

“혼자 여행 가는것도 진화한다”

올 여행 트렌드 예측… “복합·다각화 되어 발전”

2018년이 시작하면서 사회 각 분야에 걸쳐 올해 트렌드가 예측되고 있다.

트렌드를 예측하는 것은 기업에는 새로운 상품 개발을 위해 필수적이고, 소비자에게는 유행에 뒤처지지 않는 지름길이다.

그렇다면 올해 여행 트렌드는 어떻게 전개될까.

글로벌 온라인 여행사 트립닷컴은 “그간 ‘올로(YOLO: 현재 자신의 행복을 가장 중시하고 소비하는 태도) 열풍’ 속에서 이미 자리를 굳힌 여행 트렌드는 한동안 지속할 것”이라며 “4차 산업혁명 시대 속에서 빠르게 변모하는 대중의 라이프 스타일, 소비 패턴 및 첨단 기술로 올해 여행 트렌드는 매우 복합적이고 다각화되어 발전할 것”이라고 예측했다.

다음은 트립닷컴이 내다본 올해 여행 트렌드다.

◇ 혼자 갈까, 함께 갈까?
혼자 노는 것이 좋아서 또는 주위 사람들에겐서 벗어나 조용한 시간을 보내려고 홀로 여행하는 (혼행) 트렌드는 올해도 지속한다. 여행 업계에서 혼행족을 겨냥해 갖가지 ‘1인 고객’ 대상 상품을 앞다퉈 내놓고 있어 최소한 불편해서 혼자 여행을 못 가는 일은 없을 것이기 때문이다.

“죽행”, 그러니까 즉흥적으로 떠나는 여행도 혼행의 영향으로 늘어난 것이다. 혼행의 장점 중 하나가 다른 사람과 일정 조율 없이 훌쩍 떠날 수 있다는 점이 때문이 다.

이에 계절에 구애받지 않는 즉행족이 꾸준히 증가하면서 여행 성수기와 비수기 경계는 점점 줄어들는다.

혼행족 또는 즉행족이 증가하는 것 못잖게 가족 여행객 수도 증가한다. 그러나 ‘가족 여행’ 의미가 과거와 다소 다르다.

어린 자녀가 부모를 따라 여행을 하는 기존 가족여행 외에 결혼하든, 안 하든 ‘독립’ 한 자녀와 부모가 함께하는 여행, 부모와 자녀 외에 조부모와 친척 등 여러 세대가 함께하는 ‘멀티세대 여행(Multi-generational Travel)’이 늘어난다.

미국노년자협회(AARP)에 따르면, 지난 2016년 미국에서 발생한 여행 중 3분의 1에 조부모가 참여한 것으로 조사됐다.

AARP는 인구 고령화와 함께 여러 세대를 아우르는 통신키를 발달을 주요 원인으로 꼽았다.

국내 상황 역시 이와 별반 다르지 않아 멀티세대 여행이 앞으로 대세로 자리 잡을 것으로 기대된다.

◇ 가성비비나, 가성비나?
최근 몇 년 동안 가성비(가격 대비 성능)로 통하는 가치 소비가 소비문화 주류로 떠오르며, 여행 패턴에 영향을 미쳤다.

가내식을 주지 않는 등 서비스가 제한적이지만, 가격이 저렴한 저비용 항공사(LCC) 취항 규모 확대가 지난해 한국인이 해외여행을 많이 떠나게 만든 이유였던 것이 좋은 예다.

가성비와 대비되는 것으로 새롭



게 떠오르는 소비 트렌드가 ‘가심비’다. 가격 대비 심리적 안정과 만족감을 증시하는 소비 스타일로 이는 올해 여행 시장에서 대표적인 트렌드로 자리잡을 것으로 보인다.

흔히 “열심히 살아온 나에게 상을 주겠다”며 서울에 거주하는 직장인이 여행지도 아닌 서울 도심 호텔에서 묵는 ‘스테이케이션’ ‘호텔 캠프’ 등이 실례다. 핀란드 오로라 여행처럼 돈이 많이 들든, 인도 요가 여행처럼 돈이 적게 들든 상관없이 오직 스스로 즐겁기 위해 떠나는 여행도 그것이라 할 수 있다.

◇ 따로 또 같이 떠날까, 아무도 만나지 말까?

혼행은 홀로 여정을 보내다 보니 일행의 눈치를 볼 필요도 없고, 현지 문화도 내 방식대로 경험할 수 있다. 하지만 숙박비 등 경제적 부담이 적잖고, 안전 우려도 크다. 아이러니하게도 외로움을 감당해야 하는 문제도 있다.

이런 단점을 보완, 극복하려는

혼행족에게 대안으로 제시된 것이 ‘콘택트(Contact) 플랫폼’이다.

소셜 네트워크를 기반으로 자신의 취향과 일정을 다른 혼행족과 공유, 여행 스타일이 같은 혼행족끼리 일부 일정을 동행할 수 있게 하는 서비스다.

혼행과 동반여행이 각각 가진 장점을 모두 누릴 수 있게 하는 셈이다. 이는 한국인은 물론 외국인도 여행을 함께할 수 있도록 하는 서비스로 점점 확대하고 있다.

이와 달리 ‘언택트(Untact) 서비스’도 늘어나고 있다. 인간적인 접촉을 생략한 상태에서 영위할 수 있는 무인 또는 셀프 서비스다. 빅데이터, 인공지능, 사물인터넷 등을 활용한다.

실제 일부 공항이나 호텔은 이미 여행객이 직원을 응대할 필요 없이 스스로 알아서 탑승 수속이나 체크인·아웃을 할 수 있도록 했다. 트립닷컴이 시범 서비스 중인 얼굴 인식 기능을 활용해 예약 호텔에서 체크인하는 ‘스마트키’도 이에 해당한다.

/뉴시스

애플 “모든 아이폰·아이패드 칩 보안 결함 위험 노출”

모든 아이폰과 아이패드, 맥(Mac) 컴퓨터들이 멜트다운과 스퍼터라는 두 가지 취약점을 갖고 있는 반도체 칩 디자인의 보안 결함의 위험에 노출돼 있다고 애플이 밝혔다. 영국 파이낸셜 타임스(FT)가 5일 보도했다.

애플은 4일(현지시간) 샌프란시스코에서 멜트다운의 피해를 경감시켜주는 iOS 11.2와 macOS 10.13.2를 배포했으며 애플 워치는 멜트다운의 영향을 받지 않는다고 말했다. 애플은 또 웹 브라우저 사파리를 스펙터로부터 보호해 업데이트를 곧 배포할 계획이라고 덧붙였다.

애플은 “모든 iOS 도구들과 맥 시스템이 영향을 받았다. 그러나 현재로서는 고객들에게 영향을 미칠 보안 결함

위험 사례는 보고되지 않았다”라고 말했다. 애플은 이어 “맥 또는 iOS 장치에 악성 애플리케이션이 다운로드돼야만 문제들이 발생하기 때문에 애플 스토어 등 믿을 수 있는 곳에서만 소프트웨어를 다운로드 받을 것”을 권고했다.

기술 기업들은 거의 모든 컴퓨터 사용자들의 민감한 정보들이 도난당할 수 있는 칩 디자인의 보안 결함으로 발생한 산업 전반의 보안 허점을 메워야 하는 절체절명의 과제에 직면했다.

사이버 보안 전문가들은 기업들이 이러한 결함으로 인한 피해를 완전히 막을 수 있는 유일한 방법은 컴퓨터 시스템을 전면 교체하는 것뿐이라고 경고했다. /뉴시스

아웃도어업계, 협업 돌파구

사진작가·가수 등 다양한 분야 마케팅 늘려

시장 성장세가 둔화되자 아웃도어 업체들의 생존을 위한 경쟁이 치열해지고 있다. 이에 최근 아웃도어업계는 영화, 음악 등 이종산업과의 협업을 통해 돌파구를 찾고 있다.

5일 패션업계에 따르면 아웃도어 업체들은 사진작가, 가수 등 다양한 분야의 아티스트와 협업하는 등 새로운 협업 마케팅을 늘리고 있다. 이색 마케팅을 통해 소비자들에게 한층 새롭고 신선한 브랜드 이미지를 전달하기 위해서다.

◇ 음악, 영화, 사진작가와도 협업

리푸미는 가수 윤종신의 ‘좋아’ 뮤직비디오 의상 협찬을 진행했다. 좋아 뮤직비디오에서는 리푸미의 주력 제품인 ‘샬레 다운’이 자연스럽게 등장한다.

해당 곡이 인기를 끌면서 동영상 공유 사이트인 유튜브에서도 뮤직비디오가 ‘인기 급상승 동영상’ 1위에 올랐다. 리푸미는 이를 통해 홍보 효과를 높였다.

레드페이스는 접속모델 정우성이 주연으로 출연한 영화 ‘강철비’와 협업 공문 발송 등 계도활동을 3주간 실시한 후 1월 말부터는 현장을 직접 점검하겠다고 했다.

수구 중소벤처기업부 차관도 “소상공인·영세 중소기업이 일자리 안정자금을 볼라지 못 받는 일이 없도록 현장 홍보와 함께 일자리 안정자금 수급기업에 중소기업 지원사업 선정 시 가점을 부여하는 식으로 정책자금을 우선 지원하겠다”고 전했다.

아이더도 이탈리아 사진작가 파올로 라엘리와 광고 캠페인 촬영을 함께했

다. 이번 캠페인 영상은 마치 한 편의 청춘 영화 같은 영상미로 젊은 층 사이에서 주목을 받았다. 실제 유튜브, 페이스북 등에서 전체 조회 수 15만뷰를 기록한 바 있다.

◇ 최악 상황 피했다… 아웃도어, 롱패딩 열풍에 반등

올 겨울 이전만해도 주요 패션업체들은 약화된 시장 상황에 아웃도어 브랜드를 철수시키기 바빴다. 반면 올 겨울은 롱패딩 열풍으로 죽어가던 아웃도어 시장에 활기가 돌고 있다.

밀레는 지난해 선보인 롱패딩 상품 대부분이 리오더 생산에 돌입했다. 특히 ‘리틀 벤치파카’는 출시 한 달 만에 완판을 기록했다.

리푸미의 주력 벤치다운 ‘레오’도 아웃도어업계의 롱패딩 완판 행진 대열에 올랐다. 지난해 11월 중순 출시 물량의 90% 이상이 판매됐다. 총 3차례 리오더 생산에도 돌입했다.

노스페이스의 ‘익스플로링 코트’도 1차 생산분이 완판되고 추가 생산에 돌입한 바 있다. 이 상품은 국가대표 선수단인 팀코리아의 트레이닝복으로 지급하게 될 롱다운으로 알려지며 큰 관심을 얻었다.

한 업계 관계자는 “최근 아웃도어 업계는 여러 형태로 진화하는 이색 마케팅을 통해 브랜드 이미지를 제고하고 소비자와 소통하고 있다”며 “오랜만에 불어온 훈풍에 힘입어 소비자에게 차별화된 가치를 제공할 수 있는 협업 마케팅을 지속 강화할 것으로 보인다”고 말했다. /뉴시스

최저임금 인상 물가 뿔라… 정부, 가격 감시 활동 강화

정부가 최저임금 인상에 편승한 물가 상승 가능성에 대비해 가격 감시 활동을 강화하기로 했다.

소상공인 비용부담 완화를 위해 일자리 안정자금 지원에 이은 추가 보완대책도 이 달중 내놓는다.

정부는 이날 오전 정부서울청사에서 10여 개 관계부처가 참여하는 ‘최저임금 태스크포스(T/F) 제13차 회의’를 가졌다.

정부는 최저임금이 민감한 외식 등 개인서비스를 중심으로 물가가 오를 수 있다고 보고 소비자단체와 함께

가격 감시를 강화하기로 했다. 답합 등 시장질서 교란 행위에 대해서도 엄정 대응한다.

회의를 주재한 고용권 기획재정부 1차관은 “최저임금 인상으로 물가가 불안해지지 않을까 걱정하는 목소리도 있지만 올해는 유가·농축산물 상승세 둔화 등 전반적으로 물가 여건이 양호한 상황이라 안정적인 수준에서 관리 가능할 것”이라며 “체감 물가에 영향을 나타날 가능성에 대비하겠다”고 했다.

일자리 안정자금 신청독려와 함께

일부 사업주의 편법적 대응을 막기 위해 전 지방노동관서에 신고센터를 설치·운영하기로 했다.

소상공인 부담을 덜어 낼 추가 보완 대책도 곧 발표한다.

고 차관은 “인건비 부담이나 고용불안 가능성 등에 대한 걱정의 목소리도 있다”며 “걱정을 최대한 덜어드리려고 정부가 3조원 규모의 일자리 안정자금을 마련한 만큼 영세사업주는 모두 빠짐없이 신청해 근로 현장에서 최저임금이 안정되고 고용 안정이 유지될 수 있도록 적극 동참해달라”고 당부했다.

이성기 고용노동부 차관은 “본격적인 일자리 안정자금 신청은 1월분 임

금 지급 후인 1월 하순 경부터 이뤄질 것으로 예상된다”며 “최저임금이 현장에서 연착륙될 수 있도록 아파트·건물관리업, 편의점 등 취약업종을 대상으로 최저임금 준수를 위한 공문 발송 등 계도활동을 3주간 실시한 후 1월 말부터는 현장을 직접 점검하겠다”고 했다.

수구 중소벤처기업부 차관도 “소상공인·영세 중소기업이 일자리 안정자금을 볼라지 못 받는 일이 없도록 현장 홍보와 함께 일자리 안정자금 수급기업에 중소기업 지원사업 선정 시 가점을 부여하는 식으로 정책자금을 우선 지원하겠다”고 전했다.

/뉴시스

우리동네 무인주차장 어디에 있을까?

주차하고 구경하고
무인주차장에 주차하면
시간도 절약되고 편리합니다.



[전주시 무인주차장 안내]

- 서부신시가지 도청옆**
전주시 완산구 흥산북로 75
(239-2767~69)
(연중무휴) 6,000원 기본(30분):600원, 추가(15분):300원
- 서부신시가지 농협중앙회 부근**
전주시 완산구 흥산북로 53
(239-2767~69)
(연중무휴) 6,000원 기본(30분):600원, 추가(15분):300원
- 서부신시가지 다은병원 부근**
전주시 완산구 흥산2길 5-12
(239-2767~69)
(연중무휴) 6,000원 기본(30분):600원, 추가(15분):300원
- 서부신시가지 KB은행 부근**
전주시 완산구 흥산1길 4-13
(239-2767~69)
(연중무휴) 6,000원 기본(30분):600원, 추가(15분):300원

- 노송천 주차장**
전주시 노송여울2길 108
(연중무휴) 6,000원 기본(30분):600원, 추가(15분):300원
- 덕진광장 주차장**
전주시 덕진구 덕진광장로 3
(239-2562)
(연중무휴) 6,000원 기본(30분):600원, 추가(15분):300원
- 실내체육관 주차장**
전주시 덕진구 관산북로 308
(251-1264)
(연중무휴) 4,000원 기본(30분):500원, 추가(15분):250원