

색다른 테마파크와 호텔...가족·연인 '취향 저격'

테마파크 '원더박스' 동화 속 초대 감각적 부티크 호텔 '아트파라디소' 욕실거울 TV 등 세세한 디테일 곳

요즘 휴가철만 되면 어김없이 등장하는 '호캉스'. 호텔에서 휴가나 여가를 즐기는 것을 뜻하는 이 단어는 2~3년 전부터 눈에 띄기 시작했다. 처음 등장할 때만 해도 조금 억지스런 조합(호텔+바캉스)의 신조어여서 곧 사라지거나, 잘해야 남과 다른 독특한 휴가를 선호하는 힙스터(hipster)들의 트렌드에 머물 것으로 여겨졌다. 하지만 이런 예상과 달리 지금은 호캉스가 휴가와 레저 활동을 상징하는 키워드 중 하나로 자리 잡으며 빠르게 대중화되고 있다.

영종도 파라다이스시티는 최근 호캉스족들이 주목하는 핫 플레이스다. 서울에서 차로 1시간 안팎이면 갈 수 있는 접근성도 매력이지만, 호텔과 리조트, 테마파크의 재미를 한 공간에서 즐길 수 있다는 것이 이곳의 차별화된 장점이다. 일찌감치 내수시장으로 호캉스 트렌드에 주목한 파라다이스시티는 요즘 아이들과 함께 오는 가족고객 콘텐츠를 강화한 집중화와 부티크 호텔 아트파라디소를 통한 고급화로 시장 저변을 넓히는데 주력하고 있다.



실내형 테마파크 '원더박스' 아트랙션 회전목마



파라다이스시티의 부티크 호텔 브랜드 아트파라디소는 모던함과 클래식의 적절한 조화를 이룬 디자인 안에 디테일한 고객 편의성까지 가미한 것이 매력이다. 사진은 아트파라디소의 객실 중 최상위 등급인 로열 스위트의 거실. 사진제공 | 파라다이스시티

●가족방문객 특화 밤의 유원지, 원더박스

5월 31일 개장한 원더박스는 파라다이스시티의 가족고객 집중화 전략을 상징적으로 보여주는 콘텐츠다. '밤의 유원지'라는 테마로 만든 실내형 테마파크로 지상 2층 규모에 면적은 약 3933㎡다. 동화나 만화 속 세계로 들어온 것 같은 아기자기하고 독특한 실내디자인, 화려한 색감의 미디어 파사드, 유령 서커스를 떠올리게 하는 상설공연 등이 특징이다.

아트랙션은 과격한 움직임이나 스틸을 강조하기 보다 아이들과 함께 놀 수 있는 점을 특화했다. 스포츠 아트랙션 스카이트레일, 360도 회전형 메가믹스, 매직바이크 등 국내에서 처음 보는 독특한 방식이지만 어렵거나 도전 난이도가 높지 않다.

원더박스의 매력은 파라다이스시티의 여

러 시설을 함께 즐길 수 있다는 점이다. 클럽 크로마, 쇼룸·미식공간 플라자, 스파 시메트 등이 리조트에 함께 있어 굳이 호텔에 묵지 않더라도 낮부터 나이트라이프까지 가능하다. 아이와 묵는다면 엄마들에게 인기 높은 수영장부터 플레이스테이션과 볼링장 한사르 토이가 있는 키즈존까지 한번에 볼 수 있다.

리조트의 각종 내부시설을 활용해 다양한 '레저 포트폴리오'로 여가를 즐길 수 있다는 점은 다른 곳에서는 경험하기 어려운 차별점이다.

●미적 매력과 호텔의 안락함, 아트파라디소

지난해 9월 개장한 아트파라디소(ART PARADISO)는 58실의 작은 부티크 호텔이다. 독특한 분위기와 감각적인 디자인을

내세우는 부티크 호텔은 국내에서도 여러 곳이 등장했다. 하지만 시각적인 강렬함과 개성을 과도하게 강조하면서 정작 객실을 이용하는 고객의 편의에는 소홀한 곳들이 적지 않다.

아트파라디소는 그런 점에서 호텔이 지향하는 근본적인 목표와 세련되고 감각적인 아트워크가 주는 즐거움의 밸런스가 잘 잡혀 있다. 우선 이곳은 만 20세 이상만 출입할 수 있다. 어느 정도 비용을 지불하더라도 조용하면서 나만의 여가를 즐기고 싶은 '가치소비'를 추구하는 사람에게는 매력적인 정책이다.

4가지 타입의 객실은 모두 거실과 침실이 분리된 스위트형이다. 블랙&화이트, 무채색 중심의 공간으로 흔히 말하는 '블링블링'한 느낌보다 모던함과 클래식한 감성을 적절히 섞었다. 나무와 황동을 객실 디자인 포인트로 활용하고, 곳곳에 다양한 아트 소품을 배치했다. 특히 구석구석 꼼꼼하게 신경 쓴 객실의 디테일이 장점이다. 탁트인 조망을 자랑하는 창가에는 편하게 밖을 내다보도록 소파베드를 배치했고, 질고 열은 두 가지 타입 블라인드는 침대에서 리모콘으로 조작한다. 목욕을 하면서 이용하도록 욕실거울 속에는 TV가 숨어있다. 이 밖에 사운드바를 설치한 TV와 마살 블루투스 스피커, 스마트폰, 카메라, 보조배터리 등 스마트 디바이스를 충전할 수 있는 넉넉한 USB 단자 등 고객편의를 배려한 흔적이 눈에 띈다.

이곳의 레스토랑은 로비에 있는 화려한 샵드라이와 강한 색감이 인상적인 아르데코 양식의 '세라세'(SERASE). 디자인이 주는 느낌과는 달리 컨템포러리 한식 다이닝이라는 점이 신선하다. 역시 20세 이상만 출입할 수 있다. 김재범 기자 oldfield@donga.com

호텔들의 여름 전략 "키캉스 고객 잡아라"

(키즈+호캉스)

'옥토넷' 등 인기캐릭터 내세워 어린 자녀 동반한 가족들 공략

아이들을 위한 호캉스, 일명 키캉스는 이번 여름 시즌 호텔들의 전략 아이템이다. 자녀 동반 가족객들이 호텔을 선택하는 기준이 아이가 느끼는 재미와 만족도라는 점에 착안한 마케팅 전략이다. 이

런 키캉스 상품의 핵심 콘텐츠는 바로 인기 캐릭터.

서울 삼성동 인터컨티넨탈 서울 코엑스는 인기 TV애니메이션 시리즈 '바다탐험대 옥토넷' 콜라보레이션한 키즈 딜라이트 패키지를 7월부터 선보인다. 옥토넷 포토존과 완구, 클레이 만들기 클래스 등을 운영하는 키즈 라운지와 야외 키즈 전용공간을 이용할 수 있고, 성인 2인과 어

린이 2인 조식을 기본 제공한다.

서울 영등포 코트야드 메리어트 서울 타임스퀘어는 '유통령'(유아들의 대통령) 혹은 '초통령'(초등학생들의 대통령)으로 인기 높은 '캐리와 친구들'과의 콜라보레이션 패키지를 8월 31일까지 실시한다. 캐리 또는 캐빈 봉제인형 중 선택 가능한 '서머 베케이션 워드 캐리 & 캐빈' 패키지와 선착순 80객실 한정 판매하는 '버블 팝 워드 캐리' 패키지 2가지다.

켄싱턴호텔 여의도와 켄싱턴호텔 평창은 8월 31일까지 포인포 캐릭터와 컬

래베이션한 키즈 전용 패키지를 선보인다. 포인포는 KBS 애니메이션 '동화나라 포인포' 등장하는 곰돌이 비비와 포포, 꿀벌 부부의 캐릭터다.

켄싱턴호텔 여의도는 포인포 캐릭터를 활용한 객실, 키즈 전용 라운지, 전문 액티비티팀 '켄니'와 함께하는 키즈 클래스를 운영한다. 켄싱턴호텔 평창도 실내형 놀이터 포인포 플레이 라운지와 포인포 키즈 룸, 성인2인과 소인1인의 조식, 수영장, 키즈 아메니티 '정글키즈' 증정으로 구성된 패키지를 진행한다. 김재범 기자

넥슨 신작 '메이플 오디세이' 여름방학 공략

PC온라인·모바일 신작 7종 공개 바람의 나라 등 인기 IP 모바일화

넥슨이 하반기를 겨냥한 신작을 대거 공개했다. 높은 몸값 탓에 기업 매각이 불발됐다는 최근 보도와는 상관없이 최대 성수기인 여름시장 공략에 속도를 더한다는 계획이다.

넥슨은 27일 서울 서초동 넥슨아레나에서 기자간담회를 열고 PC온라인 및 모바일 신작 7종을 공개했다.

먼저 인기 PC온라인게임 '바람의 나라'와 '메이플스토리', '테일즈위버'의 지적재산권(IP)을 활용한 모바일게임을 선보였다. '바람의 나라: 연'은 원작의 맵과 논플레이어 캐릭터(NPC), 몬스터를 완벽히 구현하면서도 모바일만의 콘텐츠를 접목해 게임성을 높였다. 8월 21일 비공개 테스트를 진행한다. 실시간 전투와 수집요소를 통한 성장의 즐거움을 극대화한 '메이플스토리 오디세이'도 여름방학 첫 비공개 테스트를 앞두고 있다. 2D 그래픽을 기반으로 모바일에 최적화된 다이내믹한 전투 방식을 구현한 '테일즈위버M'도 준비 중이다. 신규 IP로 모바일 시장에 도전하는 '카운



타사이드'와 PC온라인 신작 '커츠펠'의 국내 퍼블리싱 소식도 전했다. 이번세계를 소재로 한 서브컬처 게임 '카운터사이드'는 3분기 중 테스트를 통해 공개한다. 애니메이션풍 그래픽과 3인칭 프리뷰 시점의 듀얼 액션 게임 '커츠펠'은 내년 상반기 국내 서비스를 목표로 하고 있다.

이밖에 올해 일본 출시를 목표로 개발 중인 '리비전즈: 넥스트 스테이지'와 퍼즐 액션 역할수행게임(RPG) '아크 레조나'도 이날 공개했다. 김명근 기자 dionys@donga.com

전세계 강타한 'BTS월드' 33개국 무료게임 1위

글로벌 인기 스타로 자리매김한 방탄소년단이 세계 게임시장에서도 주가를 높이고 있다. 넷마블은 26일 출시한 스토리텔링형 육성 모바일게임 'BTS월드'가 출시 15시간 만인 27일 오전 9시 기준 33개국 앱스토어에서 무료게임 인기 순위 1위를 기록했다고 밝혔다. 또 82개국에서 인기 순위 톱 5에 진입했다고 덧붙였다.

국내 기업으로는 이례적으로 미국과 캐나다, 러시아 등 서구 시장에서 1위를 차지했으며, 영국과 프랑스에서 2위, 독일과 스페인, 이탈리아에서 3위를 기록하며 유럽 주요 시장에서 톱3에 진입했다. 아시아에서는 세계 최대 게임 시장 중 하나인 일본을



비롯해 대만과 태국, 홍콩, 싱가포르, 인도네시아에서 1위를 기록 중이다. 대만에서는 2위를 차지했다.

한편 국내 앱스토어에서는 인기 1위에 이어 매출 순위에서도 4위를 기록하며 흥행 청신호를 켜다. 김명근 기자

GKL-마사회-체육진흥공단 레저 혁신추진그룹 발대식

그랜드코리아레저(GKL), 한국마사회, 국민체육진흥공단 등은 27일 서울 삼성동 GKL 본사에서 '레저산업 공공기관 공동 혁신추진그룹'(이하 레저 혁신추진그룹) 발대식을 열었다.

레저 혁신추진그룹은 정부 '공공기관 혁

신 가이드라인'에 따라 기관 실무자간 협업을 통한 혁신역량을 강화하고 네트워크를 구성하여 공통 이슈에 대한 해결을 목적으로 발족했다. 조직간 정보 공유에 그치지 않고 '공동 학습그룹' 수준에서 벗어나 실제 공동사업 실행력을 높이기 위해 실제 사업 조직을 포함하여 구성했다. 이어진 혁신추진그룹 1차 회의에서는 레저산업 건전화 및 공공 사각지대 해소를 위한 논의를 가졌다. 김재범 기자

한눈으로 보는 경제

27일

코스피지수	2134.32	▲	+12.47
코스닥지수	698.21	▼	-11.16
일 낮케이 지수	2만1338.17	▲	+251.58
중 상하이 종합	2996.79	▲	+20.51
국고채 금리 (3년물, 연%)	1.50	▲	+0.02
환율 (원·달러)	1157.50	▲	+1.00
국내금값 (원/그램)	5만2257.53	▼	-228.27

양파·감자 양껏 담으세요

현대백·이마트, 소비촉진 행사

유통업체가 공급 과잉으로 가격이 폭락한 양파와 감자의 소비촉진 행사가 나섰

다.

현대백화점은 28일부터 7월 4일까지 경인 지역 7개 점포에서 '양파·감자 무한 담기' 행사를 진행한다. 전남 무안 양파는 가로 25cm, 세로 36cm 비닐봉지에, 충남 서산 감자는 정해진 규격의 박스에 담아 각각 5900원과 7900원에 구매할 수 있다. 양파는 최대 13개, 감자는 최대 18개까지 담을 수 있어 식품관의 평균 판매가보다 최대 50%가량 저렴하다. 롯데마트 역시 7월 3일까지 양파 땅에 가능한 만큼 양파를 담아 구매할 수 있는 '한 땅 가득 양파' 행사를 실시한다. 한 땅에는 약 3kg의 양파가 들어가며 가격은 3200원이다.

이마트는 7월 3일까지 지름 9cm 이상의 대과 양파 2.5kg 한 땅을 2480원에 판매한다. 양파 풍작으로 대과가 지름 6.5~9cm 크기의 중과보다 싼 값에 팔릴 정도로 가격이 하락했기 때문이다. 또 매장에 양파의 효능과 요리법을 안내하는 전단지 비치한다. 정정욱 기자 jiy@donga.com

웅진그룹, 3개월 만에 코웨이 재매각

웅진그룹이 인수한지 3개월 만에 웅진코웨이를 재매각하기로 결정했다고 27일 밝혔다. 웅진그룹은 올해 3월 코웨이 지분 22.17%를 1조6800억 원에 인수했다. 그 후 약 2000억 원의 추가지분 인수를 통해 25.08%의 지분을 확보했다. 인수를 위해 차입한 자금은 총 1조6000억 원 수준이며, 이중 추가지분을 위한 1000억 원은 현금으로 보유하고 있다. 그러나 웅진코웨이 인수 직후 태양광사업을 영위하던 웅진에너지가 예상치 못하게 감사의견 거절을 받으며 기업회생절차를 신청하게 됐다. 더불어 주주사인 웅진의 회사채 신용등급이 BBB+에서 BBB-로 하락하며 자금조달 비용이 증가했다. 이러한 재무 리스크로 향후 그룹운영에 차질이 생길 수 있다고 판단해, 웅진코웨이 지분 매각으로 모든 부채를 정리하는 선제적 대응인 셈이다. 웅진그룹은 시장의 충격을 최소화하고 그룹이 피해를 받지 않는 방안으로 1년 내에 웅진코웨이를 매각할 예정이다. 정용근 기자 sadzoo@donga.com

편집 | 김건진 기자 bong82@donga.com