

호텔은 중문으로, 비행기는 샷포로로

호텔·항공업계 새로운 격전지

백종원 제주 호텔 '더 본' 내달 오픈
후발주자들 헬스·힐링 특화 서비스

샷포로, 일본여행 인기 장소로 각광
아시아나·제주항공 신규 취항 속속

'제주 중문과 샷포로.' 요즘 호텔업계와 항공업계의 새로운 격전지로 떠오르는 곳들이다. 특1급 7개를 포함해 총 11개의 호텔이 모여 있는 제주 서귀포 중문관광단지에는 거의 매년 새 호텔이 문을 여는 지역. 이곳에 지난해부터 강력한 다크호스들이 등장하고 있다. 하늘길에서는 일본 샷포로 노선이 뜨겁다. 국적 대형항공사(FSC)나 저비용항공사(LCC) 모두 경쟁적으로 신규 노선을 오픈 해 경쟁에 들어가면서 시장이 급속히 커지고 있다.

●부영 이더 백종원까지...호텔들 브랜드 특화 서비스로 승부

지난해 건설업체 부영이 중문에 호텔을 오픈한 데 이어, 올에는 외식사업가이자 요리연구가 백종원이 대표로 있는 더본코리아가 9월 중문단지에 호텔 '더본'을 오픈한다. 지하1층, 지상 4층 객실 148실이다. 규모로는 중형급 호텔이다. 백종원 대표는 30여개 브랜드를 거느린 프랜차이즈 외식 전문기업의 강점을 살려 호텔 내외 주변에 다양한 먹거리를 즐길 수 있는 미식타운을 조성할 계획이다. 특히 중국인 여행객을 겨냥해 정통 중화요리 브랜드도 개발할 것으로 알려졌다.

부영도 중문에 추가로 호텔을 건설하기 위해 속도를 내고 있다. 9179억원을 투자해 주상절리대 등 중문 관광명소를 바라보는 29만2900㎡ 부지에 4개 호



매년 여객이 큰 폭으로 증가하면서 치열한 경쟁이 벌어지고 있는 항공시장인 일본 샷포로 노선에 7월20일 국적 항공사 중 6번째로 신규 취항한 제주항공의 항공기와 캐빈 승무원(CA)들.

텔, 총 1380실을 건설, 대형 호텔&리조트 타운을 이루겠다는 의욕을 보이고 있다. 이밖에 중문 예래 생태지역에는 250실 규모의 특급 호텔 허든클리프 호텔&네이처가 7월1일부터 영업을 시작했다.

새로운 다크호스의 등장으로 중문의 호텔 경쟁은 더욱 치열해졌다. 롯데, 신라, 하얏트 등 브랜드 파워가 강한 호텔 체인보다 최근 2~3년 사이 문을 연 중. 소규모 후발주자들이 시그니처 서비스를 개발해 시장을 지키려 노력하고 있다. 헬스 리조트를 표방하는 중문 WE(위) 호텔의 경우 객실 103실로 규모가 작은 편이지만 특화된 아쿠아테라피 프로그램과 액티비티 프로그램으로 브랜드 차별화를 하고 있다. 호텔 부지의 넓은 숲과 천연화산암반 중탄산수를 활용해 액티비티 프로그램 '힐링 포레스트'와 '아

쿠아 엑서사이즈'를 시그니처 서비스로 내세우고 있다. 이달 들어 모든 투숙객을 대상으로 숲과 물이 관련된 테라피 프로그램을 서비스하는 '위 워드유' 프로그램을 실시하고 있다. 외부 방문객도 수영장 등 부대시설을 이용하도록 해 적은 객실 수의 한계를 극복하고 있다.

●샷포로 하늘길 경쟁...국적 항공사 대부분 참여

일본 홋카이도 샷포로 노선은 올해 들어 국적 항공사들의 진출이 활발한 노선이다. 아시아나가 7월1일 신규 취항한 데 이어 같은 달 20일에는 제주항공이 취항했다. 기존에 취항하던 대한항공, 진에어, 티웨이, 에어부산을 포함해 모두 6개의 국적 대형항공사(FSC)와 저비용항공사(LCC)가 샷포로 하늘을 두고 경쟁하고 있다.

샷포로는 비행시간 2시간30분의 단거리지만 홋카이도가 일본여행 인기장소로 떠오르면서 여객 수요가 매년 늘고 있다. 지난해 샷포로 노선 이양객은 44만5000명으로 전년 대비 41%나 증가했다. 제주항공 관계자는 "워낙 인기 높은 노선이라 항공사간 경쟁이 치열해 매직쇼 같은 기내 특화서비스와 홋카이도 렌트카, 버스투어 등의 단독상품과 각종 여행정보를 얻을 수 있는 온라인라운지 등 타 항공사와 차별화를 꾀하고 있다"고 밝혔다.

후발 주자의 거센 도전에 기존 항공사의 대응도 기민해졌다. 에어부산은 7월1일부터 부산-샷포로 노선을 주3회에서 5회로 증편했고, 진에어는 393석 규모의 중대형기 B777-200ER을 샷포로 노선에 투입했다.

김재범 전문기자 oldfield@donga.com

리우 여행, 가짜 지갑이 필수품?

불안한 치안...여행자 안전 팁 소개

"가짜 지갑 소지하세요."

2016 리우올림픽 여행자를 위한 안전여행 팁이 나왔다. 비즈니스 트래블 매니저먼트 기업 CWT 코리아는 6일부터 22일까지 열리는 리우올림픽 기간에 이 지역을 방문하는 출장자와 올림픽관광 여행객들이 건강과 안전을 위해 현지에서 지켜야 할 여행수칙을 소개했다. 우선 방문 전 해외여행 클리닉이 있는 병원에서 소아마비, 수두, 풍진, 백일해, 홍역, 파상풍 등의 예방접종을 받아야 한다. 방문객들이 가장 걱정하는 지카 바이러스와 관련해서는 현재 백신이 개발되지 않았기 때문에 모기에 물리지 않는 것이 최선이다. 저녁과 밤 시간에 유의해야 하고, 잘 때는 침실 창문을 꼭 닫고 선풍기가 있다면 방에 틀어 놓는 것이 좋다.



6월 개막하는 올림픽을 앞두고 지카바이러스와 치안불안 등의 우려가 제기되는 브라질 리우데자네이루.

오래된 영수증 등을 담은 가짜 지갑을 소지하면 강도를 만났을 때 큰 피해를 피할 수 있다.

이밖에 빌하르츠 주얼리즘이 의심되는 강이나 호수에서 수영을 피하고, '안녕하세요'(ola), '부탁드립니다'(por favor), '감사합니다'(obrigado)와 같은 간단한 포르투갈어 인사를 알아두면 편하다. 만약 여행에서 돌아와 몸에 이상을 느낀다면 반드시 의사와 상담하고, 만약을 대비해 여행 후 4주간은 헌혈을 하지 않는 것이 좋다. 김재범 전문기자

《가상현실》 롯데월드 'VR' 특명

미래부 VR테마파크 과제 사업자로

롯데월드가 미래창조과학부의 '가상현실(VR) 플래그십 프로젝트' 5대 선도 과제 중 'VR테마파크' 부문에 과제 사업자로 선정됐다. 'VR테마파크' 부문은 정부 지원금과 롯데월드 자체 출연금 등 100억원이 투입되는 과제기간은 내년 말까지다.

롯데월드는 앞으로 연구개발, 신규 콘텐츠 제작, 중소기업과의 동반성장

등 세 부문에 걸쳐 VR테마파크 프로젝트를 수행한다. 이를 위해 VR연구실을 사내에 설립, 운영할 계획이다.

롯데월드는 이와 별도로 국내 테마파크 최초로 HMD 디바이스를 착용하고 탑승하는 'VR코스터'를 10월 오픈 목표로 개발하고 있다. 이런 경험을 바탕으로 앞으로 자이로드롬 등의 어트랙션에 VR기술을 접목할 예정이다. 또한 100억원이 투입되는 과제기간은 내년 말까지다.

김재범 전문기자

유통



유통업계가 스포츠 빅이벤트와 여름휴가 시즌을 함께 고려한 상품을 준비하는 등 본격적인 마케팅에 나섰다. 롯데마트는 브라질 대표 음식을 포함해 30가지의 즉석조리식품을 판매하는 '파이팅 코리아 먹거리 대전'을 벌인다.

야식올림픽

유통업계 올림픽 마케팅 시동

한 여름밤의 응원, 금메달도 식후경
브라질 음식부터 치킨 교환권까지
백화점·홈쇼핑 다양한 먹거리 행사

리우 올림픽이 코앞에 다가온 가운데 유통업계가 뒤늦게 마케팅에 '조용한 시동'을 걸었다. 관련 업계에 따르면 올해 올림픽은 현지와 시차 등을 감안할 때 특수를 누리기 쉽지 않을 것으로 보인다. 또 포식스폰서를 제외하면 '올림픽' 등의 문구를 직접적으로 사용할 수 없는 등 제약도 따른다. 이에 따라 유통업계는 공격적인 마케팅보다는 여름휴가 시즌과 맞물려 있다는 점을 고려한 상품 기획전과 이벤트 등을 마련했다.

●브라질 대표 음식 판매

스포츠 빅이벤트에서 빼놓을 수 없는

것이 바로 먹거리다. 시차를 감안하면 무거운 음식보다는 허기를 때울 수 있는 가벼운 음식이 인기를 모을 것으로 보인다. 롯데마트는 4일부터 17일까지 '파이팅 코리아 먹거리 대전'을 진행한다. '치미주리 치킨', '파스텔' 등 브라질 대표음식 4종을 포함해 총 30가지의 즉석조리식품을 준비했다. '씩앗 닭강정'과 '간장 맛 왕봉' 등 즉석조리식품을 정상가 대비 최대 20%가량 저렴하게 판매한다. 40여 가지 수입맥주 캔 4개를 할인 판매하는 다다익선 행사도 진행한다.

신세계백화점은 8월21일까지 '서머 푸드 페스티벌'을 벌인다. 1만5000원의 패키지권을 구매하면 페스티벌 특별 메뉴 중 3가지를 가격에 상관없이 모두 즐길 수 있는 SSG 고메 프리패스 행사다. 베이야에누보 슈림프 샐러드와 자니로 켈트 로켓싱글 세트, 딴엔틸루카 치킨롤 토프 샌드위치와 오늘의 커피 등 세계

각국의 다양한 먹거리를 저렴한 가격으로 즐길 수 있다.

●홈쇼핑 추천 이벤트

홈쇼핑 업계는 심야에 주요 경기가 집중될 것으로 예상되는 만큼 특수를 기대하고 있다. 이에 먹거리 이벤트를 준비했다. GS샵은 '금빛해택 가득, 으릿차 차 꿀맛' 이벤트를 연다. 6일부터 22일까지 심야 방송을 챙겨보는 고객들을 위해 매일 오전 1시 'BHC 치킨 교환권(60명씩)'을 추첨을 통해 준다. KTH도 T커머스 K쇼핑을 통해 21일까지 '금메달도 식후경' 이벤트를 벌인다. 기간 내 1회 이상 K쇼핑 상품을 구매한 고객을 대상으로 별도 이벤트 응모 없이 매일 100명을 추첨해 BHC맛초킹과 플라 세트, 롯데리아 와일드쉬림프 버거세트, 오감자 허니밀크, 비타500 등 다양한 간식을 경품으로 제공한다. 경품은 모바일 쿠폰 기프트쇼로 발송되며,

휴일을 제외하고 다음날 바로 지급된다.

●캠핑 영상 기획전도 개최

캠핑 등을 즐기는 여름휴가 기간과 맞물려 있다는 점에 착안한 영상 기기 기획전을 준비한 곳도 있다. 쿠팡은 야외에서 스포츠 경기를 즐길 수 있는 '승리기원! 캠핑 영상 사전 기획전'을 17일까지 실시한다. 빔 프로젝터와 스크린, 블루투스 스피커 등 야외에서 손쉽게 관람의 상영권을 꾸밀 수 있는 다양한 영상 사전제품 50여종을 할인된 가격에 선보인다. 특히 '스마트빔 프로젝터'와 'Rayo R4' 등 휴대가 편리한 미니 사이즈 전자 제품을 다양한 가격 대로 준비했다.

GS리테일이 운영하는 편의점 GS25는 유명 가방 브랜드 헤이즈와 손잡고 브라질 출신 예술가 로메오브리토의 작품이 담긴 가방을 선물하는 이벤트를 진행한다. 김명근 기자 dionys@donga.com

옥시 최종배상안, 정치권도 뿔났다

야권 "배상규모·대상·진정성 기대 못미쳐"
국정조사 앞두고 책임 회피 물타기 의혹도

'가습기 살균제 사망사건'에서 가장 많은 피해자를 낸 옥시케미칼이 최근 발표한 최종배상안에 대한 논란이 빠르게 확산되고 있다. 피해자와 가족들이 "대상을 한정한 배상안은 받아들일 수 없다"고 밝힌 가운데, 정치권에 서도 옥시의 최종배상안과 사과 광고를 비판하는 목소리가 나왔다. 더불어민주당의 기동민 원내대변인은 2일 국회 현안 브리핑에서 "사건의 주범인 옥시가 최종배상안을 일방적으로 발표했다"며 "배상 규모와 대상도 기대에 못 미쳤다"고 비판했다. 이어 "진정성 있는 사과는 커녕 대화를 요구

하는 유족들을 한 번도 제대로 만나지 않았다"면서 이번에 발표한 최종배상안을 '셀프 배상안'이라고 꼬집었다. 국정조사 특별위원을 맡고 있는 국민의당 송기석·김삼화 의원은 이날 입장 자료를 내고 "옥시는 위법행위에 따른 법적 책임을 인정한다는 '배상'이라는 용어를 사용했다"며 "그러나 그 어디에서도 옥시가 책임을 진정으로 인정하는 모습을 찾아볼 수 없다"고 비판했다. 최종배상안 발표 시점을 감안할 때 국정조사 등에서 '물타기'를 하려는 시도라는 의혹도 제기했다. 기동민 원내대변인은 "국회 가습기

살균제 특위가 영국 본사 방문을 앞두고 등 한창 조사를 벌이고 있는 시점에 발표를 한 것도 문제"라며 "자제적인 진상규명과 피해자들과의 대화, 특위 조사에 성실히 임하는 것이 상식이다"고 말했다. 송기석·김삼화 의원은 "가해자와 피해자 간 협의로 법적 책임을 피해가려는 모습과 많은 보상액을 산정했다고 홍보하는 것은 자숙하는 태도라기보다는 '꼬리 자르기식' 대응에 불과하다"며 "옥시의 이번 배상안 발표는 국정조사 사과 피해가려는 품수다"고 말했다. 김명근 기자



지난 5월 2일 기자회견장에서 머리 숙여 사과하고 있는 옥시케미칼이 아더 사르발 대표.

편집 | 고영일 기자 ico@donga.com