

도심 속 자연에서 스몰 웨딩... 팬데믹 시대 결혼 新풍속도

도심호텔 내 자연적 분위기 선호
호텔업계, 야외 공간 따로 마련
신랑·신부 니즈에 따라 공간 변화



JW 메리어트 호텔 서울이 도심 속 감성 가득한 '센서리 웨딩'으로 일요일 저녁 웨딩 프로모션 선보였다. /JW 메리어트 호텔

최근 도심 호텔에서 자연적인 분위기 속에 스몰 웨딩을 치르길 원하는 예비부부들이 늘어남에 따라 호텔업계가 관련 프로모션들을 내놓고 있다.

현재 서울 내 위치한 호텔 중 소규모 프라이빗 웨딩 상품을 출시한 호텔은 안다즈 서울 강남, JW 메리어트 호텔, 노보텔 엠베서더 동대문, 콘래드 서울, 서울드래곤시티, 인터컨티넨탈 등이 다.

6일 호텔업계에 따르면 최근 스몰 웨딩이 결혼식 트렌드로 자리잡으면서 특별하고 프라이빗한 결혼식을 원하는 예비 신혼부부들이 증가하는 추세를 반영해 야외 공간 등을 따로 마련하는 호텔들이 늘어나고 있다. 뿐만 아니라 코로나19로 인한 환경 중시 영향으로 자연 주의적 가든 웨딩을 꿈꾸는 커플들도 많아 숲 속에 온 듯한 인테리어도 각광

받고 있다.

서울 강남구 신사동에 있는 안다즈 서울 강남 호텔은 고객 맞춤형 스몰 웨딩 서비스를 선보인다.

호텔 지하 2층에 위치한 연회장 또는 최상층에 위치한 최고급 스위트 펜트하우스에서 최소 10명 규모의 웨딩을 진행할 수 있다.

강남 펜트하우스는 라운지체어형 소

파와 10인용 테이블을 갖춘 넓은 거실 공간을 웨딩 리셉션 공간으로 활용할 수 있다. 또 거실에서 이어지는 테라스에서는 야외 웨딩 본식을 진행할 수 있다.

연회장은 대리석으로 마감한 로비, 신부대기실 및 2개의 소형 연회장인 안다즈 스튜디오, 대형 연회장 비욘더 더 글래스로 이뤄져 다양한 형태의 사적인

웨딩을 계획하기 적합하다.

JW 메리어트 호텔 서울은 오는 12월 31일까지 일요일 저녁 웨딩에 한해 '센서리 웨딩' 프로모션을 실시한다.

JW 메리어트 호텔 서울의 메인 예식장 소인 그랜드 볼룸이 5층에 단독으로 위치하고 있어 좀 더 여유로운 결혼식 진행이 가능하다. 이밖에 호텔 3층에 6개 살롱은 최소 30명에서 최대 250명까지 결혼식 인원 및 규모에 맞게 공간이 조정된다.

무엇보다 식물의 느낌이 가득한 하우스 웨딩의 분위기에서 참석자들끼리 오붓한 스몰 웨딩을 즐기기에 좋다.

메뉴는 호텔 컬리너리 팀이 설계한 중식, 양식 두 가지 종류 중 하나를 선택하며, 웨딩 케이크 또한 호텔 내 베이커리 '파티세리' 수석 파티시어가 직접 제작한 것을 받을 수 있다.

콘래드서울은 LED 미디어 월을 활용해 봄에 어울리는 꽃 장식으로 가득 찬 결혼식을 준비했다.

콘래드서울은 그랜드 볼룸과 파크 볼룸 한쪽 벽면에 대형 LED 미디어 월을

설치했고, 호텔 AV 시스템을 전면 업그레이드한 바 있다.

'단순히 머무는 것이 아닌, 특별한 영감을 얻는 곳'이라는 콘래드 서울의 브랜드 슬로건 아래 부부의 새로운 시작에 영감을 선사할 하루를 만들겠다는 의지로 식장을 설계했다.

높이 7m에 달하는 천고와 긴 버진로드, 넓은 리셉션 공간, 장박 너머로 보이는 전망 등 요소의 공간에 LED 미디어 월과 비비드한 컬러의 꽃 데코레이션으로 화사함을 더했다. 화면 속에는 벚꽃나무, 크리스탈, 피어나는 꽃과 같은 스토리텔링이 담긴 미디어 아트 영상이 펼쳐진다.

해당 웨딩 콘셉트를 기획한 박소현 지배인은 "이번 LED 웨딩은 영상이 가진 화려함을 강조하기보다는 신랑 신부가 돋보일 수 있도록 했다"면서 "콘래드 서울은 영상, 조명, 음악, 오브제의 균형을 맞춰 신랑 신부 각각의 니즈에 따라 카멜레온처럼 변화할 수 있는 공간으로 꾸며졌다"고 밝혔다.

/원은미 기자 silverbeauty@metroseoul.co.kr

한미약품 스펙트럼, '롤론티스' 학회 발표 예고 '수지 맞은' K2, 하이킹화 매출 500% 신장

美 암학회서 주요 임상 데이터 발표
임상 2상 연구서 안전성·내약성 증가

한미약품 파트너사 스펙트럼이 오는 10~15일 온라인으로 열리는 미국암학회(AACR)에서 호중구감소증치료 바이오신약 '롤론티스'와 혁신 항암신약 '포지오티닙'의 주요 임상 데이터를 발표할 예정이라고 5일(현지시간) 밝혔다.

AACR는 127개 국가의 회원 4만 8000여명을 보유한 암 분야 세계 최대

규모 학회로, 관련 분야 전문가들의 이목이 집중되는 권위있는 학술대회를 열고 있다.

스펙트럼은 10일(현지시간) EGFR과 HER2 엑손 20 돌연변이 비소세포암(NSCLC) 환자에서 1일 2회 포지오티닙 투여 용법이 안전성과 내약성을 증가시켰다는 임상 2상 연구 결과를 시우닝 리 교수 주도로 발표한다.

또 존 배럿 교수를 통해 롤론티스 임상 1상 결과도 포스터로 공개한다. 호중구감소증을 보인 쥐와 초기 유방암 환

자 대상으로 항암화학요법을 진행한 당일 롤론티스 투여 시, 호중구감소증 회복을 더욱 증가시킨 당일 투약요법에 대한 연구결과다.

한미약품과 스펙트럼은 미국암학회 발표 직후 상세한 연구결과를 공개할 예정이다.

한편 한미약품은 스펙트럼과는 별도로 현재 자체 개발중인 면역항암제를 포함한 합성신약 5건의 전임상 및 임상 결과도 이번 학회에서 발표할 예정이다. /이세경 기자 seilee@

3월 신발부문 매출 120% 경총

아웃도어 브랜드 K2의 신발 매출이 고공행진하고 있다.

K2는 3월 신발부문 매출이 전년대비 120% 신장했으며, 특히 '플라이하이크' 시리즈는 500% 이상 증가했다고 6일 밝혔다.

수지 하이킹화로 불리며 인기를 얻고 있는 '플라이하이크 큐브'는 출시 한달 만에 3만족 이상 판매됐다.

2018년 첫 출시 후 지금까지 38만족의 판매고를 올린 이 플라이하이크 시리즈는 '발걸음이 가벼운 하이킹화'를 콘셉트로, 뛰어난 기능과 일상과 아웃도어에서 인기 좋은 신발로 인기를 얻고 있다.

해당 시리즈 구매 고객 연령대를 분석한 결과, 30대가 가장 많이 구매한 연령층으로 급부상했다.

K2는 2030 세대 등산인구 증가와 함께 기능성과 세련된 디자인을 갖춘 플라이하이크가 산행 뿐 아니라 일상에서



'플라이하이크 큐브' 상품이 포함된 K2 플라이하이크 시리즈의 매출이 급증했다. /K2

가볍게 신기 좋은 하이킹화를 찾는 소비자들에게 반응을 이끌어낸 것으로 보고 있다.

또한 '수지 하이킹화'를 내세워 예년보다 빠른 광고 캠페인을 진행하는 등 전략적 마케팅을 펼친 것이 전략적으로 주효했다는 분석이다. /원은미 기자



경기 여주시에 위치한 자유CC에서 골퍼들이 게임 중 '안전빵'을 즐기고 있다. /신세계푸드

골프장 이색 먹거리 '안전빵' 인기

신세계푸드, 일 방문팀 중 절반 구매

신세계푸드는 골프장 이색 먹거리로 선보인 '안전빵'이 골퍼들 사이에 인기를 끌고 있다고 6일 밝혔다.

신세계푸드에 따르면 지난달 25일 경기 여주시 자유CC에서 판매를 시작한 '안전빵'의 일 평균 판매량은 50여개로 일 방문팀 80여팀 가운데 절반 이상이 구입했다.

신세계푸드의 '안전빵'은 골프 게임 중 발생하는 실수인 OB(아웃 오브 바운

드), 헤어드 등이 없는 즐거운 게임을 기원하는 의미를 재미있게 표현한 테이크아웃 간식이다. 국산 단팥, 슈크림, 호두 등을 넣어 골포공 모양으로 구워낸 빵으로 12개가 한 세트 구성되어 있다.

특히 골프 게임 중 즐기기를 위한 테이크아웃 간식뿐 아니라 '안전빵'만을 구입하기 위해 자유CC를 찾는 고객도 생길 정도로 골퍼들 사이에 유명 먹거리로 관심을 끌고 있다고 신세계푸드 측은 설명했다. /조효정 기자 princess@

애경산업 루나, 美 아마존 입성

애경산업이 자사 메이크업 전문 브랜드 루나(LUNA)가 세계 최대 전자상거래 업체 아마존(AMAZON)에 입점했다고 6일 전했다.

루나는 애경산업의 대표 화장품 브랜드 'AGE 20's(에이지 투웨니스)'에 이어 두 번째로 아마존에 입점했다.

아마존에 입점한 루나 제품은 '롱래스팅 팁 컨실러 BIG', '프루프 익스트림 슬림 라인너', '매트 틴트 레디' 등 메이크업 라인이다.

루나는 컨실러의 국내 성공 노하우를 바탕으로 해외 및 디지털 채널의 판로의 강화를 위해 이번 입점을 결정하게 됐다. 루나의 스테디셀러인 '롱래스팅 팁 컨실러'는 커버력과 촉촉함을 겸비한 제품력으로 올리브영 컨실러 부문 판매순위 1위를 차지하는 등 국내 대표 컨실러로 자리매김했다. '루나 롱래스팅 팁 컨실러 BIG'은 아마존에서도 '핫 뉴 릴리즈' 컨실러 부문 1위에 오르는 등 좋은 반응을 얻고 있다. /원은미 기자

오라팜, 첫 라이브방송 조회수 18만회 기록

같은 시간대 1시간 판매량 55배

구강유산균 전문회사오라팜이 네이버쇼핑 라이브방송을 진행하며 첫 방송 한 시간 동안 조회수 18만회를 기록했다고 6일 밝혔다.

이는 유산균 업체 평균 조회수 3만 2000회보다 5.6배 높은 수치이다. 판매량은 같은 시간대 1시간 판매량의 55배를 기록했다. 라이브방송은 지난 4월2일 진행되었다.

구강유산균은 입 냄새, 충치, 치주 질환 원인 세균을 없애거나 억제하는

역할을 하는 입속 유익균이다. 오라팜이 판매하고 있는 구강유산균 '오라텐티' '그린브레스'는 전남대학교 의과대학이 10년간의 연구 끝에 선별 분리한 균주를 사용하고 있다. 구강이 건강한 한국 어린이가 460명으로부터 1,640개의 균주를 분리하고 그 중 oraCMU, oraCMS1를 선별했다.

오라팜의 유산균 균주는 7번의 인체적용 시험을 통해 구강 정착력, 유해균 억제력 등이 해외 구강유산균보다 우수하다는 평가를 받고 있다.

/이세경 기자