

‘몰링(Malling)’과 ‘복합여행’ 시대 열렸다

[2017년 관광 트렌드]

물건 구매·외식·문화생활까지 한곳에서

과거 중국인 초침 인프라, 동남아·日 확대

2017년 관광업계는 어느 때보다 분주했다.

사드에 복핵위기까지 겹치면서 관광·숙박업계가 직접적으로 큰 매출 타격을 입은 가운데 이를 타개하기 위한 업계의 출구 모색이 지속됐다.

한국관광공사가 발표한 한국관광동계에 따르면 올 10월까지 방문한 외래객은 총 1110만1847명으로 전년 동기 대비 23.9% 감소했다.

제1시점인 중국의 경우 4분기(10~12월) 들어서 감소세에 둔화를 보이기는 하지만 10월까지 방

문객은 190만4282명으로 전년 동기 대비 49.6%나 줄어들었다.

반면 베트남, 대만 등 주요 동남아 국가는 각각 전년 동기 대비 29.4%, 9.7%의 상승세를 보였고 일본의 경우에도 0.9% 상승한 190만4282명이 방문했다.

이에 따라 중국인 관광객에게만 초점을 맞췄던 기존 관광 인프라는 동남아, 일본 등 한층 다양한 대상으로 범위를 넓히게 됐다.

국내 관광객과 인바운드 여행(외국인들의 한국여행)객 유치가 더욱 주요한 이슈가 됐다. 국내 관

객과 외국인 개별 관광객(FIT)을 사로잡기 위해 복합여행, YOLO 여행, TV속 에능프로그램 따라잡기 여행 등 다양한 소비자의 니즈를 충족시키는 이색상품 출시와 신규 시장 창출의 전개가 계속됐다.

우선 올들어 관광업계에선 호텔, 컨벤션, 카지노, 쇼핑몰, 테마파크 등 모든 것을 한 번에 즐길 수 있는 ‘복합여행’의 시대가 열렸다. 소비자의 니즈가 다양해지면서 소비 트렌드는 물건만 구매하던 이전과 달리 외식과 문화생활 등까지 한 곳에서 즐기는 ‘몰링(Malling)’의 형태로 진화하고 있는 것에 발맞춘 변화다.

◇동북아 최초 복합리조트 ‘파라다이스시티’

올해에는 국내 최초로 복합리조트 파라다이스시티가 인천시 영종도에 개장하며 다양한 여행의 욕구를 한 번에 만족시키는 복합리조트의 개념을 국내에 선보였다. 이 외에도 ‘올해의 혁신 매장’으로 선정된 스타필드를 포함해 ‘교외형 쇼핑센터’, ‘도심형 복합몰’, ‘라이프스타일 센터’ 등 다양한 형태로 진화하고 있는 복합몰은 관광객들이 한 곳에서 다양한 형태의 복합문화를 즐기는 것을 자연스럽게 받아들이고 있음을 증명한다.

지난 4월20일 인천광역시 영종도에 국내 최초로 동북아 최초 복합리조트 파라다이스시티가 1차 개장했다. 파라다이스시티는 호텔, 컨벤션, 카지노, 쇼핑몰, 테마 어트랙션, 기타 엔터테인먼트 등 다양한 시설로 구성된 복합리조트로 방문객에게 차별화된 경험을 선사한다. 파라다이스시티는 오픈 100일 만에 방문객 31만 명을 넘어서며 새 관광명소로 자리매김했다. 사회관계망서비스(SNS) 인스타그램에는 파라다이스시티를 방문한 콘텐츠가 매일 평균 125개 가까이 등록돼 관련 콘텐츠 수가 이미 3만건을 넘어섰을 정도다.

1차로 개장한 호텔, 컨벤션, 카지노에서는 총 711개 객실을 보유한 럭셔리 5성 호텔, 미술관 2스타의 고급 레스토랑과 바(bar), 특화된 라운지(클럽 라운지, 패밀리 라운지, 크루 라운지) 등 최고급 리조트 시설을 갖추고 있다. 특히 키즈존, 실내의 수영장, 어린이 전용

동북아 최초 복합리조트 ‘파라다이스시티’



볼링장을 갖춘 텐니스, 플레이스테이션존 등 차별화 된 가족형 엔터테인먼트 시설은 가족 단위 방문객들에게 큰 호응을 얻으며 최근 오픈한 호텔로는 이례적으로 부속률 90%를 기록하기도 했다.

파라다이스시티는 ‘아트엔터테인먼트 리조트’를 표방하며 호텔 로비와 객실, 컨벤션 등 사이트 곳곳에는 데미안 허스트, 알렉산드로 멘디니, 쿠사마 야요이, 이강소, 오수환 등 국내외 유명 작가들의 아트워크 총 270여 점이 전시해 놓아 거대한 미술관을 보는 듯한 색다른 즐거움을 선사한다.

또 이국적인 분위기를 만끽할 수 있는 수영장에서부터 풀바, 라이브 뮤직 라운지 ‘루비(RUBIK)’에서 진행된 브라이언 맥나인의 내한공연, 핼러윈 파티 등 다양한 이벤트는 물론 오는 18일부터 객실 패키지, F&B, 공연 등이 결합된 ‘파라다이스 페스티벌 위크(Paradise Festive Week)’를 개최한다. 특히 월드클럽숍, 아시아 아티스트 어워즈 등 국제적인 문화행사의 공식호텔로 선정되며 외국인 관광객들에게도 방문해보아야 할 명소로 이름을 알렸다.

◇초대형 복합 쇼핑테마파크, 스타필드

지난 8월24일 수도권 서북부 최대 실내 쇼핑테마파크로 스타필드 고양에 문을 열었다. 부지면적 9만

1000㎡, 연면적 36만4000㎡, 매장면적 13만5500㎡ 규모다. 신세계는 스타필드 하남 운영경험에 어린이를 동반한 가족단위 고객이 많은 지역특성을 감안해 키즈관련 공간을 비롯해 쇼핑, 문화, 레저, 힐링, 맛집 콘텐츠 경쟁력을 한층 강화했다.

특히 쇼핑이 아닌 각종 식음, 엔터테인먼트 등 체험공간을 전체 면적의 약 30%까지 확대해 고객들이 오랜시간 체류하도록 했다. 신세계프라퍼티는 스타필드 고양 오픈 이후 100일 동안 총 600만명의 고객이 방문했다고 밝혔다.

또 올 6월 스타필드코엑스에는 도심 속 문화 공간 콘셉트의 ‘별마당 도서관’을 오픈하며 복합 쇼핑 테마파크로의 도약에 힘썼다. 별마당 도서관은 누구나 자유롭게 드나들 수 있는 오픈 라이브러리 로 센트럴플라자 중심부에 2800㎡ 규모의 복층으로 자리하고 있다. 은은한 불빛이 인상적인 13m높이의 서가가 공간 전체를 감싸고 있다.

5만여 권에 달하는 책으로 가득한 대형 서가가 특징이다. 콘텐츠와 테이بل도 마련되어 여유롭게 시간을 보낼 수 있으며 코엑스몰 내의 상징적인 공간으로 자리잡았다. 별마당 도서관의 집객 효과로 자연스럽게 스타필드 코엑스몰을 찾는 고객들이 크게 늘었고 코엑스몰에 입점한 음식점, 카페, 옷가게, 상점 등을 찾는 고객 역시

자연스럽게 증가했다.

◇국내 최대 복합몰 ‘롯데월드타워’

롯데월드타워는 지난 4월3일 오픈한 국내 최대 규모의 초고층 건물이다. 관광과 쇼핑이 가능한 복합시설이다. 사무실을 비롯해 호텔, 전망대 등 복합 문화 시설이 들어선 것이 특징이다. 롯데월드타워의 면적은 80만㎡로 축구 경기장 115개를 합친 크기와 같다. 건물 무게(75만t)는 서울시 인구 1000만명(75kg 기준)과 맞먹는다.

롯데월드타워의 자랑거리로 불리는 ‘서울스카이(SEOUL SKY·전망대)’는 117층부터 123층까지 총 8개 층을 사용한다. 서울스카이는 세계에서 세번째로 높은 전망대이다.

또 118층에 위치한 유리바닥 전망대 스카이드렉는 허공을 걷는 듯한 유리 바닥을 통해 서울과 한강을 한 눈에 내려다볼 수 있는 전망대로 국내 관광객은 물론 해외 관광객에게도 인기 관광지로 떠올랐다.

또 마치 VR을 체험하는 듯한 착각에 빠지게 만드는 더블데크 엘리베이터 스카이스카이는 최고의 인기 콘텐츠다. 일 평균 5000명이 방문하는 서울스카이는 주말에는 평균 8000명의 입장객이 방문해 그 인기를 실감케 한다.

뉴스



초대형 복합 쇼핑테마파크, 스타필드 고양



◇국내 최대 복합몰 ‘제2롯데월드타워’

부풀리고 조작된 가짜뉴스는 사라져야 합니다

가짜뉴스가 사회를 혼란스럽게 하고 있습니다.

자극적이거나 의심스러운 뉴스는
공신력있는 기관을 통해 한번 더 검증해보는 현명함으로
가짜뉴스를 근절시켜 정직하고 바른사회를 만들어 갑시다.

가짜뉴스

한국언론진흥재단
Korea Press Foundation