

# “과거로 시간여행 온 듯... 고택서 즐기는 커피·칵테일”

## 현장르포

### 스타벅스 장충라운지R점

국내 10번째 스페셜 스토어 오픈  
지하 1층~지상 2층 180석 규모  
뮤직룸 콘셉트 등 7개 공간 마련  
믹솔로지 바 도입, 칵테일 선택

1960년대로 시간 여행을 떠나는 듯한 경험을 할 수 있는 스타벅스가 오픈했다.

‘스타벅스 장충라운지R점’은 서울시 중구 장충단로 4길 25 한적한 주택가에 위치해 있다. 장충동 골목길을 오르다 보면 1960년대에 지어진 2층 저택이 나타난다. 정문을 들어서면 차고지 벽면의 벽화를 만날 수 있다. 국내 그래픽 아티스트와 협업한 것으로 커피 원두의 재배부터 수확, 로스팅을 거쳐 한 잔의 커피가 고객에게 제공되기까지의 여정을 AR로 감상할 수 있다.

장충라운지R점은 스타벅스 리저브의 국내 도입 10주년을 맞아 선보이는 10번째 스페셜 스토어로 리저브 전용 매장이다. 그동안 스타벅스는 특별한 장소에 고유의 아이덴티티를 더해 이색



① 스타벅스 코리아의 10번째 스페셜 스토어 ‘스타벅스 장충라운지R점’이 12일 오픈했다. /스타벅스  
② 버번 위스키 크림 콜드브루와 딸기레몬 보드카 블렌디드. ③ 믹솔로지 푸드. /신원선 기자

적이고 특별한 경험을 제공하는 매장인 스페셜 스토어를 꾸준히 선보여왔다.

장충라운지R점은 지하 1층 및 지상 1, 2층과 테라스 등 전체 좌석 수 180석 규모로 1960년대 건축물을 활용해 과거와 현재를 잇는 감각적인 인테리어를 바탕으로 스타벅스만의 헤리티지 요소들을 음료, 인테리어, 아트웍 등 매장 전반에 반영했다.

지상 1, 2층에 조성된 총 7개의 고객 공간은 라운지, 뮤직룸 등 콘셉트를 달

리하여 마치 각각의 독립된 방처럼 분위기를 연출했으며, 1층과 연결된 야외 정원에는 좌석 40석을 설치해 도심 속 휴식 공간으로 조성했다. 초인종, 벽난로, 계단, 상들리에 조명 등 60년대 저택의 분위기를 고스란히 느낄 수 있는 인테리어 요소가 시선을 끈다.

장충라운지R점은 리저브 전용 매장답게 다양한 원두를 다양한 방식으로 추출해 맛볼 수 있다. 기존 스타벅스 매장과 가장 큰 차이점은 해외 스타벅스



에 적용된 ‘믹솔로지 바’를 국내에 처음 도입했다는 점이다.

믹솔로지는 ‘Mix(섞다)’와 ‘Technology(기술)’가 더해진 말로, 주류에 다른 음료나 과일, 아이스크림 등 다양한 재료를 조합해 새로운 맛으로 즐기는 것을 뜻하며, 스타벅스 로스터리에서 영감을 얻어 만들어진 프로그램이다.

스타벅스의 대표커피 메뉴인 에스프레소, 라떼, 콜드브루를 칵테일 음료로 개발한 에스프레소 마티니·라페 위스

키 마티니·시트러스 콜드브루 마티니·버번위스키 크림 콜드브루 등 4종을 포함해 총 11종의 다양한 칵테일 음료를 만날 수 있다. 믹솔로지 음료를 알코올 없이 즐길 수 있도록 화이트 모스카토 상그리아·딸기 레몬 보드카 블렌디드의 경우 옵션 선택이 가능하다.

아울러 스타벅스 리저브 에스프레소 샷에 초콜릿 파우더와 프렌치 바닐라 크림, 제주팔삭 셔벗을 곁들인 음료 3종을 한데 모은 ‘에스프레소 플라이트’를 새롭게 선보여 리저브 전용 매장에서만 즐길 수 있는 특화 음료를 소개한다. 기존 스타벅스 리저브 매장에서 즐길 수 있던 음료도 지속 이용 가능하다.

이와 더불어 리저브 커피 및 믹솔로지 음료와 함께 곁들이기 좋은 디저트, 브레드, 샌드위치, 믹솔로지 푸드 등 12종을 새롭게 출시한다.

스타벅스 흥성욱 점포개발담당은 “장충라운지R점은 국내 리저브 도입 10주년을 맞이해 준비한 매장으로서 고객분들께서 스타벅스의 커피 헤리티지를 즐기실 수 있기를 바라며 기획했다”라며 “스타벅스는 앞으로도 다양한 콘셉트를 담은 매장을 선보이기 위한 노력을 이어갈 것”이라 말했다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

## 게임사, 콘텐츠 시장 투자 ‘사업 다각화’

크래프톤, 스폰랩스에 1200억 투자  
스마일게이트·넥슨·컴투스 등 업계  
영화사에 투자, 스튜디오 인수 행보

게임사들이 콘텐츠 시장에 투자하며 사업 다각화를 본격화하고 있다. 게임을 중심으로 한 서사가 이제 하나의 문화적 콘텐츠로 자리 잡고 있는 흐름 속에서 새로운 지식재산권(IP)을 창출하고 각 사업 영역 간의 시너지를 극대화하려는 전략으로 해석된다.

12일 업계에 따르면 게임사들이 스포츠, 드라마, 영화 등 콘텐츠 시장에 투자하며 사업 다각화에 나서고 있다.

크래프톤은 최근 스포츠, 드라마 플랫폼 기업인 스폰랩스(Spoon Labs)에 1200억원 규모의 지분 투자를 진행했다고 밝혔다.

스폰랩스는 오디오 플랫폼인 스폰을 개발해 전 세계에 서비스 하고 있는 기업으로 최근 사업 영역을 확장해 콘텐츠 플랫폼 사업에 진출했다. 2분 내외의 스포츠 드라마 콘텐츠를 전문으로 하는 온라인 동영상 서비스(이하 OTT) 플랫폼

폼비글루(Vigloo)를 론칭했다. 비글루는 기존 글로벌 OTT 업체와 같이 여러 국가의 특성에 맞춘 콘텐츠 큐레이션 기능을 갖췄다. 한국어, 영어, 일어를 포함해 총 7개 언어를 지원한다는 점이 특징이다

콘텐츠 시장에 대한 게임사들의 투자는 과거부터 이어져 왔다. 스마일게이트는 올해 1월 영화사 리얼라이즈픽처스와 함께 각각 30억원을 출자해 조인트벤처 형식으로 스마일게이트리얼라이즈를 설립하고 영화 ‘전지적 독자 시점’에 120억원을 투자했다.

넥슨 역시 지난해 4월 개봉한 스포츠 영화 ‘리버우드’에 투자를 진행했다. 넥슨에 따르면 게임과 관련성 없는 스포츠 영화에 대한 투자로 “스토리텔링이 곧 IP다”라는 이정현 넥슨 대표의 지론에 따라 이뤄졌다.

컴투스 역시 콘텐츠 제작사 콘텐츠 제작사 위지웍스튜디오를 인수하는 등 콘텐츠 시장 투자를 이어간 바 있다.

그러나 크래프톤은 투자 금액을 늘리며 더 과감한 행보를 이었다. 크래프톤

에 따르면 이번 스폰랩스 투자는 크래프톤이 지금까지 진행한 비관련 사업 다각화 투자 중 가장 큰 규모다.

크래프톤은 미래 성장 동력을 확보하기 위해 지속적으로 다양한 분야에 투자를 이어왔다. 지난해 6월에는 공유오피스 브랜드 ‘패스트파이브’를 운영하는 스타트업 지주회사 패스트트랙아시아에 약 220억원을 투자했고, 같은 해 10월에는 모바일 콘텐츠를 서비스하는 앱 마켓 윈스토어에 200억 원 규모의 투자를 단행했다. 이와 비교했을 때 스폰랩스에 대한 1200억 원 규모의 투자가 과격적이라는 평가를 받고 있는 이유다.

콘텐츠 시장에 대한 투자를 가장 크게 늘린 이유는 사업 간 연관성에 따른 것으로 분석된다. 크래프톤 관계자는 “스폰랩스의 안정적인 플랫폼 기술력과 글로벌 서비스 성공 경험을 높이 평가했다”며 이어 “스포츠 드라마 시장의 성장 가능성, 새로운 IP의 원천 확보, 기존 사업과의 시너지에 주목해 투자를 결정했다”고 밝혔다. /안재선 기자 wotjs4187@

## 위식도 역류질환 신약 ‘자큐보’ 중남미 공략

온코네티라퓨틱스, 멕시코에 기술수출

국산 37호 신약 ‘자큐보’가 중남미 19개국으로 진출해 글로벌 경쟁력 확대를 본격화한다. 제1약품 신약개발 자회사 온코네티라퓨틱스는 멕시코 제약사 라보라토리 샌퍼와 칼럼 경쟁적 위

산분비 억제제(P-CAB) 계열의 위식도 역류질환 신약인 ‘자큐보(자스타프라잔)’ 기술수출 계약을 체결했다고 12일 밝혔다.

이번 계약은 멕시코를 비롯해 아르헨티나, 칠레, 콜롬비아 등 중남미 총 19개국을 대상으로 한다. 기타 계약 조건

은 양사 합의에 따라 공개되지 않았다.

온코네티라퓨틱스가 중국, 인도 등 아시아권을 넘어 기술이전으로 중남미에 진출하는 것은 이번이 처음이다.

글로벌 의약품 시장조사기관 아이큐비아에 따르면 남미의 제약·바이오 산업은 지난 2017년부터 2022년까지 6.6%의 연평균 성장률을 기록했고, 오는 2027년에는 7.8%로 성장 속도가 가속화될 것으로 전망된다. /이청하 기자 mlee236@

## 백화점 입점 중소기업 판매수수료 ‘최고 32%’

중기중앙회, 유통사 입점 900곳 조사  
백화점 평균 22.4%, 대형마트 18.6%

롯데·신세계·현대 등 백화점에 입점한 중소기업이 내는 판매수수료율이 최고 32%에 달하는 것으로 파악됐다.

롯데마트, 이마트, 홈플러스 등 대형마트 최고 수수료율은 30%였다.

중소기업중앙회는 백화점과 대형마트 등 대규모 유통업체에 입점한 중소기업 900개사를 대상으로 실시한 ‘2024년 대규모 유통업체 입점 중소기업 거래 실태 조사’ 결과를 12일 발표했다.

조사 결과 특약매입·임대료 거래 시 입점 중소기업이 부담하는 판매수수료율은 백화점이 평균 22.4%, 대형마트 평균 18.6%로 나타났다.

특히 최고수수료율은 백화점이 32%, 대형마트가 30%였다. 직매입 거

래 시 대규모 유통업체 마진율은 백화점이 평균 22.9%(최고 35%, 최저 10%), 대형마트는 평균 20.4%(최고 42.9%, 최저 4.8%)였다.

거래비용 부담 수준에 대해 입점 중소기업 10곳 중 7곳(백화점 67.8%, 대형마트 68.3%)이 전년에 비해 변화가 없다고 답했다. 지난해 거래 과정에서 불공정거래·부당행위를 경험했다는 입점업체 비율은 백화점(0.2%)과 대형마트(2.5%) 모두 낮은 수준으로 조사됐다.

대형마트 입점 중소기업 40.0%가 대형마트를 통한 지난해 매출 규모가 전년 대비 ‘감소했다’고 답했다.

이는 ‘매출 규모가 늘었다’는 응답(10.5%)의 4배에 달했다. 대형마트 매출 감소 업체 중 80.6%는 온라인 유통 시장 성장이 대형마트를 통한 매출 감소에 영향을 줬다고 밝혔다. /김승호 기자 bada@

## 한화솔루션, 230억 투입 반도체 산업생산

반도체 생산능력 최대 1만톤으로

한화솔루션이 전력케이블 핵심소재인 반도체 시장 공략에 나선다.

한화솔루션 케미칼 부문은 230억원을 투자해 초고압·고압(E/HV)급 반도체 컴파운드 생산설비를 8000톤(MT) 증설하고 100% 자회사 한화컴파운드 여수 공장에서 상업생산을 개시했다고 12일 밝혔다. 이번 증설로 한화솔루션의 E/HV급 반도체 생산 능력은 최대 1만톤(MT)으로 늘어난다.

반도체는 케이블의 파손을 방지하고

전기력을 차단해 방전을 막는 소재다. 설치 후 평균 25년 이상 사용하는 전력케이블의 내구도 유지를 위해 필요한 소재다. 대륙간 전력망과 해상풍력발전소 확대 등에 쓰이는 장거리 송전용 초고압 케이블은 고품질 반도체가 필요하다.

이번에 증설한 E/HV급 반도체 생산 시설에는 한화솔루션이 자체 연구개발을 통해 생산하는 에틸렌·부틸 아크릴레이트·코폴리머(EBA)를 원재료로 사용한다. 한화솔루션은 반도체의 기초 원료인 EBA를 개발해 지난 2022년 국내 최초로 상업화에 성공했다. /양성운 기자 ysw@