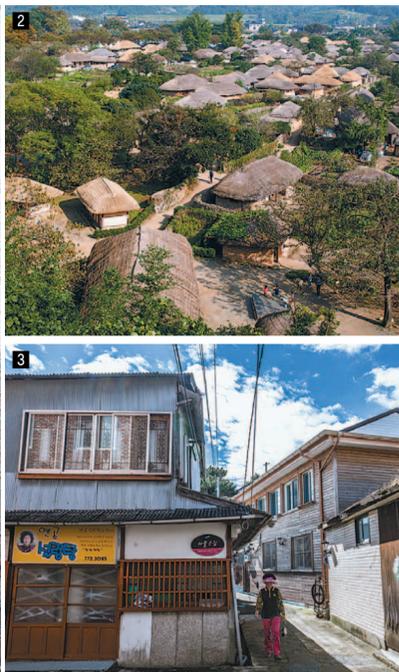




한국관광공사가 11월에 추천하는 가을만한 곳의 테마는 '사람 향기 물씬 나는 골목길을 찾아서'다. 마을의 여유를 갖고 차분하게 즐기는 슬로우투어에 어울리는 대전 소재 동촌동 철도사촌 골목을 어린 아이가 뛰 어가고 있다. (사진 1) 울림줄만한 초가지붕이 가을에 더욱 운치를 주는 순천 낙안읍성 민속마을. (사진 2) 일본식 건물이 이국적인 분위기를 주는 경주 감포 해국길 모습. (사진 3) 사진제공 | 한국관광공사



사람 향기나는 옛 골목길, 시간이 멈춰라

늦가을 가을여행 어디로 갈까?

수원 행궁동 벽화구경 후 탐담 한마리 원주 중앙시장 골목 사이 예쁜 상가들 경주 해국길·순천 철도문화마을도 곳

“늦가을에 즐기는 슬로우 투어에는 골목길 탐방이 제격.” 한국관광공사가 매달 추천하는 '가을만한 곳'의 11월 테마는 '사람 향기 물씬 나는 골목길을 찾아서'다. 마을의 여유를 갖고 차분하게 즐기는 슬로우투어에 저 물어가는 가을을 즐기자는 제안이다. 이런 테마에 맞춰 추천한 곳은 6곳. 내국인은 물론 외국인 관광객에도 인기가 높은 서울 경복궁 옆 서촌을 비롯해 수원 행궁동 골목, 원주 미로예술시장 등 저마다 지역의 특색과 시간이 멈춘 듯한 추억을 간직하고 있는 곳들이다.

- **시간이 느리게 흘러가는 경복궁 옆동네, 서촌**(서울 종로구 효자로·자하문로·필운대로)
- **경복궁 서문 영추문을 끼고 청와대까지 이어지는 효자로 원편, 청운동·효자동·창성동·통의동·신교동·통인동·옥인동·체부동·누상동·누하동·사직동 일대를 말한다.** 서촌 탐방은 서울 지하철 3호선 경복궁역에서 시작한다. 자하문터널 방면으로 이어지는 자하문로를 중심으로 서쪽과 동쪽을 나눠 돌아보면 편하다. 서쪽은 오밀조밀한 골목을 따라 옛 정취가 남아있는 풍경을 만날 수 있고, 동쪽은 미술관과 갤러리가 많다.
- **벽화마을과 통닭거리의 재미, 행궁동 골목**(경기도 수원시 팔달구 행궁동)
- **수원 화성 일대의 장안동, 신평동, 북수동, 남창동, 매항동, 남수동, 지수동 등 12개 동을 가리킨다.** 1997년 수원 화성 유네스코세계유산으로 지정된 후 개발규제로 발전이 정체됐다. 그런데 주민, 시민단체, 예술가들이 뜻을 모아 벽화를 그리면서 골목이 생기를 되찾기 시작했다. 행궁동 골목은 벽화마을과 공방거리, 수원통닭거리, 지동시장 등 특색에 따라 다양하다.

● **시장 골목에 붙어있는 젊은 바람, 미로예술시장**(강원도 원주시 중앙시장길)

원주중앙시장 2층의 미로예술시장은 이름처럼 미로 같은 골목이 특징이다. 넓고 인적이 드문 상가가 젊은 예술가들을 만나 예술시장으로 거듭났다. 미로를 헤매다가 마음에 드는 가게를 발견하는 재미가 있다. 이곳과 함께 치악산 구룡사의 금강소나무길, 연세대 원주캠퍼스길, 박경리문학공원, 원주한지테마파크 등도 함께 즐기면 좋다.

● **대전의 옛 영화를 만난다, 원도심 여행**(대전 중구 중앙로)

대흥동·선화동·은행동·중앙동 일대는 대전광역시의 옛 중심지로 '대전 원도심'이라 불린다. 대전현대사전시관과 대흥동 일대가 여행의 중심이다. 80년간 충청남도청으로 사용된 대전근현대사전시관은 등록문화재 18호(대전 충청남도청 구 본관)다. 대흥동 일대는 여행자의 성지로 불리는 카페 '도시여행자'를 비롯해 문화와 예술이 결합된 카페, 가법게 돌러볼 수 있는 갤러리와 공방이 많다.

● **가을 정취 물씬한 해국 벽화길**(경북 경주시 감포읍 감포로8길)

경주 감포공설시장 건너편에 자리한 해국길은 1920년대 개항 이후 일본인이 주 어촌이 형성된 곳으로 당시 가장 변화한 거리였다. 일본 어민이 살던 '다물온집'을 비롯해 적산 가옥과 옛 창고, 우물, 목욕탕 건물 등이 이국적인 풍경을 연출한다. 해국길에서 나와 감포항 북쪽 송대말등대를 거쳐 문무대왕릉까지 드라이브를 즐긴 뒤 감은사지와 경주 시내를 여행하는 일정도 좋다.

● **문화와 사람이 어우러진 순천 마을 여행**(전남 순천시 조곡동)

순천 조곡동의 철도문화마을은 80년이 넘는 철도역사와 이야기를 간직하고 있고, 순천제일대학교 옆 남제곡 벽화마을에서는 순천의 과거와 현재를 볼 수 있다. 600년 역사의 낙안읍성 민속마을도 빼놓을 수 없다. 외각으로 나가면 화려한 갈대밭을 보여주는 순천만습지를 비롯해 순천만 국가정원, 선암사 등이 있다.

'외국인 맞춤형 체험상품' 플랫폼 탄생

서울시 '원 모어 트립' 오픈

한국여행에서 자신만의 추억을 만들고 싶어 하는 외국인 자유여행객과 나만의 아이디어로 개발한 관광상품을 가진 사업자를 연결해주는 관광상품 플랫폼이 생겼다. 서울시와 서울관광마케팅(주)은 배낭여행객 등 외국인 개별관광객과 서울 체험관광상품 콘텐츠 공급자들이 만날 수 있는 온라인 플랫폼 '원 모어 트립'(www.onemoretrip.net)을 1일 오픈했다.

'원 모어 트립'은 관광콘텐츠를 가진 인바운드 여행사, 스타트업, 소상공인 등이 직접 사이트에 상품을 등록해 홍보할 수 있고 외국인 관광객들은 이곳에서 취향에 맞는 상품을 검색하고 결제해서 사용할 수 있다. 사이트는 영어와 중국어로 서비스하고 결제는 해외 신용카드와 함께 페이팔, 알리페이, 위챗페이 등 글로벌 인터넷결제 방식으로 가능하다.

최근 외국인관광객 트렌드는 기존의 단체유람 형 관광에서 개별자유관광객(FIT)으로 빠르게 바뀌고 있다. 2015년 방한관광객 중 개별관광객은 73.8%였다. 이들은 스마트폰 등 IT기기 사용에 능숙해 다른 사람의 여행후기와 필요한



외국인 개별관광객과 서울 체험관광상품 콘텐츠 공급자들을 연결해주는 온라인 플랫폼 '원 모어 트립'(www.onemoretrip.net)이 준비한 80여개의 체험상품 가운데 하나인 '한류스타투어'.

정보를 검색, 스스로 여행일정을 짜고 현지의 문화를 경험하는 '체험형 관광'을 선호하는 것으로 나타났다.

'원 모어 트립'은 우선 '서울의 오래된 마을, 중림동 걷기', '명인과 함께 만드는 전통주' '힐재로 즐기는 서울관광 3일 코스' '한옥에서 즐기는 족욕과 전통차' '한국의 가정식 만들기' 'K-pop 댄스 배우기' 등 80여개 체험상품을 올렸다. 11월 PC버전 웹사이트에 이어 12월 오픈 하는 모바일웹에는 GPS기능을 통해 주변에서 이용 가능한 상품을 추천하는 기능도 추가할 계획이다. 내년에는 체험, 숙박 등 각기 다른 상품들을 결합해 새로운 종합상품을 판매하는 기능도 추가한다.

내년 4월까지 세종대왕 테마열차 운행

코레일은 내년 4월26일까지 6개월간 경강선(판교~여주)구간에 세종대왕 테마열차를 운행한다. 코레일과 여주시가 공동기획 한 세종대왕 테마열차는 전동열차 1편성의 내·외부를 세종대왕과 한글 관련 디자인으로 꾸몄다. 여주 세종대왕릉과 신록사 등 경강선의 대표적인 관광지 홍보와 지역축제 홍보에도 활용할 예정이다.

제천 리솜리조트, 원데이 자수클래스

충북 제천의 리솜리조트 리솜포레스트는 11월7일 오후 1시부터 문화 디자이너 이효재와 함께 하는 원데이 힐링클래스를 개최한다. 이날 클래스에서는 이효재의 자연주의 삶을 이야기하며 꽃자수를 놓을 예정이다. 한복디자이너, 친환경 살림예술클럽, 보자기 아티스트 등 다양한 활동으로 유명한 이효재는 리솜포레스트와 문화클라보에이션을 진행 중이다. 원데이 클래스 신청은 리솜포레스트 홈페이지에서 온라인으로 접수받는다.

한화리조트 무제한 온천 패키지

한화호텔앤드리조트는 7일부터 13일까지

지 휘닉스파크와 지리산을 제외한 10개

한화리조트(영주, 대전 파로스, 백암온천, 산정호수 인시, 설악 쏘라노, 수안보 온천, 양평, 용인 베전송, 제주, 해운대 티볼리)에서 온천축제를 진행한다. 투숙객은 누구나 해당 리조트에서 사우나 입장권에 2000원만 추가하면 릿수에 상관없이 무제한으로 출입 가능하다. 이용시간은 오전 6시부터 오후 11시까지며 예약 쏘라노만 오전 10시까지다.

에이퍼스트 명동호텔, 11일 개관

에이퍼스트 명동호텔이 11일 개관한다. 라이프스타일 호텔을 표방하며 자차나 무를 콘셉트로 57키 베드타입(더블, 트윈, 트리플, 디럭스트윈, 패밀리)의 객실 140개를 갖추고 있다. 이중 패밀리 룸은 싱글베드 2개와 벅크 베드(2층 침대)로 이루어져 자녀동반 가족여행객들이 이용하기 편하다. 갓포요리 전문 '모즈', 다양한 탬 맥주를 갖춘 올메디아닝 레스토랑 '투 써시 티킴', 푸르타바 '마이 보스 이스 워킹' 등 3개의 F&B 업장도 갖추고 있다. 투숙객을 위한 전용라운지, 피트니스 스튜디오, 비즈니스 코너와 코인세탁실 등 편의시설도 있다.

식음료

'넌 나의 ㅋㅋ'...휴식 마케팅이 대세

식음료업계, 일상에 지친 소비자 응원 여행상품권·호텔 패키지 등 이벤트

바쁜 일상에 지친 소비자들을 위해 식음료업계가 휴식 마케팅에 박차를 가하며 소비자들을 응원하고 있다. 가사에 지친 주부에서 취업준비, 시험과 아르바이트에 지친 대학생들 그리고 직장인들을 대상으로까지 그 영역이 확대되고 있다. 대표적인 식음료업계의 휴식 마케팅을 살펴보자.

●네스카페 들체구스토, '캡슐투어 서비스 받고 여행도 떠나라'

휴식이라는 단어와 가장 잘 어울리는 것은 커피다. 캡슐 커피 1위 브랜드인 네스카페 들체구스토는 13일까지 커피의 본고장으로 여행할 수 있는 이벤트인 '브랜드 위크 캠페인'을 진행 중이다. 브랜드 위크 캠페인은 들체구스토의 정기구독 서비스인 '캡슐투어' 가입자 중 매주 10명씩 총 40명을 선정해, 동반 1인과 함께 해외여행을 떠날 수 있는 상품권을 증정하는 이벤트다. 여행지도 커피의 본고장을 중심으로 4주간 매주 다르게 선정해 재미를 더했다. 중국의 유일한 커피 재배지인 '윈난', 커피와 음악이 함께 하는 도시 오스트리

아의 '비엔나', 로부스타 커피로 유명한 베트남의 '다낭', 그리고 에스프레소의 본고장 이탈리아의 '피렌체'가 될 예정이다.

여행 상품권 추천 대상은 브랜드 위크 기간 동안 캡슐투어 서비스에 신규 가입한 소비자뿐만 아니라 기존 이용자도 응모 가능하다. 캡슐투어 서비스는 캡슐커피의 대중화에 앞장서는 들체구스토가 지난해 3월 커피 업계 최초로 실시한 캡슐 정기 구독 서비스다. 월 2만9700원으로 원하는 캡슐 3박스를 선택해 원하는 장소와 날짜를 지정하면 1달에 48잔(블랙커피 기준)을 마실 수 있다.

●킷켓, "휴식 즐기고 킷켓 제품도 받아오"

네슬레 코리아의 킷켓은 17일까지 SNS에서 '넌 나의 ㅋㅋ' 이벤트를 진행한다. '잘될거야', '다이어트', '슬로라출 출' 등 친구에게 전하고 싶은 메시지가 각기 담긴 서로 다른 8개의 영상 중 하나를 선택해 SNS(페이스북·카카오톡·카카오톡)로 친구에게 전달하면 응모가 완료된다. 특히 친구의 이름과 애칭을 입력하면 영상 말미에 친구의 애칭을 넣은 특별한 문구도 전달할 수 있어 특별한 즐거움을 선사한다. 응모자 중 추첨을 통해 총 5000명에게



식음료 업계에서 일상에 지친 소비자들을 위한 휴식 마케팅을 속속 선보이고 있다. 네슬레 코리아의 킷켓은 17일까지 SNS에서 '넌 나의 ㅋㅋ' 이벤트를 진행하고 추첨을 통해 총 5000명에게 킷켓을 증정한다. 사진제공 | 네슬레코리아

킷켓 다크 3개입을 증정한다. 당첨자 발표는 25일 금요일 킷켓 홈페이지에서 확인 가능하다. 인스타그램 이벤트도 진행한다. 친구와 함께하는 순간의 사진을 올리고 킷켓 공식 인스타그램(@kitkatkorea)에 #넌나의ㅋㅋ #mybreak #킷켓 등 해시태그를 달고 공유하면 된다. 총 응모자 중 추첨을 통해 총 100명에게 킷켓 다크 3개입을 제공한다.

●하림, '여왕의 휴일' 이벤트

닭고기 전문기업 하림은 창립 30주년을 맞아 주부 고객 감사 이벤트로 30명의 주부들에게 최고급 호텔 패키지 이벤트를 마련했다. 이번 이벤트는 이마

트 전국 매장 또는 이마트몰에서 '여왕의 휴일' 이벤트 스티커가 부착된 자연실록과 홈메이드 제품을 구매하면 된다. 제품 구매 후, 받은 영수증의 이벤트 응모번호를 이마트몰 홈페이지(emart.ssg.com)에 안내된 이벤트 페이지에 입력하면 즉석에서 당첨 여부를 확인할 수 있다. 당첨자는 매주 나눠서 선발표 예정이며, 13일까지 진행한다. 1등 당첨자 총 30명(15명)에게 특급 호텔 숙박(1박 2일)과 하림 닭고기로 풍성하게 차린 특별한 저녁 만찬, 아이 아이스링크 입장권과 전신 바디 스파 프로그램까지 완벽한 힐링 프로그램을 선사한다. 2등 당첨자 1000명에게는 신세계 상품권 5000원권을 증정한다.

디지털 마케팅, 사회공헌대상 수상

글로벌 프리미엄 주류기업 디지털마케팅(대표 조길수)이 한국능률협회(KMA)와 한국능률협회인증원(KMAR) 주최로 열린 '2016 글로벌 스탠다드 매니지먼트 어워드'에서 건전음주문문화 확산에 대한 공로를 인정받아 사회공헌대상을 수상했다고 밝혔다. 조니워커, 원저, 기네스 등 세계적인 브랜드를 보유하고 있는 디지털마케팅은 건전한 음주문화를 확산 및 정착시키기 위해 드링크어 이큐(DRINKER), 쿨드링크어(Cool Drinker) 캠페인 등 다양한 사회공헌 활동을 꾸준히 진행하고 있다.

롯데제과, '요하이 유산균 웨하스' 선택

롯데제과(대표이사 김용수)는 그릭요거트 크림을 넣은 웨이퍼 '요하이 유산균 웨하스(사진) 2종을 선보였다. '요하이 유산균 웨하스'는 한봉지에 길쭉하고 두툼한 웨이퍼 두 개가 들어있는 유산균 과자로 한 봉지당 약 2억 마리의 살아있는 유산균이 들어 있다. 또 미니 웨이퍼로 선보인 '요하이 유산균 웨하스 미니'는 한 봉지에 약 4억 마리의 유산균이 들어 있다. 이들 웨이퍼 속 그릭요거트 크림에는 프로바이오틱스로 인정한 서머필러스, 플라타렘 2종의 유산균이 함유되어 있다.

종가집, '우리 아이 첫 김치'

대상FNF 종가집(대표 최정호)이 쌀쌀한 날씨에 실내에서 자녀와 함께 추억을 만들 수 있는 '우리 아이 첫 김치 클래스' 참가자를 20일까지 모집한다. '우리 아이 첫 김치 클래스'는 종가집의 대표적인 쿠킹클래스 프로그램으로 평소 자녀의 김치 팬식 습관에 대한 고민이 있거나 김치에 대한 체험 활동을 원하는 아이들이라면 누구나 참여 신청이 가능하다. 엄마와 자녀가 함께 참여해 김치 담그기부터 김치 요리 만들기 등 김치와 관련된 활동을 할 수 있어 주부들 사이에서 인기 프로그램으로 자리매김했다.

파리바게뜨, 수능합격 기원 선물 출시

파리바게뜨가 17일 대학수학능력시험을 앞두고 수험생의 합격을 기원하는 수능선물 50여종을 출시했다. 'Eat My Win'을 테마로 수험생들이 마지막까지 좋은 컨디션으로 응시할 수 있도록 응원하기 위해 기획됐다. 이번 수능선물세트는 트렌드에 민감한 청소년들의 취향을 고려한 감각적인 패키지 디자인이 특징이다. 컬러풀한 패턴 패브릭으로 10~30대 사이에서 인기를 끌고 있는 '키터비니포니'와 협업한 세련된 패키지에 위트있는 응원 메시지를 담아 세련된 수능 선물로서 가치를 높였다.