

식품관에 선 호텔 셰프... 백화점, 미식 레스토랑 변신

Q 르포 | 롯데호텔 서울 '푸드 밸리 인 소공' 팝업스토어

롯데백화점 본점 식품관에서 팝업 운영 요리 등 실제 호텔급 서비스 제공 가격 아쉬워... "부담되는 것은 사실"

"호텔 음식이라 하면 좀 비싼 것 같은 생각도 있고 셰프들이 오랜 시간에 걸쳐서 만드는 음식이라는 생각이 있었는데 이게 빨리 빨리 만들어지고 판매되어야 하는 백화점 식품관에 팝업 매장식으로 구현될 수 있다는 게 놀라워요."

백화점에서 맛보는 호텔 서비스였다. 23일 오전 11시 경에 방문한 롯데백화점 본점 지하 1층 식품관. 호텔을 방불케 하는 한 식품 팝업 매장이 운영 중이었다. 하얀색 유니폼을 입은 셰프들과 검은색 유니폼의 제품 안내 직원들이 어우러져 한 눈에 보였다.

빠른 손놀림으로 고기를 썰고 있는 셰프들과, 모든 방문 손님에게 음식을 안내하고 있는 직원들의 모습까지 팝업관에서 제공되고 있는 고객 서비스에는 실제 호텔에서 받는 서비스와 같은 친

절함과 정갈함이 묻어 있었다. 이 곳을 찾은 시민 최모씨는 백화점 팝업 전시관에서 호텔 음식이 판매될 수 있다는 사실에 놀라는 모습이였다.

롯데호텔 서울은 14일을 시작으로 28일까지 롯데백화점 본점 지하 1층 식품관에 '푸드 밸리 인 소공' 팝업스토어를 운영하고 있다. 일식, 중식, 양식 그리고 디저트 등 호텔의 셰프가 직접 만드는 다양한 메뉴를 제공한다.

깔끔하게 진열돼 있는 디저트들도 눈에 들어왔다. 롯데호텔 서울 내에 입점해 있는 델리카한스의 디저트들이 눈에 띄었다. 바닐라 타르트 위에 망고가 올라간 망고타르트, 초코케이크 위에 크림브뤼레로 장식된 산마르크, 먹으면 레몬 맛이 한 입 가득 퍼지는 레몬 몽블랑까지 세 가지의 종류의 디저트들이 진열됐다. 팝업 매장 내 델리카한스 디저트 3종을 한꺼번에 구매하면 5%의 할인이 제공된다.

롯데호텔 서울 셰프들이 직접 요리한 먹음직스러운 음식들도 일렬로 진열돼



롯데호텔 서울 '푸드 밸리 인 소공' 팝업관 (원형사진) 팝업 스토어에 진열된 음식

/안재선 기자

있었다. 매장에는 민물장어 덮밥, 후토마끼, 유린기, 중새우 칠리소스, 라자나 등이 진열돼 있었다.

매장 관계자에 따르면 가장 잘나가는 것은 민물장어 덮밥, 후토마끼 그리고 유린기였다. 민물장어 덮밥에는 장어가 한 마리 반이 들어갔으며, 후토마끼에는 장어와 새우가 어우러져 있었다.

무엇보다 인상적인 것은 음식을 고른 후 계산하는 과정이었다. 먹고자 하는 음식을 고른 후, 직원에게 구매하고자 하는 음식의 종류를 말하면 번호가 적힌 열쇠고리 형태의 키가 부여된다. 기다렸다가 차례가 되면 이 키를 바탕으로 음식을 계산할 수 있는데 이 같은 음식 계산 시스템은 마치 룸키를 내고 호텔 입구에서 체크아웃을 하는 호텔 시

스템을 연상케 한다.

다만 호텔급 서비스를 제공하는만큼 높은 가격대는 소비자가 쉽사리 접근하기 어려운 진입장벽으로 다가왔다.

현장에서 음식을 맛본 시민 김모씨는 "호텔 음식이라 어느 정도 감안은 하지만, 가격적 측면이 부담되는 것은 사실이다"라고 말했다.

/안재선 수습기자 wotjs4187@metroseoul.co.kr

KT&G, '릴 에이블 2.0' 선보

일시정지·고속충전 등 신기능 추가 릴 미니멀리즘 6개소에서 우선판매

KT&G가 기능과 디자인 면에서 풀체인지된 권련형 전자담배 '릴 에이블 2.0'을 26일 출시한다.

릴 에이블 2.0은 디바이스 하나로 '리얼', '그레놀라', '베이퍼 스틱'의 3가지 종류 스틱을 즐길 수 있는 기존 모델의 강점을 유지하면서 차별화된 흡연감을 제공하는 2가지 새로운 사용 모드를 적용해 사용자 편의성을 대폭 강화했다. 밸런스 모드는 균일한 만족감을 경험할 수 있으며, 클래식 모드는 강한 임팩트를 느낄 수 있는 점이 특징이다.

'일시 정지' 기능도 새롭게 추가됐다. 디바이스 사용 중 한 개비당 최대 2분 내에서 1회 정지가 가능하다. 예열시간은 클래식 모드 기준 27초로 기존 모델 대비 20% 이상 단축됐다. '고속 충전' 기능도 적용돼 40분 내에 50%까지 충전이 가능하다. 스틱 삽입과 동시에 자동 예열되는 '스마트온', 디바이스 내부에 스틱 잔여물이 남지 않는 '청소 불



KT&G, 편의성·디자인 강화된 풀체인지 '릴 에이블 2.0'

편 해소'의 장점도 유지된다.

이번 신제품은 더 콤팩트해진 사이즈에 곡선형 외관을 적용해 손에 잡히는 그림감을 향상시켰다. 디바이스 전면에는 컬러 디스플레이를 구현해 배터리 상태와 잔여모금수 등 기기 사용에 필요한 정보를 직관적으로 확인할 수 있다. 제품 색상은 '코튼 블루', '코지 버건디', '스페이스 블랙', '삼페인 골드' 총 4가지이다.

릴 에이블 2.0은 26일부터 릴 브랜드 전용 매장인 '릴 미니멀리즘' 6개소에서 우선 판매된다.

/신원선 기자 tree6834@

교촌에프앤비, 美 직영점 조리로봇 도입

연내 3대 설치... 양산 테스트 진행

치킨 프랜차이즈 교촌치킨을 운영하는 교촌에프앤비(이하)가 전용 조리 로봇을 활용한 가맹점 운영 효율화에 박차를 가하고 있는 가운데 연내에 미국 캘리포니아주에 운영 중인 미드윌셔점(1호점)과 로랜하이츠점(3호점) 등 직영 점포 2곳에 해당 로봇을 도입한다는 계획을 24일 밝혔다.

교촌에프앤비 글로벌미주·신사업부 문 미주운영개발팀에 따르면 미국 미드윌셔점은 2대, 로랜하이츠점은 1대를 발주했으며, 빠르면 연내 설치 및 양산 테스트를 진행할 예정이다.

교촌은 지난 2021년 로봇 제조기업 '뉴로메카'와 업무협약을 맺고 교촌치킨 전용 치킨 조리 로봇을 개발해 가맹점 조리 자동화 및 운영 효율화를 도모해 왔다.

/신원선 기자

정관장, 황희찬 페스티벌서 홍삼톤 홍보

홍보부스 운영... 룰렛 이벤트 등 진행

정관장이 홍삼톤 앰버서더로 활약중인 축구 국가대표 황희찬 풋볼 페스티벌 현장에서 홍삼톤 홍보부스를 운영했다.

정관장은 지난 22일 부천시청 잔디광장에서 열린 황희찬 풋볼 페스티벌에서 홍삼톤 홍보부스를 운영하며, 풋볼 페스티벌에 방문한 팬들에게 홍삼톤을 체험할 수 있는 기회를 제공했다고 24일 밝혔다.

홍삼톤 홍보부스는 정관장과 23-24 울버햄튼 어웨이 유니폼 색상인 레드로 구성했으며, 내부에는 황희찬 선수와 사진을 찍을 수 있는 포토월로 디자인됐다. 뿐만 아니라 다양한 홍삼톤을 구경할 수 있도록 제품들도 전시됐다.

홍보부스에서는 카카오톡 채널 친구를 대상으로 진행한 '룰렛 이벤트'를 비롯해 스텝퍼를 활용한 '달리기 이벤트', 'SNS 업로드 이벤트' 등을 진행했다. 참여한 팬들에게는 홍삼톤 제품과 황희찬 선수 굿즈를 경품으로 증정했다.

황희찬 선수는 최근 인터뷰에서 "홍

삼을 먹고 경기를 뛰었을 때 골을 넣었던 경기가 많았다"며, "그 때부터 홍삼을 루틴처럼 경기 전에는 꼭 챙겨먹고, 훈련 전에도 챙겨먹는다"고 자기 관리 비결을 밝혔다.

23일 황희찬 선수는 멘토링 및 팬미팅을 진행하여 멘토링에 참여한 유소년 축구선수 및 관계자를 대상으로 홍삼톤 류 제품을 후원하기도 했다.

홍삼톤은 1993년 출시된 정관장 스테디셀러 브랜드로 홍삼농축액에 여러 생약재를 배합한 복합 한방 제품이다. 최근에는 1년에 100만세트가 판매되며 10년간 누적 매출이 1조원을 넘어섰는데, 이는 정관장 홍삼정과 홍삼정 에브리타임에 이어 많은 매출 기록이다.

대표 제품인 '홍삼톤 골드', 프리미엄 제품인 '홍삼톤 리미티드', 그리고 환절기 건강을 위한 '홍삼톤 청' 등의 다양한 제품을 갖췄다. 최근 정관장은 세분화된 소비자 니즈에 충족하고자 현대인의 누적된 피로 개선을 위한 '홍삼톤 류'를 출시하면서 라인업을 강화했다.

/신원선 기자

신제품

아모레퍼시픽 헬로키티 워터뱅크 젤 크림

아모레퍼시픽이 헬로키티의 귀여운 특성을 살린 기획으로 국내외 Z세대 소비자 공략에 나선다.

아모레퍼시픽은 헬로키티 50주년을 맞아 '라네즈 x 헬로키티 워터뱅크 젤 크림' 한정판(사진)을 공개한다고 24일 밝혔다.

아모레퍼시픽에 따르면 '라네즈 x 헬로키티 워터뱅크 젤 크림'은 제품 용기에 열대 꽃을 단 헬로키티 모습을 담고 있다. 아모레퍼시픽은 해당 제품 구매 시 수영복을 입고 서핑보드와 함께 있는 헬로키티 키링도 제공한다.

아모레퍼시픽은 이번 한정판 제품을 무신사 온라인 스토어에서 선보인다. 이후 올리브영 및 다양한 이커머스 채널로 출시를 확장할 계획이다.

/이청하 기자



애경산업 리큐제트 프로 트리플샷 리프레시

생활뷰티기업 애경산업이 세탁세제 제품군을 확장한다.

애경산업은 고급 세탁세제 브랜드 리큐제트에서 '프로 트리플샷 리프레시'를 출시했다고 24일 밝혔다.

애경산업에 따르면, 리큐제트 '프로 트리플샷 리프레시'는 실내 건조 기능을 갖춘 캡슐세제다.

특히 해당 제품은 냄새 원인물질 중 하나인 피지 오염을 비롯해 음식물 잔여 등 각종 생활 얼룩을 강력하게 세탁한다.

아울러 찬물에도 쉽게 녹는 프리미엄 필름을 적용하고 아쿠아 프레시향도 더해져 세탁 후에는 청량함과 상쾌함을 경험할 수 있다.

/이청하 기자

에이피알, 600억 규모 자사주 매입

신탁기관 NH투자증권... 전망 소각

글로벌 뷰티테크기업 에이피알이 주주 친화 정책을 적극 추진하고 있다.

에이피알은 600억원 규모의 자사주 매입을 결정했다고 24일 공시했다. 공시에 따르면 에이피알은 자기주식취득 신탁계약을 체결해 NH투자증권을 신탁기관으로 선정했다. NH투자증권은 오는 12월 23일까지 에이피알 자사주를 취득하게 되며 이번 신탁계약으로 취득

된 주식은 전망 소각된다.

에이피알은 이번 자사주 취득 배경으로 현재 실적, 미래 성장 동력에 대한 자신감 등을 꼽았다.

에이피알은 올해 1분기 미국에서 지난 2023년 동기 대비 196.4%의 성장세를 기록했다고 밝혔다. 또 최근 중국 시장에 진출한 에이피알의 뷰티 디바이스 '부스터 프로'는 라이브 커머스 방송을 통해 36억원의 매출을 올리기도 했다.

/이청하 기자 mlee236@