“셰프 손맛 담긴 명절음식, ‘드라이브 스루’로 가져가세요”

호텔업계, 설 명절음식 상품 선봬

플라자호텔
엄선한 재료·고급스러운 포장 눈길

롯데호텔
드라이브 스루 ‘패밀리 개더링’

호텔 명절 음식이 인기를 얻어 잘 팔리면서 호텔업계가 이번 설에도 드라이브 스루 상품을 비롯한 다채로운 상품을 마련했다.

19일 업계에 따르면, 한화호텔앤드리조트의 플라자 호텔에서 선보이는 명절 선물세트는 매년 140% 이상 판매량이 성장할 정도로 인기가 있다. 사회적 거리두기로 인한 비대면 명절을 지내는 동안 뛰어난 품질과 호텔 전문가의 숨결이 담긴 상품 구성, 배송 서비스로 매해 고객들로부터 문의가 이어지고 있다.

롯데호텔도 지난해 추석 드라이브 스루 상품이 이전 추석에 비해 15% 가량 판매량이 늘었을 정도로 호텔 명절 관련 상품이 언택트 바람을 타고 인기몰이 중이다.

올해도 집에서 연휴를 보내는 일명 ‘홈설족’이 대세를 이룰 것으로 전망되면서, 간소하지만 제대로 차린 차례상을 선호하는 명절 수요를 겨냥해 다양한 설 선물 상품 및 배송 서비스를 마련했다.

플라자 호텔은 호텔 내 각 분야의 전문가들이 직접 엄선한 재료와 고급스러운 포장으로 품격이 돋보이는 설 명품 선물세트를 오는 26일까지 한시적으로 선보인다.

플라자호텔 설 선물세트. /한화호텔앤드리조트

롯데호텔 서울의 설 연휴 드라이브 스루 상품 이미지. /롯데호텔

호텔 셰프와 소믈리에, 플로리스트, 객실 전문가 등 호텔 내 전문가 집단이 직접 선택한 1만원대부터 270만원까지 총 96여 가지의 다양한 상품으로 구성해 고객의 성향에 따라 선택할 수 있도록 했다. 모든 상품은 호텔리어들이 직접 포장에서 배송까지 담당해 신뢰할 수 있다.

3일 전 예약이 필수이며, 한정 상품으로 구성돼 있어 조기 매진될 수 있다.

롯데호텔서울은 이달 24일부터 2월 2일까지 드라이브 스루 상품 ‘패밀리 개더링’을 내놓는다.

전복소꼬리찜, 떡국, 모듬전으로 구성한 패밀리 세트 A(16만원)와 우대갈비찜, 떡국, 모듬전으로 구성한 패밀리 세트 B(16만원) 같은 전통적인 명절 인기 메뉴를 제공한다. 스키야키, 복지리, 도미조림 등 7종의 음식으로 구성된 모모야마 스페셜 박스(35만원)도 구매 가능하다.

사전 예약 기간 동안 롯데호텔 홈페이지, 네이버 예약(이용일 기준 24시간 전까지) 등으로 해당 드라이브 스루 상품을 예약할 수 있다. 호텔 1층 드라이브 스루 존에서 오전 11시 30분부터 오후 8시 30분까지 수령 가능하다.

롯데호텔 월드는 설 음식을 3단 도시락으로 옮겨 담은 ‘딜라이트 박스’를 선보인다. 갈비찜, 잡채, 전복초, 육전과 삼색전(표고, 호박, 동태전), 나물 4종 등을 맛볼 수 있다. 유과나 매작과, 호두말이 등 전통 간식도 포함돼 있다.

이 박스(28만원)는 오는 2월 2일까지 롯데호텔 홈페이지, 네이버 예약 등을 통한 온라인 사전예약(이용일 기준 전일 24시까지) 및 유선 예약(이용일 기준 픽업 3시간 전까지)이 가능하다. 호텔 도어 데스크에 마련된 드라이브스루 존에서 오후 12시부터 8시 사이에 수령하면 된다.

/원은미 기자 silverbeauty@metroseoul.co.kr

SK케미칼, 오픈이노베이션 신약개발 가속화

신약개발, AI, 투자·파트너링 본격화
올해 신규 파트너사 3곳과 공동연구

SK케미칼이 협업 모델을 통한 오픈 이노베이션(개방형 혁신) 신약 개발 전략을 본격화한다.

SK케미칼은 기존 태스크포스(TF) 형태로 운영하던 오픈 연구개발(R&D) TF를 정규 조직인 오픈 이노베이션팀으로 확대 개편하고 미래 지향적 R&D 혁신을 통해 신약 파이프라인을 강화해 나간다고 19일 밝혔다. 이를 통해 라이선스 아웃 등 가시적 성과를 빠르게 창출한다는 계획이다.

오픈 이노베이션팀은 SK케미칼의 연구개발을 관장하는 연구개발센터 산하에 정규 조직으로 편성되며 ▲신약개발 ▲인공지능(AI) ▲투자·파트너링 등 3가지 파트에서 전담 인력이 상시 업무를 수행하게 된다.

SK케미칼이 오픈이노베이션 가속화를 위해 전담 조직을 신설했다. 이수민 오픈이노베이션팀장(왼쪽)이 AI 협업 파트너 스탠다임 김한조 합성연구소장과 AI 신약 개발 연구 경과를 살펴보고 있다. /SK케미칼

신약개발 파트에서는 공동연구 및 자체 파이프라인 발굴과 개발을, AI 파트에서는 자체 인공지능 플랫폼 구축을 각각 추진하고, 투자·파트너링 부문에서는 초기 단계 파이프라인 도입과 벤처 투자 업무를 주로 진행하는 등 각 파트가 유기적으로 연계해 SK케미칼의 R&D 역량 전반을 강화하며 시너지를 창출해 나가는 구조다.

SK케미칼은 현재 개발 중인 공동연구 과제에 더해, 올해 중 최소 3곳의 신규 파트너사와 새롭게 공동 연구에 착수한다는 전략이다. 또, 공동연구에서 도출된 후보물질의 임상 진입과 라이선스 아웃도 빠르게 이뤄질 수 있도록 사업화에 대한 업무도 본격화할 예정이다.

SK케미칼 김정훈 연구개발센터장은 “SK케미칼이 신약 개발 분야에서 쌓은 오랜 노하우를 활용해 높은 잠재력을 지닌 바이오 벤처 기업의 기술력이 성과로 이어질 수 있도록 인큐베이터로서 역할을 수행해 나갈 것”이라고 밝혔다.

/이세경 기자 seilee@

한미약품, 4년 연속 국내 원외처방 1위

고품질 의약품·근거중심 마케팅 시너지

한미약품이 국내 원외처방 시장에서 4년 연속 1위를 달성했다. 해외 수입약이 아닌 독자 기술로 개발한 자체 의약품을 토대로 달성한 성과라는 점에서 ‘지속가능 혁신경영의 롤 모델’을 보여주고 있다는 평가다.

한미약품은 2021년 7420억원의 원외처방 매출(UBIST 기준)을 달성, 2018년 이후 4년간 국내 원외처방 시장 1위 기록을 놓치지 않았다고 19일 밝혔다.

한미약품은 코로나19 팬데믹 탓에 병원 방문 환자들이 급감하는 상황에서도 이 같은 지속적 성장을 이뤄냈다. 창의적 제제기술을 토대로 출시한 고품질 의약품과 근거중심 마케팅이 시너지를 일으킨 결과라는게 회사측 설명이다.

특히 이상지질혈증 치료 복합신약 ‘로수젯’의 폭발적 성장이 두드러졌다. 로수젯은 2021년 전년 대비 17.4% 성장하며 1232억원 매출을 기록했다. 이는 국내 제약사가 자체 개발한 의약품 중 가장 많은 처방 매출이다. /이세경 기자

노브랜드버거 ‘자체 콜라’ 한 달 만에 초대박

‘브랜드콜라·사이다’ 100만개 판매

신세계푸드의 노브랜드 버거가 선보인 ‘브랜드 콜라’와 ‘브랜드 사이다’가 출시 한 달 만에 누적 판매량 100만개를 돌파하며 인기를 끌고 있다.

이같은 판매량은 소비와 재미를 함께 추구하는 MZ세대 펀슈머들을 중심으로 기존 탄산음료와 차별화 한 ‘브랜드 콜라’, ‘브랜드 사이다’만의 독특한 네이밍과 감각적인 디자인이 호응을 얻고 있기 때문으로 신세계푸드 측은 밝혔다. 또한 노브랜드 버거에서 판매하는 메뉴의 감칠맛과 잘 어울릴 뿐 아니라 노브랜드 버거 매장에서만 즐길 수 있다는 점이 남다른 경험을 중시하는 MZ세대의 특성과 잘 맞아 떨어진 것도 인기의 원인 중 하나로 꼽았다. /신원선 기자 tree6834@

롯데백화점

“호랑이해, 곶감 인기”

설 선물 곶감 매출 전년 대비 132%

롯데백화점이 2022년 호랑이 해에 ‘곶감’이 설 선물로 주목받고 있다고 19일 밝혔다.

전통 설화인 ‘호랑이와 곶감’의 영향으로 대표적인 호랑이 관련 상품으로 꼽히는 곶감이 설 사전 예약 판매 기간(12월17일~1월6일) 중 곶감의 매출은 전년 대비 132%의 큰 신장세를 보였다. 본 판매 기간에도 10%대 성장세를 유지하고 있다.

롯데백화점은 이번 설 선물세트 판매기간 동안 국내 곶감 명산지에서 정성을 담아 생산한 국내 대표 곶감 다섯 품종을 선보였다. /김서현 기자 seoh@

bhc치킨

포테킹 후라이드 1년만에 250만개 판매

맛과 재미 살려 MZ세대에 인기

치킨 프랜차이즈 bhc치킨의 ‘포테킹 후라이드’가 베스트셀러 메뉴로 등극했다. bhc치킨은 지난해 1월 기존 후라이드 치킨의 상식을 깬 ‘포테킹 후라이드’를 출시, 1년 만에 누적 판매량 250만 개를 돌파했다고 19일 밝혔다.

‘포테킹 후라이드’는 육즙이 가득한 치킨에 튀김옷을 입히고 얇게 썬 국내산 감자를 고루 묻혀 튀겨낸 신개념 후라이드 메뉴다. 출시 후 바삭한 치킨과 담백하면서도 고소한 감자를 한 번에 맛볼 수 있어 트렌드에 민감한 MZ세대를 중심으로 호평을 받아왔다.

이러한 인기에 힘입어 bhc치킨은 지난해 6월 ‘포테킹 콤보’, ‘하바네로 포테킹 후라이드’ 2종을 동시에 출시, ‘포테킹 후라이드’ 제품 라인업을 강화하며 고객 선택의 폭을 넓혔다.

bhc치킨 관계자는 “맛과 재미를 모두 살린 포테킹 후라이드만의 차별점이 기존 후라이드 소비 주축인 중·장년층은 물론, 2030세대 흥미를 유발하면서 전 연령층이 찾는 인기 메뉴로 자리매김하게 된 것”이라며 “앞으로도 bhc치킨은 특색 있는 메뉴 개발을 지속하면서 고객 만족도 제고 및 가맹점주 매출 증진에 기여할 것”이라고 말했다. /신원선 기자

YouTube
유튜브〈메트로신문〉 동영상 제공

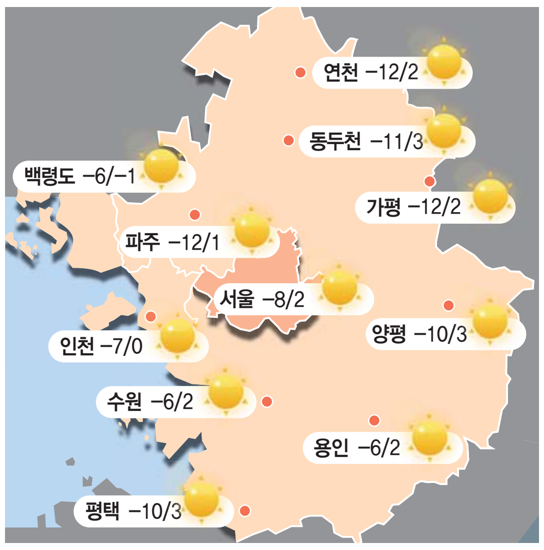
오늘의 날씨

해뜸 / 07:44 | 해짐 / 17:42

1월 20일(木)
음력 : 12월 18일

수도권 날씨
-8 ~ 2℃

운동 지수
빨래 지수
세차 지수
외출 지수



·자료제공 : Kweather 케이웨더(주) www.kweather.co.kr