

[홍콩] 재택근무 등으로 온라인 배달 증가

작년 하반기부터 격화된 반중 시위에 더하여 최근 심각하게 변지고 있는 CV 확산 사태로 인하여 글로벌 음식 배달 전문 업체인 영국계 Deliveroo와 독일계 Foodpanda는 배달 수요가 증가하면서 각각 배달 가능 음식점 숫자가 늘었으며, Foodpanda의 경우 작년 음력설 연휴기간 대비 약 80% 이상 매출이 증가했다고 밝혔다.

Foodpanda의 최고 경영자인 Arun Makhija는 “현 사태로 인한 다수 기업들의 재택근무 실시로 기존 상업지구 외의 일반 거주지역인 구룡지역과 신계지역에서 수요가 증가하고 있다.”고 언급했다.

Deliveroo의 총책임자인 Brian Lo는 많은 소비자들이 바이러스 확산사태를 피하여 혼잡한 공공장소를 피해 집에서 머무르는 것을 선호하는 추세고, “가족 저녁식사”의 일환으로 이러한 온라인 배달 업체들을 통해 저녁을 해결하는 추세가 증가하고 있다고 밝혔다.

홍콩에서의 이러한 배달 수요 증가는 본토와는 반대된다. 배달 운반직원이 감염되어 배달 서비스가 줄어든 중국 본토 상황과는 매우 대조적인 것이다. 본토 내 주문 감소율은 최소 50% 이상이며, 본토 내 KFC와 Pizza Hut 등에서는 이와 같은 상황을 고려하여 자체 비접촉 배달 서비스를 제공하는 등 매출을 높이기 위한 방법을 강구하고 있다.

Deliveroo의 Lo는 작년 동기대비 1월 주문량이 약 60% 증가했다고 밝혔으며, 2월 초 급속한 성장 속도를 감안하여 가맹 음식점 수를 40% 증가시킬 예정이라고 덧붙였다.

이러한 온라인 배달업체의 매출 증가세와 달리, 정부 발표에 의하면 홍콩 대중음식점 매출은 작년 4분기 동기대비 약 14.3%가 감소한 260억 홍콩 달러를 기록하였고, 2019년 전체 1,250억 달러를 기록, 약 5.9% 감소하였다.

온라인 배달업체 매출 증가는 코로나 바이러스의 사람간 전염 위험을 줄이기 위해 추진된 기업체의 재택 근무 실시와 자가격리 조치로 인한 것으로 보여진다.

Foodpanda 최고경영자는 “이런 근무시간 유연화 추세에 따라서 배달 수요가 지속적으로 늘어날 것으로 기대하고 있고, 재택근무 실시 거주지역에서 매출 증가가 이를 뒷받침하고 있다”고 언급했다.

Foodpanda 는 또한 사이잉퐁(Sai Ying Pun)에서 한 유기농 레스토랑을 운영하는 Locofama Group 사와 제휴하여 Foodpanda 전용의 테이크 아웃 레스토랑을 운영 중이라고 밝혔다.

* 시사점 : 온라인 배달 음식업체는 시간 압박 때문에 레스토랑에서 제공되는 음식에 비해 품질이 높지 않고, 소비자들은 일반적으로 항상 외식을 선호하여 사업 성장에 어려움을 겪고 있으나, 이번 위기를 기회로 온라인 배달 음식업체는 크게 성장할 것이고, 일반적인 온라인몰 성장세도 가속화 될 것이다.