



굿즈·대회 등
1000만 러닝족
적극 공략
나

K-뷰티
오프라인 매장등
글로벌 유통망↑
L2



맛보고, 즐기고, 기념하고... 한옥서 만난 커피 한 잔의 환대

Q 르포

동서식품 '맥심가옥'

오는 26일까지 경주시 체험공간 운영
전통 한옥에 '환대'의 메시지 풀어내
아이스크림, 단호박 더한 스페셜메뉴
한복대여·포토존 등 특별한 추억까지

천년고도 경주가 올가을 특별한 커피 향으로 물들고 있다. 동서식품이 오는 26일까지 운영하는 브랜드 체험 공간 '맥심가옥'이 그 주인공이다. 전통 한옥에 현대적 감각을 더해 꾸며진 이곳은 맥심 커피가 전하고자 하는 '환대'의 메시지를 감각적으로 풀어낸 공간이다.

지난 11일 방문한 경주시 포석로 오름돌담길 인근에 자리한 맥심가옥은 낮은 돌담과 전통 기와가 어우러져 운치 있는 풍경을 자아냈다.

입구에는 평일 낮임에도 불구하고 입장을 기다리는 방문객들이 길게 늘어서 있었다. 아이 손을 잡은 가족, 연인, 친구 단위 방문객까지 다양한 연령층이 눈에 띄었다. 한옥 특유의 고즈넉한 분위기와 곳곳에 그려진 귀여운 맥심 캐릭터가 방문객들의 시선을 붙잡았다.

입구인 '환대문'을 지나면 가장 먼저 안내소인 '어서오소'에서 직원이 맥심가옥 안내책자와 시음용 컵을 건네며 방문객을 맞이한다.

커피 애호가들의 발길은 자연스레 '맛있당'으로 이어진다. 이곳은 맥심 커피믹스와 인스턴트 커피, 원두커피를 활용한 다양한 메뉴를 취향에 따라 맛볼 수 있는 공간이다.



맥심가옥 환대문.



'가베 기미상궁' 코너에서는 세 잔의 커피를 시음하고 모카골드·화이트골드·슈프림골드 중 어떤 제품인지 맞는 체험을 할 수 있다.



▲맥심가옥을 찾은 방문객들이 현장에서 대여하는 한복을 입고 기념사진을 찍고 있다.
▶동서식품 브랜드 체험공간 '맥심가옥' 전경.

특히 맥심가옥 한정 스페셜 메뉴가 큰 인기를 끌었다. 모카골드와 크림을 조합한 '맥심 오름', 화이트골드에 아이스크림을 얹은 '색동저고리', 슈프림골드와 단호박을 조합한 '호박달당' 등을 맛볼 수 있다. 기자는 '색동저고리'를 선택했다. 알록달록한 비주얼과 아이스크림, 맥심커피의 조화가 눈과 입을 즐겁게 했다.

맛있당 한 칸에서는 고객 참여형 프로그램이 진행된다. '가베 기미상궁' 코너에서는 세 잔의 커피를 시음하고 모카골드·화이트골드·슈프림골드 중 어떤 제품인지 맞는 체험을 할 수 있다. 맛과 향만으로 구분하는 것이 쉽지 않아 성공 확률은 높지 않지만, 방문객들의 도전이 이어졌다. 맞는 방문객에게는 경주 명물 황남빵을 증정한다. 옆에는 미니 맷돌을 직접 돌려 원두를 갈아보는 '맷돌 그라인딩 체험', 화로불 모형 위에서 커피를 데우는 '화로불 브루잉 커피' 체험존이 마련됐다.

방문객 A(37)씨는 "평소 쉽게 접할 수 없는 맷돌에 커피원두를 갈아봤는데 커피향이 솔솔 올라와 기분이 좋았다"며 "친구와 함께 왔는데 가을 소풍을 온 것 같고, 다양한 즐길거리가 마련돼 있어 만족스럽다"고 말했다.

'맛있당'을 나와 '행복하당'으로 이어지는 잔디밭에는 셀프 촬영을 즐기는 이들로 가득했다. 맥심가옥에서 대여하는 노란 계열의 한복을 입은 방문객들은 잔디밭에 설치된 조형물을 배경삼아 촬영하기 바쁜 모습이었다. 이곳에서 찍은 사진은 '인생네컷' 콘셉트를 차용한 '한지 맥심네컷' 포토부스에서 앱을 통해 바로 출력할 수 있다. 야외 노천카페에서 선선한 가을 바람을 맞으며 맥심 커피를 즐기는 이들도 있었다.



커피 제품 맞춰보는 '기미상궁' 코너
원두 직접 갈아보는 맷돌 그라인딩 등
다양한 체험존 마련... 즐길거리 풍부
하루 약 3000명 찾는 명소로 자리잡아

맥심의 감성을 담은 제품을 직접 만들고 즐기는 DIY 체험형 공간 '행복하당'에서는 자개 키팅과 민화 부채를 만들어 볼 수 있다. 또 고종의 서재를 콘셉트로 한 '왕의 서재'에서는 독서와 붓글씨 필사를 하며 책갈피를 만들 수 있다.

일정 시간이 되면 보부상이 등장해 깜짝 이벤트를 시작한다. 정원 한켠에 마련된 '가베'에서 커피믹스 스틱 모양 옷을 던지는 윷놀이, 제기차기, 커피믹스 투호놀이에 참여해 승부에 이기면 상품을 얻을 수 있다. 현장은 전통놀이와 브랜드 체험이 결합된 색다른 재미로 방문객들의 호응을 이끌어냈다.

마지막으로 찾은 '맥심이당'에서는 맥심 브랜드의 뿌리와 국내 커피 역사를 한눈에 살펴볼 수 있다. 히스토리존에는 맥심 브랜드 탄생 배경과 변천사가 사진과 스토리보드로 전시돼 있다. 맥심가옥 한정 패키지와

각종 굿즈도 구매할 수 있다.

동서식품에 따르면 맥심가옥은 개장 초기부터 입소문을 타며 인기를 끌고 있다. 평일 하루 약 2000명, 주말에는 3000명 이상이 방문한다고. 지난해 전북 군산에서 운영된 팝업스토어 '맥심골목'이 한 달간 12만명을 끌어모은 데 이어 또 한 번 지역 명소로 자리잡는 분위기다.

동서식품 관계자는 "천년고도 경주에서 진행되는 맥심가옥은 커피 한 잔에 담긴 따뜻한 환대의 의미를 전통과 현대적 감성으로 재해석한 특별한 체험 공간"이라며 "앞마당에서 맥심 커피와 함께 일상 속 행복한 순간을 즐기시길 바란다"고 말했다.

한편, 동서식품은 2015년부터 이어져 온 맥심 팝업스토어를 통해 소비자들이 오감으로 브랜드 가치를 경험할 수 있는 체험 마케팅의 지평을 넓혀 오고 있다. 지난 2015년 제주도 '모카다방'을 시작으로, 서울 성수동 '모카책방', 부산 '모카사진관', 전주 '모카우체국', 서울 합정동 '모카라디오' 등 특색이 뚜렷한 전국 주요 공간에서 다양한 콘셉트로 브랜드 마케팅을 전개했다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

메트로 한줄뉴스



▲'명예의 전당' 故유상철 감독 아들 "아버지 사랑해주셔서 감사" /사진 뉴시스
▲정몽준 명예회장 "한국 축구, 북중미월드컵서 국민께 기쁨 주길"

▲한일장신대, KUSF대학야구 U-리그 왕중왕전 '우승'
▲'리드오프 출격' 이정후, 3타수 무안타...4경기 연속 침묵

▲세계문화유산 종묘서 담벼락 기와 훼손...경찰, 용의자 추적 중
▲'반값' 관광열차·비수도권 숙박 3만원 할인... '여행가는 가을' 캠페인