1 발길 바로 밑과 옆으로 하얗게 부서지는 파도를 바라보며 겨울해변을 거닐 수 있는 정동심곡바다부채길. 2 안목커피거리 옆 요트마리나에서 바다낚시를 즐기는 여유로운 전경. 3 영동지역서 가장 오래된 전통시장인 중앙성남시장의 대표적인 먹거리 닭강정. 4 자연과 예술작품의 조화롭게 어우러진 모습이 인상적인 하슬라아트월드 전경. 5 강릉 올림픽파크의 아이스 아레나에서 훈련에 전념하고 있는 피겨 스케이팅의 '연아 키즈'들.

# 바다·닭강정·커피…겨울여행의 낭만 속으로

## '평창로드' 강릉을 가다

### 바다부채길, 해안절벽·파도의 환상 콜라보
### 안목커피거리의 향기…하슬라월드의 품격
### 닭강정 입에 물고 올림픽 열기 미리 체험도

여행

'문화, 낭만 자연 그리고 올림픽. 겨울여행의 종합선물세트.' 여행길의 호사를 자랑하는 어설픈 허세가 아니다. 대한민국 테마여행 10선에 오른 '평창로드'의 강릉은 정말 다양한 매력을 지닌 곳이다. 겨울철 여행지로 강원도 동해안의 여러 도시가 사랑을 받고 있지만, 그중에서도 강릉은 2300만년의 역사를 품에 안은 천연기념물 에코투어부터 정겨운 전통시장의 핑거푸드, 그윽한 향기의 커피 한 잔과 함께 즐기는 해변의 낭만까지 고루 지니고 있다. 또한 2018 평창올림픽 빙상종목 경기장이 있는 올림픽 파크에서는 각종 테스트 이벤트들이 열릴 예정이어서 미리 올림픽의 열기도 느껴볼 수 있다.

**●해안 절경의 끝판왕 , 정동심곡바다부채길**

사실상 이번 여행길의 가장 하이라이트로 기대가 컷던 곳. 한반도 지형생성의 비밀을 지니고 있다는 2300만년 역사의 천연기념물 437호 정동진 해안단구 지역을 지나가는 산책길 코스다. 군경계지역이어서 민간에 개방된 적이 없었으나, 지난해 10월 17일 70억원의 예산을 들여 정동진부터 심곡항까지 2.86km를'바다부채길'이란 멋진 이름으로 공개됐다.

마치 남해 해금강을 축소해 산책길 곳곳에 뿌려놓은 듯 다양한 모습을 지닌 매력적인 기암괴석과 해안절벽, 그곳에 부딪치는 하얀 파도가 어우러지는 절경은 이미 입소문이 퍼져 명성이 자자하다.

부채길을 찾아간 날이 하필 이상고온에 비까지 추적추적 내리는 궂은 날씨였지만 겨울비와 어우러진 바다와 절벽의 모습이 고즈넉한 정감을 일으켰다. 함께 한 강릉시청 관광과 직원은 "만약 맑고 쾌청한 날씨였다면 몰리는 인파로 이렇게 여유롭게 경치를 보기 어려웠을 것"이라고 귀띔했다. 편도 50분~70분의 평탄한 길이 대부분이지만, 정동진 선크루즈 리조트 주차장으로 올라가는 마지막 구간의 계단길은 살짝 난이도가 있다.

**●핑거푸드와 시장투어, 중앙성남시장**

강릉시 금학동과 성남동에 걸쳐있는 중앙성남시장은 영동지역에서 가장 오래된 시장이다. 조선시대부터 물류의 중심지였던 강릉지역을 상징하듯 강원도 특산물은 거의 다 만날 수 있다. 지역 토산품의 쇼핑에도 좋지만, 이곳의 또 다른 매력은 강릉 별미인 닭강정을 비롯한 다양한 핑거푸드다. 한 손에 컵에 담긴 닭강정이나 떡갈비를 들고 느긋하게 시장골목을 거닐면서 물건과 사람을 구경하는 재미가 남다르다. 시간 여유가 있다면 시장 한 구석의 가마솥에서 무럭무럭 김을 내며 끓고 있는 소머리국밥에 소주 한 잔 곁들이는 운치도 괜찮다.

**●커피향 즐기며 겨울바다를…안목커피거리**

길이 500m의 백사장이 있는 한적한 해변이 이렇게 인기가 높아질 줄 누가 알았을까. 강릉견소동에 위치한 안목해변은 커피거리로 유명하다. 국내 첫 커피축제가 벌써 8회째를 맞고 있고 해안가를 따라 22개, 아래 남항진까지 합하면 28개의 커피점이 들어서 있다. 커피박물관, 커피공장, 바리스타 아카데미 등이 있다. 국내 바리스타 1호로 불리는 박이추 선생의 카페겸 로스팅공장 '보헤미안' 등이 유명하다. 대부분 직접 원두를 소량씩 로스팅해서 팔기 때문에 가게마다 특색이 있다. 인근 강릉항요트마리나 건물은 안목해변과 커피거리를 한눈에 내려다볼 수 있는 뷰포인트다.

**●동해를 정원처럼 품에 앉은 곳, 하슬라아트월드**

정동진의 동해를 바라보는 언덕에 조성한 종합예술공간이다. 이국적인 느낌이지만 '하슬라'는 우리말로 강릉의 옛이름이다. 10만9000여$m^2$의 부지에 각종 조각과 조형물을 전시하고 있다. '성성활엽길', '소나무정원', '시간의 광장', '바다정원', '하늘전망대', '돌갤러리와 소똥미술관' 등의 공간을 자연훼손을 최소화해 비탈면과 산의 높이를 그대로 살려 꾸몄다. 실내미술관에는 현대미술 200여 점이 전시된 '현대 미술관'과 유럽 각국서 수집한 마리오네트와 피노키오 작품을 전시한 '피노키오 & 마리오네트 미술관'이 있다. 1년 내내 국내외 작가들의 전시와 각종 행사가 끊이지 않아 언제 찾더라도 새로운 예술작품을 보는 즐거움이 있다.

**●1년 먼저 느껴보는 열기, 올림픽파크**

이제 평창동계올림픽이 1년 앞으로 다가왔다. 교동에 있는 올림픽파크는 아이스하기, 스피드스케이팅, 쇼트트랙, 피겨스케이트, 컬링 등의 빙상종목이 열리는 스포츠 컴플렉스다. 40만6472$m^2$의 부지에 아이스 아레나(쇼트트랙&피겨 스케이트), 강릉 오벌(스피드스케이트), 하키센터, 컬링센터 등이 들어섰다. 이곳을 방문했을 때는 경기장 대부분이 곧 있을 종목별 테스트 이벤트에 대비해 마무리 작업에 한창이었다. 이미 테스트 이벤트를 치른 아이스 아레나에서는 많은 '연아 키즈'들이 음악에 맞춰 연습에 열중하고 있는 모습을 볼 수 있다.

글·사진=강릉 | 김재범 기자 oldfield@donga.com

# '아몬드 라떼' '콜라맛 감자칩' 어때요?

### '탄산 없는 밀키스' '사이다향 젤리'
### 고정관념 탈피…차별화 전략 눈길

**▮ 독특함으로 승부하는 이색 식음료**

유통

식음료 시장의 경쟁은 치열하다. 대기업부터 중소기업까지 매일 수없이 많은 신제품을 쏟아낸다. 성공을 담보하기 힘든 대표적인 레드오션 시장이다. 때문에 업계에서는 평범함보다는 상식과 고정관념을 탈피한 이색 제품을 통해 돌파구를 모색하는 경우가 많다. 독특한 차별화를 무기로 치열한 경쟁 속에서도 각광받고 있는 제품들을 살펴봤다.

**●블루다이아몬드 '아몬드 브리즈 바리스타 블렌드'**

블루다이아몬드의 '아몬드 브리즈'는 최근 커피 및 음료 제조시 우유처럼 쓸 수 있는 제품인 '바리스타 블렌드'를 출시했다. '아몬드 브리즈 바리스타 블렌드'는 100% 캘리포니아산 프리미엄 아몬드를 곱게 갈아 만든 아몬드 음료다. 아몬드 브리즈는 바리스타 블렌드를 앞세워 라떼나 카푸치노는 우유로 거품을 만든다는 고정관념에서 벗어나, 바리스타 블렌드를 우유대신 넣어 사용하도록 해 '우유 없는 라떼'를 제안하고 있다. 아몬드 브리즈를 사용한 커피 메뉴는 아몬드의 고소함이 커피에 진한 풍미를 더할 뿐 아니라 일반 우유대비 절반 정도인 65kcal(190ml 기준)의 낮은 칼로리로 가볍게 즐길 수 있다. 950ml 대용량의 가격은 3800원이다.

**●롯데칠성음료 '밀키스 무스카토'**

롯데칠성음료에서 스테디셀러 밀키스의 무탄산 버전인 '밀키스 무스카토'를 출시했다. 톡 쏘는 탄산이 들어간 기존의 밀키스와 달리 새로운 워터타입으로 탄산없이 물처럼 가볍게 즐길 수 있는 신제품이다. 음료업계는 최근 3년간 성장세를 보이던 탄산수의 성장률이 작년부터 감소함에 따라 새로운 음료 트렌드를 이어갈 제품 개발에 나서고 있다. 밀키스의 장점인 부드러운 맛에 유명 포도재배 산지 중 하나인 칠레에서 수확한 무스카토 청포도 과즙을 넣어 상큼한 맛을 더했다.

**●코스모제과 '이상한 감자칩'**

코스모제과에서 요구르트와 사이다, 콜라의 맛을 살린 이색 감자칩 시리즈를 출시했다. 고소하고 담백한 맛의 감자칩에 요구르트, 콜라, 사이다를 마실 때 느낄 수 있는 청량감과 상큼함을 더해 기존 감자칩에 대한 상식을 깬 이색 제품이다. 제과시장은 전반적으로 정체되어있지만 감자칩 시장만큼은 성장세를 이어가고 있다. 포장과 디자인 역시 제품을 세울 수 있는 스탠딩 파우치 타입으로 출시됐다. 요구르트병과 사이다, 콜라 캔의 모양을 연상시켜 재미 요소를 더했다. 코스모제과와 홈플러스에서 공동으로 기획해 전국 홈플러스 매장에서 만나 볼 수 있다.

**●CU 'CU사이다 젤리'**

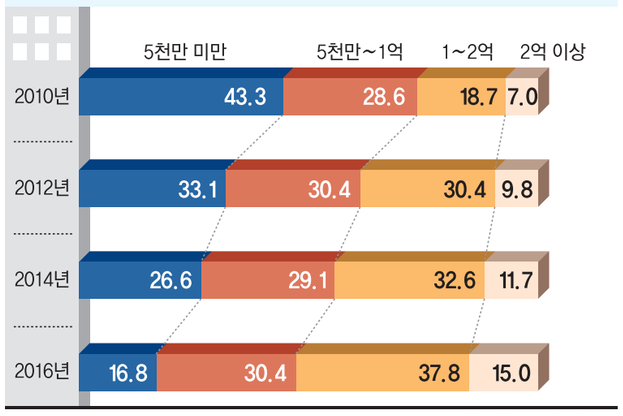
편의점 CU에서 단독으로 출시한 'CU사이다 젤리'도 독특한 히트상품이다. 사이다젤리는 사이다병 모양의 패키지와 레몬 향이 나는 사이다 맛의 젤리로, 기존 상품에서 볼 수 없던 맛과 모양으로 차별화시킨 제품이다. 해당 제품은 사이다를 젤리로 맛 볼 수 있다는 특징을 내세우며 매출 효과도 거뒀다. CU에 따르면 전체 스낵류 가운데 차지하는 비중이 미미했던 젤리류가 과자, 비스켓, 초콜릿 등 전통적인 스낵류 주요상품을 제치고 급부상하며 출시 열흘 만에 전체 스낵류 중 매출 1위를 차지했다.

원성열 기자 sereno@donga.com

편집 | 고창일 기자 ico@donga.com

**데이터로 보는 경제** 주택담보대출 금액별 비중 (단위 : %)

11일 주택금융공사가 발표한 '2016년도 주택금융 및 보금자리론 수요실태조사'에 따르면 지난해 주택담보대출 이용 가구의 평균 대출금액은 1억1373만원인 것으로 조사됐다. 1억원 이상의 주택담보대출을 받은 가구 비율이 50%를 넘어선 것은 이번이 처음이다.




※ 자료:한국주택금융공사

# 부산서 먹방 찍고 선물 받고

### 14일부터 '모락모락 겨울이야기 스탬프 투어'

'동네 별미도 먹고 선물도 받고…넉넉한 겨울 여행.'

부산은 겨울에 다른 지역에 비해 상대적으로 따뜻한 지역이다. 이런 특성을 살려 부산시와 부산관광공사를 중심으로 겨울 관광객을 다양한 프로그램들을 내놓고 있다.

14일부터 시작하는 겨울 여행주간에 맞춰 내놓은'모락모락 부산 겨울이야기 스탬프 투어'는 관광객들이 부산의 근·현대사 명소와 전통시장을 돌아보고 푸근한 인심도 체험하는 먹방+도심스토리텔링투어+족욕체험의 1석3조 알뜰 프로그램이다.

스탬프 투어는 기장시장의 대게를 비롯해 서면시장의 돼지국밥, 자갈치시장의 해산물, 부평시장의 어묵과 유부주머니, 해운대시장의 곰장어, 국제시장의 씨앗호떡과 비빔당면 등 부산 지역의 대표 전통시장 명물 먹거리를 맛보고 스탬프를 얻을 수 있다. 투어에 참여한 관광객은 스탬프 획득에 따라 부산역 광장의 부산여행 홍보관에서 구포국수, 부산어묵 등 기념품도 받을 수 있다. 또한 겨울여행 주간 동안 해운대구청 열린정원에서 해운대 온천 이벤트 족욕탕을 운영하고 닥터피쉬 체험을 무료로 제공한다.

특히 스탬프 투어 참가자에 한해서는 겨울여행주간 동안 부산역에서 온천과 전통시장까지 무료 셔틀버스를 운행할 계획이다.

한편, 겨울여행주간 동안 부산역 광장에서 운영하는 부산여행 홍보관에서는 원도심 스토리투어의 먹거리를 연계한 특별 프로그램부터 서부산 낙동강 생태탐방 에코투어, 모락모락 온천여행&로맨틱 야경투어에 이르기까지 다양한 관광상품을 운영한다.

김재범 기자

**관광공사·국토부, 한국철도관광 활성화 업무협약**

한국관광공사와 국토교통부는 11일 한국관광공사 서울센터 6층에서 한국철도 해외홍보와 철도관광 활성화를 위한 업무협약을 체결했다. 업무협약의 주요 내용으로는 말레이시아 관광객을 대상으로 KTX를 활용한 철도할인 이벤트 추진, 말레이시아·싱가포르의 유력 미디어 초청을 통한 철도홍보, 쿠알라룸푸르 고속철 홍보관 및 한국관광 홍보관 '코리아플라자'를 활용한 한국고속철 홍보, 철도를 이용한 외국인 관광객 유치활동 등이다.

**에어서울, 기내 잡지 '유어 서울' 창간**

에어서울 기내 잡지 '유어 서울'

서울 기반의 LCC(저비용항공사) 에어서울이 기내 잡지 '유어 서울'(YOUR SEOUL)을 창간했다. 에어서울은 '유어서울'을 통해 취항지의 여행 정보와 서울의 다양한 모습을 함께 소개한다. 64 페이지 분량의 1호에서는 방송 프로듀서, 시인, 웹툰 작가가 추천하는 서울의 '히든 플레이스'와 '미슐랭 가이드 서울'과 서울의 숨은 맛집 정보 등을 외국어(일본어, 중국어)로도 안내하고 있다. '유어 서울'은 1일부터 에어서울이 운항하는 전 노선에서 서비스하고 있다.

**롯데·경북농업기술원, 약용작물 제빵 제품화 맞손**

롯데제과(대표이사 김용수)와 경상북도 농업기술원은 10일 봉화약용작물연구소 강당에서 양측의 관계자와 농업인 등 20명이 참석한 가운데 백두대간 약용작물 제빵 제품화 기반 구축 MOU를 체결했다. 이날 MOU 체결로 롯데제과는 청정지역에서 재배된 좋은 약초를 이용해 다양한 건강 빵 제품을 개발해 블루오션을 창출하게 됐다. 그 첫 제품으로 1월 중에 영주의 강황, 안동의 돼지감자, 예천의 천마를 원료로 한 빵 제품을 선보일 계획이다.

**스타벅스 럭키백 1만2000세트 선착순 판매**

스타벅스 럭키백

스타벅스커피 코리아(대표 이석구)는 텀블러, 머그, 무료 음료권 등으로 구성한 스타벅스 럭키백 1만2000세트를 12일부터 전국 930여개 매장에서 선보인다. 올해 럭키백 한 세트당 가격은 5만5000원으로 1인당 1개 한정으로 선착순 판매한다. 올해 럭키백에는 일반 판매용이 아닌 오직 럭키백을 위해 준비한 신상품 3종을 포함했다. 복주머니 형태의 파우치, 손잡이 부분을 붉은 닭으로 멋스럽게 형상화한 머그 리드, 워터 보틀 등의 신상품을 담아 특별함을 더했다. 스테인리스스틸 텀블러가 모든 세트에 기본 2개씩 제공되고, 이외에 플라스틱 텀블러나 워터보틀, 머그 등의 상품 1개가 포함되어 있다. 3장의 무료 음료권 외에 1000개 세트에 한해 럭키백 내 무료 음료권 4장을 추가로 담았다.