

AYUMM

SPECIAL EDITION
VOL.01



THE FIRST & ONLY SEASIDE RESORT

WWW.AYUMM.COM
INFORMATION : 02-516-7744

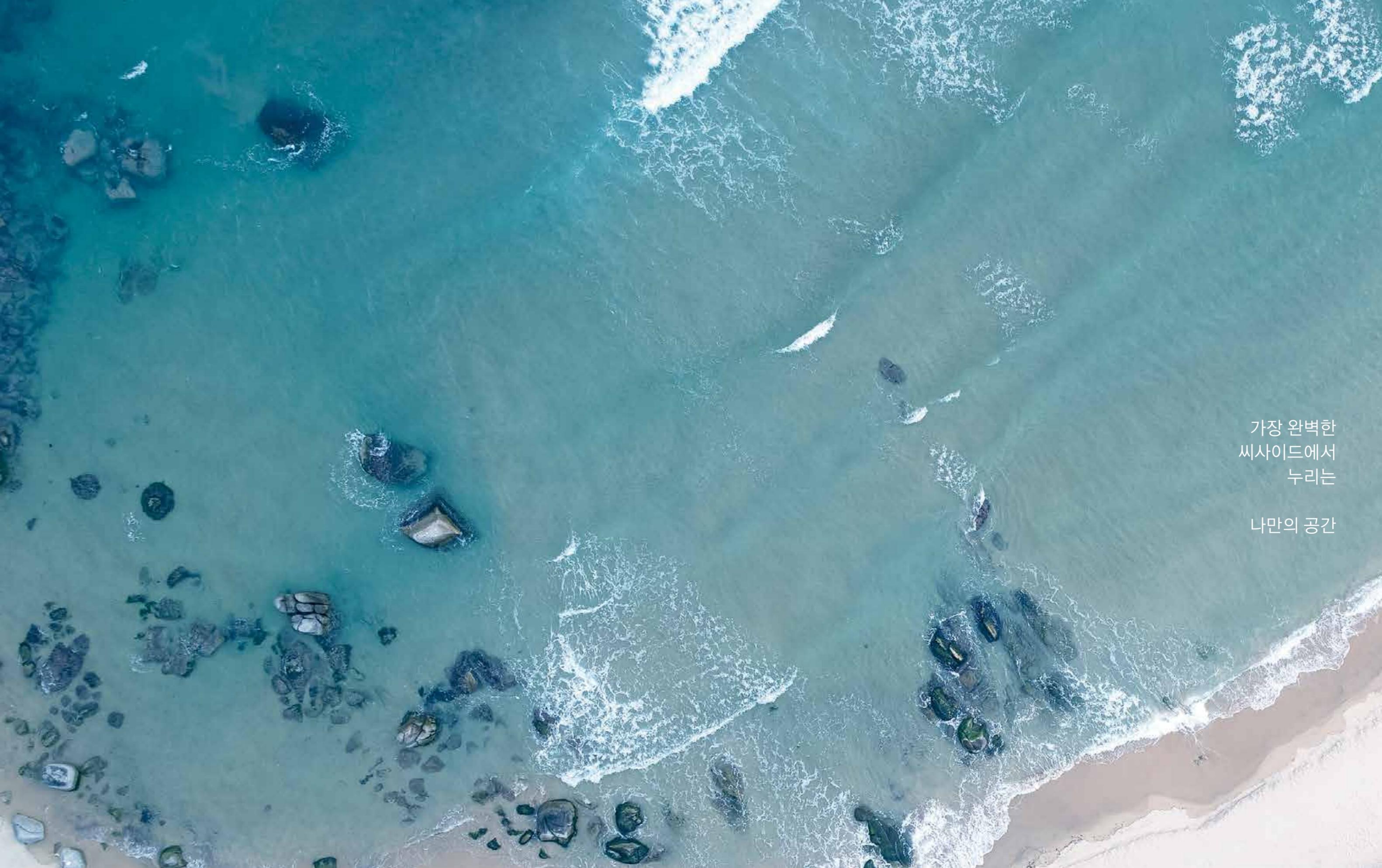


지금까지
누구의 손길도
달지 않은
처음의 바다

THE ONLY SEASIDE RESORT

지금까지
누구의 손길도
닿지 않은

처음의 바다



가장 완벽한
씨사이드에서
누리는

나만의 공간



세계적 디자이너들이 개발하는
프리미엄 씨사이드 리조트

UPCOMING AYUMM

PHOTO: SEONG JIN MOON, GETTY IMAGES KOREA

AYUMM

SPECIAL EDITION
VOL.01

CONTENTS

[AYUMM] MAGAZINE

PUBLISHER : YONG JAE LEE
PUBLISHED BY : AYUMM 6F 456, DOSANDAE-RO,
GANGNAM-GU, SEOUL, REPUBLIC OF KOREA
HOMEPAGE : WWW.AYUMM.COM
INFORMATION : 02-516-7744

0 1 PROLOGUE
UPCOMING AYUMM

세계적 디자이너들이 개발하는
프리미엄 씨사이드 리조트 AYUMM을 기다리며.

1 0 SPECIAL THEME
THE FIRST SEASIDE

왜 씨사이드 리조트인가에 대한 현답.
가장 씨사이드다운 씨사이드에서 누릴 수 있는
라이프스타일에 대해 이야기한다.

2 2 THE DESIGNERS
**VICE PRESIDENT & PROJECT MANAGER
LARRY VAN OOYEN**

지난 35년간 전 세계 럭셔리 리조트와 호텔의 개발을
이끌어온 그가 오랜 기다림 끝에 시작한
AYUMM 프로젝트에 대한 포부를 밝히다.

2 6 ARCHITECT & INTERIOR DESIGNER
THIERRY JANSSENS

건축과 디자인의 총체적 공동 작업을 통해
비스포크 개념을 이끌어낼 수 있다는 티에리 안센.
공감의 감각 구현을 통한 차별화를 말하다.

3 2 MAIN ARCHITECT
KICHUL LEE

요즘 한국에서 가장 주목받는 젊은 건축가인
이기철 소장. 개인을 배려한 커스터마이징 공간.
그리고 전망이 주는 쾌락을 꿈꾼다.



3 6 PREVIEW
FOR YOUR OWN SEA

지금까지 없었던 차별화된 콘셉트로
진정한 씨사이드 리조트로서의 면모를 보여줄
AYUMM의 미래. 자연을 품은 건축, 새로운 뷰의 발견,
컨템퍼러리의 추구, 진정한 휴식의 공간이라는
4가지 방향성을 기준으로
최고의 럭셔리한 경험을 선사할 예정이다.

4 6 AYUMM'S PRIVILEGE LIFE
**PLACE TO PAUSE
PLACE TO PLAY**

바다의 매력은 무궁무진하다.
가족끼리, 연인끼리, 그리고 나만의 시간을 위해...
프라이빗 비치에서 누리는 우리들의 완벽한 하루.

5 6 PRIVATE REPORT
오직 당신만을 위한 프라이빗 클럽

개인의 취향과 품격을 존중하고 섬세한 서비스를 제공하는
전 세계 6곳의 프라이빗 클럽들을 살펴봄
AYUMM이 제공할 멤버십 서비스의 의미를 짚어본다.

6 2 TRAVEL TO NEW SPACE
의기양양, 양양은 여행의 미래다

연암 박지원의 찬사를 받았고, 지금은 전 세계가 주목하는
최고의 씨사이드 리조트가 들어설 여행자의 땅. 새로운
양양에서 발견한 핫 트렌드와 앞으로 주목해야 할 미래가치.

7 0 WORLD BEST PLACE
상위 1% 뉴요커의 바다 휴양지, 햄튼

세계적인 럭셔리 타운은 씨사이드 라이프와
밀접한 관계를 갖고 있다. 뉴요커들의 사랑을 한 몸에 받는
미국 동부의 햄튼에 가면 일상도 휴양이 된다.

7 4 ART GALLERY
ATTRACTIVE LIFE

사교계 인사, 제트족의 활기차고 호화로운 일상을 담은
미국의 사진가 슬림 애런즈(Slim Aarons).
그의 빈티지한 아트 피스로 읽어보는 '오래된 미래'.

8 0 EPILOGUE
세상에 없던 프리미엄 씨사이드 리조트를 꿈꾸는 AYUMM.
세계적인 디자이너들이 창조하는
프라이빗 리조트의 또 다른 이야기를 기억하며.

THE CONTENTS OF AYUMM: SEASIDE & DESIGNERS

세계 최고의
디자이너들이 개발하는
단 하나의
씨사이드 리조트

천혜의 자연환경과 뛰어난 접근성을 갖춘
국내 유일의 씨사이드.
수많은 세계적 리조트들을 개발해온
각 분야 디자이너들이
AYUMM을 최고의 작품으로 이끕니다.

10

SPECIAL THEME

대한민국 단 한 곳의 씨사이드

THE FIRST SEASIDE

AYUMM의 실제 부지 모습.



왜 씨사이드 리조트인가?

세계 최고의 리조트는 씨사이드에 위치한다

휴양지의 가치는 그곳이 자연 그대로의 모습을 간직한 청정 지역인지, 도시와는 다른 뷰와 라이프스타일을 즐길 수 있는지, 쾌적하면서도 편안한 시설과 분위기를 제공하는지 등의 조건에 따라 결정된다. 그중에서도 바다에 인접한 씨사이드는 그 지리적 특성과 매력으로 여러 럭셔리 리조트 브랜드와 세계적 부호들로부터 꾸준한 사랑을 받고 있다.

끝없이 펼쳐진 수평선은 시야의 해방감과 쾌감을 동시에 선사하고, 드넓은 백사장과 어우러진 바다는 온몸으로 자연을 느끼고 경험하기에 더할 나위 없다. 파도가 심 없이 넘나들며 스스로를 정화하는 바다의 생명력은 날마다 새로운 풍경과 발견의 기쁨을 제공하고, 지친 몸과 마음에 새로운 에너지를 부여한다. 외부의 시선과 단절되어 프라이버시를 보호받을 수 있다는 점 또한 씨사이드의 빼놓을 수 없는 장점이다.

오직 바다에서만 누릴 수 있는 라이프스타일

씨사이드 리조트의 또 다른 매력은 오직 이곳에서만 누릴 수 있는 라이프스타일에 있다. 해염을 치거나 스노클링을 하며 바닷속을 탐험하고, 파도를 타며 서핑하는 등의 일상은 바다가 아닌 다른 어떤 곳에서도 경험할 수 없다. 이뿐인가? 도시의 소음과 빛, 미세먼지 등 유해 환경에서 벗어나 상쾌한 공기, 청량한 파도 소리와 함께하는 여행의 모든 순간은 오감을 자극하는 동시에 새로운 영감을 주기에 충분하다. 바다를 즐기는 사람들의 표정은 한결같다. 예상치 못한 큰 파도에 놀라기보다 즐거워하고, 낯선 생명체의 모습에 두려움보다 경외감을 느낀다. 언제나 넓은 품으로 사람을 감싸 안는 바다처럼, 누구나 있는 그대로의 바다를 받아들일 수 있는 환경. 이것이 바로 AYUMMI가 추구하는 진정한 씨사이드 라이프다.

▲ 세계적 씨사이드 리조트로 손꼽히는
다타이 랑카위(Datai Langkawi).



지금까지의 씨사이드는 씨사이드가 아니다

보고 즐길 수 있어야 씨사이드다

리조트의 특성을 표현하는 데 있어 '씨사이드'는 매우 중요한 의미를 갖는다. 천혜의 바다 풍경을 온전히 감상할 수 있는 곳이라는 의미와 더불어 바다와 리조트 내부를 자유롭게 오가며 다양한 액티비티와 서비스를 누릴 수 있는 곳이라는 정보를 고객에게 전달하기 때문이다.

하지만 우리나라에서 씨사이드 리조트임을 자처하는 곳들 중 이 두 가지 장점을 모두 누릴 수 있는 곳은 얼마나 될까? 저마다의 방법으로 오션 뷰를 확보한 곳은 많지만, 바다로의 접근이 불가능하거나 위험 요소가 존재하는 곳이 대부분이다. 리조트 시설과 해변이 자동차가 지나다니는 도로로 가로막혀 있거나, 바다와 단절된 높은 지대에 위치해 풍경을 감상하는 것만으로 만족해야 하는 곳도 있다. 뛰어들이 못하는 바다를 앞에 두고, 눈으로만 감상할 수밖에 없는 곳을 씨사이드 리조트라 홍보하기도 한다.

바다와 교감할 수 있어야 한다

바다는 최소한의 보호 장비에만 의지한 채, 온몸으로 경험하고 즐기는 대상이다. 그렇기에 씨사이드 리조트는 고객이 바다와 교감할 수 있는 최상의 조건을 제공해야 한다. 이용의 편의성과 더불어 언제라도 안심하고 바다에 뛰어 들 수 있는, 안전성까지 확보해야 하는 것이다. 이를 위해선 무엇보다 리조트 주변에 대규모 산업단지나 원전 같은 잠재적 위험 요소가 존재하지 않아야 하고, 지나치게 대중화되어 수많은 인파로 북적이는 곳에 위치해서도 안 된다. 타인에게 떠밀리고 불편해지는 상황에서는 자연과의 진정한 교감을 경험할 수 없기 때문이다.

여행 인구가 늘어나고 라이프스타일의 수준이 높아지면서 우리나라 리조트 시장도 급성장하고 있다. 하지만 이들 중 해외 유명 리조트에 견줄 만큼 씨사이드의 본질에 충실한 곳이 얼마나 되는지 다시 한번 생각해볼 때다. 언제라도 완벽한 자연을 경험할 수 있고 편안하게 쉴 수 있는 바다, 지금 우리에게 가장 씨사이드다운 씨사이드가 필요하다.



바다의 모든 즐거움, AYUMM

보고, 느끼고, 뛰어 들 수 있는 처음의 바다

지금까지 누구의 손길도 닿지 않은 천혜의 자연환경, 그리고 샌디 비치(Sandy Beach)가 펼쳐진 2km의 프라이빗 해변. AYUMM의 부지가 갖춘 두 가지 경쟁력이다. 오랫동안 도립공원으로 지정되어 인근의 낙산이나 속초 등과 달리 그간 어떤 개발도 이루어지지 않았고, 인공물도 존재하지 않는 이곳은 그만큼 큰 잠재력을 품고 있다. 목적에 따라 어떤 모습으로든 변화가 가능하고, 사람이 누릴 수 있는 자원 역시 무궁무진하다.

동해 특유의 짙고 푸른 바다 빛깔, 크고 작은 파도와 바위, 그리고 울창한 해송이 어우러져 더욱 아름다운 해변은 지금까지 우리나라에서 쉽게 경험할 수 없는 환경이기에 더욱 가치 있다. 씨사이드라 하더라도 도로와 단절되어 있거나 바다와 직접 닿지 않아 조망만 가능한 대부분의 부지와 달리, AYUMM에서는 리조트와 샌디 비치를 자유롭게 오가며 다양한 활동을 즐길 수 있다.

서울 강남에서 90분, 뛰어난 접근성과 편의성

2017년 서울-양양고속도로의 개통으로 양양이 더욱 가까워졌다. 서울 강남에서 90분이면 도착할 수 있게 된 것. 더군다나 AYUMM의 부지는 양양IC에서 차로 10분 거리에 위치해 있어 접근성 면에서 최고의 조건을 자랑한다. 단순히 이동 시간만 줄어든 것이 아니다. 양양으로 향하는 길, 가파른 산세와 높은 하늘이 어우러져 만들어낸 멋진 풍경은 도시의 모습과 극명하게 차별화되며 여행의 설렘과 환상을 심어주기에 충분하다.

여행에 있어 높은 접근성이 주는 혜택은 적지 않다. 첫째, 여행과 휴식이 필요할 때 언제라도 부담 없이 떠날 수 있으며 둘째, 이동 시간이 짧아 여행지를 누릴 시간적 여유가 충분히 확보된다. 셋째, 이동에 소요되는 비용 및 체력적 부담이 적다는 것 또한 빼놓을 수 없는 장점이다. 멀지 않은 곳에서 즐기는 완벽한 자연, AYUMM에선 이 모든 것을 누릴 수 있다.

▲ 2km에 달하는 프라이빗 해변이 펼쳐진 AYUMM의 실제 부지 모습.

사계절 미세먼지 걱정 없는 청정 지역

최근 미세먼지와 황사 등으로 대기 환경이 악화됨에 따라 입지의 가치를 결정하는 주요 요소로 떠오르는 것 중 하나가 바로 '공기의 질'이다. 한국의 미세먼지 농도는 OECD 국가 중 가장 높은 수준으로, 그 수치가 OECD 평균의 2배에 달할 만큼 위험한 상황이다.

AYUMM이 위치한 양양은 한국에서 가장 공기가 깨끗한 지역으로도 잘 알려져 있다. 높이 솟은 설악산과 태백산맥이 서쪽에서 날아오는 미세먼지를 병풍처럼 막아주고, 동해에서 부는 바람이 이를 다시 분산시키는 덕분이다. 뛰어난 기후 여건은 양양의 또 다른 장점이다. 여름철(7~8월) 평균 기온은 23~25℃, 겨울철(12~1월) 평균 기온은 0.7~0.8℃로 한여름에는 해수욕, 가을철에는 서핑, 겨울에는 온화한 바다를 즐기기에 적합하다. 사계절이 뚜렷한 우리나라에서 '바다=여름 여행지'라는 선입견에서 자유로운, 몇 안 되는 천혜의 환경이라 할 수 있다.



전통적 관광자원은 물론 서핑까지, 양양의 풍부한 즐길 거리

바다와 더불어 설악산이 위치한 양양은 남대천과 낙산 해변, 수산항, 하조대, 낙산사, 휴휴암, 어성전계곡 등 풍부한 관광자원을 갖춘 지역으로, 일찍이 조선 후기 실용 학자인 연암 박지원이 그 가치를 높이 평가하기도 했다. 하지만 현대에 들어 양양은 인근의 속초나 강릉에 비해 그 가치를 제대로 인정받지 못했으며, 관광자원의 개발 역시 더디게 진행됐다.

하지만 최근의 양양은 이전과 사뭇 다른 모습이다. 파도 타기 가장 좋은 '서핑의 메카'로 떠오르며 기존의 관광객뿐만 아니라 젊은 세대의 발길까지 끌어들여 모으고 있는 것. 인구해변을 중심으로 해변마다 펼쳐진 서핑 숍과 카페, 펍 등은 자유롭게 거리를 오가는 서퍼들의 모습과 어우러져 이국적인 분위기를 자아내고, 서핑 페스티벌과 서핑 플리마켓, 해변의 클럽 파티는 오직 양양에서만 즐길 수 있는 로컬 콘텐츠로 자리 잡아가고 있다. 천혜의 자연환경을 갖춘 이곳에 도시보다 더욱 트렌디하고 감각적인 문화가 펼쳐지고 있는 것이다. 새로운 경험은 여행을 더욱 만족스럽게 한다. 지금 가장 주목받는 여행지에서 최고의 시설과 서비스를 누린다는 것, 상상만으로도 기분 좋지 않은가? **■**

PHOTO: SEONG JIN MOON, GETTYIMAGES KOREA

▲ 양양의 대표적인 관광 콘텐츠, 서피비치와 낙산사.

AYUMM DESIGNERS

VICE PRESIDENT & PROJECT MANAGER

LARRY VAN OOYEN

CONCEPT DESIGNER

RALF OHLETZ COUNT VON PLETTENBERG

ARCHITECT & INTERIOR DESIGNER

THIERRY JANSSENS

MAIN ARCHITECT

KICHUL LEE





VICE PRESIDENT &
PROJECT MANAGER

LARRY
VAN OOYEN

LEAVING LEGACY IS OUR GOAL

AYUMM의 프로젝트 매니저 래리 반 오웬은 AYUMM이 입지와 건축 및 디자인, 라이프스타일 등 모든 측면에서 한국 리조트 시장의 아이콘이 될 거라고 확신한다. 고객의 경험을 최고의 가치로 여기며 수많은 성공 사례를 남겨온 그가 AYUMM의 고객들에게는 어떤 경험을 제공할지 기대되는 대목이다.

Q. 지난 35년간 세계 유수의 호텔 및 리조트 개발을 주도해왔다. 그중 가장 기억에 남는 프로젝트는 무엇인가?

A. GHM(General Hotel Management)의 여러 호텔과 리조트, 세타이 마이애미(Setai Miami, USA), 랄루 선 문 레이크(The Lalu Sun Moon Lake, Taiwan), 체디 무스카트(Chedi Muscat, Oman) 등의 개발과 프리 오픈업 작업에 참여했다. 그중 가장 기억에 남는 곳은 레기안 발리(Legian Bali, Indonesia)다. GHM에서의 첫 번째 프로젝트이자, 세계적 인테리어 디자이너 자야 이브라힘(Jaya Ibrahim, 1948~2015)과 함께 일하는 영광을 누리는 계기가 되었기 때문이다. 오픈한 지 23년이 지났지만 레기안 발리는 여전히 톱 5 호텔로 손꼽히고, 수많은 마니아를 보유하고 있다. 훌륭한 풍경과 시설, 음식 등 여러 이유가 있겠지만 가장 큰 비결은 '따뜻함'이 아닐까? 1996년 오픈 당시 내가 인터뷰하고 고용했던 이들이 아직도 이곳에서 일하며, 그때와 같은 모습으로 나를 반겨준다. 마치 어제도, 일주일 전에도 본 사람처럼 말이다. 마음의 고향 같은 곳이다.

AYUMM을 개발하게 된 계기는 무엇인가?

개발자로서 한국은 매우 흥미로운 나라다. 여행과 휴식의 가치에 공감하고, 세련된 안목과 라이프스타일을 추구하는 고객들이 많지만 아직 인도네시아나 싱가포르처럼 고급 리조트 시장이 활성화된 건 아니다. 그만큼 한국에서 '작품'으로 평가받을 만한, 최고의 리조트를 만들고 싶은 욕심이 있었다. 오랜 탐색 끝에 마침내 양양에서 이상적인 조건의 부지를 발견했고, 그동안 호흡을 맞춰온 여러 디자이너들과 함께 프로젝트를 시작하게 되었다.

AYUMM의 부지를 봤을 때 첫 느낌은 어땠는지 궁금하다.

어떤 장점을 가진 곳이라고 생각하나?

잠재력이 느껴지는 곳이었다. 셀링 포인트가 다양하다고 할 수도 있겠다. 첫 번째는 양양의 바다를 마주보며 길게 뻗은 입지이고, 두 번째는 주변에 어떤 개발도 이루어지지 않아 조용하고

깨끗하다는 점이다. 서울로부터의 이동 시간이 길지 않아 주말이나 짧은 연휴 동안 방문하기에 용이하다는 것도 큰 장점이다.

프로젝트 매니저로서 구상하고 있는 AYUMM의 콘셉트가 있다면 무엇인가?

휴식에서부터 다양한 액티비티까지, 모든 경험을 누릴 수 있는 데스티네이션 리조트가 될 것이다. 음식과 음료를 비롯해 AYUMM에서 이루어지는 모든 서비스를 대한민국 최고 수준으로 제공, 고객이 리조트 외부로 나갈 필요가 없는 곳으로 만들겠다.



©THE CHEDI MUSCAT

리조트 개발에 있어 꼭 지키고자 하는 원칙, 또는 철학이 있을 것 같다.

입지적 조건부터 갖추어야 한다. 자연환경이 훼손되지 않은 곳, 훌륭한 접근성이나 편의성을 갖춘 곳이 아니면 개발하지 않는다. 최고의 성과를 입증한 디자이너들과 협업하고, 고객에게 우리만의 확고한 스타일을 제시하며, 특별한 공간과 그 속에 담기는 라이프스타일을 창조해야 한다는 것 역시 우리의 원칙과 철학이다. 우리는 '고객의 경험'이라는 관점에서 모든 요소에 접근한다. 예를 들면 인테리어 디자인, 리조트에 도착했을 때의 시퀀스, 레스토랑의 환경, 음식의 질, 스파 테크니션의 전문성 등등 모든 것을 고객의 입장에서 생각하고 창조한다.

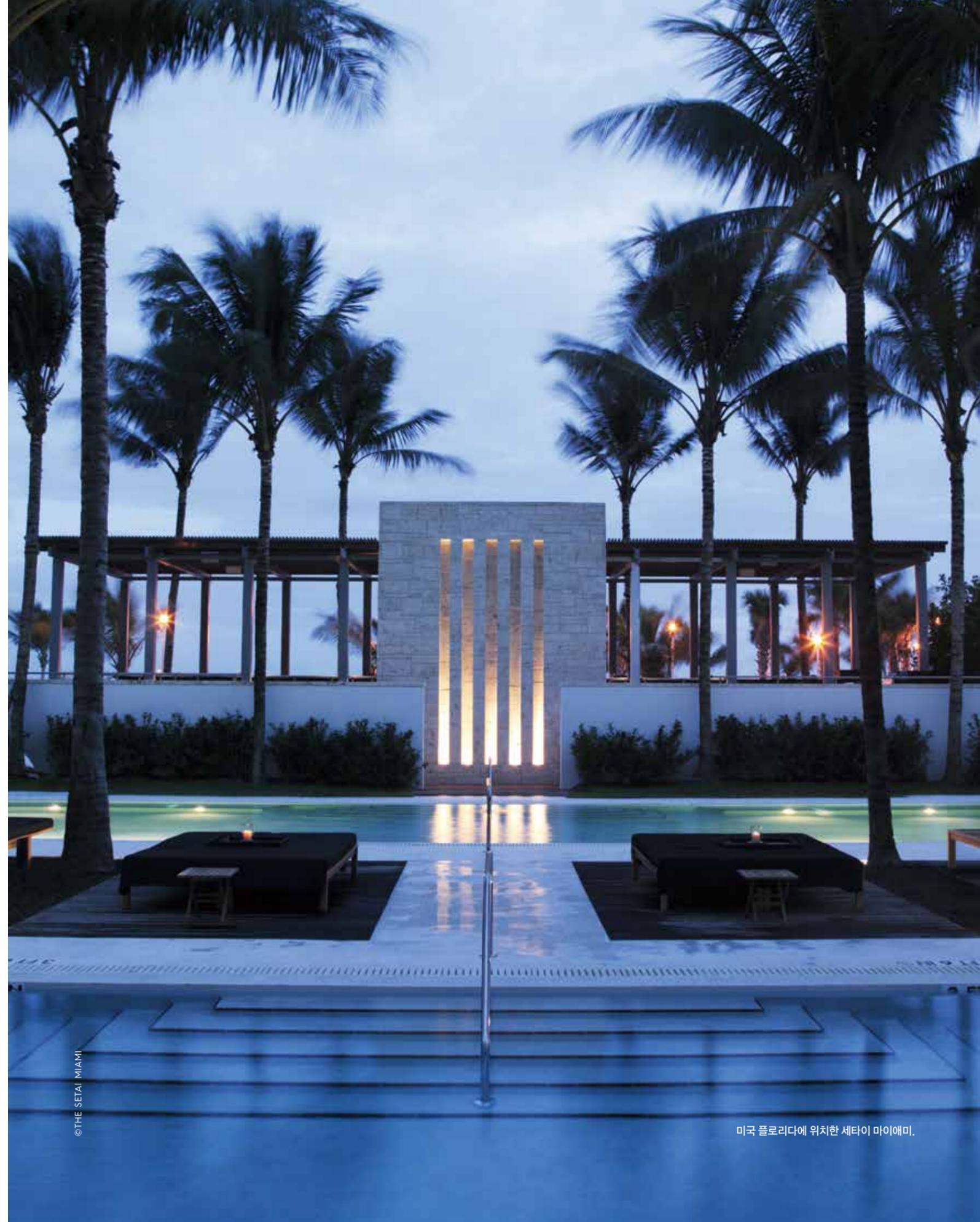
AYUMM에서 제공하고자 하는 고객의 경험이란 구체적으로 어떤 모습일지 궁금하다.

그동안 한국에서 본 적 없는, 라이프스타일 데스티네이션 콘셉트라고 이해해달라. 우리는 이곳에서 기대 이상의 경험을 창조할 것이고, 고객이 다시 AYUMM에 방문하고, 그들의 가족과 친구들에게 자신 있게 추천할 수 있게 할 것이다. 오늘날 가장 강력한 홍보·마케팅 수단은 바이럴과 소셜 미디어다. AYUMM은 경험해본 사람만이 알 수 있는 수많은 이야기거리와 즐거움이 넘쳐나는 곳이 될 것이다.

AYUMM 개발의 궁극적 목표는 무엇인가?

자야 이브라힘과의 협업 당시 우리에게 공동의 목표가 있었다. 클라이언트와 고객, 미디어의 찬사를 모두 이끌어내고, 오랫동안 가치를 발할 '위대한 유산' 같은 작품을 남기는 것이었다. AYUMM에서도 이 목표는 여전히 유효하다. 상업적 성공과 시대의 아이콘이라는 두 가지 가치를 모두 실현하고, 멤버십 회원들에게 그 혜택이 돌아가도록 하겠다. ■

◀ 래리 반 오웬의 대표 프로젝트 중 하나인 체디 무스카트.



©THE SETAI MIAMI

미국 플로리다에 위치한 세타이 마이애미.



프라이빗 비치와 더불어 자리 잡은 체디 무스카트.

© THE CHEDI MUSCAT

ARCHITECT &
INTERIOR DESIGNER

THIERRY
JANSSENS

공간의 감각 구현으로 차별화 이끌 것

건축가이자 디자이너인
티에리 안센은 건축과 디자인이
공동의 작업으로 이루어져야
한다고 이야기한다. 건축과 풍경,
문화가 함께 어우러졌을 때
비로소 완벽한 공간을 완성할 수
있기 때문이다.



**Q. 당신은 최근 호텔과 리조트 업계에서 가장 활발하게 활동하는
건축가이자 인테리어 디자이너다. 그간 어떤 프로젝트를 진행해왔나?**

**A. 아만(Aman), 원 앤 온리(One & Only), 카펠라(Capella), 체디(Chedi),
하얏트(Hyatt), GHM(General Hotel Management) 등 전 세계 주요 호텔 &
리조트 회사와 일해왔다. 운 좋게도 내가 진행했던 프로젝트들 중에는 업계의
이정표로 남은 선례들이 많다. 원 앤 온리 두바이(One & Only Dubai)와
체디 알시프 두바이(The Chedi Al Seef Dubai), 싱가포르 카펠라 센토사
(The Capella Sentosa) 등은 업계의 레퍼런스가 되었다. 비결은 각 분야의
전문가들이 여러 분야의 디자이너와 한데 모여 공동으로 프로젝트를
진행하는 파트너십에 있다. 그들과의 협업을 통해 특별한 가치를 담은
결과물을 창출해낼 수 있었다고 생각한다.**

작업을 진행할 때 가장 중요시하는 것, 당신만의 작업 스타일이 궁금하다.
가장 중요한 것은 클라이언트의 비전(Vision)이다. 새로운 무언가를 만들고
싶은 욕망, 이정표가 될 리조트를 탄생시키고자 하는 열정, 성공적인 결과를
이끌어내겠다는 의지가 일의 초석이 된다. 또한 프로젝트에 참여하는 모든
전문가가 하나의 팀을 이뤄 공동의 목표를 이루기 위해 협업하는 과정이
있어야만 유니크한 결과물을 얻을 수 있다. 보통의 평범한 건축 과정에서는
프로젝트 주체들이 주어진 순서와 분리된 역할대로 작업을 진행한다.
건축가의 설계 먼저, 그 다음 인테리어 디자인, 조경 디자인 이런 식으로.

하지만 이 경우 각각의 단계에서 기존 방식을 고수할 위험이 있다. 그러므로 하나의 비전을 갖고 아울러 프로젝트에 임해야만 한다. 이 방식을 통해서만이 비스포크(Bespoke) 개념을 이끌어낼 수 있다.

지금까지 전 세계 여러 곳의 럭셔리 리조트 개발에 참여해왔다.

당신이 생각하는 럭셔리 리조트의 정의는 무엇인가?

또 그 공간을 영위하는 사람들의 라이프스타일은 어떤 모습인가?

럭셔리에 대해 뭐라고 단언하기는 어렵다. 개인의 경험과 기대에 따라 달라지기 때문이다. 개인적으로 모든 사람을 만족시킬 수 있는 럭셔리에는 없다고 본다. 다수를 생각하면 혼선이 올 수밖에 없다.

호텔과 리조트에 방문하는 특정 고객을 가정하고, 그들의 관계도 예상해봐야 한다. 명확한 타기팅은 럭셔리 구현의 출발점이다. 확실한 것은 공간에 대한 감각(A Sense of Place)이다. 기후, 문화, 풍경을 모두 연결해 만들어지는 특유의 감각적 공간, 주변 환경과 잘 어우러지는 요소로 해석한 디자인이 럭셔리라고 할 수 있다.

수영장이나 레스토랑에서 봤던 풍경을 객실에서도 즐길 수 있는 것, 모든 풍경을 자연스럽게 소유하는 것이 럭셔리의 조건이라 생각한다. 또한 라이프스타일은 시대에 따라 달라진다. 사람들은 이제 더 이상 호텔 룸이 얼마나 큰지, 리조트 안에 몇 개의 레스토랑이

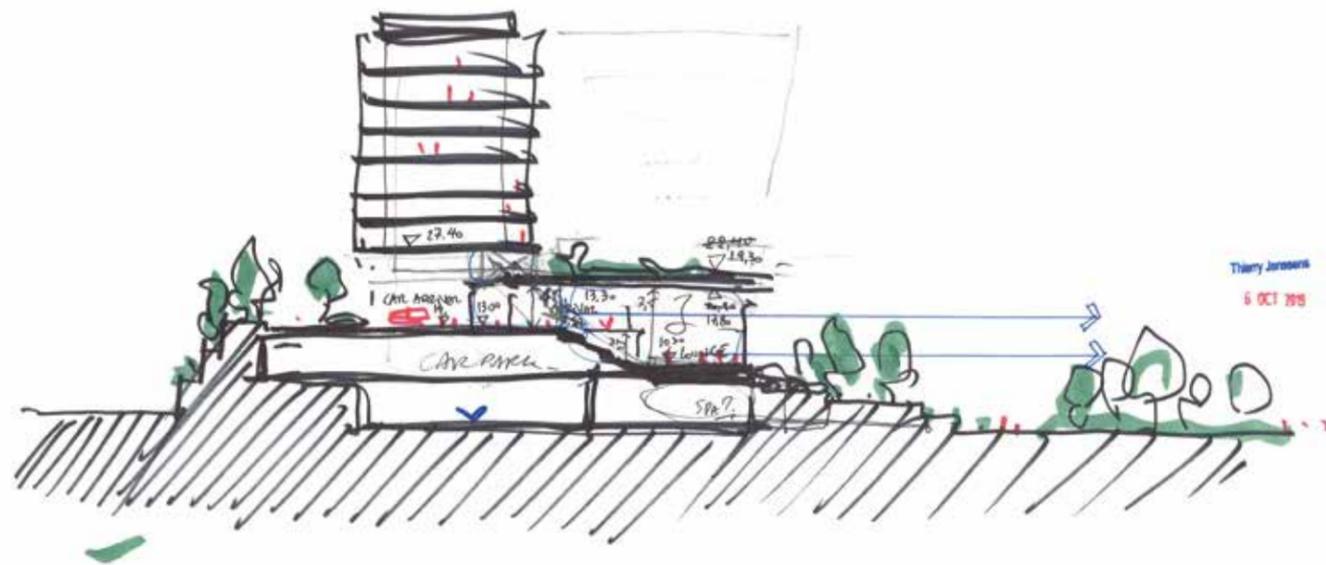
있는지 같은 외적인 요소로 럭셔리를 따지지 않는다. 보다 유니크한 경험, 획기적이고 진보적인 가치를 지닌 그 무언가를 만끽할 수 있기를 바란다. 이러한 라이프스타일을 창조하는 곳이야말로 하나의 이정표, 새로운 역사의 한 장을 여는 공간이 될 수 있다.

다른 시장과 차별화된, 한국 고객들만의 특성이 있다면 무엇인가?

한국은 다른 아시아 국가들과 달리 동시대적이고 현대적인 디자인과 건축을 수용하고 즐길 준비가 된 시장이라고 생각한다. 새로움에 대한 열망, 최첨단 트렌드에 대해 이해하고 융합하는 자세가 갖춰져 있다. 그래서 한국에서는 더욱 새로운 시도가 가능하다고 생각한다. 또한 IT적인 요소를 풀어낼 수도 있다. 컨템퍼러리(Contemporary), 안락함과 따뜻함, 창의성, 첨단, 혁신, 완벽한 서비스... 이 모든 것을 융합해서 풀어보고 싶다.

AYUMM의 가장 큰 경쟁력은 무엇이 될 것이라고 생각하나?

AYUMM은 지금까지 한국에서 볼 수 없었던 리조트가 될 것이다. 색다른 조합과 융합을 통해 완전히 새로운 공간을 디자인할 계획이다. 객실뿐 아니라 스파, F&B 공간 등을 남다른 시각으로 구상 중이다. 예를 들어 그랜드 볼룸에서의 고객 경험에 대해



티에리 안센의 AYUMM 콘셉트 스케치.

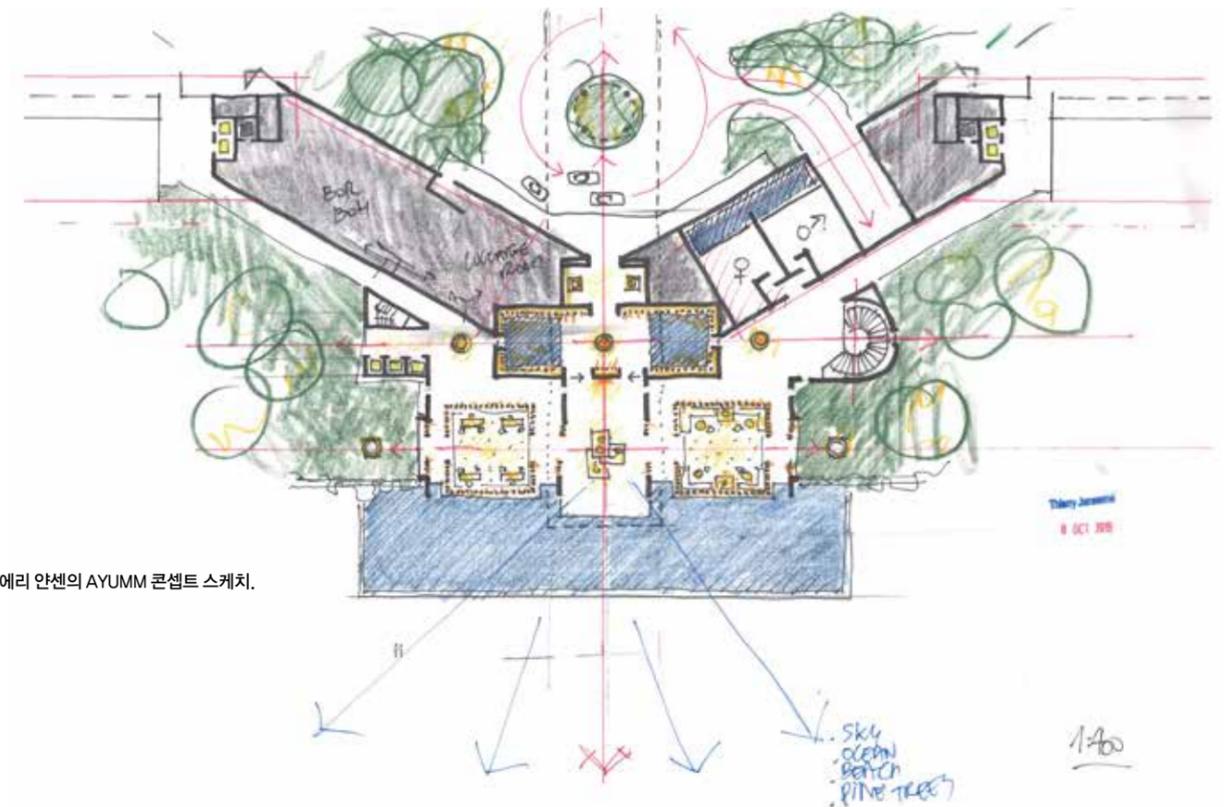


바다와 이어진 듯한 느낌의 체디 무스카트 야외 수영장.



쿠알라룸푸르 사우자나 호텔 레스토랑.

©THE SAUJANA HOTEL



티에리 안센의 AYUMM 콘셉트 스케치.

구상해보자. 고객이 이곳에 도착했을 때 여느 리조트처럼 로비에서 많은 사람들과 마주치지 않도록, 대신 물이나 나무 등 자연적인 요소를 먼저 마주할 수 있도록 공간을 디자인할 생각이다. 로비가 아닌 정원에서 그랜드 볼룸으로 들어올 수도 있다. 이렇듯 공간에 진입하는 경험 자체부터가 다른 리조트와는 차별화될 것이다. 같은 사람이라 해도 첫 만남과 인상에 따라 상대를 인식하는 정도는 천지 차이다. 리조트 역시 마찬가지다. 이곳에 도착한 순간 첫 느낌이 좋았다면 이후 모든 경험은 긍정적으로 보일 것이다. 'Sense of Arrival', 즉 '도착의 미학'이라는 것을 구현하고 싶다. AYUMM에 다다른 순간부터 럭셔리를 경험하게 하고, 작은 디테일까지 고려한 일련의 섬세한 모든 과정을 디자인하고 싶다. 물론 외국 의 타 리조트와도 차별화할 것이다. 한국의 역사적, 환경적, 문화적 맥락에 부합한 곳이 될 테니까 말이다.

리조트에 도착하는 순간부터 섬세하게 설계한다는 개념은 그간 한국에서 보기 드문 일이었던 것 같은데, 또 다른 포인트가 있다면 무엇인가?

어떤 공간이든 동선이 있다. 리조트에서 온전한 휴식을 즐길 수 있으려면 머무는 동안 드나드는 동선이 중요하다. 어떻게 통하고, 숨길지 다양한 방법으로 풀어보며 세심하게 고려하고 있다. 이런 눈에 띄지 않는 배려가 결국 럭셔리를 만들어낸다. 또한 조명과 조경 디자인도 빠뜨릴 수 없는 요소다. 객실이나 풀장 등을 언급하느라 디테일한 부분을 놓치는 이들이 많은데, 실제로 럭셔리를 실현시키는 것은 빛과 자연의 디자인이다.

컬러나 소재, 시각적인 스타일로 AYUMM을 표현한다면 어떤 모습일지 힌트를 달라.

아직 확정적으로 말할 수는 없지만, 대신 우리가 절대 피하고 싶은 것을 힌트로 주겠다. 주변 자연환경과 동떨어진, 자연스럽지 않은 요소는 배제할 것이다. 입구도 너무 크게 만들지 않을 예정이다. 도착하자마자 수영장이나 레스토랑 같은 시설이 직접 눈에 띄지 않고 하늘과 바다, 나무 같은 자연 풍광이 고객을 먼저 맞이할 수 있게 설계하고 있다. AYUMM은 시작부터 완전히 다른 리조트가 될 것이다. ■



세타이 마이애미에서 큰 호평을 받고 있는 공간 중 한 곳인 레스토랑.



MAIN ARCHITECT

KICHUL
LEE

리조트는 지극히 개인을 위한 공간이어야 한다

사람은 누구나 자신만의 취향이 담긴, 지극히 개인적인 공간을 꿈꾼다. 공공장소에서 자신의 취향과 통하는 공간을 만났을 때의 기분을 떠올려보라. 화려함과 고급스러움으로 포장한 어떤 곳보다 편안하고 만족스러웠을 것이다. 건축가 이기철이 '공간의 개인화'가 AYUMM의 첫 번째 콘셉트라고 이야기하는 이유도 바로 여기에 있다.



Q. 요즘 한국에서 가장 주목받는 건축가 중 한 명이다. AYUMM이 당신의 첫 번째 리조트 프로젝트인 만큼 각오가 남다를 것 같다.

A. AYUMM 프로젝트를 시작할 때 가장 먼저 든 생각은 이곳이 소수를 위한 멤버십 공간이고, 흔히 우리가 아는 대중적인 건축의 잣대를 들이대서는 안 된다는 것이었다. 그동안 고급 주택 프로젝트를 진행하면서 사람들은 저마다의 취향과 바람이 담긴, 지극히 개인적인 공간을 원한다는 것을 알게 되었다. 그렇다면 이를 리조트에서 어떻게 구현할 수 있을까? 가급적 다양한 니즈와 라이프스타일을 만족시킬 수 있는 공간을 골고루 갖추어야 한다는 것이 나의 결론이다. 또 수준 높은 서비스를 위해 그것을 제공하는 사람들을 위한 동선과 공간을 균형감 있게 구성하는 것도 중요하다고 생각한다.

AYUMM 부지에 처음 방문했을 때 가장 먼저 떠오른 이미지는 무엇인가? 자연을 온전히 경험할 수 있는 결정적 순간을 제공하는 장소라는 생각이 들었다. 프로젝트를 제안받고 처음 부지에 방문했을 때, 서울에서 출발해 양양으로 가는 그 길이 마치 진정한 심을 찾아가는 여정처럼 느껴졌다. 가파른 산세를 지나 바다에 가까워질수록 더해지는 생경함과 설렘, 그러다 마침내 AYUMM의 광활한 해변을 마주한 순간 '아, 이제 정말 쉬 수 있겠구나' 하는 짜릿함과 안도감을 체험하게 하고 싶었다. 리조트 안에서 누리는 즐거움뿐만 아니라 도심을 벗어나 양양으로 오는 과정, 리조트 앞에 펼쳐진 바다를 마주하는 순간까지 하나의 경험으로 잘 구성해야겠다고 결심했다.



시카고 애서니엄(The Chicago Athenaeum) 국제 건축상과 아키텍처 마스터 프라이즈(Architecture Master Prize) 등 국내외 약 15개의 건축상을 휩쓴 건축가 이기철의 대표작, '멋진 할아버지 집'.

©YOON JOONHWAN



건축가 이기철의 AYUMM 아이디어 스케치.

AYUMM 프로젝트의 주요 스태프 중 유일한 한국인이다. 해외 스태프와의 커뮤니케이션에서 가장 신경 쓰는 부분은 무엇인가?
 글로벌 시장에 익숙한 그들의 기준과 한국의 문화, 환경적인 특성 사이의 접점을 찾는 것이 내 역할이라고 생각한다. 우리나라 고객들의 라이프스타일에 대한 이해도가 다를 수밖에 없으므로 그에 대한 정보를 지속적으로 전달하는 일이 선행되어야 한다. 또한 건축가로서의 느낌이나 자연을 이해하는 방식에 대해서도 많은 대화를 나누며 공감의 폭을 넓히고 있다.

건축에서 가장 중요하게 여기는 가치가 있다면?

무엇보다 개인이 느끼는 감성과 분위기가 가장 중요하다고 생각한다. 새로운 프로젝트를 의뢰받으면 이전의 건축 작업을 전혀 참조하지 않는다. 새롭게 의뢰받은 공간은 완전히 다른 사람을 위한 곳이기 때문이다. 건축은 그곳에 몸담고 영위할 사람만을 위한 커스터마이징(Customizing) 개념이 필요하다. 그래서 AYUMM에서는 리조트의 뷰(View) 역시 객실마다 달랐으면 좋겠다고 생각했다. 이곳에 머무는 이들이 개인적으로 좋아하는 전망의 객실을 선택할 수 있게 하는 것이다.

우리나라 상류층 고객들의 니즈와 라이프스타일에 대해 가장 잘 파악하고 있는 사람이 있다면 바로 당신일 것이다. 과거와 지금의 차이점이 있다면 무엇인가?

외국에서 다양한 문화를 경험한 요즘의 젊은 세대는 자신만의 라이프스타일을 매우 중시한다. 누군가와 자신의 취향을 공유하는 데 의의를 두지 않는 편이다. 기존의 골프 중심 리조트 문화에 흥미를 잃은 중장년층 역시 이제는 심신을 좀 더 건강하게 유지할 수 있는 여가 활동에 집중한다. 웰니스(Wellness) 또는 장수(Longevity) 시설을 찾는 분들도 점차 늘고 있다. 건축에 있어서도 비싼 재료를 사용한다거나 규모로 승부하겠다는 것은 구시대적 발상이다. 무엇보다 남다른 분위기를 창조해내는 것이 중요하다. 인식의 틀을 깨고 색다른 시선을 제공해야 한다. 같은 바다라 해도 머무는 위치와 공간에 따라 다른 바다처럼 받아들일 수 있는 시퀀스를 만들어내는 것, 이것이 바로 프라이빗하고 럭셔리한 경험이라고 생각한다.

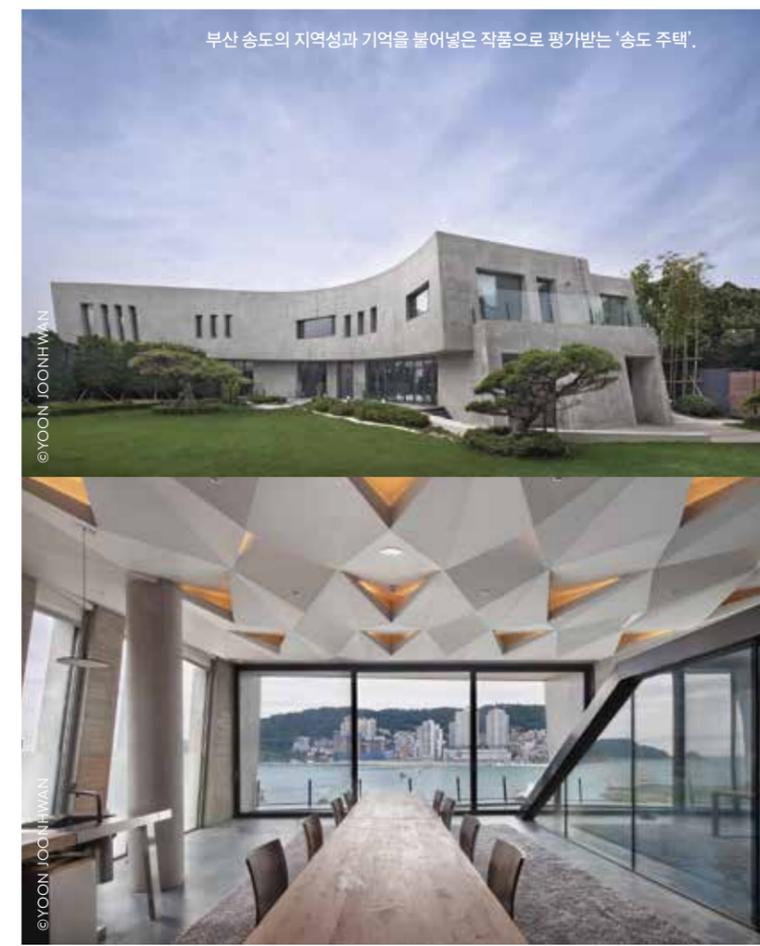
‘씨사이드 리조트의 뷰’라고 하면 떠오르는 전형적인 이미지가 있다. AYUMM의 뷰는 기존과 어떻게 다른가?

완전한 뷰를 위해 ‘프레임리스(Frameless)’ 개념을 구현하고 싶다. 프레임리스란 일정한 틀 없이, 막힘 없이 바다를 조망할 수 있는 새로운 개념의 뷰를 의미한다. 그래서 테라스를 객실보다 낮출 것을 제안하기도 했다. 거실이나 침실에서 밖을 내다볼 때 테라스 난간 같은 건축적인 장치 없이 온전히 바다를 볼 수 있도록 하는 것이다. 벽과 천장에는 빛이 반사되는 재질을 사용해 바다가 투영되게 하는 것도 고려하고 있다. 공간의 내외부 구분이 명확하지 않고 어디에 있던 자연이 내 눈에 들어오는 것, 그것이 프레임리스 개념에 더

가깝다고 생각한다. 어떤 방해도 없이 자연 속에서 완벽하게 쉬는 느낌, 객실에 있어도 해변에 누워 있는 듯한 감각을 최대한 구현할 계획이다.

AYUMM의 건축 콘셉트를 몇 가지 키워드로 정리한다면?

첫 번째, ‘개인화’의 개념이 필요하다고 생각한다. ‘개인적인 공간의 분위기(Personalized Atmosphere)’가 구현되기를 희망한다. 함께 설계를 진행하고 있는 티에리 안센은 건축에 있어 ‘따뜻함’을 중요시하는데, 그 역시 같은 이유다. 따뜻하다는 것은 매우 주관적인 느낌이지만, 럭셔리를 추구할 때 필요한 부분이라고 생각한다. 두 번째는 건축물 안에서 자연을 느끼도록 하는 것이다. 특정한 공간에 있지만 온전히 자연을 대면할 수 있는 포인트를 만들고 싶다. 세 번째는 오감을 자극하는 건축이다. 건축가로서 재료에 대한 탐구에 집중하는 편인데, 그 이유는 일상에서 자극이 제한적인 경험을 하는 사람들에게 다양한 감각을 전달하고 싶기 때문이다. 재료에는 시각적인 형태뿐만 아니라 텍스처가 주는 촉각, 후각, 청각적 자극이 분명히 존재한다. AYUMM에서는 매끈하기만 한 도심 호텔에서 느낄 수 없는 감각을 얻을 수 있어야 한다고 생각한다. 자연을 통해 오감을 새롭게 자극하고 리프레시할 수 있는 파라다이스를 만들고 싶다. 몸의 편안함을 넘어서 머리를 완전히 비울 수 있는, ‘완벽한 쉼’을 위한 공간 말이다. ■



부산 송도의 지역성과 기억을 불러넣은 작품으로 평가받는 ‘송도 주택’.

©YOON JOONHWAN

©YOON JOONHWAN

PHOTO: SEONG JIN MOON, GETTYIMAGES KOREA

CONCEPT 1**자연을 품은 건축**

AYUMM의 가장 큰 건축적 과제는 지금까지 한 번도 개발되지 않은 처녀지에 자리 잡는 만큼 천혜의 경관을 해치지 않고, 최대한 자연스럽게 어우러지도록 해야 한다는 것이었다. 거대한 자연에 둘러싸인 시크릿 비치와 신비한 분위기를 품은 동굴 등 부지가 가진 특성과 이미지에 대한 해석은 마치 '무릉도원(武陵桃源)'처럼 모두의 이상향인 동시에 바깥 세상과는 사뭇 다른, 숨겨진 공간 같은 곳을 만들어야 한다는 결론에 도달했다.

방법은 두 가지다. 첫 번째는 블러링(Blurring). 건물 외벽에 주변 풍경이 반사되게 함으로써 건축과 자연이 뚜렷한 경계 없이 일체화되는 효과를 내는 것이다. 두 번째는 먹물을 순차적으로 겹쳐 칠해 그 농담의 깊이를 더하는 수묵화의 적묵법에서 힌트를 얻었다. 대자연에 둘러싸인 건축물에 거울과 여러 형태의 필터, 특수 유리 등을 사용해 건축이 서서히 자연에 스며들도록 할 계획이다. 블러링과 적묵법의 효과는 리조트 외부뿐만 아니라 실내에까지 영향을 미친다는 점에서 더욱 인상적이다. 이곳에 머무는 동안 고객들은 빛의 깊이와 방향에 따라 시간과 공간마다 다른 시퀀스를 즐길 수 있다. 리조트에서의 라이프스타일에 건축적 경험이라는 낯선 즐거움도 포함되는 것이다.





CONCEPT 2

새로운 뷰의 발견

건축에 있어 뷰(View)가 갖는 의미는 절대적이다. 전망에 따라 공간의 가치가 결정되고, 자연을 감상하는 행위 자체가 몇몇 소수들만 즐길 수 있는 특권이 되어버렸다. 이마저도 도시에서는 속속 들어서는 아파트와 빌딩으로 인해 원래의 가치를 잃는 곳도 허다하다. 그렇기에 여행지의 전망은 도시와 분명히 달라야 한다. 질고 푸른 자연의 색채를 온전히 느낄 수 있어야 하고, 시야를 방해하는 인공물이 있어서도 안 된다.

AYUMM은 여기서 한 발 더 나아가 실외는 물론 실내에서도 광활한 자연의 감동을 그대로 느낄 수 있는 새로운 뷰를 제안한다. 바다를 전면으로 바라보는 입지적 특성을 최대한 살려 눈앞에만 펼쳐진 전망이 아닌 180° 이상의 서라운드 뷰를 구현한 것. 덕분에 고객들은 거실은 물론 침실에서도 넓은 바다 풍경을 즐길 수 있고, 마치 바다에 둘러싸인 듯한 쾌감을 경험하게 된다. 하지만 아무리 넓은 뷰라 할지라도 시야를 가리는 장애물이 있다면 그 감흥은 덜해질 수밖에 없다. 오랜 고민 끝에 내린 결론은 전면 프레임의 사용을 최소화하고, 공간 높낮이에 차이를 두어 실내에서도 자연 그대로의 풍경을 감상할 수 있게 하는 것이다. 아침에 눈을 뜨면 가장 먼저 보이는 대상이 벽과 가구가 아닌 자연이라는 사실은 상상만으로도 큰 설렘이자 감동이 아닐 수 없다.

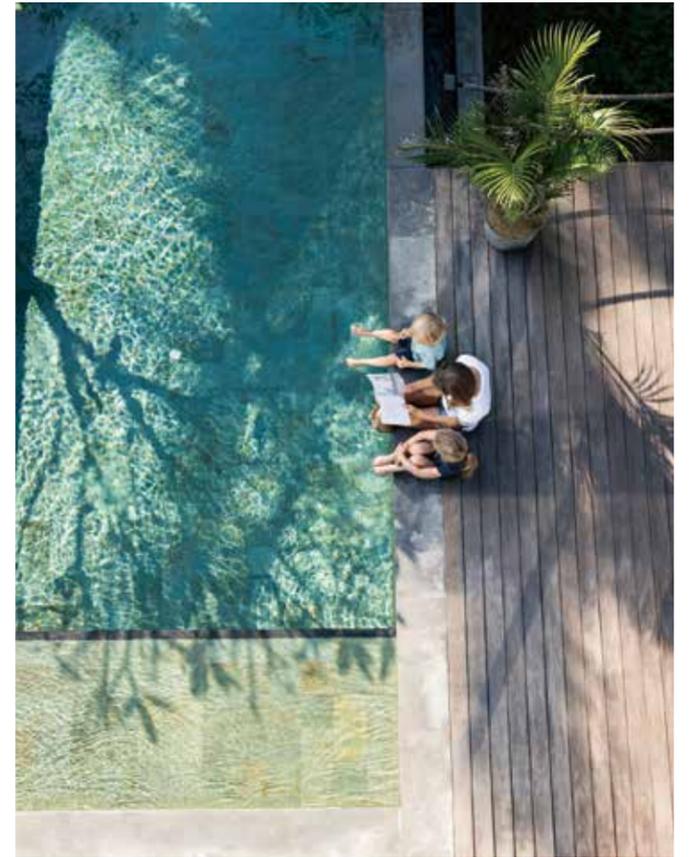


CONCEPT 3

컨템퍼러리의 추구

현대는 곧 과거가 된다. 트렌드를 선도한다는 말의 유효 기간 역시 매우 짧다. 따라서 시대의 변화와 사람들의 라이프스타일을 늘 관찰하고, 그들이 진정으로 원하는 바가 무엇인지 파악하고 대응해야 한다. 리조트 역시 마찬가지다. 지금의 시설과 서비스가 아무리 훌륭하다 해도 계속 진화하고 발전하지 않는다면 이는 곧 시대에 뒤쳐진, 과거의 산물이 되고 만다.

AYUMM은 건축의 표현과 프로그램 구성에 있어 동시대적 가치, 즉 컨템퍼러리(Contemporary)를 추구한다. 시간의 흐름에 따라 발생할 수밖에 없는 불편함과 식상함을 고객에게 강요하지 않고, 언제라도 새로운 모습과 분위기를 즐길 수 있게 하는 것이다. 스스로의 기준과 취향에 얽매이지 않는 유연성이야말로 고객이 주인공인 멤버십 리조트가 반드시 갖춰야 할 첫 번째 덕목이다.



CONCEPT 4

진정한 휴식의 공간

70평형부터 200평형까지, AYUMM의 객실은 넓다. 3 Bay와 5 Bay, 독채 빌라 등 그 구성도 다양하다. 모든 객실에 테라스를 갖추고 있으며, 개인 풀이 있거나 270° 이상의 뷰를 확보한 곳도 있다. 단순히 도시에서 누릴 수 없는 공간의 여유로움을 만끽하게 한다거나 프라이버시를 보장하기 위해서만은 아니다. 마주한 자연을 더 크고 넓게 받아들임으로써 진정한 휴식의 쾌감을 느낄 수 있게 하기 위함이다.

각종 스트레스와 유해 환경에 시달린 몸과 마음을 씻어내는 보다 적극적인 방법도 제안한다. 최근 전 세계적으로 이슈가 되고 있는 휴양 의학 개념을 도입한 것. AYUMM의 롱지비티(Longevity) 프로그램엔 어떤 의료적 행위도 이루어지지 않는다. 다만 이곳에 머무는 동안 전문가의 제안에 따라 먹고, 쉬고, 움직이기만 하면 된다. 지극히 단순하고 여유로운 순간을 즐기다 보면 어느새 한결 가벼워진 모습의 자신을 발견하게 될 것이다. ■

PRIVATE DIGNITY & MEMBERSHIP: AYUMM'S PRIVILEGE LIFE

**프라이빗하고 품격 있는
고객의 모든 경험을 위하여**

멤버십 회원들을 위한 프라이빗 비치,
다양한 콘셉트와 분위기의 시설과 프로그램,
우리만의 색채를 담은 건축과 디자인이 AYUMM에 있다.
가장 아름다운 순간을 사랑하는 사람들과 나눌 수 있고,
새로운 콘텐츠와 문화로 가득한 AYUMM의 라이프스타일은
여행은 물론 일상의 순간까지 풍요롭게 한다.



프라이빗 비치에서 누리는 완벽한 하루

PLACE TO PAUSE PLACE TO PLAY

'프라이빗 비치에서의 하루'를 주제로 한 이번 화보는 모두 AYUMM의 실제 부지에서 촬영했다.



바 다 는 언 제 나 너 그 럽 다

오랜만에 떠나는 여행, 모처럼의 여유를 만끽하며 AYUMM에 도착했다.

곧바로 짐을 풀고 고민할 것도 없이 바다로 나갔다.

오늘의 바다는 아주 컨디션이 좋은 듯하다.

파도도 거세지 않고 때마침 순한 바람까지 불어 물놀이를 즐기기에 더할 나위 없었다.

사랑하는 연인, 귀여운 아이와 함께 수영을 하고,

때론 파도에 맞서며 그간의 고민과 스트레스를 모두 풀어본다.

쉽 없이 몸을 움직이고, 생각을 비워낼 수 있는 곳.

지친 몸과 마음으로 찾아온 나를

온전히 받아주고 말 없이 위로하는 바다의 너그러움이 늘 고맙다.

비움 이 아 닌 채 움 의 순 간

사람들은 일상에 지쳐 벗어나고 싶을 때 여행을 떠올린다.
그만큼 여행의 순간은 무엇보다 여유롭고 편안해야 한다.
몇 시간을 AYUMM의 프라이빗 해변에 앉아
하염없이 수평선만 바라보고 있다거나
반려견과 신나게 달린 후 누구의 방해도, 시간의 제약도 없이
망중한을 즐길 수 있는 것 역시 여행이기에 가능한 순간이다.
비워내는 것만이 여행의 미덕은 아니다.
작가 김영하는 자신의 에세이집 <여행의 이유>에서
여행을 통해 "일상을 여행할 힘을 얻게 된다"고 말한다.
늘 여행을 꿈꾸고 어디론가 떠나는 이유이기도 하다.





A Y U M M 의 모든 순간은 기억이다

사람의 기억 속에 가장 오랫동안 남을 순간을 꼽으라면
아마도 여행의 모든 장면이 아닐까 싶다.
바다를 등지고 앉아 온 가족이 함께 모래놀이를 하던 날,
늘 유쾌한 아빠와 작은 악기를 두드리며 놀던 그때의 추억이
일상의 중간중간 불현듯 떠오르며 마음을 따사롭게 간질인다.
내 손보다 큰 카메라에 담아낸 엄마의 모습은 또 얼마나 아름다웠던가.
사랑하는 사람들의 마음을 잇는 보이지 않는 끈,
모든 것이 아름답고 즐거운 이곳에서 그 연결의 힘은 더욱 강해진다.





바다와 나, 둘만의 시간

붉은 노을이 바다를 물들이고, 해변이 차분해질 무렵 조용히 바다로 향했다.

오롯이 바다와 나, 둘만 마주할 수 있는 이때가 얼마나 그리웠던가.

사람들로 북적이고, 저마다의 존재감을 자랑하는 빌딩으로 둘러싸인

보통의 바다에서라면 결코 만끽하지 못할 순간이다.

바다의 너그러움과 풍요로움을 모든 감각으로 받아들이며 다시 일상으로 돌아갈 준비를 한다.

언제라도 떠나올 수 있는 곳에 AYUMM이 있어 참으로 다행이라는 생각을 하며.

오직 당신만을 위한 프라이빗 클럽

그들의 취향과 공감, 멤버십 클럽

멤버십 클럽의 기원을 찾아 보면 르네상스 시대까지 거슬러 올라간다. 이탈리아 피렌체의 메디치 가문은 인문학자와 예술가를 후원하며 그들을 저택으로 초대해 서로 의견을 나누었다. 이들은 다양한 분야의 융합과 혁신을 이끌며 르네상스라는 황금 시대를 열었다. 17세기 후반, 바통을 이어받은 프랑스는 지적 허기를 귀부인이 주최하는 살롱에서 채웠고, 영국에서는 귀족 남성들만 입장이 가능했던 사교 모임인 젠틀맨 클럽이 성행했다. 미국의 경우엔 명문대 중심으로 사교 클럽이 활성화돼 있다. 부자들만 모이는 멤버십 클럽도 유명인데, 주로 자산과 기부를 목적으로 파티를 열어 정치, 예술계에 손을 뻗는다. 국내의 경우 가장 최초의 멤버십 클럽이었던 서울 클럽이 유명하다. 1904년 고종 황제의 뜻에 따라 창립된 이곳은 현재 추천제에 따른 다국적 멤버로 구성되어 있다. 오늘날의 멤버십 클럽은 은밀하고 비밀스러운 분위기에서 벗어나 스포츠, 취미, 패션 등 특화된 테마를 강조하는 곳이 많아졌고, 최근에는 첨단 의료 장비와 건강 시설을 갖추고 웰니스를 강조하는 곳도 생겨났다. 각자의 지식과 경험을 공유하고 서로 도움을 주고받는 관계를 형성하는 매개체 역할을 하기도 한다. 일상에 지친 몸과 마음을 돌보고, 멤버십 클럽이 제공하는 맞춤형 프로그램을 통해 자아 실현의 성취감을 발견하는 것, AYUMM이 추구하는 멤버십 서비스의 지향점도 바로 여기에 있다.



THE ARTS CLUB, UK



YACHT CLUB DE MONACO, MONACO

YACHT

YACHT CLUB DE MONACO MONACO

'요트 클럽 드 모나코'는 럭셔리 클럽의 정점에 있는 곳이다. 1953년 모나코 왕자 레이니어 3세(Prince Rainier)가 설립했으며, 1984년부터 지금까지 H.S.H 프린스 소버린 알버트 2세(H.S.H Prince Sovereign Albert)가 운영 중인, 왕실의 DNA를 지닌 클럽이다. 요트 클럽 드 모나코는 모나코 클래식 위크, 롤렉스 지라그리아, 프리모 컵, 모나코 스포츠 보트 윈터 시리즈 등 모나코에서 진행되는 모든 보트 레이싱 행사를 주최, 관리하고 청소년들을 위한 수상 아카데미를 운영한다. 대대적인 리노베이션을 거쳐 2009년에 완성한 클럽 하우스는 모나코의 랜드마크로 꼽힌다. 건물 주변으로 각기 다른 표정을 지닌 요트들이 즐비하게 항구를 감싸고 있는 풍경은 아름답기 그지없다. 세계적 건축 그룹인 포스터 앤 파트너(Foster + Partner)가 디자인한 이 건물은 광전지, 태양열 패널, 해수 냉각 시스템 등 친환경 테크놀로지 시설을 갖추고 있다. 이곳에선 매달 보트 경기가 열리는데, 클럽에서 가장 공을 들이고 있는 레이싱은 2014년부터 시작된 모나코 솔라 & 에너지 보트 챌린지다. 1년에 두 번, 엄격한 서류 심사(참가자와 스폰서 2명의 신청서가 필요하다), 인터뷰와 회의를 거쳐 신입 회원을 뽑는데, 참가자를 위한 환영 만찬이 따로 존재할 만큼 가입 자체가 어렵다. WWW.YACHT-CLUB-MONACO.MC

WELLNESS

SOUTH KENSINGTON CLUB UK, LONDON

한때 뮤직 홀로 쓰였던 방대한 공간에 자리한 '사우스 켄싱턴 클럽'은 치열하게 살아가는 런던의 몸과 마음을 치유하기 위해 탄생한 클럽이다. 2015년, 건물 소유자이자 클럽 대표인 루카 델 보노(Luca Del Bono)는 환락과 유희를 도모하는 곳이 아닌 치유와 휴식을 위한 장소를 떠올렸다. 위스키보다 온천수에 취할 수 있는 곳 말이다. 향긋한 냄새를 풍기는 나무 바닥을 따라가면 수증기로 몸을 데우는 러시아 스타일의 스팀 사우나 반야스(Banyas)가 나오고, 뜨거운 몸을 식힐 수 있는 수영장도 있다. 그 옆에는 터키식 스파 하만(Hammam)과 소금물 수압 마사지(Saltwater Watsu) 시설이 나란히 자리하고 있다. 세계 각국에서 온 테라피스트들이 멤버들의 건강 상태에 따라 필요한 시설로 안내한다. 레스토랑과 바에서는 지중해 스타일의

건강식을 요리하는데, 메뉴는 수시로 바뀐다. 재충전 후 비즈니스 미팅이나 업무를 볼 수 있는 룸도 마련되어 있다. 한편, 다양한 차를 테스트할 수 있는 티 라이브러리와 여행에 관련한 책, 지도, 사진 등을 모아놓은 보이저 룸(Voyager Room)도 흥미롭다. 가입비는 클럽 멤버십, 클럽 & 웰니스 멤버십, 조인트 풀 멤버십 등 이용 시설 및 콘텐츠에 따라 비용이 상이하다. WWW.SOUTHKENSINGTONCLUB.COM

GOLF

AUGUSTA NATIONAL GOLF CLUB USA

골프 마니아들에게는 성지 순례 코스와도 같은 곳이 바로 골프 메이저 대회 마스터스 토너먼트 대회가 열리는 '오거스타 내셔널 골프 클럽'이다. 1931년, 아마추어 골프 선수 보비 존스(Bobby Jones)와 윌스트리트의 자본가였던 클리퍼드 로버츠(Clifford Roberts)가 공동으로 창립했다. 영국의 유명한 골프코스 설계자인 앨리스터 매켄지(Alister Mackenzie)가 코스를 디자인했다. 클럽 하우스와 주변 부대시설은 매우 심플하다. 이 장소의 핵심은 골프 잔디와 흥미진진한 코스다. 미끌어지듯 공이 흘러간다고 해서 '유리 그린'이라는 별칭을 가진 18홀의 코스, 11번 홀 어프로치에서 시작해 13번 홀의 티샷까지 이르는 구간은 난이도가 높아 '아멘'이라는 탄식이 절로 나온다 해서 아멘 구간으로 불린다. 클럽은 코스 관리를 위해 10월 중순부터 5월 말까지 7개월 정도만 개장하고, 여름철이 되면 잔디 보호를 위해 문을 닫는다. 약 300명 정도의 회원제로 운영하는데, 가입은 회원들의 추천으로 이뤄진다. 역대 미국 대통령 중 회원은 아이젠하워가 유일하다. 그렇다면 이곳의 유리 그린을 밟는 다른 방법은 없을까? 마스터스 토너먼트 대회에 자원봉사자로 참여하면 이곳에서 골프를 경험할 수 있는 기회를 준다. WWW.MASTERS.COM



AUGUSTA NATIONAL GOLF CLUB



SOUTH KENSINGTON CLUB, UK

ART

THE ARTS CLUB UK, LONDON

'아트 클럽'은 1863년 예술, 문학, 과학 등에 연관되어 있거나 조예가 깊은 이들이 친목을 다지기 위해 만들어졌다. 찰스 디킨스(Charles Dickens), 프란츠 리스트(Franz Liszt) 등이 전 멤버였고, 의학자와 과학자 등이 예술가들과 함께 테이블에 앉아 시가를 피우고 술을 마시곤 했다. 세계대전 속에서도 살아남을 만큼 두터운 시간이 쌓인 18세기 스타일의 건물은 2011년에 새롭게 단장했다. 핵심 프로그램은 아트, 건축, 패션, 영화, 사진 등을 넘나든다. 대다수의 회원들은 예술 계통의 종사자들로, 친목을 다지면서 예술계의 새로운 움직임에 대해 논의하고, 클럽 하우스에서 이벤트를 열기도 한다. 건물 내 아트 컬렉션도 인상적이다. 아트 어드바이저 아멜리 본 웨델(Amelie von Wedel)의 큐레이션 아래 토마스 사라세노(Tomás Saraceno), 존 발데사리(John Baldessari), 존 스테자커(John Stezaker) 등 영국 작가들의 작품이 곳곳에 걸려 있다. 어린이들의 예술 활동을 후원하는 자선 단체 '더 프린스 오브 아트 파운데이션 포 칠드런 앤 아트(The Prince of Art Foundation for Children and Art)'도 운영한다. 30세 이상 풀 멤버십의 경우 연회비 2천 파운드(한화 약 3백만원), 가입비 2천 파운드(한화 약 3백만원), WWW.THEARTSCLUB.CO.UK

CULTURE NETWORK

CORE CLUB NEW YORK, USA

뉴욕 맨해튼을 움직이는 진짜 엘리트를 만나고 싶다면 2005년에 설립된 코어 클럽으로 가야 한다. 맨해튼 미드타운에 위치한 이 클럽의 회원으로는 구글 전 회장 에릭 슈미츠(Eric Schmidt), 백만장자 패션업계 대표 제이. 크리스토퍼 버런치(J. Christopher Burch), 전 백악관 대변인 앤터니 스카라무치(Anthony Scaramucci) 등이 알려져 있다. 숨겨진 입구로 향하는 미로 같은 길에는 <뉴욕타임스> 칼럼니스트 비 사피로(Bee Shapiro)가 큐레이팅한 작품이 걸려 있고, 엘리베이터 자체도 아티스트의 작품이다. 바와 레스토랑은 클래식한 편이지만 정장과 드레스를 갖춰 입은 사람은 없다. 넥타이를 풀어 헤치고 스마트폰을 만지작거리며 편안하게 앉아 있는 능청스러운 뉴욕커들로 가득하다. 우아한 품격은 지키면서도 딱딱한 규율을 없앤 곳이었을까? 뉴욕 특유의 낙천과 여유가 혼재하는 곳으로 젊은 싱글

남녀가 특히 많다. 도서관에는 두터운 장서 대신 잡지와 아트 북이 주를 이루고 있다. TED 강연처럼 생생한 이야기를 들을 수 있는 컬처 프로그램에도 힘을 썼다. 이곳은 2020년, 이탈리아 밀라노에 분점을 낼 예정이다. 멤버십 가격은 가입비 5만 달러(한화 약 5천9백만원), 연회비 1만7천 달러(한화 약 2천만원) 정도다.

WWW.THECORECLUB.COM

AUTO

ROYAL AUTOMOBILE CLUB GREAT BRITAIN AND IRELAND

1897년, 발명가였던 프레데릭 심스(Frederick Simms)는 대영제국과 아일랜드를 대표하는 자동차 전문 기관을 세워 적극적으로 자동차 산업을 육성하기 위해 '로열 오토 모바일 클럽'을 설립했다. 1911년 3월에 지어진 클럽 하우스 폴 몰(Pall Mall)은 영국의 자동차 역사 그 자체다. 각종 기록물뿐 아니라 초창기의 자동차들을 직접 볼 수 있다. 현재 클럽은 자동차 전문 기관에서 벗어나 골프, 승마 등 다양한 레저를 즐길 수 있는 고품격 클럽으로 운영하고 있다. 클럽 하우스는 런던 중심가에 위치한 폴 몰 외에 외곽에 위치한 우드코트 파크(Woodcote Park) 두 곳이다. 클럽이 주최하는 유명한 자동차 행사는 본햄스 런던 투 브라이튼 베틀란 카 런(Bonhams London to Brighton Veteran Car Run)이다. 1930~40년대 클래식 카를 타고 런던 하이드파크에서 이스트 서섹스 휴양지 브라이튼의 해안까지 60마일을 달리는 행사. 참가자 모두 턱시도와 드레스를 입고 19세기 영국 귀족 시대로 회귀한 듯한 모습을 보여준다. 가입은 1년 이상 2명의 회원에게 추천을 받으면 대기자 명단에 오를 수 있는데, 대기자는 최소 6개월을 기다려야 한다. 가입 비용은 미공개.

WWW.ROYALAUTOMOBILECLUB.CO.UK

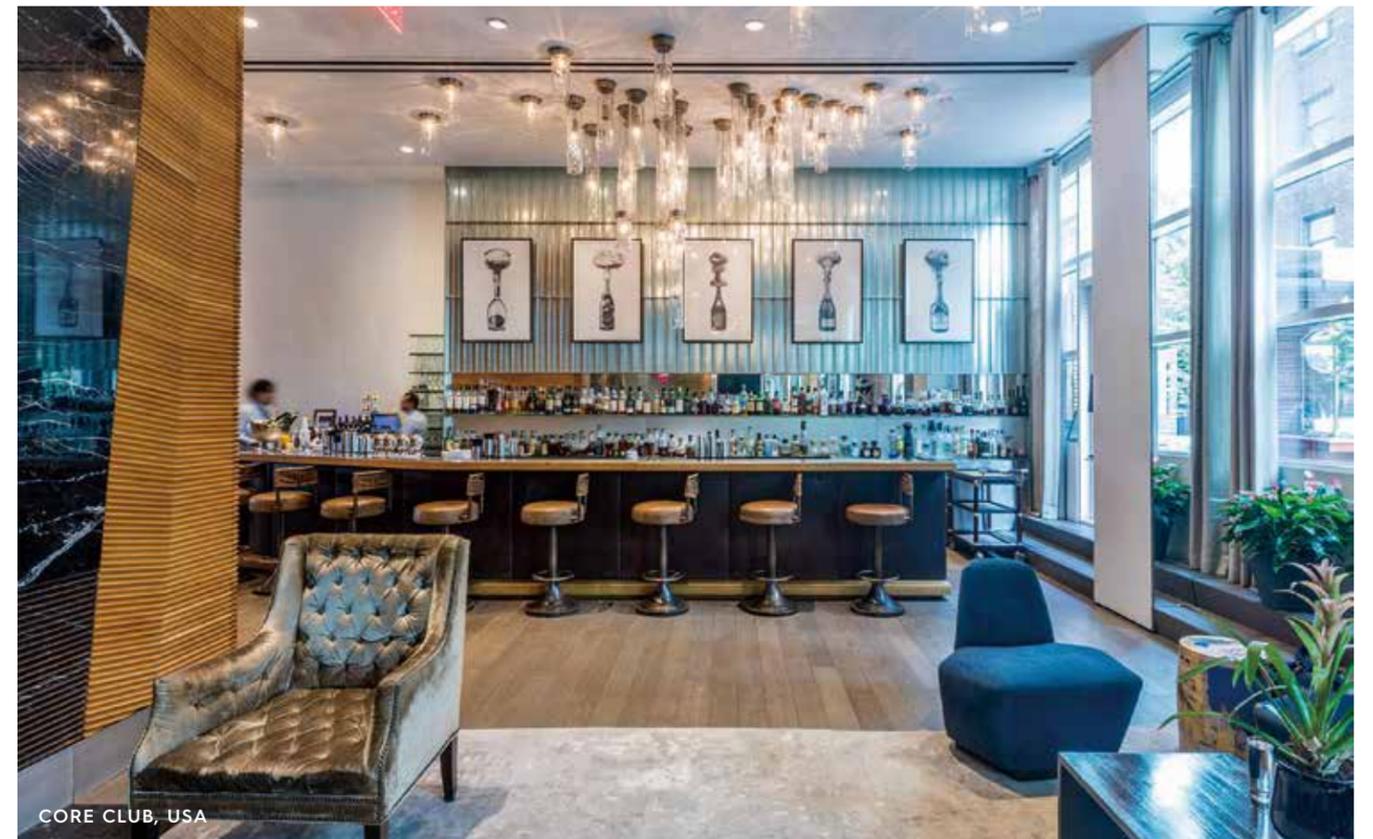


ROYAL AUTOMOBILE CLUB

필 | 개인나(라이프스타일) 클럽(니스트)



THE ARTS CLUB, UK



CORE CLUB, USA

의기양양, 양양은 여행의 미래다

휴양의 요지로 떠오른 양양의 오늘은 밝다.
그리고 앞으로의 날들은 더욱 쾌청하다.
조선 후기의 인문주의자이자 미래학자였던
연암 박지원의 사랑을 받았고,
지금은 전 세계가 주목하는 최고의 씨사이드 리조트가 들어설
여행자의 땅. 새로운 양양에서 주목할 미래가치.

미래학자, 연암 박지원의 경관녹봉론

1800년, 양양부사(襄陽府使)로 먼 길을 떠나는 연암 박지원의 시야는 오랜만에 확 트였다. 산봉우리 사이로 불어오는 바닷바람의 잔내에 가슴이 두근거리는 고을, 그곳에서 연암은 관리로서의 염치를 알고 자신의 실학사상을 실천하고자 부단히 노력했다. 이듬해 봄, 건강 문제와 기존 관리들의 텃세에 밀려 사직했지만 양양에 대한 기억은 아름답게 남았다. 사임 이후 양양부사 녹봉이 어떠한지는 지인들의 짓궂은 질문에 연암은 “1만2천 냥을 받았소”라고 답했다. 사람들이 깜짝 놀라자 연암은 껄껄 웃었다. “바다와 산의 빼어난 경치가 1만 냥 가치가 되고 녹봉이 2천 냥이니, 넉넉히 금강산 1만2천 봉과 겨울 만하지 않은가.” 이것이 그 유명한 연암의 ‘경관녹봉론(景觀祿俸論)’이다.

깊이 있는 사유로 시대를 통찰하며, 탁월한 문장으로 고루한 관념에 매몰된 지배층을 날카롭게 비판한 조선 후기의 대문호이자 실학자, 연암 박지원. 그는 당대의 진정한 미래학자였다. 비록 살아생전 자신의 뜻을 제대로 펼치지 못하고 재야의 선비로 살았으나 모진 풍파 속에서 뿌리를 내린 이용후생의 실학과 사회 신분제 개혁안은 후학들에 의해 사회적 실천으로 이어졌다. 연암은 누구보다 자연의 가치를 잘 인식하고 있었던 생태주의자였다. 그는 인간이 자연을 개발하고 실사에 쓰더라도 자연을 깊이 존중하면서 자연과의 조화를 우선시해야 한다고 믿었다. 양양의 아름다운 자연경관은 소중한 자산으로 남아, 현재 새로운 문화 관광 산업의 콘텐츠로 되살아나고 있다. 연암의 선구적 정신은 우리 문화의 공간성과 장소성을 확장하는 소중한 씨앗이 된 셈이다. 해학이 뻥 비유이기는 하나, 무형의 경관을 금전 가치로 인식한 그의 선견지명은 오늘날 진정한 럭셔리가 무엇인지를 알려주는 듯하다. 이것이 역설의 미래가 아닐까?

오늘의 천국, 양양의 트렌드를 읽다

동해안 8번 국도 횡단이 하나의 통과이레 같았던 시절이 있었다. 발로 걷든, 자전거 페달을 밟든, 처음 산 차를 서툴게 몰아서든 8번 국도를 따라 청춘의 어느 시점을 관통했다. 그 옆에는 지치지 않는 여행의 동반자인 바다가 있었기에 어쩐지 든든했다. 양양의 인구해변 옆 88휴게소에서 커피 한잔 마시며 바다와 하늘이 이루는 잉크빛 농담에 감탄하던 시절. 그 기억을 품은 채 저마다의 터널을 통과한 이들이 지금 양양에 온다면, 활어처럼 싱싱하게 펄떡거리는 신인류와 만나게 될 것이다. 지독한 희열과 천진한 열정에 힘싸인 채 파도에 몸을 맡기는 구릿빛 피부의 사람들.



해변마다 각기 다른 표정

“11년 전에 왔어요.” 기사문해변에 자리한 양양의 대표적인 핫 플레이스 ‘코 게러지(Koh Garage)’. 냉동창고를 개보수해 멋진 카페와 서퍼 숍으로 꾸민 이곳에서는 캘리포니아 브랜드 빙 서프보드(Bing Surfboards)의 제품을 비롯해 직접 제작한 서프 슈트와 코트, 빈티지 무드의 유리컵과 각종 굿즈를 만날 수 있다. 3~4년 사이 팽창한 양양의 서핑 붐에 대해 묻자 코 게러지 대표는 무심히 ‘연식’을 드러낸다. 진정한 터줏대감을 만난 셈이다. 국내외로 파도를 타러 다니던 코 게러지 주인장은 일찍이 양양에 터를 잡은 1세대 중 한 사람으로 최근 몇 년 사이 양양의 변화를 목도했다고 한다. “같은 양양이어도 해변마다 감성이나 문화가 조금씩 다르죠.” 그의 말대로 같은 양양이어도 해변마다 표정이 다르다. 낙산사 아래 펼쳐진 낙산비치는 번성했던 관광지 모습의 간직한 채 잔잔한 노스텔지어를 불러일으킨다. 흥미진진해지기 시작하는 것은 낙산대교를 넘어서면서부터다. 길고 긴 해안선과 해송 군락이 이어지는 오산해변을 지나면 동호해변, 중광정해변, 하조대해변, 기사문해변 등이 줄을 잇는다. 이 가운데 하조대 근처에 자리한 서피비치(Surfyy Beach)는 마치 LA의 베니스 해변에 온 듯한 느낌을 준다. 양양으로 젊은이들이 몰려들면서 새롭게 개발된 곳으로, 서핑은 물론 글램핑이나 파티 명소로도 이름 높아 이미 SNS를 통해 인증 샷 명소로 유명해졌다. 바다로 뛰어들지 않아도 좋다. 트로피컬 음악이 흐르는 코로나 선셋 바에서 칵테일 한잔을 즐기며 칠링 타임을 누리는 것만으로도 충분하니까.

- 1 기사문해변 안쪽에 자리한 코 게러지. 서퍼 숍과 카페가 한자리에 있고, 소수 정예의 스페셜 서핑 강습도 진행한다.
- 2 양양에선 해변마다 서핑을 즐기는 이들을 만날 수 있다.
- 3 이국적인 풍경이 시선을 사로잡는 서피비치.





1

- 1 비교적 한적한 동산해변에서 서핑을 즐기는 이들.
- 2·3 트렌디한 매장과 카페, 독립 서점까지 만날 수 있는 인구해변.
- 4 기존 가옥을 개조해 서핑 강습과 스테이를 제공하는 '편 서프'.
- 5 청명한 하늘과 푸른 바다가 맞닿은 낙산비치.

나만의 '현재'를 찾는 사람들

로컬 서퍼들이 자리 잡은 곳은 좀 더 남쪽이다. 기사문해변, 동산해변, 죽도해변, 인구해변에는 가을철에도 서퍼들의 강습이 한창이다. 오로지 파도 타는 데에만 집중하는 사람들로 철 지난 바닷가조차 활력이 가득하다. 저마다의 '현재'를 붙잡기 위해 노력하는 얼굴들.

〈시월애〉로 유명한 영화감독 이현승은 2019 전주국제영화제에서 신작 〈죽도 서핑 다이어리〉를 공개했다. 서핑 마니아로 6년 전부터 양양을 찾다가 2년 전쯤 현남면에 정착한 이현승 감독은 현지 주민과 이곳에 정착한 서퍼와 관광객이 서로 소통하고 살 수 있기를 바라며 '파란책방'을 열기도 했다. 그는 한 인터뷰에서 서핑이 '지구와 내통하는 것'이라고 표현했다. 조그마한 보드 하나에 의지해 바다에 떠 있다 보면 지구의 진동과 변화를 느낄 수 있다고, 그의 말대로 서핑에서 '이따가'라는 말은 없다. 파도와 합일하는 찰나의 희열을 경험한 이들은 보드 아래로 내려오지 못한다. 양양은 물론 '핫'하다. 죽도해변에서 인구해변으로 이어지는 마을 안쪽과 해안도로는 마치 서울 가로수길이나 연남동 골목을 보는 듯하다. 이국적이고 트렌디한 서퍼 숍과 카페, 레스토랑, 한 번쯤 묵어보고 싶은 근사한 스테이 등이 바다를 마주보고 있다. 하지만 사람들이 이곳으로 모이는 이유는 한낱 유행의 흐름에 편승하는 것이 아닌, '지금'의 행복을 민낯으로 마주하고 싶기 때문일 것이다. 미래의 안락함을 위해 현재의 기쁨을 유예하기를 거부하고, 시시각각 바뀌는 파도의 '오늘'에 올라타는 것. 그래서 양양은 의기양양, 행복을 제대로 누릴 수 있는 공간이다.



2



3



4



5



지금 양양을 주목해야 하는 이유

오늘날에도 연암의 경관녹봉론은 유효하다.

수려한 경관이 지닌 유무형의 가치는 더욱 커질 전망이다.

앞으로가 더 기대되는 휴양의 성지,

양양에 주목해야 하는 몇 가지 이유.

대한민국 최고의 청정 지역

양양은 휴양 관광을 위한 최적의 기후 여건을 지녔다. 여름철인 7~8월 평균 기온은 약 23~25℃로 해수욕과 서핑에 적당하며, 겨울철에는 서쪽 태백산맥이 북서풍을 가로막아 서울과 서해에 비해 온화하다. 또한 오늘날 가장 큰 문제인 대기환경 역시 훌륭하다. OECD 국가 중 한국의 미세먼지(PM2.5) 농도가 가장 높은 수치를 나타내고 있는 시점, 양양은 설악산과 태백산맥이 서쪽에서 날아오는 미세먼지를 막아주고, 동해에서 부는 바람이 미세먼지를 다시 분산시켜 한국에서 가장 깨끗한 공기 질을 가진 곳으로 손꼽힌다. 쾌적한 대기환경은 현대인의 삶에서 주거는 물론 관광지의 선호를 결정짓는 중요한 요소로 부각되고 있는 추세다.

곳곳의 알찬 문화 관광 콘텐츠

양양 하면 낙산사와 송이버섯만 떠올리던 때는 지났다. 양양은 바다는 물론 산, 계곡, 휴양림, 전통 사찰 등 수많은 관광자원을 지닌 곳이다. '양양 8경'으로 불리는 양양남대천, 대청봉, 오색령, 오색주전골, 하조대, 죽도정, 남애항, 낙산사 의상대는 기본 코스. 강원도 3대 미항 중 하나로 꼽히는 남애항을 비롯해 수산항, 물치항, 기사문항 등 크고 작은 항구도 놓치지 말아야 할 곳이다. 가장 유명한 낙산사는 물론 조계종의 발상지인 진전사지, 많은 신도들이 방문하는 휴휴암 같은 전통 사찰도 양양의 자랑거리다. 아름다운 계곡과 휴양림, 자연생태 박물관 등도 소소한 즐거움을 안겨준다. 하지만 오늘의 양양을 주목하게 만드는 것은 역시 점점 성숙해지는 서핑 문화가 깃든 해변들이다. 양양에 방문하면 성별, 연령, 취향, 기호와 상관없이 많은 이들이 자신만의 '최애' 콘텐츠를 찾을 수 있을 것이다.

가깝게, 더 가깝게

최근 몇 년 사이 양양이 핫한 지역으로 떠오른 배경에는 새로워진 교통편이 한몫한다. 물론 10여 년의 세월이 걸친 로컬 서퍼들의 정착과 서핑 문화의 저변 확대가 시발점이 되었지만, 일반 관광객들의 발길이 잦아진 데는 교통수단과 도로의 발달이 가장 큰 요인으로 작용한 것이다. 2017년 6월에 개통한 양양고속도로를 이용하면 서울 강남에서 1시간 30분에서 2시간 만에 양양에 닿을 수 있고, 2017년 12월에 경강선 KTX가 개통됨에 따라 수도권과의 접근성이 높아지고 이에 따른 유동 인구의 유입이 가속화되는 추세다. 또한 양양국제공항이 활성화되고 플라이강원이 신규 취항을 알리면서 내국인뿐만 아니라 해외 관광객도 점차 늘고 있다. ■





상위 1% 뉴욕커의 바다 휴양지, 햄튼

세계적인 부촌에는 공통의 조건이 있다.
 아름다운 해변과 최고급 레스토랑, 쇼핑과 나이트라이프,
 프라이빗 파티와 요트, 이 모든 것이 가능하다는 것이다.
 프랑스 리비에라, 영국 남부 세인트아이브스, 스페인 아말피 해변 등
 세계적 부호들의 여름 별장이 늘 바다에 인접한 이유다.
 그중에서도 뉴욕에서 차로 1시간 반 거리에 위치한 롱아일랜드 햄튼은
 세계 최고 상류층의 휴양지로 입지와 접근성 등
 여러 측면에서 AYUMM의 미래 모습을 가능해보게 한다.

“그래. 햄튼 별장으로 가는 거야!” 드라마 <섹스 앤 더 시티>의 주인공들이 약속이나 한 듯 외친다. 뉴욕 고교생들의 럭셔리 라이프를 그린 드라마 <가십걸> 시즌 2는 주인공들이 여름 휴양지 햄튼에 모여드는 것으로 시작되고, 영화 <블루 재스민>의 케이트 블란쳇은 그곳 별장에서 호화로운 파티를 열어 뉴욕 상류층의 삶을 연기한다. 지중해 작은 마을처럼 그림같이 펼쳐진 아기자기한 별장들, 눈부시게 푸른 바다와 고운 모래사장, 한껏 차려입은 뉴요커들이 고급 레스토랑에서 식사와 사교 파티를 즐기는 풍경이 약속이나 한 듯 펼쳐지는 곳, 바로 뉴욕주 롱아일랜드의 햄튼(Hamptons)이다. 이곳에선 수많은 유명인들이 저택과 별장을 소유하고 열심히 일한 자신을 위한 값진 호사를 누린다.



1640년대 후반, 영국의 작은 정착지로 알려진 햄튼은 370년이 넘는 역사를 자랑한다. 본격적인 휴양지의 모습을 갖추기 시작한 것은 18세기, 미국에 정착한 이주민들에 의해서다. 뉴욕에서 차로 2시간 남짓 걸리는 지리적 장점, <포브스>지가 꼽은 미국 10대 해수욕장 가운데 두 곳이나 꼽은 아름다운 자연환경은 유럽 지중해 도시를 닮았다. 햄튼은 20여 곳의 작은 마을들로 세분화된다. 크게 웨스트 햄튼(West Hampton), 사우스 햄튼(South Hampton), 브리지 햄튼(Bridge Hampton), 그리고 이스트 햄튼(East Hampton)이 잘 알려져 있는데, 뉴요커들의 선호도가 높은 부촌의 강호는 단연 ‘이스트 햄튼’이다. 앞서 언급한 할리우드 스타들의 저택 대부분이 이곳에 밀집해 있다.

세계적으로 통용되는 ‘햄튼 스타일’

햄튼의 본격적인 시즌은 매년 5월 말 메모리얼 데이를 신호탄으로 시작된다. 긴 여름휴가를 맞은 뉴요커들이 몰리면서다. 서핑과 수영, 비치발리볼 등 해양 레포츠는 기본이고, 편안하게 태닝하며 독서하는 피서객들의 여유로운 모습을 흔히 볼 수 있다. 또 미국의 톱 클래스 멤버십 골프 코스가 있어 골프 마니아들의 발길도 끊이지 않는다. 연중행사인 브리지 햄튼 폴로 경기(Polo Hamptons)는 셀러브리티와 미디어가 대거 참석하고 유명 회사들이 스폰서로 나서며 화려한 볼거리를 제공한다. 올해는 포르쉐 등이 메인 스폰서로 참여해 6월 9일과 7월 6일 이틀간 열렸다. 매년 8월 말에 일주일간 개최하는 햄튼 클래식 홀스 쇼(The Hampton Classic) 역시 유명하다. 이는 미국에서 가장 큰 쇼 점프 대회 중 하나인 그랑프리 이벤트로, 온갖 부유층 여성들이 셀러브리티와 어울리는 사교 행사이기도 하다. 한편, 월가를 쥐락펴락하는 뉴욕 상류층이 집결하는 까닭에 햄튼에는 아예 여름 시즌에만 한시적으로



매장을 운영하는 다양한 팝업 스토어가 하나의 트렌드로 자리 잡았다. 귀네스 펠트로의 라이프스타일 브랜드 ‘구프 색 하버(Goop Sag Harbor)’, 영국 상류층의 침구 브랜드 ‘화이트 컴퍼니(White Company)’, 66.2K 팔로워 수를 자랑하는 인스타그램 ‘인싸’ 디자이너 커나 자베테(Kirna Zabete)의 이스트 햄튼 매장도 지난 여름 시즌에 한시적으로 문을 열었다. 최근에는 구찌와 멀렛 머칸타일(Melet Mercantile)의 컬래버레이션 쇼미 생겼다는 따끈따끈한 소식도 들린다. ‘햄튼’은 라이프스타일 전반에도 하나의 장르를 설명하는 대명사로 자리 잡았다. 야외 풀과 리넨 소재 체어, 라탄 테이블 등으로 꾸민 ‘햄튼 스타일’,

인테리어 뉴요커들의 자유분방한 일상 룩을 대변하는 ‘햄튼 룩’이 그러하다. 사라 제시가 파커가 홍보하면서 유명해진 지중해식 저탄수화물 다이어트를 두고도 ‘햄튼스 다이어트’라 부를 정도다. 이렇게 유명한 햄튼에도 시련은 있었다. 2008년 갑작스럽게 닥친 금융위기로 부동산 가격 침체기를 겪은 것이다. 하지만 최근 들어 예전의 활기를 되찾아가는 모양새다. 시타델 헤지펀드 창립자인 켄 그리핀이 최근 뉴욕 펜트하우스 ‘220 센트럴파크 사우스’를 사들이기 전까지, 미국에서 가장 비싼 주택은 헤지펀드 매니저 배리 로즌스타인의 햄튼 주택(1억3천7백만 달러)이었을 만큼, 햄튼이 긴 시간 쌓아온 럭셔리 휴양지의 아성은 견고하다. ■



BERMUDA BEACH

1957

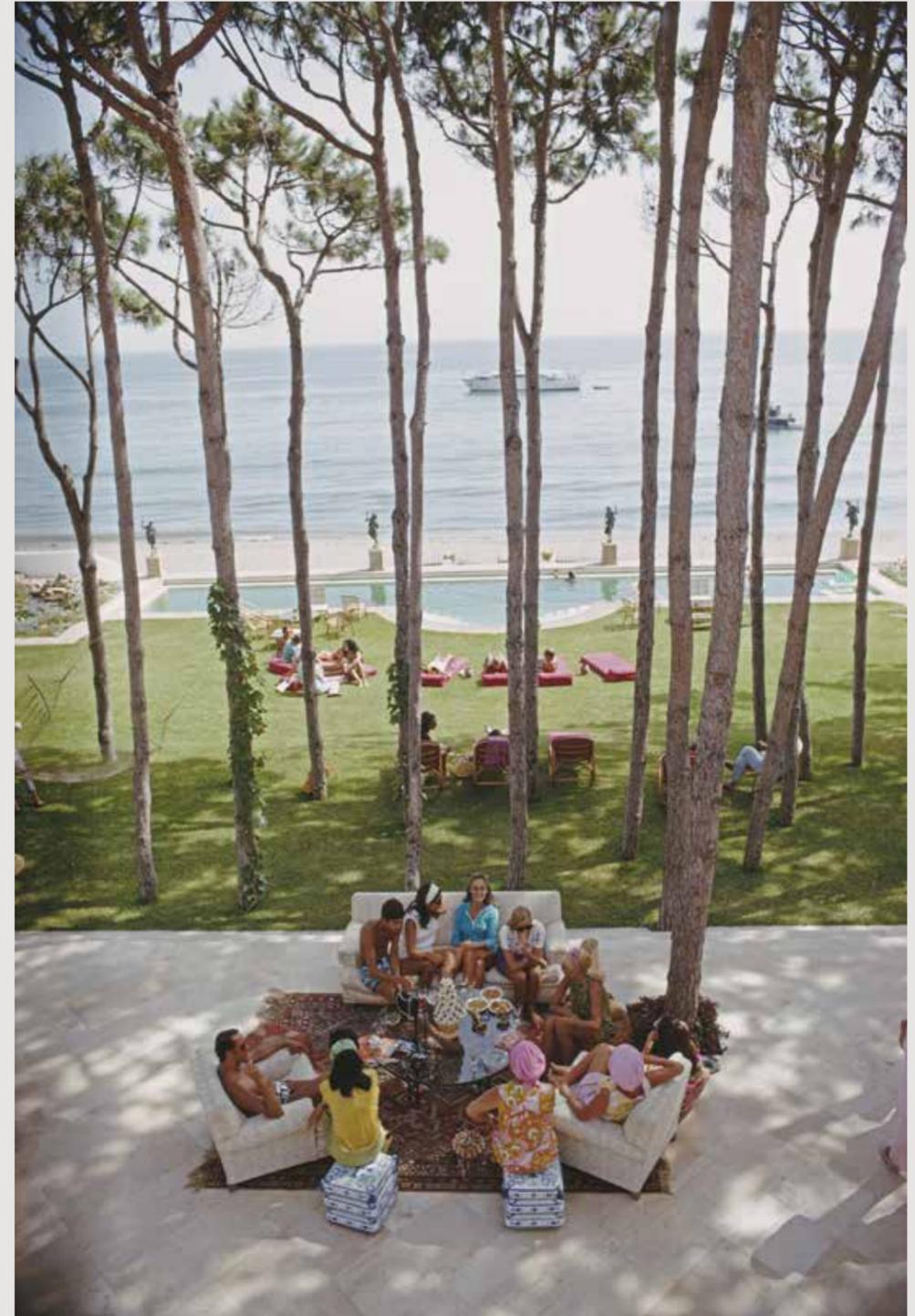
ATTRACTIVE LIFE

진정한 럭셔리를 발견하려면 그의 사진 작품을 보라.

1950년대부터 1980년대까지 상류층과 귀족, 예술가와 비즈니스 아이콘의

바캉스 라이프를 카메라에 담아온 슬림 애런즈.

21세기에도 커다란 영감을 주는 그의 작품을 통해 AYUMM에서 펼쳐질 풍경을 그려본다.



PALM BEACH IN FLORIDA, USA

1958

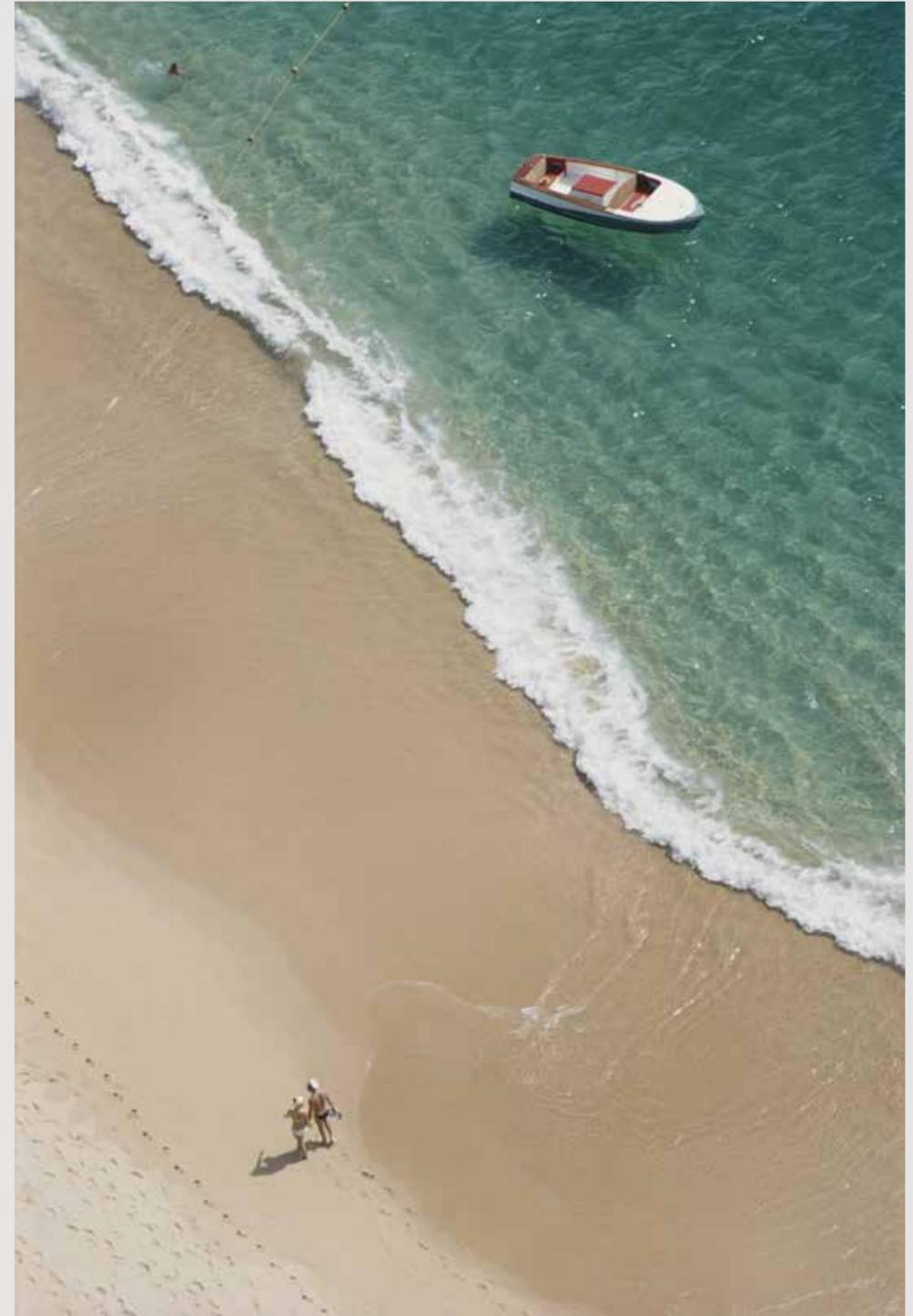


MERIDIAN CLUB IN TURKS &
CAICOS ISLANDS

1981

특유의 빛과 색채를 담은 풍요의 사진

레트로의 새로운 해석, 뉴트로(New+Retro)의 시대다. 이때 다시 보는 빈티지 사진은 지금보다 아름답고 현실보다 짜릿하다. 아련한 오라를 전달하지만 이는 단순한 일회적 향수에 그치지 않는다. 우리는 낭만과 풍요가 살아 있는 과거의 한 장면 속에서 진정한 럭셔리에 대한 영감을 얻기도 한다. 슬림 애런즈(Slim Aarons, 1916~2006)의 사진 작품집을 넘겨볼 때 특히 그러하다. 18세 때 미 육군 중군기자로 입대한 슬림 애런즈는 제2차 세계대전을 겪으며 참혹하고 충격적인 현실을 목도했다. “착륙할 가치가 있는 유일한 해변은 태양 아래 태닝을 하는 여성들이 가득한 해변뿐이다.” 그는 힘겨운 전쟁이 끝난 후 이 같은 멘트를 남긴 채 꿈에 그리던 캘리포니아로 건너갔다. 그곳에서 그는 아름다운 해변과 별장, 매력적인 사람들의 모습을 카메라에 담는 데 주력했다. 슬림 애런즈는 클라크 게이블, 게리 쿠퍼, 험프리 보가트, 로렌 바콜, 메릴린 먼로 등 할리우드 스타들의 초상과 내밀한 삶을 사진으로 남겼고 <LIFE>, <Vogue>, <Travel & Leisure>, <Town & Country>, <Holiday> 등의 매거진에 작품을 게재했다. 슬림 애런즈는 스타일리스트나 메이크업 아티스트가 참여해 인위적으로 연출한 작업을 거부하고 멋진 라이프스타일을 즐기는 사람들의 삶을 있는 그대로 렌즈에 담았다. 거창한 장비나 화려한 조명 없이 자연스럽게 촬영했지만 특유의 빛과 색채를 담은 그의 사진은 사람들의 마음을 움직이는 매력으로 가득하다. 자연 풍광과 사람의 스케일 대비가 주는 구성감 역시 뛰어나다. 1957년에 버뮤다 해변에서 촬영한 여성의 사진, 1968년에 멕시코 아카풀코의 칼레타 해변에서 포착한 커플의 사진을 예로 들어보자. 지금처럼 드론 촬영이 가능했던 시기가 아님에도, 원경에서 순간적으로 포착한 앵글이 매우 극적이다. 이렇듯 그만의 대담한 시선에 담긴 아름다운 풍경은 이후 많은 작가들에게 영향을 미쳤다.



CALETA BEACH IN ACAPULCO, MEXICO

1968



VILLA ARTEMIS IN
FLORIDA, USA
—
1950's



BIARRITZ, FRANCE
—
1960



KAUFMANN'S HOUSE
—
1970's

제트족의 여유로운 삶이 주는 영감

배우와 사업가, 셀러브리티들에게 인정받으며 자연스럽게 친숙해진 슬림 애런즈는 전 세계에 포진한 그들의 별장에 초대받곤 했다. “부자들은 내가 그들의 일원이고, 자신들을 방해하지 않는다는 것을 알기에 기꺼이 나를 파티에 초대한다”는 그의 말처럼, 슬림 애런즈의 비주얼은 거의 가족 사진에 가까운 친밀감이 느껴진다. 미국의 사업가이자 자선가 에드거 J. 카우프먼(Edgar J. Kaufmann)의 팜프링스 주택에서 촬영한 컷만 해도 그렇다. 풀사이드에서 담소를 나누는 여인들의 일상은 바로 곁에서 숨 쉬듯 자연스럽게 다가온다. 가까이 교류하지 않으면 담기 어려운 개인 주택의 모습까지 엿볼 수 있다는 점도 주목할 만하다.

슬림 애런즈는 특히 해변에 있는 별장과 리조트에서 여유를 즐기는 제트족의 모습을 자주 포착했다. 마이애미와 니스의 해변에서 일광욕을 즐기거나 서프보드를 든 채 활보하는 이들, 자신의 해변 풀사이드에서 칵테일을 마시고 담소를 나누는 모습은 바로 옆에서 보듯 생생하다. ‘C.Z. Guest’라는 애칭으로 불렸던 사교계 명사 루시 더글라스(Lucy Douglas)가 자신의 아들, 반려견과 함께 팜비치 해안가에 자리한 빌라 아르테미스(Villa Artemis)에서 여유로운 시간을 보내고 있는 사진도 백미로 꼽힌다.

‘매력적인 공간에서 매력적인 사람들의 매력적인 모습을 담는다’는 철학을 지닌 슬림 애런즈. 그의 작품은 최근 몇 년 사이 패션과 라이프스타일 브랜드의 인스피레이션이 되기도 하면서 21세기에도 한층 유효한 가치를 전달한다. 소셜네트워크서비스를 통해 모든 것을 공유하고 선을 넘나드는 이때, 잃어버리기 쉬운 사적인 삶을 지키고 느긋한 여유와 독자적인 라이프스타일을 즐길 수 있는 곳이 더욱 절실하지 않을까? 이런 진정한 럭셔리가 실현될 공간, AYUMM의 미래를 슬림 애런즈의 매력적인 작품을 통해 상상해보는 이유가 바로 여기에 있다. **A**

AYUMM의 뜻이 무엇이나고 묻는 분들이 많습니다.

AYUMM은 한국의 휴식 문화를 이끄는 기업이 되겠다는 우리의 바람을 담아 만든 단어로,
‘나만의 쉼’이라는 의미를 갖고 있습니다.

자연 그대로의 바다가 완벽히 보존되어 있고, 샌디 비치와 멋진 전망을 갖춘
씨사이드 리조트 AYUMM은 글로벌 리조트 디자이너들의 협업하에 지금까지 한국에서 볼 수 없었던,
완전히 새로운 공간을 선보일 준비를 하고 있습니다.
이곳에서 여러분은 마음껏 바다를 즐기며 자연과 교감하고, 다채로운 라이프스타일을 누리며,
건강한 비움과 채움의 과정을 경험하게 될 것입니다.
집을 떠나 AYUMM으로 향하는 길, 리조트에 도착해서 바다를 마주하는 순간,
로비에서 객실로 향하는 그 모든 과정이 각각의 시퀀스가 되어 모두의 기억에 남을 것입니다.

AYUMM은 보편적인 기준에서의 럭셔리를 정의하지 않습니다. 개인의 취향을 존중하고 배려합니다.

가장 개인화된 공간을 만들기 위해 고민하며,
공간의 감각을 구현하기 위한 시도를 아끼지 않습니다.
우리의 목표는 지금까지 본 적 없는, 새로운 모습의 리조트를 만드는 것입니다.
우리는 그 가치를 ‘컨템퍼러리(Contemporary)’에서 찾았습니다. 현재에 안주하지 않고
시대의 흐름과 변화에 유동적으로 대처하는 유연성이 바로 우리가 추구하는 가치입니다.

AYUMM의 시작을 여러분께 알리는 지금, 긴장과 설렘이 교차합니다.

여러분께 보여 드릴 다음 모습이 저희로서도 무척이나 기대됩니다.
대한민국 리조트의 새로운 문화를 선보이겠습니다. 여행과 휴식을 사랑하는 여러분의 말씀에
귀 기울이겠습니다. AYUMM의 다음 행보를 지켜봐주세요. 

[AYUMM] MAGAZINE VOL.01

EDITORIAL AGENT : DOOSAN MAGAZINE

EDITOR IN CHIEF : JIN JOO BYUN

CONTRIBUTING EDITOR : YOU HEE CHUNG

PHOTOGRAPHER : ARNOLD PARK / SEONG JIN MOON

DESIGN : DESIGN STUDIO BORN