뷔페 영업재개… HMR·배달·1인분 특화 매장 재탄생

빕스 '스테이크 라운지' 운영
'샐러드바 대체' 코스메뉴 서빙

계절밥상 1인반상 콘셉트 운영
코엑스몰·서울역사점 등 적용

빕스·애슐리, 배달서비스 강화

빕스는 코로나 시대에 맞춰 샐러드바를 대체할 빕스 스테이크 라운지를 운영한다. /CJ푸드빌

13일 영업재개한 애슐리퀸즈 매장전경. /이랜드이츠

사회적 거리두기가 1단계로 하향 조정되면서 두 달간 휴업 상태였던 뷔페형 외식 매장들이 속속 재개장하고 있다. 다만 반년 이상 신종코로나바이러스감염증(코로나19) 장기화로 피해를 본 상황에서 매출 회복에는 오랜 시간이 걸릴 것으로 전망된다.

거리두기 완화 조치 첫날인 지난 12일 오후부터 CJ푸드빌 뷔페 프랜차이즈 브랜드인 빕스 수도권 28개 매장과 CJ푸드빌 한식 뷔페 계절밥상 9개 매장이 영업을 재개했다. 이랜드이츠도 수도권 내 '애슐리' 40개 매장과 '자연별곡' 20개 매장을 비롯해 피자몰, 로운 등 뷔페브랜드 전국 150여개 매장도 13일부터 다시 문을 열었다. 15일부터는 신세계푸드가 운영하는 한식 뷔페 올반 2개 매장과 해산물 뷔페 레스토랑 보노보노 3개 매장이 영업을 재개했다.

뷔페식당이 영업을 재개한 건 거리두기 2단계가 시행된 8월 19일부터 영업을 중단한 이후 두 달여 만이다. 당시 뷔페식당이 '고위험시설'로 지정되면서 영업이 불가능해졌다.

거리두기가 1단계로 완화되면서 큰 타격을 입었던 외식업계가 그나마 한숨을 돌리는 분위기다. 하지만 아직 코로나19가 종식되지 않은 상황이어서 언제든 거리두기 단계가 격상될 수 있다는 점에 대해 불안감을 드러내고 있다.

18일 기업분석 전문 한국CXO연구소에 따르면 레스토랑을 포함한 외식업계의 경우 사회적 거리두기 2.5단계 방역 조치로 매출이 80% 이상 줄어 폐업 직전까지 내몰린 상황이다. 특히 뷔페식당의 영업 중단 기간이 길어지면서 업계는 큰 타격을 받았다. 뷔페 식당 영업이 중단됐던 지난 두 달간 이랜드이츠는 애슐리 12개 매장과 자연별곡 5개 매장을 폐점했다. CJ푸드빌도 지난달부터 빕스 불광역점과 계절밥상 동대문점 문을 완전히 닫았다.

거리두기 1단계 완화로 외식업계가 간만에 활기를 되찾는 분위기가 도는데다, 외식업계의 성수기라 불리는 연말 시즌이 다가오지만, 코로나 이전만큼 매출 회복이 어렵다는 것이 업계의 평이다.

이에 뷔페형 외식업체들은 '테이블 서빙(직원에게 음식을 주문하면 자리로 가져다주는 방식)'을 도입하거나, 1인용 메뉴 특화 매장을 집중 육성하고 포장·배달 상품을 출시하는 등 고육책 마련에 나섰다. 코로나19 재확산에 따른 사회적 거리두기 단계 격상 가능성에 대비하겠다는 전략이다. 각 업체는 영업 재개 이후에도 해당 서비스와 상품군을 계속 유지·확대할 방침이다.

CJ푸드빌은 신규 매장을 더는 늘리지 않고 기존 매장을 선택적으로 집중적으로 육성하기로 했다. 샐러드바로 인기를 끌고 있는 '빕스'가 그 예다. 뉴노멀 시대에 발맞춰 스테이크를 중심으로 풍성하게 구성한 '스테이크 라운지' 운영에도 나섰다. '스테이크라운지'는 샐러드바를 대체할 수 있는 구성을 갖췄다. 빕스의 시그니처인 스테이크를 메인으로 기존 스테이크 가격에 2~3만원을 추가하면 파스타, 피자, 샐러드, 스프 등과 함께 즐길 수 있는 코스 메뉴다. 주문 시 모든 메뉴를 직원이 직접 테이블로 제공해 처음부터 끝까지 편안한 식사를 경험할 수 있다. 현재 빕스 문정·판교 2개 점에서 운영 중이다.

한식 뷔페식당인 '계절밥상'은 코엑스몰점·서울역사점·용산아이파크몰점·수원롯데몰점 등 4개 매장에서 뷔페 메뉴 대신 지난달 도입한 '1인 반상' 콘셉트를 적용한 테스트 운영을 당분간 유지하기로 했다.

배달 서비스도 강화한다. CJ푸드빌은 지난 8월 배달 전용 브랜드 '빕스 얌 딜리버리'를 출시했다. 서울 서초구에서 배달 시범 서비스를 한 뒤 이달부터 강동, 강서, 마포, 인천 계양 등 11개 지역으로 배달 가능 지역을 넓혔다.

애슐리도 배달 서비스를 강화한다. 배달앱을 통해 주문하면 스테이크, 폭립, 파스타 등 애슐리 메뉴 8가지를 배달해주는 '애슐리 홈뷔페 딜리버리' 서비스 지역을 연내 확대할 예정이다.

냉장·냉동 레스토랑 간편식(RMR) 개발에도 박차를 가하고 있다. 빕스, 계절밥상 매장의 인기 메뉴를 제품화해 마켓컬리, 헬로네이처, SSG닷컴 등 새벽배송 업체를 통해 판매한다. 20여 종인 상품 수를 다음 달 말까지 40여 종으로 늘릴 계획이다. 이랜드이츠는 가정간편식(HMR) '애슐리 쉐프박스'의 메뉴를 확장하고, 신세계푸드의 올반도 자체 HMR 제품과 온라인 전용 상품 신제품을 출시했다.

외식업계 관계자는 "사회적 거리두기 조치가 1단계로 완화한 첫날에도 코로나19 신규 확진자가 100명에 육박했다. 특히나 고위험시설로 지정된 '뷔페'의 경우 언제든지 거리두기 단계가 격상될 수 있는 상황에서 코로나 이전 매출 복귀는 어려울 것으로 보인다"면서 "그러나 영업 정지인 것보다는 희망적인 상황인 만큼, 방역에 만전을 기하려고 노력 중"이라고 밝혔다.

/조효정 기자 princess@metroseoul.co.kr

롯데온, 최대 80% 역대급 할인전 펼친다

창립 41주년 기념 23일부터 열흘간
7개 계열사 참여 '롯데온세상' 행사
19~22일 총 100억 할인쿠폰 32만장

롯데온세상 /롯데

롯데온에서 역대급 할인전이 펼쳐진다.

롯데 유통계열사는 롯데쇼핑 창립 41주년을 기념해 이번 달 23일부터 열흘 간 '롯데온세상' 행사를 진행한다. 이번 행사에는 롯데온을 비롯해 롯데백화점, 롯데마트, 롯데슈퍼, 롭스, 롯데하이마트, 롯데홈쇼핑 등 주요 롯데 유통 계열사 7개가 참여하며, 행사 규모도 역대 최대인 2조원 규모의 물량을 준비했다.

지난 2016년부터 롯데 유통 계열사들은 미국 블랙프라이데이, 중국의 광군절 등에 맞서 내수 진작과 소비 시장 활성화를 위해 '롯데 블랙페스타'를 진행해왔다. 이전까지는 하나의 테마 아래 상품 구매는 각 계열사 온·오프라인 점포에서 개별적으로 이뤄졌다. 하지만 롯데온 론칭 이후 처음으로 진행하는 이번 행사는 참여한 모든 계열사의 행사 상품을 롯데온 한 곳에서 검색하고 구매까지 가능해져 고객의 쇼핑 편리성이 한층 높아졌다.

이번 '롯데온세상' 기간에는 50만 개의 상품을 최대 80% 할인 판매한다. 행사 상품 구매 시 사용 가능한 20% 추가 할인 쿠폰을 지급하고, 구매 금액의 최대 20%를 엘포인트(L.Point)로 돌려주는 구매 사은 행사도 진행한다.

본격적인 행사를 앞두고, 오는 19일부터 22일까지 사전 행사를 진행해 총 100억 원 규모의 할인 쿠폰을 배포한다.

롯데온 상품 2000/3000/5000원 할인 쿠폰 및 롯데백화점 상품 1만원 할인 쿠폰, 롯데마트 상품 10% 할인 쿠폰을 각 16만 장, 롯데홈쇼핑 상품 5000원 할인 쿠폰 32만 장 등 총 100억 원 규모다. 쿠폰은 사전 행사 기간에 롯데온 앱에서 매일 오전 10시부터 선착순으로 한정 수량 발급하며, 쿠폰은 본행사 기간에만 사용할 수 있다.

'롯데온세상'에 참여하는 롯데 유통 계열사들은 이번 행사를 위해 각 사의 주력 상품 위주로 온라인 기획전을 준비했다.

롯데온은 프라다, 무스너클, 삼성전자, LG 생활건강 등 인기 브랜드 150개가 참여하는 '브랜드 150' 행사를 개최해 해당 브랜드 인기 상품을 최대 30% 할인 판매한다. 또한 26일 오전 11시에는 로지텍의 새로운 휠 모델인 'G923 레이싱 휠'을 단독 론칭해 판매하며, 해당 상품 구매 시 15만 원 상당의 기어변속기를 사은품으로 증정한다.

롯데백화점은 롯데탑스가 직매입한 명품을 최대 30% 할인 판매하며, LG전자 7대 인기 가전을 단독 특가에 선보인다. 특히 26일부터 28일까지는 '백화점데이'로 운영해 화장품 및 스포츠/레저 인기 상품을 최대 65% 할인된 가격에 판매한다. 또한 설화수, 에스티로더, 랑콤 등 인기 화장품 브랜드 상품을 하루 동안 특가에 선보이는 슈퍼원 행사도 진행한다.

/신원선 기자 tree6834@

이마트 '노캔 헤드폰' 크라우드 펀딩

와디즈서 7만9800원에 판매

이마트가 음향기기 시장 대세로 떠오른 '노캔(노이즈 캔슬링)' 헤드폰(사진)을 선보인다.

이마트는 오는 18일부터 국내 최대 크라우드 펀딩 중개 플랫폼 '와디즈'를 통해 홍콩의 샤오미로 불리는 '리맥스(REMAX)'의 액티브 노이즈 캔슬링 헤드폰(RB-600HB)를 7만9800원에 판매한다.

이번 펀딩은 와디즈에서 18일 3시부터 11월 2일까지 16일간 진행되며, 이후 상품은 11월 중순부터 12월 중순 사이에 배송이 시작된다.

이번에 이마트가 선보이는 리맥스 헤드폰은 최근 음향기기 시장에서 가장 핫한 기능인 액티브 노이즈 캔슬링 기능을 탑재했다.

국내에서 리맥스 헤드폰(RB-600HB)을 직구하기 위해서는 최소 약 11만원의 금액이 든다. 이마트는 리맥스와 직접 거래해 약 30% 저렴한 7만9800원에 상품을 판매한다.

/신원선 기자

CU '독도 팩트체크 캠페인' 퀴즈 이벤트

'나는 독도에 대해 얼마나 알고 있을까?'

CU가 독도의 날(10월 25일) 120주년을 맞아 멤버십 앱 포켓CU에서 '독도 팩트체크 캠페인' 퀴즈 이벤트를 이달 25일까지 진행한다.

우리나라 대표 식음료 제조사인 빙그레, 매일유업, 서울우유협동조합, 광동제약 등과 함께하는 이번 퀴즈 이벤트는 매일 한 개씩 출제되는 독도 관련 문제를 읽고 팩트와 거짓을 가리는 방식으로 진행된다.

정답을 맞춘 인원 중 추첨을 통해 선정된 1,000명에게 모바일 상품 교환권을 증정하며 상품은 매일 변경된다. 증정 상품에는 포장지에 독도를 삽입한 '독도사랑 반숙훈제란'도 포함돼있다. 열흘간 모든 퀴즈에 참여한 응모자 1,000명에게는 CU 멤버십 포인트 3000점도 추가로 제공한다.

/신원선 기자