일 쇼핑 규모가 PC를 통한 쇼핑 거래 규모를 추월할 전망이다.

김영근 기자 dionys@donga.com 트위터 @kimyke76

LG유플러스 업계 최초 '위약금 상한제' 시행

LG유플러스는 출시 15개월이 지난 휴대전화를 구입한 소비자가 약정기간 내 부득이하게 서비스를 해지할 경우 시점과 관계없이 위약금을 휴대전화 출고가의 50%까지만 부과하는 '위약금 상한제'를 도입하기로 했다고 15일 밝혔다. 전산 시스템 개발과 현장 교육 등의 준비를 마친 뒤 2월 중 업계 최초로 시행할 계획이다.

출고가가 60만원 이상이면 50%, 출고가가 60만원 미만이면 30만원을 위약금 상한으로 하는 제도다. 예를 들어 출고가 80만원짜리 휴대전화를 60만원의 지원금을 받고 구매할 경우 약정 해지 시점에 관계없이 최대 위약금은 출고가의 50%인 40만원만 부과된다. 기존엔 고객이 6개월 내에 서비스를 해지하면 지원금의 100%인 60만원의 위약금이 부과되고, 6개월 이후 해지하더라도 이용기간만큼을 제외하고 남은 약정기간에 대한 위약금 전액을 납부해야 했다.

LG유플러스 관계자는 “단말기유통구조개선법 시행 뒤 출시 15개월이 지난 스마트폰의 지원금이 증가했다”며 “그에 따른 위약금 부담을 완화하기 위해 이 제도를 시행하게 됐다”고 설명했다.

김병근 기자

금호타이어, 축구마케팅으로 유럽시장 공략

금호타이어가 독일 프로축구 분데스리가의 명문 클럽 'FC 샬케 04'와 후원 계약을 체결하고 2017년까지 공식 스폰서로 활동한다.

이번 스폰서 계약을 통해 금호타이어는 홈구장인 뉘른스 아레나에서 골대 옆 3D 광고, LED보드 광고, A-보드 광고, 경기장 내의 프로모션 등에 로고가 노출된다. 또 금호타이어의 유럽 딜러 초청 프로그램에 활용할 수 있어 당사 브랜드를 알리는 것은 물론 매출 연계 효과도 기대하고 있다. 이상구 유럽영업지역본부장은 “금호타이어는 유럽 최고의 인기 스포츠인 축구를 통한 마케팅으로 유럽 시장 내 인지도를 대폭 확대해오고 있다”며 “축구와 함께 타이어의 역동적인 이미지를 유럽 전역에 보여주겠다”고 말했다.

원성열 기자 sereno@donga.com 트위터 @serenowon

백설 다담, 불행에도 지속적인 시장점유율 상승

CJ제일제당의 냉장요리양념 전문브랜드 백설 다담이 불황 속에서도 지속적인 매출 상승세를 보이고 있다.

백설 다담은 요리를 쉽고 간편하게 할 수 있도록 갖은 양념을 넣은 CJ제일제당의 냉장요리양념 브랜드, 정통된장 찌개양념, 부대찌개 양념, 순두부 찌개양념, 냉이된장 찌개양념, 흑미기침국장 찌개양념, 강된장 비빔양념의 라인업 6종을 갖추고 있다.

지난해에는 매출 300억 원을 달성해 전년 대비 매출 20%의 성장을 기록했다. 한 해에만 2000만여 개가 판매됐으며, 이는 국민 2명당 1명꼴로 다담 제품을 구입한 수치다. 시장점유율(윙크아즈텍 기준) 역시 2011년 54.1%에서 지난해 64.9%(2014년 11월까지 누계)로 지속적인 상승곡선을 그리며, 냉장요리양념 부문 1위 브랜드 자리를 굳건히 하고 있다. 매 주말 전국 캠핑장을 방문하여 일평균 200가쪽 이상을 대상으로 다담을 캠핑 필수 제품으로 인식시키는 것을 비롯해 시즌별 다양한 계층 대상의 쿠키ング 클래스 개최, 서울 및 경기 지역 대학교 순회 샘플링 등 요리초보들에게 제품의 편의성과 맛을 경험하게 한 마케팅 전략이 주요했다는 분석이다. 원성열 기자

편집 | 심승수 기자 sss23@donga.com 트위터 @simss23

5성등급제 전환, 인플레 없애야 공신력 올라간다

■ 확 바뀌는 호텔등급, 관광객 신뢰 받을까?

‘무궁화 등급제’는 국제기준보다 후한 평가
불시방문·직접 숙박하는 압행평가 등 강화

2015년 국내 관광산업에서 크게 달라지는 부분이 호텔 등급이다. 그동안 호텔협회와 실시하던 등급평가를 1일부터 새로 한국관광공사가 맡았다. 문화체육관광부로부터 호텔업 등급결정기관으로 승인 받은 관광공사는 호텔업협회가 이관한 호텔 평가를 실시하는 한편, 올해부터 새로 실시하는 별 등급제 평가 접수도 받는 등 본격 업무에 들어갔다.

●무궁화에서 5성 체제 전환

관광공사가 등급 평가기관이 되면서 가장 큰 변화는 5성

등급제로의 전환이다. 무궁화 개수(특1등급, 특2등급, 1등급, 2등급, 3등급)로 표시하던 호텔 등급을 외국과 동일하게 1성부터 5성까지 별 개수로 바꾸었다. ‘무궁화 등급제’는 그동안 시설과 서비스 등 호텔 수준을 정확히 반영하지 못한다는 비판을 들어 왔다. 평가기준이 모호하고 일부 호텔이 시설이나 서비스에 비해 높은 등급을 받는 ‘등급 인플레이’로 공신력이 떨어졌다.

새 등급제에서 주목할 부분은 신설된 압행평가(미스테리 쇼퍼)와 불시방문 평가이다. 기존에는 사전에 방문일을 통보하고 평가요원이 호텔을 방문해 조사하는 ‘현장평가’만 있었다. 하지만 앞으로는 현장평가에 날짜를 통보하지 않고 방문하는 불시방문(1성~3성급)과 평가요원이 투숙객으로 가장해 직접 숙박을 하고 시설을 이용하며 심사를 하는 압행평가(4~5성급)를 추가해 2단계로 진행한다.