

# “연말까지 꼭 찾어요”... 호텔 뷔페·객실, 2030 ‘복적복적’

위드코로나 효과에 예약 급증  
일부 호텔은 가격 인상 했지만  
주말 시간대는 일찌감치 마감  
웨딩·송년회 등 예약 문의 빗발



조선 팰리스의 '콘스탄스' 뷔페 레스토랑 전경.

/조선호텔엔리조트

호텔업계가 위드 코로나(단계적 일상 회복) 전환 효과에 연말 특수도 겹치면서 뷔페, 웨딩, 객실 할 것 없이 높은 예약율을 자랑하고 있다.

7일 업계에 따르면 최근 위드 코로나로 소비심리가 살아나면서 주요 호텔에서는 이러한 활황을 맞아 주요 시설의 예약율이 사회적 거리두기 이전 수준으로 빠르게 회복되고 있다. 일부 호텔들은 수요가 증가하면서 시설 이용가격을 인상하고 있지만 소비자들의 요구는 줄어들지 않고 있을 정도다.

실제로 조선팰리스 레스토랑 '콘스탄스'의 주말 디너는 보통 1인당 14만원

으로 운영되지만, 12월부터 시간대와 무관하게 17만원에 운영될 예정이다. 11월에 비해 약 11% 가량 오르는 셈이다. 이는 연말 성수기를 대비하기 위한

것으로, 가격으로 보면 서울 시내 특급 호텔 중 최고가에 해당한다.

롯데호텔서울의 뷔페 '라세느'는 12월 한달간 14만5000원으로 가격을 상향

조정한다. 11월 12만9000원보다 1만6000원 오른 가격이다.

이밖에 그랜드워커히서울의 '더 뷔페'는 12만2000원에서 14만2000원으로 16.4%, 파라다이스시티의 레스토랑은 11만5000원에서 날짜에 따라 11만5000~14만8000원으로 최대 29% 가격을 위로 잡았다.

이와 같은 가격 인상에도 불구하고 주말 시간대 호텔의 대다수 뷔페 예약은 마감됐다. 연말 시즌 서울 시내 주요 특급호텔의 예약률을 종합해보면 평균 80~90% 이상에 달한다.

뿐만 아니라 일상이 회복과 더불어 럭셔리 호텔 업계에서는 웨딩 수요가 폭발하고 있다.

럭셔리 호텔 관계자들은 “당장 올해 3분기 대비 4분기에 웨딩 건수가 2.5배 증가했다”면서 “내년 상반기까지는 월 20~25건의 예약이 뻑뻑하게 잡혀 있

다”고 입을 모았다.

대표적으로 최고급 호텔인 그랜드 인터컨티넨탈서울 파르나스의 경우 토요일 예약은 내년도까지 빈자리가 하나도 남아있지 않은 상태다.

객실도 마찬가지다. 추수감사절(11월 21일) 관련 다인실 파티 패키지 등의 높은 가격대에도 불구하고 MZ 세대들을 중심으로 예약이 끊이지 않고 있는 상황이다. 코로나19의 위험이 가지지 않은 가운데, 연말에 안전한 곳에서 지인들과 모여 간편하게 파티를 즐길 수 있기에 럭셔리 호텔의 숙박 비용도 가성비 있게 다가온다는 분석이 나온다.

이에 따라 호텔업계는 11월부터 12월을 위한 송년회 예약, 터키 등의 만찬 패키지, 크리스마스 관련 패키지, 프리미엄 소규모 파티 객실 등 마련에 박차를 가할 계획이다.

/원은미 기자 silverbeauty@metroseoul.co.kr

## 물류이슈 등에 애경산업 3분기 실적 ‘흐림’

매출 4.3%, 영업이익 25% 감소  
글로벌 공략 강화로 돌파구 모색

애경산업이 경영환경 악화의 영향으로 3분기 아쉬운 실적을 거두었다. 다만, 해외 화장품 부문은 선방해 앞으로 글로벌 소비자를 겨냥한 판매 전략에 돌입할 것으로 보인다.

애경산업의 연결 기준 올해 3분기 매출액은 1457억원으로 전년 동기보다 4.3% 감소했다. 영업이익이 62억원으로 집계돼 25%, 순이익은 44억원으로 1.1% 줄었다고 지난 5일 공시했다.

올 3분기 애경산업은 코로나19의 재확산, 글로벌 물류 이슈, 주요 원부재의 가격 상승 등 경영환경 악화의 영향을 받은 것으로 분석된다. 지난 분기 대비 2분기에 5.7%, 3분기에 1.9% 성장하며 코로나19 재확산의 영향 속에서도 매출은 개선되고 있다.

해외 화장품 실적 성장이 화장품 전

체 실적을 견인했다. 애경산업은 해외 최대 시장인 중국에서 티몰 외 핀둬둬, 틱톡 등 디지털 채널 다변화 및 마케팅 강화로 전년 동기 대비 30% 성장했다. 베트남, 일본 등 새롭게 진출한 국가에서도 매출을 다변화 및 확대해나가고 있다.

여기에 생활용품 부문인 헤어케어 브랜드 케라시스(KERASYS)를 중심으로 러시아, 중앙아시아, 일본 등 글로벌 영역을 확장해 나가고 있다.

최근 일본 유통기업과 협업해 돈키호테, 라쿠텐, 쿠팡 등 일본 전역 온·오프라인 채널에서 케라시스 판매를 시작하며 본격 진출했다. 러시아에서도 케라시스 클리닉 라인을 중심으로 좋은 반응을 얻으며 코로나19 발생 이전과 비교해도 지속적으로 매출을 확대해나가고 있다.

애경산업은 위드코로나 시대를 대비하기 위한 성장동력을 글로벌 시장 공

략으로 정하고, 해외 시장 영역 확장 및 제품 포트폴리오 다변화 계획을 지속적으로 펼쳐나갈 예정이다.

특히 화장품은 4분기 광군제, 블랙프라이데이 등 주요 행사를 대비하고, 새롭게 진출한 국가에서 브랜드 인지도 및 매출을 확대하기 위한 마케팅을 강화한다는 방침이다.

증권가에서는 화장품 업계가 중국 등에서 예년과 같은 어닝 서프라이즈를 기대하긴 어려우며 애경산업의 4분기 반등도 쉽지 않다는 지적이 나온다. 중국에서 자국 브랜드를 선호하는 이른바 ‘귀차오’ 열풍이 젊은 세대 중심으로 불면서 K-뷰티를 비롯한 해외 브랜드에 대한 선호도가 떨어지고 있기 때문.

애경산업 측은 일단 이달 11일에 예정된 중국 최대 쇼핑기간 광군제에 역량을 집중하면서 브랜드별 특화된 제품 판매 전략 및 차별화된 브랜드 마케팅을 구사할 계획이다. /원은미 기자 silverbeauty@



CU제페토지하철역점에 비치된 빙그레 바나나맛우유의 모습.

## “제페토 편의점서 바나나맛우유 한잔”

CU, 빙그레와 메타버스 마케팅

CU가 아시아 1위 메타버스 플랫폼 제페토(ZEPETO)에서 유통업계 최초로 컬래버레이션 마케팅을 진행한다고 7일 밝혔다. 이번 컬래버는 빙그레와 함께 한다.

CU는 지난 8월부터 제페토에 CU 편의점 세 곳을 열었다. 가상현실 편의점은 실제 CU의 상품과 서비스, 인테리어를 그대로 구현하고 있다. 지난 4일 문을 연 세번째 CU편의점인 ‘CU제페토지하철역점’은 무인편의점 콘셉트로 열었다. 빙그레와 함께 한 이번 컬래버

는 CU가 제페토에 연 가상현실 편의점에 빙그레 대표 상품인 바나나맛우유를 비치하고 다양한 모션을 적용하는 방식으로 진행된다.

CU와 빙그레는 이번 협업을 통해 편의점 대표 스티디셀러인 바나나맛우유가 제페토에 방문하는 외국인 유저들에게도 큰 관심을 끌 것으로 기대하고 있다. 실제 제페토 CU 매장을 이용하는 유저의 90% 이상이 외국인이다.

CU는 이번 제페토 콘텐츠를 활용한 마케팅 효과를 분석해 앞으로 지속적인 협업 사례를 만들어나갈 계획이다.

/김서현 기자

## 쿠팡, 5년차 여성 직원 솔직 인터뷰 ‘눈길’

53세 김가영씨 “동등 대우 만족”  
여성 쿠팡 증가... 전국 430여 명



쿠팡은 유튜브 쿠팡 뉴스룸 채널을 통해 2017년 입사 후 현재까지 근무 중인 김가영씨의 인터뷰 영상을 공개했다.

“60세까지 다니고 싶어요. 욕심이겠지만 그게 목표예요. 제 인생 마지막 직장으로 남고 싶어요.”

지난 6일 쿠팡은 ‘쿠팡 뉴스룸’ 채널을 통해 ‘쿠팡에 430명의 여성 배송직원이 있을 수 있는 이유’를 공개했다. 2017년에 입사해 5년째 쿠팡친구(이하 쿠팡친)로 근무 중인 김가영씨(53세)의 인터뷰에 여성 배송직원을 위한 쿠팡의 차별화된 복지제도를 소개하는 영상이다.

김 씨는 인터뷰를 통해 “여성 쿠팡친도 남성 쿠팡친과 똑같이 다른 게 하나도 없다”며 쿠팡에서는 차별없이 동등하게 대우받고 일할 수 있다고 강조했다. 실제 쿠팡은 성별, 업무 숙련도와 무관하

게 누구나 배송업무를 수행할 수 있도록 근무환경을 획기적으로 개선해오고 있다.

쿠팡은 전국 배송캠프에 분류 전담 인력인 헬퍼를 별도로 운영하고 있으며, AI기술을 적용한 배송시스템을 통해 직원들의 업무 부담을 덜기 위한 노

력을 이어가고 있다. 이 같은 차별화된 근무환경이 입소문 나면서 최근 1~2년 새 여성 쿠팡친 지원자들이 급격하게 늘었고, 올해 10월 기준으로 전국에 430여 명의 여성 쿠팡친들이 근무하고 있다.

쿠팡은 작년 8월부터 여성 쿠팡친들의 다양한 어려움을 해소하고 서로 배려하고 존중하는 조직문화를 만들기 위한 목적으로 ‘여성쿠팡친케어센터’를 운영해 오고 있다. ‘여성쿠팡친케어센터’는 여성 쿠팡친이 업무 중 겪을 수 있는 고충 상담은 물론, 제도나 조직문화 개선 등 광범위한 지원을 제공한다.

한편 쿠팡은 배송직원인 쿠팡친구를 100% 직고용 하고 주5일 근무와 연차 15일 부여 등 직원들의 휴무를 보장하고 있다. 4대보험 적용, 차량, 유류비, 통신비, 퇴직금은 물론 자녀 교육비 지원, 본인 학자금 지원까지 나서는 등 업계에서 높은 수준의 복리후생과 근무환경을 제공한다. /김서현 기자

## 11번가, 아마존 인기상품 단독 딜 선포

11일까지 ‘아마존 세일 페스티벌’

11번가가 11일까지 아마존 세일 페스티벌을 연다.

‘2021 십일절 페스티벌’을 기념해 연 아마존 세일 페스티벌은 아마존 글로벌 스토어의 인기 브랜드와 상품 단독딜을 선보인다.

뷰티 카테고리 딜 상품은 최대 55%, 식품/건강 카테고리 딜 상품은 최대 50%, 디지털/가전 카테고리 딜 상품은 최대 35% 할인된 가격에 판매한다.

11번가는 SK텔레콤의 구독 패키지 상품 ‘우주패스’(mini/all) 가입 고객에

게 오는 10일까지 아마존 글로벌 스토어 상품 구매 시 사용할 수 있는 ‘1만원 할인쿠폰’(SK페이 전용, 7만원 이상 구매 시)을 매일 ID당 1장씩 발급한다.

아마존 글로벌 스토어는 11번가 회원이면 누구나 2만8000원 이상 구매 시 무료 배송 혜택을 제공하고 있으며, 특히 ‘우주패스’ 가입 고객은 구매 금액과 관계 없이 상품 1개를 구매할 때도 무료 배송(일부 상품 제외) 혜택을 받을 수 있다.

11번가는 7일 오후 8시 자체 라이브 커머스 플랫폼 ‘LIVE11’에서 아마존 글로벌 스토어 특집 라이브 방송도 진행한다. /김서현 기자 seoh@