

SM C&C LETTER

2024.02 | No.172

이/번/달 줄/거/리

광고 사업 | CES 2024에 테마파크를 세운 사람들의 이야기

매니지먼트 | 아티스트 매니저의 퇴근길을 따라갑니다

여행 사업 | 출장지로 떠오르는 인도 이모저모

SM INSIDE | 사적인 설 선물

ADVERTISING



웰컴 투 원더BX랜드

트렌드가 급변하고 소비 속도는 빨라집니다. 기업, 브랜드가 격변의 시대에서 살아남기 위해 '브랜드 경험'은 선택이 아닌 필수가 됐죠. 최근 CES 2024에서 화제의 중심에 섰던 SK그룹관 'SK원더랜드'는 브랜드 경험의 정수를 보여줬습니다. 정적인 전시관에 테마파크를 세우고 관람객의 오감을 자극한, '원더(Wonder)'한 사람들의 이야기.

[+ 자세히 보기](#)

MANAGEMENT



매니저의 퇴근길

아티스트가 대중의 관심과 사랑을 받기까지 그 결에는 많은 이들의 열정과 노력이 함께합니다. '신뢰의 아이콘' 한석준을 위해 여러 방면에서 도움을 주고 있는 안예찬 매니저를 만났습니다. 그의 퇴근길에 함께해 주세요!

[+자세히 보기](#)

TRAVEL



인크레더블 인도

만화가 겸 방송인 기안84도, 산업계도 주목한 바로 그곳! 기업 출장지로 부상하고 있는 인도를 살펴봅니다. 출장 현황부터 주요 출장지, 전문가가 말하는 꿀팁까지.

[+자세히 보기](#)



사적인 설 선물

명절 선물로 현금이 최고라고요?
올해는 남들과 다른 설 선물을 준비하고 싶다면 주목하세요.
사랑하고 아끼는 마음을 눌러 담아 '나만의 선물'을 준비한
SM C&C 구성원들의 사연을 모았습니다.

[+자세히 보기](#)



2023년 4분기 우수사원

황수연(Campaign2팀) 김대근(Campaign3팀) 이소리(BX1팀) 최재원(88팀)
방수현(법인영업1팀) 이재희(항공운영1팀) 오창우(MC매니지먼트1팀)
강다연(콘텐츠기획제작팀) 최희수(회계팀) 이윤희(경영기획팀)

[+자세히 보기](#)

01

ADVERTISING

광고사업

웰컴 투 원더BX랜드



급변하는 트렌드와 빨라지는 소비 속도. 격변의 시대에 뒤편하는 기업, 그리고 브랜드가 되기 위해 '브랜드 경험'은 빼놓을 수 없는 개념입니다. SM C&C 광고사업 Unit BX그룹은 다양하고 새로운 브랜드 경험을 통해 브랜드와 소비자를 연결하고, 긴밀하게 소통할 수 있는 경험을 설계합니다. 최근 성료한 CES 2024에서는 전시 관람객들의 높은 관심을 받으며 화제가 된 SK그룹과 'SK원더랜드'를 광고주와 함께 기획하고 운영했죠. 그야말로 '원더(WONDER)'한 BX그룹의 CES TF팀의 이야기를 들어봅시다.

세계 최대 규모의 국제전자제품박람회 CES 2024가 지난 1월 막을 내렸습니다. 이번 CES 2024에는 3,500여 개의 기업이 참가해 혁신적인 기술력과 가능성을 선보였습니다. 재계 인사 및 바이어들을 포함해

13만여 명의 관람객이 CES 2024를 찾아 인산인해를 이뤘습니다.

SM C&C 광고사업 Unit BX그룹은 CES TF팀을 구성해 SK그룹 7개 계열사(SK㈜·SK이노베이션·SK하이닉스·SK텔레콤·SK E&S·SK에코플랜트·SKC) 통합관 'SK원더랜드'를 기획·제작 및 운영했습니다. SK그룹은 2030년 기준 전 세계 탄소 감축 목표량의 1%를 줄이겠다고 공표했으며, CES 2023에서 탄소 감축 로드맵을 실행하기 위한 '행동'을 주제로 전시를 선보인 바 있습니다.

이번 CES 2024에서는 기후 위기가 사라진 넷 제로(Net Zero) 세상 속에서 느낄 수 있는 '행복(Inspire Happiness)'을 주제로 전시를 꾸렸습니다. 개념적으로



▲ CES 2024 SK그룹관 SK원더랜드 현장 사진 / 출처 = CES TF팀

머물러 있던 기술을 오감으로 느끼고 체험할 수 있도록 했으며, 기간 내 6만여 명의 관람객을 끌어모았습니다. 전년 대비 두 배 이상 늘어난 수치죠.

SM C&C가 SK그룹과 CES를 준비한 것은 2020년 이후 두 번째입니다. ‘CES 경력직’으로서의 노하우에 파격을 더해 전무후무한 결과물을 내놨습니다. 560평 규모의 테마파크 콘셉트 SK원더랜드를 구현한 것인데요. SK 원더랜드에는 ▲지름 6미터의 대형 구체 LED ‘원더 글로브(Wonder Globe)’ ▲수소연료전지로 운행되는 기차를 탈 수 있는 ‘트레인 어드벤처(Train Adventure)’ ▲도심항공교통을 직접 탑승하고 탄소 감축과 AI 솔루션을 영상으로 관람할 수 있는 ‘매직 카펫(Magic Carpet)’ 등 7개의 획기적인 어트랙션이 세워졌습니다.

특히 원더 글로브는 CES 2024의 ‘포토 스폿’으로 입소문이 나며 인기를 끌었습니다. 인증 사진을 찍기 위한 관람객의 행렬이 끊이지 않았죠. CES 2024가 열린 미국 라스베이거스의 랜드마크 스피어(Sphere)를 연상

케 하는 커다란 구체로, SK그룹의 주제 영상 등을 상영했습니다. 관람객들은 구체의 화면이 바뀔 때마다 이를 놓치지 않기 위해 연신 카메라 셔터를 눌렀습니다.

“

SK원더랜드 중심에서 ‘탄소 감축에 따른 행복’이라는 SK그룹의 메시지를 유쾌한 방식으로 보여주고 싶었습니다. 그 때문에 초기 제안서부터 비중 있게 다뤘던 어트랙션이었는데, 광고주 역시 뜻을 함께한 덕분에 CES 2024에서 선보일 수 있었습니다. 다만 기술적 오류가 없도록 완벽한 준비가 필요했습니다. 광고주 및 여러 협력사와 정교화 작업을 걸쳤고, 중국 공장에서 본격 제작했습니다. 제작 중에도 현지 공장을 여러 번 오가며 완성체에 도달하기까지 직접 확인했죠. 다양한 시뮬레이션을 적용한 후에 SK원더랜드에 세울 수 있었습니다.

브랜드 경험(Brand Experience, BX)이란 브랜드와 관련된 모든 경험을 의미합니다. 제품이나 서비스를 사용하고 구매하는 것뿐 아니라, 브랜드의 이미지나 가

치관, 브랜드와의 상호작용 등을 포함하는 말이지. 브랜드와 관련된 특정한 감정과 인상, 지각 등을 통해 소비자가 브랜드와 소통하는 모든 과정을 통칭합니다.



▲ CES 2024 SK그룹관 SK원더랜드 현장 사진 / 출처 = CES TF팀

탄소 감축, AI 솔루션 등 다소 어려울 수 있는 소재를 테마파크 어트랙션으로 구성한 것은 브랜드 경험 측면에서 자타공인 성공적인 사례가 됐습니다. 이곳을 찾

은 관람객들은 넷제로 세상이 가져올 행복을 쉽고 재미있는 방식으로 체험할 수 있었죠.

“

탄소를 감축하겠다는 SK그룹의 선언을 전시해야 했습니다. 사진을 찍고 싶을 만큼 기억에 남는 전시를 만들자는데 광고주와 저희의 의견이 모아졌고 그 결과로 SK원더랜드가 탄생했죠. 고대역폭메모리반도체(HBM), 전기차 배터리, 도심항공교통(UAM), 첨단소재, 수소생태계, 소형모듈원자로(SMR) 등 SK그룹 7개 계열사의 기술을 접목해 어트랙션을 개발하고, 그것을 명확하게 보여줄 수 있는 시나리오를 만들었습니다. 기획부터 실행까지 약 반년이 넘는 시간 동안 광고주와 함께 고민하며 흘린 땀이, 뜨거운 반응으로 보상을 받은 것 같아 행복합니다.

SMterview



▲ (1열 왼쪽부터 시계 방향) 이송재 BX 그룹장, 유하나, 박은혜 이소리, 이기주 팀장, 김경태, 정새람, 권보미

안녕하세요. 본인 소개 부탁드립니다.

이기주 안녕하세요. 이번 CES 2024 총괄팀장 이기주입니다.

김경태 PM으로 참여한 김경태입니다.

정새람 부 PM으로 참여했고, 운영 전반을 담당했습니다.

유하나 새람 국장님과 운영 업무를 진행했습니다.

권보미 박은혜 이소리 어트랙션 콘텐츠 기획 제작 및 운영을 담당했습니다.

CES 2024를 성공적으로 마친 소감이 궁금합니다.

이기주 CES는 전시 산업의 꽃이라고 불립니다. CES를 잘 마치면 앞으로 모든 솔루션을 만들어낼 수 있다는 우스갯소리가 있을 정도죠. 그런 대규모 프로젝트를 잘 끝낼 수 있어 영광스럽습니다.

이소리 저는 처음으로 CES에 참여하게 됐습니다. CES는 이 업계 종사하는 약 8년간 늘 해보고 싶은 프로젝트였죠. 특히 기존 CES가 갖는 전형적인 이미지가 있는데, 완전히 다른 시도를 할 수 있었다는 사실이 뿌듯하고 기쁩니다. 그 때문에 프로젝트를 잘 마친 지금은 개인적인 성취감이 아주 높죠.

유하나 저도 첫 참여였습니다. 게다가 코로나 팬데믹으로 한동안 끊겼던 해외 행사를 오랜만에 하게 됐죠. 지난해 5월경부터 꼬박 반년 이상의 시간과 노력을 쏟았습니다. 많은 인력이 전력 투입해 기획부터 실행까지 끌어냈죠. 힘들었던 나날보다 성공적으로 끝냈다는 기쁨이 더 크네요!

정세람 저는 두 번째 참여인데, 올해는 특히 만족도가 높습니다. CES TF팀과 광고주, 여러 협력사가 한마음으로 뭉친 덕분에 합이 좋았거든요. 처음 SK원더랜드를 제안했을 때는 주변에서 ‘쪽박 아니면 대박’이라고 했습니다. 결국 대박이 났죠.



CES 2024에 테마파크라니! 파격적인 콘셉트를 어떻게 기획하게 됐나요?

이기주 CES에 참여하는 기업들은 보통 제품을 전시합니다. SK그룹은 달랐습니다. 탄소를 감축하겠다는 선언을 보여줘야 했으니까요. 이러한 ‘개념 전시’의 경우 사람들의 기억에 남는 것이 중요합니다. 그것을 실행할 ‘키’를 찾기 위해 광고주를 끊임없이 인터뷰했습니다. 덕분에 ‘놀이처럼 즐길 수 있는 전시’라는 소스를 발굴할 수 있었죠. 이것들을 고민해 테마파크라는 콘셉트를 떠올렸습니다.

김경태 광고주도 뜻을 함께하고 적극적으로 믿어줬습니다. 아이디어도 굉장히 많이 오갔고요. 하지만 문제는 그 이후였죠. 대관람차를 넣어야 할지, 바이킹을 넣어야 할지... 세부적인 부분을 조율할수록 이견도 많았습니다.

정세람 독특한 콘셉트만을 부각할 수도 없었습니다. 그 안에 SK그룹의 기술과 메시지를 어떻게 녹일지가 중요했으니까요. 따라서 기획 단계에서부터 현장 시나리오까지 고려하며 공을 정말 많이 들였습니다.

어려운 점이 많았을 것 같습니다.

박은혜 레퍼런스가 전혀 없는 상태에서 무언가를 창조해 내는 것 자체가 어려움의 연속이었던 것 같아요.

권보미 맞아요. 게다가 추상적인 개념을 구체화해야 했으니까요. (개념과) 기술이 접목된 전시다 보니 다각도의 검증도 필요했죠.

김경태 기획을 넘어서면 제작 단계에서 새로운 문제에 부딪히곤 했습니다. 전시 전 소비자기술협회(CTA)를 통해 구조물 등을 검토받아야 하는데 쉽지 않았거든요. 덕분에 미국으로 여러 번 날아(?)갔습니다. CTA에 우리의 설치 계획을 설명하고 안전성 등을 증명하면서 문제를 타개해 나갔죠.

이기주 그렇게 무식하고 용감하게 싸웠습니다.

결국 뜨거운 반응을 끌어냈습니다. 현장에서 가장 인기가 좋았던 어트랙션은 무엇이었나요?

권보미 트레인 어드벤처요. 길이 15m의 기차로, SK E&S의 수소연료전지 젠드라이브를 에너지원으로 운행됐습니다. 기차를 타고 터널로 들어가면 SK그룹이 구축하고 있는 수소 생태계를 한눈에 관람할 수 있었죠.

박은혜 매직 카펫도요. 탄소 배출 없이 운행 가능한 도심항공교통을 체험할 수 있는 어트랙션이죠. AI 반도체 사피온의 성능과 기체에 장착된 센서 데이터를 정확하게 분석, 비행 중 위험 요소를 제거한 것인데요. 2025년 국내 상용화를 목표로 하는 도심항공교통을

형상화한 것이라 주목을 받았습니다. 현장에서 대기 줄이 가장 길기도 했구요.

이소리 저는 원더 글로브의 인기가 가장 좋았다고 생각합니다. SK그룹이 만들어 나가는 행복하고 깨끗한 미래를 감성적 영상으로 선보여 이목을 집중시켰죠. CES 2024를 방문한 관람객들 대부분이 원더 글로브를 카메라에 담기 위해 몰려들었어요. 외신에서도 SK 그룹관은 꼭 들러 비중 있게 다루는 등 정말 많이 노출됐구요.

김경태 저는 사실 어트랙션 자체도 좋았지만, 그것들을 유기적으로 운영해 나가는 일에 모두 애를 많이 썼다는 점을 말씀드리고 싶습니다. 기술을 시전하는 자리인 만큼 원활한 현장 운영이 무엇보다 중요했거든요.



그렇죠. 관람객이 많이 몰린 만큼 신경 써야 하는 일도 많았을 것 같습니다.

유하나 개막부터 10분 단위로 VIP 방문 예약이 가득 차 있었습니다. 예약 시간보다 조금 늦거나 빨리 오시는 경우가 생기기 때문에 현장에서의 유연한 대처가 필수적이었죠. 특히, 모든 어트랙션이 차례대로 끊임없이 재생돼야 했기 때문에 모두가 신경을 곤두세우고 있었습니다.

정새람 정적인 다른 전시관과 달리, 저희는 실시간으로 각 어트랙션을 재생해야 했습니다. 누구도 자리를 비우지 않고(못하고) 각자의 임무를 수행했습니다. 식사는커녕 화장실도 제때 가지 못할 만큼 현장의 호응이 좋았죠.

박은혜 기술을 선보이는 자리인 만큼, VIP에게 전시 내용을 소개하는데 많은 시간을 할애하게 되는데요. 저희는 VIP뿐 아니라 일반 관람객들도 최대한 많이 체험하시길 바랍니다. 그 때문에 현장에서 VIP와 일반 관람객들의 참여 시간을 적절히 배분하고 대기 시간이 너무 길어지지 않도록 조율하는 것도 중요했습니다.



CES 2024이 폐막했습니다. 기분이 궁금합니다.

김경태 사실 개막 초부터 모객에 성공했다는 것을 직감했습니다. 하지만 폐막 순간까지 긴장을 늦출 수가 없었습니다. 안전이나 기술 사고는 언제든 발생할 수 있으니까요. 그렇게 모두가 예민하고 기민하게 일에만 집중하다가, 폐막 후에야 긴장이 풀리더라고요. 광고주와도 그제야 ‘고생했다’, ‘잘했다’라는 대화를 나눴습니다.

이기주 김경태 PM이 광고주 담당자랑 부둥켜안고 우는 걸 봤습니다.

유하나 팀장님도 우셨잖아요. 솔직히 저희 다 울었어요.

듣는 저도 울컥하는데요. 이런 크리에이티브를 위해 어떠한 노력을 하는지도 궁금합니다. 평소에 영감을 얻는 방법이 있나요?

이소리 이기주 팀장님이 늘 ‘남의 것을 자주 봐야 한다’라고 말씀해 주세요. 주말에 가볼 만한 전시를 추천해 주시기도 하고요. 사옥이 성수동에 자리 잡고 있어 점심시간에 주변 팝업 스토어 구경도 자주 다녀요.

이기주 누군가는 ‘요새 유튜브 콘텐츠도 많으니, 그걸 봐도 되지 않냐’라고 묻더라고요. 하지만 오프라인 행사는 눈으로 직접 보고 현장의 공기를 느끼는 것이 중요합니다. 경험이 누적돼야만 필요한 순간 튀어나오니까요. 그동안 많은 것을 보고 느끼고 배운 덕분에 이번 CES 2024 SK그룹관과 같은 성공이 있었습니다. 또 다른 성공적인 프로젝트를 만들기 위해서 회사 차원의 적극적인 지원을 기대해 봐도 되겠죠?

일동 기대합니다!



BX 업무를 하며 있어 가장 중요한 것은 무엇이라고 생각하나요?

박은혜 저는 엉덩이 힘이 중요한 것 같아요. 하나의 프로젝트를 위해 정말 많은 결정을 해야 합니다. 최선의 결과가 나올 때까지 발굴을 멈추지 않는 인내가 필요할 것 같습니다.

이소리 커뮤니케이션 능력도 중요하죠. BX 업무는 혼자 할 수 없습니다. 광고주부터 함께 일하는 팀원들, 수많은 협력사 등과 원활하게 커뮤니케이션을 할 수 있을 때 좋은 결과를 낼 수 있다고 생각합니다.

권보미 시야를 넓히는 것도 중요한 요소인 것 같습니다. 내가 속한 분야만 공부해서 되는 게 아니더라고요. 예술이나 기술 등과 접목하는 경우가 많으니까요.

BX 업무를 한 문장 혹은 한 단어로 소개해 주세요.

권보미 희생. 하나의 프로젝트를 위해 정말 많은 시간과 노력을 투자해야 하니까요. 그런 의미에서 희생이라는 단어로 표현하고 싶습니다.

박은혜 엔터테인먼트! BX 업무의 가장 큰 목적은 즐거움을 주는 것이니까요.

이기주 BX는 어쩌면 복싱(Boxing)의 줄임말인지도 모르겠습니다. 일단 링 위에 올라가면 멧집 있게 버텨야 하고, 필요한 순간에는 주먹을 뺨을 줄 알아야 하죠.

이소리 BX는... 원더랜드죠. 아주 놀라운 일입니다.

끝으로 더 하고 싶은 말이 있나요?

이기주 BX 업무만 25년 차입니다. 그간의 경력을 통틀어 이렇게 팀워크가 잘 맞는 팀을 처음 만납니다. 처음 시작할 때는 두려움도 있었지만, 그것을 모두 없애 준 것이 우리 팀원들의 열정과 능력이었습니다. 몇 주간 라스베이거스에서 지지고 볶다가 한국에 돌아왔는데, 떨어지자마자 보고 싶더라고요.

권보미 수요 없는 공급 아닙니까? 하하!

상상이 현실이 되는 곳, 두바이



글. 법인영업팀 방수현

비좁은 기차에서 인도 사람들과 몸을 부대끼며 입에 맞지도 않는 음식을 먹습니다. 인도 최대 그룹 모디의 창립자를 만나서는 그가 소유한 리조트 수준의 저택에 입을 다물지 못하죠. 만화가 겸 방송인 기안84가 MBC <태어난 김에 세계일주 시즌2>에서 보여준 인도 여행에 많은 사람들이 열광했습니다.

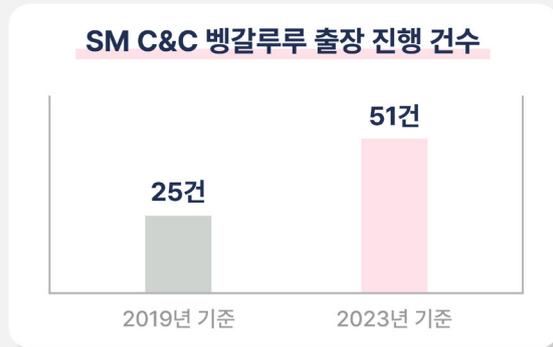
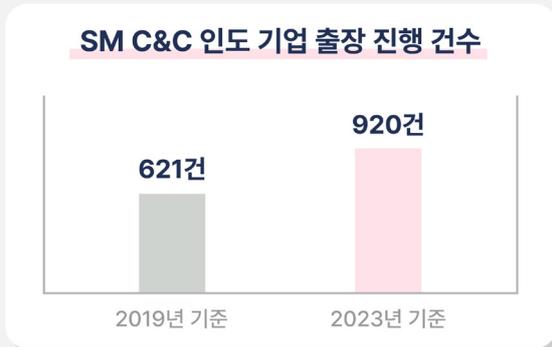
인도는 산업계에서도 주목하고 있는 나라입니다. 젊은 노동력을 보유한 데다가 경제 규모도 커 높은 경제 성장성이 기대되죠. 덕분에 인도 시장에 진출하는 국내 기업들이 많아지고 있습니다. 오늘은, 기업 출장 서비스 등을 제공하는 SM C&C 여행사업Unit 법인영업팀에서 '포스트 차이나', '세계의 공장'으로 불리며 기업 출장지로 떠오르는 인도를 소개합니다.

'인구 대국' 인도 경제 비상… 출장도 증가

인도 경제가 비상하고 있습니다. 인도의 인구는 약 14억 4,171만 명에 달합니다. 지난해 중국(약 14억 2,517만 명)을 제치고 세계 1위에 올랐습니다. 중국 인구가 2021년 이후 지속해서 감소하는 반면, 인도 인구는 꾸준히 증가하고 있어 향후 경제 성장력 및 소비력은 더욱 높아질 전망입니다. 국제통화기구(IMF)는 올해 인도 경제가 6.3%가량 성장할 것으로 내다봤죠.

인도는 일찍부터 저렴한 인건비 등을 기반으로 세계 제조의 거점으로 부상했습니다. 친기업 정책을 통해 외국 기업 투자 환경을 개선하며 문턱을 낮췄죠. 가장 빠르게 성장하는 시장으로 주목받는 만큼, 인도로 향

(단위: 건)



출처 = SM C&C 여행사업Unit

하는 기업 및 출장자도 빠른 속도로 증가하고 있습니다. 코로나 팬데믹 이후 2023년부터 본격적으로 인도 출장 및 방문이 재개됐는데, 코로나 팬데믹 전보다 약 1.5배 늘어난 수준입니다. (2024년 1월 기준)

델리, 뭄바이, 벵갈루루까지... 주요 출장지는?

주요 출장 지역으로는 ▲뉴델리를 포함해 인도의 수도권 지역 델리 ▲인도 최대 도시이자 경제 중심지 뭄바이 ▲정보통신(IT) 산업의 중심지 벵갈루루 등입니다.

먼저 델리는 역사적으로 여러 왕조가 거점으로 삼았을 만큼 지리적으로 중요한 도시이자, 현재 인도의 정치, 상업, 문화, 교통의 중심지입니다. 국내 주요 기업들이 가장 먼저 주목한 도시로, 약 170개 다양한 업종의 국내 기업이 진출해 있습니다.

뭄바이는 전통적으로 아라비아해 무역의 중심지로, 활발한 상업이 이루어지는 도시입니다. 수많은 인도 대기업이 거점을 두고 있으며 주요 은행과 증권거래소도 자리한 금융 도시이기도 하죠. 인도 내 소비 1위를 자랑하며 '경제의 사령탑'으로 통하기도 합니다.

델리, 뭄바이에 비해 낯선 도시인 벵갈루루도 소개합니다. 인도 남부에 위치한 도시로, 현시점에서 인도 내 가장 빠른 발전을 이루고 있는 곳입니다. 글로벌 정보통신 기업이 밀집한 인도의 하이테크 산업의 중심지이며 '인도의 실리콘 밸리'라고도 불립니다.



▲ 델리, 뭄바이, 벵갈루루 내 관광지
출처 = 인도정부관광청

비자부터 관광 서비스까지... 인도 출장은 전문가와

SM C&C는 고객사의 인도 출장 수요 증대에 따라 서비스를 확대하고 있습니다. 우선 SM C&C를 통해 항공 발권 시 간편한 비자 발급이 가능합니다. 출장자의 국적 및 체류 기간 등을 사전에 확인하고 필요한 비자를

안내하는 것은 물론, 서류 구비 등 대행 서비스를 제공합니다.

별도 요청 시 현지 차량 및 가이드부터 투어 일정까지 구성, 맞춤형 서비스도 제공합니다. 특히 델리, 뭄바이

등 주요 출장지 외에도 콜카타, 아메다바드, 하이데라바드 등 현지 인프라가 비교적 미흡한 지역에서의 서비스도 SM C&C 현지 파트너사를 통해 안전하게 진행합니다.

인도 출장 시 알아두면 좋은 꿀팁

스마트폰을 활용한 결제



인도에는 스마트폰 결제가 활성화돼 있습니다. 방문 전 페이티엠(Paytm) 등 디지털 결제 앱을 설치하고 인증하면, 현지인처럼 QR코드를 통해 현금 없이 결제가 가능합니다.

인도 비자 신청



인도 여행 시 비자 발급은 필수입니다. 인터넷으로 사전에 신청하는 전자 비자 (E-VISA)와 인도 입국 공항에서 신청하는 도착 비자 중 방문 목적에 맞는 비자를 소지해야 합니다.

일부 지역 출입 자제



인도의 스리나가르와 카슈미르 지역은 현재까지도 파키스탄과 분쟁 중입니다. 출입을 삼가야 하는 위험 지역을 미리 숙지해야 합니다.

위생 신경



인도에는 손으로 음식을 집어 먹는 문화가 발달해 있습니다. 따라서 식사 전에 손을 깨끗하게 씻는 등 개인 위생에 신경 써야 합니다. 또 인도의 물에는 미생물이 많아 복통 및 설사를 일으킬 가능성이 높으므로, 정화제를 사용한 식수 등을 섭취해야 합니다.

머리를 중요하게 생각하는 인도인



인도 사람들은 신체의 일부인 머리를 신이 머무르는 신성한 곳이라고 생각합니다. 그렇기 때문에 아이들의 머리를 쓰다듬는 행위나 머리를 긁적이는 행동 등을 조심해야 합니다.

약수는 오른손으로



손으로 음식을 먹는 인도 사람들은 오른손을 깨끗한 손으로, 왼손을 불결한 손으로 인식합니다. 약수를 청하거나 명함을 건넬 때는 왼손이 아닌 오른손을 사용해야 합니다.

‘끄덕’ 아니고 ‘까닥’



인도는 우리나라와 달리 고개를 양옆으로 까닥 흔드는 것으로 긍정을 표현합니다. 자칫 가웃거리는 것으로 오해할 수 있어 미리 알아두면 좋습니다.

몬순 (Monsoon) 시기



인도의 우기를 뜻하는 몬순은 6월경부터 9월까지입니다. 이 시기에 연간 강수량의 80%가 집중되며 집중호우도 잦은 편이라 출장 시 안전에 유의해야 합니다.

출입국 관련 안내사항



방역 절차가 대폭 완화돼 코로나 음성 확인서 등을 제출할 필요가 없습니다. 다만, 인도에 도착하는 모든 국제선 승객의 2%에 대한 코로나 검사는 현재까지도 계속 시행합니다. (2024년 1월 기준)

지난 호 다시 보기

새해 된 김에 스엠일주

COVER STORY

[신년 특집] 새해 된 김에 스엠일주

[+ 자세히 보기](#)



SM C&C LETTER 구독을 원하시면 [\[구독하기\]](#)를 눌러주시고
더 이상 수신을 원치 않으시면 [\[여기\]](#)를 클릭해 주세요.

주소 : 서울특별시 성동구 왕십리로 83-21 12층-14층 | 발행인 : 남궁철
© SM Culture&Contents, All rights reserved.

 PDF 다운받기

