

KIA 흥행에 '티켓 전쟁'... 암표·사기 거래까지

정가 3배 웃돌아... 온라인 중고거래·SNS 피해 속출 정부 8월 '암표 근절법' 시행... 단속·모니터링 강화

프로야구 KIA 타이거즈의 상승세가 이어지면서 광주-기아챔피언스필드 티켓 가격이 '하늘의 별 따기'가 됐다. 최근 성적 상승의 여파로 매진 행렬이 이어지자 온라인 중고거래 플랫폼과 사회관계망서비스(SNS)를 중심으로 웃돈을 얹은 암표 거래가 성행하고 있으며, 이를 악용한 사기 범죄까지 잇따르면서 팬들의 피해가 커지고 있다.

최근 온라인 중고거래 플랫폼에는 정가보다 수만원에서 수십만원 높은 가격에 KIA 경기 티켓을 판매한다는 게시글이 연이어 올라오고 있다. 티켓 품귀 현상이 이

예매 내역을 제시해 구매자를 속이는 사례도 끊이지 않는 상황이다. 광주 북구에 거주하는 직장인 이모씨(34)는 최근 온라인 거래를 통해 KIA 홈경기 티켓을 구매하려다 피해를 입었다. 이 씨는 "예매 시작과 동시에 접속했지만 표를 구하지 못해 중고거래 플랫폼을 찾았다"며 "판매자가 좌석 정보와 인증 화면까지 보내줘 믿고 입금했는데, 돈을 받자마자 연락이 두절됐다"고 말했다. 그는 결국 경기 관람도 못 하고 돈만 날렸으며 허탈해했다. 대학생 박모(23) 씨도 비슷한 경험을 했다. 박 씨는 "SNS에서 테이블석 티켓을 정가의 세 배 가까운 가격에 판매한다는 글을 보고 연락했는데 계좌 명의와 판매자 이름이 달라 의심이 들었다"며 "거래를 중단했지만 조금만 방심했다면 피해를 입

뻘했다"고 말했다. 이같은 암표 거래는 공정한 관람 기회를 침해한다는 점에서도 비판을 받고 있다. 정상적인 방법으로 예매에 참여한 팬들이 표를 구하지 못하는 반면, 일부 판매자들은 웃돈을 붙여 재판매하며 부당이익을 취하고 있기 때문이다. 최근에는 매크로 프로그램을 이용해 예매 시작과 동시에 다수의 티켓을 확보한 뒤 재판매하는 사례까지 사회적 문제로 떠오르고 있다. 이에 정부는 오는 8월부터 이른바 '암표 근절법'을 시행할 예정이다. 개정된 국민체육진흥법과 공연법은 매크로 프로그램 등을 이용해 입장권을 부정 구매한 뒤 재판매하는 행위에 대한 처벌을 강화하는 내용을 담고 있다. 온라인상 불법 거래에 대한 단속 범위로 확대돼 암표 시장에 일

부분 제동이 걸릴 것으로 기대된다. 다만 현장에서는 법 시행만으로 문제를 해결하기는 어렵다는 지적도 나온다. 상당수 개인 간 거래 방식으로 이뤄지고 있어 적발이 쉽지 않은 데다 판매 목적과 거래 경위를 입증하는 과정에도 한계가 있기 때문이다. 문화체육관광부 관계자는 "암표 거래는 소비자 피해는 물론 공정한 관람 기회를 침해하는 대표적인 불법 행위"라며 "오는 8월 개정 법률 시행을 계기로 온라인상 암표 거래에 대한 단속과 모니터링을 강화할 계획"이라고 밝혔다. 이어 "매크로 프로그램을 활용한 입장권 대량 구매와 부정 판매 행위에 대해서는 관계기관과 협력해 엄정 대응할 방침"이라며 "관람객들도 공식 예매처를 이용하고 개인 간 거래 시 각별히 주의해 달라"고 당부했다. 김은지 기자 eunji@gwangnam.co.kr



롯데백화점 광주점, '그로서리스터프' 팝업 롯데백화점 광주점이 오는 14일까지 외국 감성이 물씬 나는 라이프스타일 플랫폼 '그로서리스터프' 팝업 행사를 진행한다. 그로서리스터프는 다양한 브랜드와 아이템을 큐레이션하고 일상 속에 나만의 굿즈로 커스터밍하는 경험을 제공하는 라이프스타일 플랫폼이다. 해당 매장에서는 커스텀 키캡, 립슈즈, 욕실화를 비롯해 멀티탭, 클리너, 하리보 마그넷 등 외국 감성이 물씬 느껴지는 다양한 상품을 구매 가능하다.

해양에너지, 비상훈련... 도시가스 공급 안정 강화

광주·전남 공급권역 35개 구역별 대응체계 점검

㈜해양에너지는 최근 광주시의 '2026년 집중안전점검' 추진에 맞춰 전 사 차원의 'Zone별 비상훈련'을 실시했다고 1일 밝혔다. 이번 훈련은 지진 등 자연재해로 인한 가스 누출과 공급 중단 상황을 가정해 현장 초기 대응 역량을 높이기 위해 추진됐다. 해양에너지는 도시가스 공급권역을 35개 구역(Zone)으로 나누고 각 구역별

로 정압기와 차단밸브 위치 확인, 설비 조작 방법 숙지, 단계별 비상 대응 절차 점검 등을 진행했다. 특히 정회 대표이사도 직접 훈련에 참여 현장 대응체계를 점검하고 안전관리 현황을 살폈다. 해양에너지는 최근 기후변화에 따른 자연재해 증가와 에너지 공급망 안정성 확보 중요성이 커지고 있는 만큼 정기적인 비상대응 훈련을 통해 도시가



스 공급 안정성을 지속적으로 강화하는 방침이다. 정회 해양에너지 대표이사는 "재난은

예고 없이 발생하는 만큼 평상시 실전과 같은 훈련이 무엇보다 중요하다"며 "반복적인 훈련을 통해 임직원들이 각자의 역할을 정확히 숙지하고 어떠한 상황에서도 신속하고 체계적으로 대응할 수 있도록 안전관리 역량을 지속적으로 높여 나가겠다"고 말했다. 한편 해양에너지는 광주시와 전남 8개 시·군에 도시가스를 공급하고 있으며 신재생에너지 사업도 추진하고 있다. 이를 통해 지역 에너지 인프라 구축과 탄소중립 실현을 위한 사업 확대에 나서고 있다. 송대용 기자 sdw0919@

롯데마트, 이른 더위 '콤부차' 수요 공략

분말형 식품 수요 증가... 2종 단독 신상품 출시

롯데마트가 이른 더위 속 콤부차 수요 공략에 나선다. 1일 롯데마트에 따르면 이른 더위가 찾아오면서 지난 5월 기준 분말형 식품 매출은 전년 대비 약 5% 증가하는 등 물에 타서 간편하게 마실 수 있는 수요가 증가하고 있다. 특히 헬스플레저 트렌드 확산으로 저당

·저칼로리 식품 수요가 늘어나면서 해당 콘셉트를 앞세운 콤부차가 국내외 소비자들에게 큰 인기를 얻고 있다. 5월 누계 기준 롯데마트 콤부차 매출은 전년 대비 42.7% 증가했으며, 외국인 방문객 비중이 높은 제타플러스 서우역점에서는 같은 기간 콤부차 매출이 74.4% 상승하며 더욱 높은 신장세를 보였다.

이에 롯데마트는 1일부터 '티젠 콤부차 블루베리맛'과 '티젠 콤부차 블루베리맛' 신상품 2종을 단독 출시해 선보였다. 이번 신상품은 미국산 블루베리 농축 분말을 사용해 블루베리 특유의 상큼한 풍미를 강조했다. 더불어 찬물에도 잘 녹는 스틱형으로 제작해 섭취 편의성을 높였다. 또 포장재에 걸그름 '트와이스' 엠버인 정연 이미지를 적용해 외국인 고객의 관심도를 높이고 쇼핑 수요 확대에 나선 계획이다. 롯데마트는 전 연령대에서 선호도가 높은 블루베리를 활용한 만큼 기존 고객은

물론 신규 고객 수요까지 확보할 수 있을 것으로 기대하고 있다. 이번 콤부차 2종 신규 출시를 기념해 롯데마트는 오는 3일부터 17일까지 전국 매장에서 '티젠 콤부차' 전 품목 대상으로 '원플러스원(1+1)' 프로모션을 진행한다. 김현목 롯데마트·슈퍼 기호식품팀 상품기획자는 "이번 콤부차 단독 신규 상품은 상큼한 풍미와 청량감을 강조한 여름 시즌 상품으로, 국내 고객은 물론 외국인 고객까지 사로잡을 것으로 기대한다"고 말했다. 윤용성 기자 yoc1404@

2026 광남일보 국민안전연중캠페인

운전할 땐 안전벨

안전거리 · 전방주시 · 벨트착용

광주경찰청 | 전남남도경찰청 | TS 한국교통안전공단 | 안전문화재단 안전보건공단 | GTCL | 광주광역시 교통문화연구원