

보트·번지점프도 실내서... 롯데百 VR 테마파크 오픈

건대점에 업계최초 '몬스터VR' 래프팅·열기구 등 60개 콘텐츠 오픈기념·SNS 등 이벤트 진행



롯데백화점이 오는 10일부터 건대점에 선보이는 '롯데 몬스터 VR' 실내 테마파크. /롯데백화점

롯데백화점이 가상현실(VR) 실내 테마파크를 선보인다.

롯데백화점은 오는 10일 건대점 10층에 백화점 업계 최초의 VR 체험관인 '롯데 몬스터 VR' 실내 테마파크를 오픈한다고 8일 밝혔다. 영업면적 1400㎡의 '롯데 몬스터 VR'은 60개 이상의 다양한 VR 콘텐츠로 구성돼 있다.

롯데백화점은 지난해 9월 엘큐브 흥대점에 상권에 적합한 콘텐츠의 도입을 목적으로 '가상 현실(VR)체험관'을 오픈한 바 있다. 엘큐브 흥대점 3층에 위치한 VR 체험관은 148㎡규모로 '금광 캐기', '승마 경주', '외나무다리', '놀이기구 체험' 등의 다양한 VR 체험 기구를 설치해 주말 대기 시간이 1시간에 육박하는 등 10~20대 젊은 세대 고객들에게 큰 인기를 끌었

다. 건대점의 경우 20~30대 고객이 전체 매출 구성비의 35%으로 전 점에서 가장 높고 대학가인 주변 상권 특성상 주말에도 친구, 연인 단위의 젊은 고객들 비중이 높다. 이에 롯데백화점 테넌트MD팀은 VR 플랫폼 개발 회사 'GPM'과 함께 건대점에 VR테마파크 1호점을 오픈했다.

'롯데 몬스터VR'은 '몬스터 어드벤처', '몬스터 판타지', '몬스터 시네마', '몬스터 카페'로 구성돼 있으며 설치된 기구는 1인승부터 12인승까지 다양하다. 다양한 VR 콘텐츠 보유로 동시 탑승인원만 약 100명까지 가능하다.

'몬스터 어드벤처'는 야외 활동 관련 VR 기구로 구성돼 있다. 보트를 타고 빠른

물살을 가르며 정글을 헤쳐 나가는 체험 VR인 'VR래프팅', 나무 사이로 이동하며 실제로 번지점프를 하는 기분을 느낄 수 있는 '번지점프', 탑승인원 10명과 함께 실제 롤러코스터 기구를 타는 듯한 '롤러코스터' 등의 VR 기구가 있다.

'몬스터 판타지'에서는 높은 층고와 거대한 스케일을 활용한 대형 VR 기구가 설치돼 있어 더욱 생생한 가상현실을 체험할 수 있다. 정글 속의 다양한 동물들과 화산폭발 등의 경치를 만끽 할 수 있는 '열기구', 어린 아이들도 체험이 가능한 VR인 '판타지트리VR', 실제 체트기를 탑승하고 나는 듯한 체험을 할 수 있는 '자이로 VR' 등의 기구로 구성돼 있다.

독립된 쾌적한 공간에서 게임, 영상 등 약 50개의 VR콘텐츠를 이용 할 수 있는 '몬스터 큐브'도 8개 설치했다. '몬스터 큐브'는 특히 가족 단위 고객이 선호하는 콘텐츠로 연령에 관계 없이 모든 이들이 선호하는 VR 콘텐츠이다. '몬스터 시네마'에서는 다양한 VR 전용 영화를 최대 14인이 동시에 관람할 수 있어 기존 영화

와는 다른 생동감을 전달한다.

148㎡ 규모의 '롯데 몬스터VR' 카페인 '몬스터 카페'도 있다. 몬스터 카페에서는 체류 고객을 위한 다양한 음료와 스낵을 판매하고 있어 VR체험과 동시에 먹거리도 즐길 수 있다.

롯데백화점은 '롯데 몬스터 VR'의 오픈을 기념해 다양한 이벤트를 진행한다. 롯데백화점 건대점 1층에서는 10일부터 12일까지 닥트 이벤트를 진행해 당첨고객에게 자유이용권을 증정한다. 또한, 몬스터 VR 인증 사진을 SNS에 등재한 방문 고객을 대상으로 다양한 감상품을 증정한다.

롯데백화점 MD개발부부장 유형주 상무는 "VR테마파크는 기존에 백화점에서 시도하지 않았던 새로운 콘텐츠로 많은 고객들이 찾을 것으로 기대하고 있다"며 "건대점 주요 고객인 20~30대와 가족 단위 고객들의 집객과 체류 시간 증대, 새로운 문화 생활 조성에 긍정적인 영향을 줄 것으로 본다"고 말했다.

/김민서 기자 min0812@metroseoul.co.kr

신라 인터넷면세점, 영문몰 서비스 시작

중국·일본 몰 이어 동남아고객 공략 14일부터 모바일 앱 서비스도 개시



신라인터넷면세점이 영문몰 오픈했다. /신라면세점

신라면세점이 한국을 방문하는 동남아 고객을 본격 공략하기 위해 '신라인터넷 면세점 영문몰' 서비스를 시작한다고 8일 밝혔다.

신라면세점은 태국, 베트남, 말레이시아, 인도네시아 등 늘어난 동남아 고객을 잡기 위해 지난 7일부터 신라인터넷면세점 영문몰 운영을 시작했다. 모바일 앱(APP)은 오는 14일부터 이용할 수 있다.

신라면세점은 지난 2000년 처음 인터넷면세점 서비스를 시작한 후 2014년 중국몰, 2017년 일본몰을 열며 외국어 서비스를 확대했다.

이번에 영문몰까지 추가해 중국인과 일본인 외에도 한국을 찾는 전 세계 외국인들의 쇼핑 편의를 높였다.

신라면세점이 영문 인터넷면세점 운영을 시작한 것은 최근 관광시장 다변화 전략 지역으로 동남아와 중동 등 중국과 일

본 외 지역이 떠오르는 추세를 따른 것이다.

한국관광공사에 따르면 올해 1월부터 6월까지 한국을 방문한 외국인 관광객 중 중화권과 일본을 제외한 아시아 국가와 중동 지역 관광객 수는 전년 상반기 대비 12% 증가했으며, 이는 상반기 전체 방한객 중 20%를 차지하는 수준이다. 6월만 보면 전년 동월 대비 24% 증가했다. 특히 최근 3년간 베트남 관광객과 태국 관광객 수는 각각 49%, 18% 증가율을 보였다.

이런 추세를 반영하듯 최근 동남아 및

기타 국적 고객의 면세점 매출도 조금씩 늘어나고 있다. 지난해 신라면세점의 기타 국적 고객 매출액은 전년 대비 9% 증가했다. 특히 기타 국적 고객 매출 중 동남아 국적 고객이 차지하는 비중은 지난해 평균 17%에서 올해 상반기에는 평균 25%대로 증가했으며 올해 6~7월에는 30%를 넘어섰다. 동남아 고객의 올해 7월 매출액은 지난해 동기 대비 35% 늘어났다.

신라인터넷면세점 영문몰에서는 한국 화장품에 대한 관심이 높은 동남아 고객의 특성에 맞춰 한국 화장품 브랜드를 집중적으로 판매한다.

또한 동남아 고객과의 소통을 강화하고 영문몰과 시너지를 높이기 위해 베트남어와 태국어로 운영하는 신라면세점 페이스북 계정도 신설했다. 동남아 국적 고객 중 가장 많은 비중을 차지하는 베트남과 태국 고객을 위해 기존에 영어로 운영하던 SNS 채널 외에 추가로 베트남어와 태국어로 운영하는 계정을 만들어 특별 관리에 들어간 것이다. /김민서 기자

디저트 카페 '설빙' 캄보디아 진출

태국·일본 등 7개국으로 확대

디저트 카페 '설빙'이 해외 사업을 확대한다.

설빙은 캄보디아 수도 프놈펜에 1호점 '설빙 캄보디아(Sulbing Cambodia)'를 오픈했다고 8일 밝혔다.

이로써 태국, 일본 등에 이어 총 7개국에서 설빙을 만나볼 수 있게 됐다.

특히 한류 열풍이 거센 캄보디아에 처음 진출한 한국식 디저트 카페만큼 오픈 첫날에는 매장에 300여명의 현지 고객들이 방문해 장사진을 이루기도 했다.

설빙은 캄보디아 매장 오픈을 앞두고, 한국 디저트의 전통은 살리면서 설빙만의 시그니처 메뉴에 대한 현지인들의 진입 장벽을 낮추기 위해 현지 파트너와의 지속적인 의견 교류 및 메뉴 조율을 거쳤다.

국내 판매 1위 메뉴인 '메론 빙수3종'은 메론을 통째로 올린 독특한 비주얼로 눈길을 끌어 캄보디아 1호점에서도 가장 인기가 높았으며, 한국 음식 문화에 호기심이 많은 현지인들에게 떡볶이를 넣은 퓨전 디저트 메뉴인 '치즈 떡볶이 피자'에 대한 관심도 뜨거웠다. /박인용 기자 parki7854@

믿고 먹는 종가집 '볶음밥 2종' 출시

대상이 국내 포장김치 시장 1위 브랜드 종가집을 앞세워 냉동밥 제품을 확대한다.

시장조사기관 링크아즈텍에 따르면 지난해 국내 냉동밥 시장 규모는 700억원에 달한다. 2015년부터는 매년 200억원씩 시장이 지속적인 성장을 보이고 있으며, 올해는 더 큰 폭의 성장을 전망하고 있다.

대상은 잘 익은 종가집 김치로 맛있게 볶아낸 '종가집 볶음밥' 2종을 선보였다고 8일 밝혔다.

'종가집 볶음밥' 2종은 '종가집 김치 볶음밥'과 '종가집 깍두기 볶음밥'으로 구성됐다. 우선 주재료로 종가집의 비법으로 담은 100% 국내산 김치, 깍두기를 사용해 맛에 차별화를 뒀다. 같이 볶는 부재료도 중요한 만큼, 고소하고 바삭하게 훈



종가집볶음밥 2종. /대상

연한 청정원 베이컨을 큼직하게 썰어 넣었다. 아삭한 식감과 새콤달콤한 맛이 조화를 이루고, 급속동결로 갓 볶아낸 볶음밥의 맛을 그대로 느낄 수 있다.

1인분씩 개별포장 돼 있으며, 전자레인지에 4분, 후라이팬에 3분만 데우면 갓 조리한 듯한 볶음밥이 완성된다. 가격은 400g에 6980원이다. /박인용 기자

GS리테일 '해녀·독도 라면' 판매수익금 기부 '상생상품'

GS리테일이 다양한 방법으로 지역 사회와 상생을 실천한다.

GS리테일이 운영하는 GS25와 GS슈퍼마켓은 '(사)제주특별자치도해녀협회'와 손잡고 만든 '유어스 제주해녀 해물맛 라면' (이하 해녀 라면)과 독도 사랑을 실천하는 '유어스 독도사랑 새우맛 라면' (이하 독도 라면) 판매를 시작한다고 8일 밝혔다. 이달 9일부터 판매되는 두 상품은 수익의 일부를 제주해녀협회와 울릉군에 기부하는 지역 상생 상품이다. /김민서 기자



이마트24 '궁금할 수밖에 없는 샌드위치'

이마트24가 업계 최초로 수박을 콘셉트로 한 샌드위치 출시한다고 8일 밝혔다.

이번에 출시하는 '궁금할 수밖에 없는 샌드위치(사진)'는 수박의 가벼운 단맛과 햄의 짭조름함, 예그의 담백함이 어우러진 상품으로 가격은 3000원이다.

수박 색깔의 식빵은 수박 파우더, 수박 향 시럽 등을 넣어 구현했다. 수박껍질은



녹차분말을, 수박씨는 초콜릿을 각각 적용했다. 수박의 맛을 강조하기 위해 샌드위치 내용물을 햄과 예그로 최소화한 점이 특징이다.

또한, '수 박'과 '수박'의 동음을 이용한 언어유희적 표현을 상품명에 반영, 보는 재미도 더했다.

이마트24는 수박이 7~8월 제철과일인 점을 감안해 8월 말까지 샌드위치를 한정 판매하기로 했다. 이와 함께 이마트24는 오는 10일부터 16일까지 샌드위치 구매 고객에 한해 수박맛이 나는 젤리(수박바젤리)를 증정하는 이벤트를 진행한다. /김민서 기자

"오늘 저녁 싱싱한 대구탕 어때요?"

롯데마트, 산지직송 생물대구 판매

롯데마트가 생물 대구를 저렴하게 판매한다. 롯데마트는 9일부터 22일까지 전 지점에서 '국산 생물 대구 중(700g 내외)'와 '국산 생물 대구 왕특대(2kg 내외)'를 1마리당 각각 4800원, 1만4800원에 판매한다고 8일 밝혔다.

롯데마트는 충남 보령 등 서해 포구의 산지 중매인과 직접 거래해 가격을 낮췄

며, 당일 새벽 인근해에서 어획한 생물 대구를 콜드 체인 시스템을 통한 산지 직송 방식으로 신선함을 극대화했다. /문씨 기자

