

# 광주에 롯데월드?...패밀리랜드 복합쇼핑몰 부지 실사

### 세계·롯데·현대백화점 '유통 빅3'간 광주복합쇼핑몰 경쟁 본격화 롯데백화점 고위층 이달초 현장 방문...국내 제3 롯데월드 가능성

세계·롯데·현대백화점 '유통 빅3'간 광주 복합쇼핑몰 경쟁이 본격화된 가운데 롯데그룹이 광주 패밀리랜드를 부지로 검토하고 있는 것으로 알려져 관심이 쏠리고 있다. 롯데가 광주 패밀리랜드를 개발할 경우 우리나라에서 3번째 롯데월드가 들어설 가능성도 배제할 수 없다는 게 유통가의 전망이다.

30일 광주지역 유통가 등에 따르면 빅3 유통기업 중 아직까지 구체적 복합쇼핑몰 위치나 규모, 형태를 밝히지 않은 롯데그룹측이 이달초 광주 북구 우치동 광주 패밀리랜드 현장을 다녀갔다. 그동안 지역 유통가에서는 광주 북구 분촌공단내 롯데칠성 공장 자리와 어등산 관광단지 가 입지로 거론된 데 이어 패밀리랜드가

능성이 점쳐졌는데, 롯데백화점 고위층이 최근 패밀리랜드 현장을 다녀간 것으로 확인돼 새로운 국면을 맞는 분위기다. 더욱이 광주 롯데칠성 공장지대는 용도변경 등의 복잡한 절차를 감안할 때 쉽지 않을 것이라는 전망이 나오고 있고, 어등산 관광단지는 신세계그룹이 선점함에 따라 패밀리랜드가 유력 부지로 부상할 가능성이 높다.

롯데백화점측은 패밀리랜드는 여러 후보지 중 하나라는 점을 강조하고 있다. 다만 패밀리랜드로 확정될 경우 롯데그룹의 주종목인 롯데월드가 광주에 들어설 가능성이 높은 것으로 전해졌다. 최종 확정될 경우 국내에서는 서울 잠실과 부산에 이어 세번째다. 금호그룹이 1991년 개장한 광주 패밀리랜드는 22만9031㎡(약 7만평) 규모로 한때 호남권 최대 놀이공원으로 명성을 날렸지만, 노후화로 방문객이 줄어든 상태며 현재는 민간사업자가 수탁해 관리하고 있다. 현재 노후화된 시설을 리뉴얼 등을 통해

업그레이드한다면 충분히 가능성이 있는 대안으로 보인다. 롯데백화점 한 관계자는 "어등산 부지도 아직 배제된 것이 아니다. 패밀리랜드로 확정된다면 당연히 롯데월드 같은 대형 놀이시설이 들어설 것"이라고 말했다. 롯데그룹은 애초 이달내 광주복합쇼핑몰 구상을 밝힐 것으로 알려졌지만 추석 전후로 일정을 늦췄다. 한편 롯데는 광주에서 롯데백화점 광주점과 롯데아울렛 수안·월드컵점, 롯데마트 맥스 상무점 등을 운영 중이다.

정승호기자

## 영광굴비·한우 시중 가격보다 30% 싸게 지역특산물 서울광장 직거래 장터에 열려



서울시는 추석을 맞아 영광 굴비, 금산 인삼 등 지역특산물을 시중 가격보다 최대 30% 저렴하게 구입할 수 있는 직거래장터를 9월5일부터 7일까지 서울광장에서 열린다고 30일 밝혔다. 서울광장에서 3일간 진행되는 '추석 농수특산물 서울광장'에서는 전국 95개 시·군과 농협이 인정한 970여개 품목의 농수특산물을 한 자리에서 만날 수 있고, 각 지역 대표 특산물을

시중가격보다 10~30% 저렴하게 구입할 수 있다. 서울장터는 9월5일 오후 2시에 개장돼 오후 7시까지 운영하며, 9월6일~7일에는 오전 10시부터 오후 7시까지 운영한다. 특히 매일 서울광장 동편에 한우 특장차를 배치해 각 시·도 대표 한우를 시중가보다 최대 30% 저렴하게 판매하는 행사도 마련한다. '추석 농수특산물 서울광장'은 시민들에게는 질 좋은 농수특산물과 제품용품을 저렴하게 구입할 수 있는 기회를 제공하고, 생산농가에는 직거래 판매의 장을 열어주는 '서울·지역간의 교류와 상생'을 위한 행사로 개최될 예정이다. 모든 상품은 신용카드로 구매 가능하며, 가맹점 주소 문제로 서울페이 결제(지역사랑상품권 포함)는 불가능하다. 또 장터에서 구입한 물건을 배송할 수 있는 택배서비스를 운영해 시민들의 편의를 제공할 예정이다. 다만, 장터 종료 이후 9월9일부터 추석 연휴가 시작되기 때문에 명절 물류 과다 문제로 배송은 추석 연휴 이후에 시작된다. 서울광장에서는 추석맞이 장터의 분위기를 물씬 느낄 수 있도록 행사 3일간 떡매치기, 전통장만들기 체험과 제기차기·팽이치기·투호놀이 등 남녀노소 함께할 수 있는 즐길거리를 제공한다. 영광·서희권기자

## 롯데칠성, 추석 맞아 '델몬트주스 선물세트'

롯데칠성음료가 다가오는 추석 명절을 맞아 '델몬트주스 선물세트'를 선보인다고 30일 밝혔다. 이번 선물세트는 델몬트주스 제품 총 7종이며, 전하는 사람과 받는 사람 모두에게 부담 없는 8000원부터 1만원대의 중저가로 구성했다. 델몬트 1.5ℓ 페트병 선물세트는 '애정(愛情)', '감사(感謝)'라는 한자 속에 과일 이미지를 넣은 한국 전통의 맛을 담은 패키지로 꾸몄다. '포도·매실·제주감귤' 4본입의 애정 세트, '오렌지·포도·망고' 3본입의 감사 세트, '감귤·매실·잔치집시혜' 3본입으로 구성된 세트를 포함해 총 3종으로 구성했다. 델몬트 소병 선물세트는 프리미엄 과일 주



스를 간편하게 마실 수 있는 180ml 소병 제품을 12개씩 담았다. '오렌지·포도 세트' '망고·알로에·토마토 세트' '알로에·감귤·포도·망고 세트' 등 총 3종이다. 뉴스시스

## 빙그레, '우유크림 가득 마리토쪼' 출시



빙그레는 '우유크림 가득 마리토쪼'를 출시한다고 30일 밝혔다. 우유크림 가득 마리토쪼는 폭신한 케이크 속에 달콤한 우유 크림을 가득 채운 이탈리아 식 크림빵이다. 크림은 1A등급 우유를 사용해 만들었다. 여기에 리얼 바닐라빈을 넣어 깊은 바닐라 풍미를 더했다. 제품은 쿠팡에서 구매할 수 있다. 빙그레는 디저트 시장 진출을 위해 디저트 브랜드 'D.D.D.'를 론칭했다. 'D.D.D.'는 'DESERVE. DESSERT. DARLING'의 약자로 '재미있고 새로운 맛을 보장하는 베이커리 간식'이라는 뜻을 담았다. 서선욱기자

## 에버랜드, '할로윈' 오징어게임과 콜라보 극강의 공포



에버랜드가 9월 2일부터 11월 20일까지 80일간 할로윈 축제를 진행한다고 30일 밝혔다. 올해 할로윈 축제에서는 가든, 공연, 어트랙션 등 가족형 콘텐츠부터 극강의 호러 체험존 블러드시티까지 때론 유쾌하고 때론 오싷한 할로윈 즐길 거리를 다양하게 경험할 수 있다. 먼저 축제가 시작하는 2일부터는 가족, 친구, 연인 등 누구나 즐기기에 좋은 해피할로윈 콘

### 채경선 오징어게임 미술감독...극강 공포 '블러드시티6' 탄생

텐츠가 품성하게 선보인다. 약 1만㎡ 규모의 포시즌스 가든은 컬러풀한 호박 조형물과 함께 국화, 코키아, 맨드라미, 페랭이 등 가을꽃이 가득한 할로윈 테마가든으로 변신한다. 또한 포시즌스 가든에서는 3D 맵핑과 수천 발의 불꽃쇼가 어우러진 '고스트맨션' 공연이 매일 밤 펼쳐지고, CJ문화재단과 함께 진행하는 '폴 인 가든 콘서트'도 내달 17일부터 11월 5일까지 매주 토요일 밤 선보일 예정이다. 특히 호러 마니아들에게 공포체험 성지로 유명한 '블러드시티'는 올해 시즌6로 새롭게 탄생해 8일부터 매일 밤 오픈한다. 블러드시티6는 좀비들로 가득한 도시를 탈출하기 위해 199년 급행열차(타익스프레스)를 타야 한다는 테마스토리를 바탕으로 알파인 지역 일대가 거대한 기차역으로 변신한다. 무엇보다 '오징어게임'으로 제26회 미국 미술감독조합상(Art Directors Guild Award)을 수상했던 채경선 미술감독과의 콜라보를 통해 탈선한 기차, 철로, 터널, 네온사인 등 오싷하고 음산한 분위기의 디스토피아적인 기차역 풍경을 공포영화 세트장을 방불케 하는 압도

적인 스케일로 몰입감 있게 제작했다. 실제 기차 2량을 공수해 좀비들에게 파괴된 열차로 실감나게 연출하며 블러드시티의 완성도를 극대화시켰고, 블러드시티 게이트에는 파나소닉의 3만안시 4K 초고화질 프로젝터를 활용해 오싷한 분위기를 영상으로 생생하게 구현한다. 채 감독은 매년 영화나 드라마 속 영상을 통해 선보이던 자신만의 특별한 작품 세계를 에버랜드 할로윈 축제에 통해 처음 오프라인 공간에서 고객들에게 선보인다. 한편, 블러드시티6 오픈과 함께 다양한 고객 참여 이벤트도 펼쳐진다. 먼저 누구나 전화로 참여할 수 있는 생존자 선발 검사 'Call 199' ARS 이벤트가 진행된다. 지정된 번호(181-199-19)로 전화하면 할로윈 축제 관련 3가지 질문 미션이 나오는데 모두 통과한 참여자 전원에게는 한정판 블러드 시티6 기념티켓을 현장에서 선물로 증정한다. 할로윈 축제에 대한 자세한 내용은 에버랜드 홈페이지(www.everland.com)에서 확인할 수 있다. 김재환기자

## 코로나 2년간 바뀐 우리 식생활...외식 ↓ ·건강 먹거리 관심 ↑

지난 2년간 코로나19는 온라인 시장의 성장과 건강한 먹거리 수요 증가 등 식생활과 관련한 농식품 소비 경향에 뚜렷한 변화를 불러왔다. 집에 머무는 시간이 늘면서 외식보다는 집밥 수요가 늘었고, 코로나19 확산세가 완화되면서 외식 소비가 다시 늘어나는 양상을 보였다. 가공식품 소비도 늘었지만 건강한 먹거리에 대한 관심이 증가해 신선식품 구매도 증가했다.

### 농진청, 내달 2일 농식품 소비트렌드 발표대회



가공식품 소비는 2019년 39조7960억원에서 2020년 45조5010억원, 지난해 47조1010억원으로 2년간 7조3050억원이 증가했다. 일상 회복 단계에서도 꾸준한 소비 증가로 나타났다. MZ세대(1981년~2000년 초반 출생 소비자)는 농식품 관련 지출의 50%를 외식비로 사용했다. 15%를 신선식품 구입비로 지출했다. 반면, 기성세대는 약 35%를 외식비,

신선식품 구입에 약 32%를 지출했다. 농식품을 구매할 때 중요시하는 요인으로 '건강'을 꼽았다. 코로나19 첫해 29.1%이던 건강에 대한 관심도는 올해 51.5%로 높아졌다. 1인당 신선식품 구매액도 2020~2021년 139만4000원으로 같은 기간 다인 가구(142만8000원)와 비슷한 수준으로 늘었다. 최이슬기자

## 세븐일레븐, 자가진단키트 2+1 행사 다음달까지 연장

### SD바이오센서 제품은 20% 가격 할인 행사 진행

편의점 세븐일레븐이 7월 말부터 8월까지 진행한 코로나19 자가진단키트 2+1 및 가격 할인행사를 9월 30일까지 연장한다. 행사 상품은 '휴마시스홈테스트2입(1만2000

원)'과 'SD바이오센서홈테스트2입(1만원)'으로 휴마시스 제품은 2+1 행사를, SD바이오센서 제품은 20% 가격 할인 행사를 진행한다. 이에 따라 9월에도 코로나19 자가진단키트

를 가까운 세븐일레븐에서 20~33% 할인된 가격에 만나볼 수 있다. 개당 4000원에 구매하는 셈이다. 코로나 19 재확산으로 세븐일레븐의 자가진단키트 8월 매출은 전월 대비 2.3배 가까이 신장하는 등 지속 성장세다. 이슬비기자