

발 간 등 록 번 호

11-1543000-000068-01



칭다오

한식당 창업 · 운영 가이드북

Starting Korean Restaurant in Qingdao

칭다오 한식당 창업 · 운영 가이드북



KFF 한국식재단
KOREAN FOOD FOUNDATION

KFF 한국식재단
KOREAN FOOD FOUNDATION

칭다오

한식당 창업 · 운영 가이드북

Starting Korean Restaurant in **Qingdao**

발간사

「한식당 창업 및 운영 가이드 북」을 펴내며...

최근 '한류'라는 이름으로 시작하여 전 세계 인들을 뜨겁게 달군 한국 드라마와 대중가요에 대한 관심이 자연스럽게 우리문화로까지 확산되고 있습니다.

이러한 관심은 우리네 먹거리와 식문화로까지 옮겨져 왔으며 많은 내·외국인들에게 '한식'과 '한식문화'에 대한 가치가 재조명받고 있는 추세입니다. 일례로 뉴욕 데일리 뉴스에서 '12년 가장 주목받을 음식으로 '한식'을 꼽을 정도로 앞으로 한식은 세계인과의 소통에 활용하기 좋은 매개로 성장할 수 있을 것이라 확신합니다.

이에 농림축산식품부와 한식재단에서는 높아진 한식의 위상과 우리 식문화의 무한한 잠재성을 활용하여 세계 여러 시장에서 한식의 새로운 가치 창출을 이룰 수 있도록 2010년부터 해외 주요도시의 외식시장을 조사·분석하고 있습니다. 올해는 특히 한식당 유망시장으로 꼽히는 중국 청도와 동남아의 자카르타, 마닐라, 쿠알라룸푸르, 브라질 상파울로의 외식시장과 한식당 운영에 필요한 정보들을 조사하였습니다.

이번 조사는 세계적인 컨설팅 펌인 PwC Global의 Transformation™을 기반으로 현지 통계청과 국제 소비산업 조사업체인 Euromonitor International의 조사 자료 등을 참고하여 한식당을 운영하기 위한 거시 환경과 에스닉푸드 시장의 경쟁 강도 등을 분석하였으며 현지 외식 소비자를 대상으로 한 온라인 설문조사와 소비자 좌담회

등을 개최하여 외식 소비행태와 해당지역에서의 한식·한식당의 인지도와 마케팅 요소들을 파악해보았습니다.

또한 도시 내 한식당 운영에 유리하다고 판단되는 지역들을 직접 관찰하여 해당상권들의 특징을 분석해보고 현재 현지에서 활발히 운영 중인 한식당 경영주들께 한식당 창업과 운영 시 애로사항 및 장애요인, 해소방안 등을 들어보았습니다.

이 외에 각 도시별로 유력한 외식관련 SNS 및 커뮤니티에 빅데이터분석 기법을 활용하여 한식당에 대한 소비태도 등을 예상해 보았습니다.

이런 다양한 조사와 분석 결과물을 엮고 정리하여 일선에 계시는 많은 분들이 보다 쉽게 정보를 접하시고 한식당을 창업·운영하실 때 조금이나마 수고를 덜어드리고자 이렇게 '한식당 창업 및 운영 가이드북'을 발간하게 되었습니다. 아무쪼록 본 가이드북이 한식으로 창업 또는 운영을 하시는 모든 분들께 자그마한 등불이 될 수 있기를 기원합니다.

마지막으로 이 가이드 북을 펴낼 수 있도록 헌신적으로 수고해주신 삼일회계법인의 정준하 부장님 외 관계자분들과 바쁘신 중에도 기꺼이 조사에 응해주신 해외 현지 한식당 경영주 분들께 진심으로 감사 인사를 드리는 바입니다.

2013년 9월 한식재단 이사장 양일선

CONTENTS

I. 칭다오(Qingdao) 시장환경

1. 거시환경 분석
2. 외식시장 현황

II. 칭다오(Qingdao) 한식당 설립 가이드

3. 외식창업에 대한 이해
4. 한식당 설립 실무정보

III. 칭다오(Qingdao) 한식당 운영 가이드

5. 식당 운영 가이드

■ 외식 소비자 설문조사 개요

조사 방법: 온라인 조사(Online Survey) 방식
조사 대상: 칭다오 조사업체 패널 255명
조사 기간: 2013. 1. 25 ~ 2. 11(15일)

“

칭다오 한식당 창업·운영 가이드북

Starting Korean Restaurant in Qingdao

”

I. 칭다오(Qingdao) 시장환경

1. 거시환경 분석

1.1 정책적 환경	009
1.2 경제적 환경	013
1.3 사회문화적 환경	017
1.4 음식문화적 환경	020

2. 외식시장 현황

2.1 시장에 대한 이해	022
2.2 고객에 대한 이해	026
2.3 경쟁자에 대한 이해	031
2.4 외식상권에 대한 이해	036
2.5 한식산업에 대한 이해	072

1. 거시환경 분석

칭다오(靑島, Qingdao)는 중국의 15개 부성급 도시(副省級城市) 중 하나로 성 정부에서 경제와 법률에 대해 독립적 권한을 가지고 있습니다.

산둥성(山東省) 산둥반도 남쪽 자오저우만(膠州灣)에 위치하고 있으며 남쪽으로는 황해(黃海)와 접하고 있습니다.

총 면적은 10,654km²로 서울의 약 17.60배에 해당하며 농촌 지역을 제외한 시내 지역의 면적은 1,102km²로 전체 도시 면적의 10.34%를 차지합니다.

2011년 칭다오 인구는 산둥성에서 3번째로 많은 871.51만 명으로 중국 총 인구의 약 0.65%를 차지하고 있으며 외국인 거주인구는 약 20만 명으로 도시 인구의 2.29% 차지하고 있습니다.

계절풍과 해류 등의 영향을 받아 해양성 기후의 특징을 띄며 겨울은 춥고 때때로 눈이 오며 여름은 일반적으로 덥고 습하나 아주 춥거나 더운 날은 드문 편입니다.



그림 1-1: 중국 칭다오 지도

1.1 정책적 환경

1) 경제 활성화 정책

제12차 5개년 계획, 18차 당대회 및 2013년 경제공작회의 등에 드러난 시진핑 지도부의 경제정책 방향은 일관성 있게 '양적 성장위주의 발전모델에서 질적 성장 위주의 발전모델로의 전환'을 강조하고 있습니다.

특히 2013년 경제정책의 초점은 민생안정과 내수확대로 요약될 수 있으며 효과적인 민생안정과 내수소비 확대를 위해서 빈곤, 서민층 복지를 늘릴 계획입니다.

구체적으로는 2020년까지 노동자 임금소득 두 배 인상, 소득세 및 자산세의 세율체계 및 사회보장제를 포함한 소득구조 개혁 등이 계획되고 있습니다.

그러나 시진핑 지도부는 기득권층에 비해 개혁추진력이 크지 않기 때문에 공평 및 민생제고를 위한 소득불균형 완화 정책을 실행하는 것이 단기적으로는 쉽지 않을 것으로 평가되고 있습니다.

한편 내수활성화, 대외개방 가속화 및 산업구조 고도화 정책은 후진타오 시대의 경제정책과 일치하므로 시진핑 시대에도 큰 무리 없이 진행될 것으로 전망됩니다.

칭다오에서는 항공, 철도, 선박 및 도시 지하철 건설 및 발전 관련 사업에 적극적으로 시행되어 지역사회 발전을 도모하고 있습니다.

칭다오는 중국에서 11번째로 도시 지하철 공사를 진행하고 있으며 2014년 8월 개통될 예정입니다.

향후 5년간 칭다오와 미국을 오가는 항공편이 예정되어 국가 간 항공 이용객수가 증가할 전망이며 여행객 수요 증가에 따라 항공 시설 개선이 이뤄지고 있습니다.

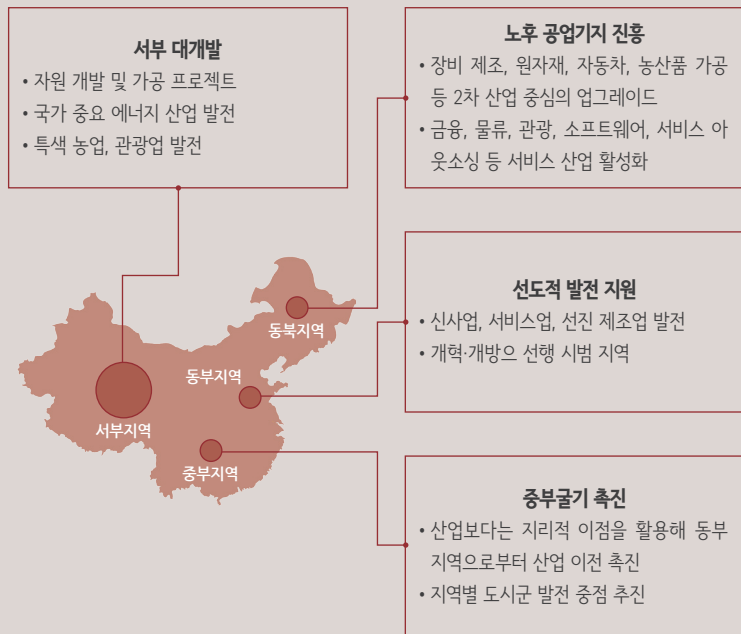
철도 인프라도 건설 중이며 베이징(北京)까지 3시간 반, 상하이(上海)까지 4시간 반으로 운행시간이 단축되어 2시간 4시간 경계권역 형성하는 것을 목표로 하고 있습니다.

세계적인 항구도시로 거듭나기 위해 총 284km² 규모의 동자커우 항구(董家口港区)를 건설 중입니다.

[참고정보] 중국의 지역별 성장 동력

2011년 12차 5개년 계획이 본격적으로 시행되고 있으며 시진핑 정부도 이 계획을 크게 흔들지 않고 유지한 것으로 예상됨

- 이 계획에 따르면 중국을 권역별로 나눠 발전시킨다는 복안이 숨겨져 있는데 여기에 동북 지역은 신성장 동력 개발을 위한 기지 역할을 할 전망이다
- 칭다오가 속한 동부 지역은 신사업, 서비스업, 선진 제조업 발전 기지이자 개혁·개방의 전초기지가 될 전망이다



출처: 대외경제정책연구원, 포스코경제연구소 등

2) 투자 및 이민 정책

① 투자 정책

중국 정부는 외국인 자본 제한 규정 완화를 통해 대외 경제 개방을 확대하고 서비스 산업과 신흥 산업 분야에 대한 외국 자본 투자를 장려하고 있습니다.

그러나 우리나라 서비스기업의 중국진출이 활발하지 못한 이유 중 하나로 중국 서비스시장의 폐쇄성이 주요인으로 꼽히고 있습니다.

중국에는 다양한 잠재적 규제와 문화적 특수성이 존재하고 아직 시장경제가 확실히 자리 잡지 못하여 외국 기업의 단독 진출에는 상당한 어려움이 동반됩니다.

외국인 투자 제한이 점차 완화되는 추세이지만 아직까지는 외국 서비스기업에 대한 까다로운 명시적 및 묵시적 규제가 많은 상황입니다.

공공성이 강한 분야에 대한 규제뿐만 아니라 자국기업 보호를 위한 중국정부의 직·간접적 간섭이 많은 것으로 파악됩니다.

한국자본유치현황을 살펴보면 2012년 1월에서 11월까지 칭다오가 유치한 한국 자본이 5억 달러를 초과하며 전년 동기대비 46% 성장한 것으로 나타났습니다.

이는 칭다오시의 실제 입금된 외자 평균 성장 폭보다 20% 높은 수치입니다.

2012년 11월 기준 칭다오에 진출한 한국기업은 1만 1천여 개로 추산되며 칭다오에 투자한 한국 자본은 총 140억 달러로 시 전체 이용 외자의 1/3을 점하고 있습니다.

② 이민 정책

중국에는 원칙적으로 이민이 허용되지 않는 나라로 목적에 따라 취업비자 또는 유학비자의 발급 및 연장을 통해 장기체류가 가능합니다.

3) 식품 및 외식산업 정책

① 식품 관련 이슈의 해결

KFC의 '두유' 사건, 아지센라면의 육수, 맥도날드의 햄버거 고기 보관문제 등으로 최근 중국 내 외국계 프랜차이즈 외식업체들이 소비자들의 따가운 시선을 받고 있습니다.

식품 안전 사건이 빈번히 발생함에 따라 2011년 5월 28일 국가식품감독국은 회의를 개최하여 외식업 서비스분야에서 불법적으로 식품 첨가제를 사용 또는 남용하는 행위를 엄격히 막기 위해 처벌을 강화하겠다는 방침을 내놓았습니다. 만약 불법적인 첨가물 사용이 적발되면 외식업 영업 허가증을 취소하고 불법 행위를 통해 얻은 모든 이득과 해당식품을 몰수하는 등 정부의 식품 관리 감독이 더욱 철저해지고 있습니다.

② 접대 문화 제한

상무부, 국가관광국이 공동으로 전국 요식업계를 대상으로 “철저한 근검절약 실시 지나친 낭비 근절” 캠페인을 진행하고 있습니다.

양 부처가 공동 발표한 <요식업계 근검절약 실시 지나친 낭비에 관한 지도의견>에서는 음식 물의 절약을 대대적으로 지원하고 지나친 낭비를 줄이는 선진 요식문화를 널리 보급해 과학 적이고 합리적인 소비를 제창하고 있습니다.

많은 중국인들에게는 사치스런 접대문화 방식이 체면과 격식, 열정적인 마음의 표현 방식으 로 여겨지고 있습니다.

최신 통계 데이터에 따르면 중국이 해마다 낭비하는 음식물이 500억 kg에 달하고 이는 전 국 식량 총 생산량의 10분의 1에 해당하는 규모입니다.

③ 칭다오 시 외식관련 정책

칭다오 시와 성(省) 단위 정부기관이 외식기업 양성을 위한 예산 항목을 별도로 개설함하고 다양항 외식 진흥 정책을 펼치고 있습니다.

칭다오만의 특색을 갖춘 12개의 먹자골목을 신설하는 방안을 추진 중입니다.

매년 ‘칭다오 요리 대회’ 개최 및 10명의 ‘요리대사’ 및 ‘서비스 왕’ 선발, 우수 외식업체 표창 수여 등 다양한 요리 관련 행사를 통해 외식 산업 발전을 도모하고 있습니다.

외식 업체에게는 취득세 감면 또는 전면 공제, 외식업 및 농산물 가공 관련 설비의 수입 관세 탕감 등의 혜택을 주고 특히 우수 외식업체로 선발 될 경우 전기를 공업용 전기세와 동일한 수준으로 낮게 책정하여 공급하는 특혜를 부여하고 있습니다.

외식업체를 대상으로 신용대출 제공 및 카드 수수료 절감 혜택을 제공하고 있습니다.

중국상업은행은 외식업체를 대상으로 무형 자산, 유형 자산, 경영권을 담보로 신용대출 제 공하고 매년 칭다오(靑島)시가 선정한 30개의 우수 외식업체에게 신용 한도 내 개인대출 서 비스를 제공합니다.

1.2 경제적 환경

1) 경제 규모

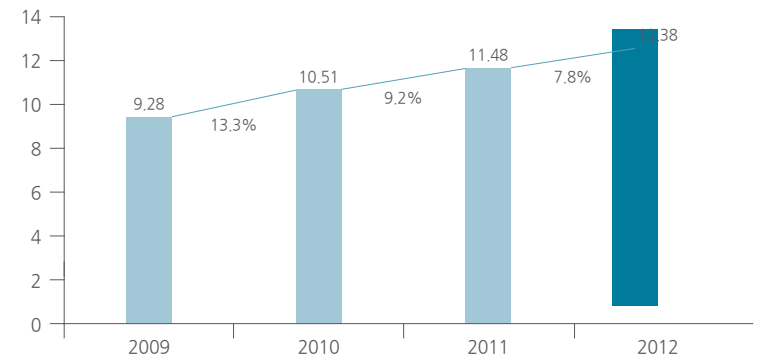
중국의 2012년 국내총생산(GDP)은 약 12조 3800억 달러(약 13,661조 원)로 미국에 이 어 세계에서 두 번째로 큰 경제 규모입니다.

산업 섹터 별 GDP 구성비율은 각각 농업 10.1%, 공업 46.8%, 서비스업 43.1%로 나타 났습니다.

30년 가까운 초고속성장으로 G2로 급부상했으며 2012년 8.2%의 경제 성장률을 기록했 습니다.

그림 1-2: 중국 연도별 국내총생산(GDP) 규모

단위: trillion US\$



출처: CIA World Factbook

칭다오통계국에 따르면 2011년 칭다오GDP는 약 1,608억 달러, 약 17조 9,082억 원으로 중국 전체 GDP의 약 1.3%를 차지하여 중국과 산둥성(山東省)에서 각각 10위와 1위를 기록했습니다.

1차(농업), 2차(공업), 3차(서비스업) 산업의 GDP 구성비는 4.6 : 47.6 : 47.8로 2차와 3차 산업의 비율이 거의 비슷한 것으로 나타났습니다.

표 1-1: 2011년 중국 도시별 GDP 상위 10위

순위	도시	도시GDP (억 RMB)	성장률 (%)	성내순위	작년 순위
1	상해(上海)	16,872.40	9.90%	-	1
2	북경(北京)	13,777.90	10.20%	-	2
3	광주(广州)	10,604.48	11.00%	광둥성1(广东省)	3
4	심천(深圳)	9,510.91	12.00%	광둥성2(广东省)	4
5	소주(苏州)	9,168.00	13.00%	강소성1(江苏省)	6
6	천진(天津)	9,108.83	17.40%	-	5
7	중경(重庆)	7,894.24	17.10%	-	7
8	항주(杭州)	5,945.82	12.00%	절강성2(浙江省)	8
9	무석(无锡)	5,758.00	13.10%	강소성2(江苏省)	9
10	칭다오(青岛)	5,666.19	16.00%	산둥성1(山东省)	10

2) 물가 상승률 변화

중화인민공화국통계국에 따르면 2011년 중국의 소비자물가지수(CPI)는 5.4% 증가했으며 주요 항목 별 CPI는 전년 대비 식품류 9.1%, 곡식류 6.9%, 돼지고기 21.3%, 채소류 11.5% 증가한 것으로 나타났습니다.

칭다오통계국에 따르면 2011년 칭다오(靑島) 거주자의 소비자물가지수(CPI)는 896.7%(기준연도: 1950)이며 2012년 상반기 소비자물가지수(CPI)는 8.1%로 전년 동기 대비 3.5% 증가했습니다.

2012년 상반기의 식품류 소비자물가지수(CPI)는 6.3% 증가, 특히 채소와 계란의 경우 10%를 초과한 것으로 나타났습니다.

3) 가처분소득 변화 및 식음료 지출

2011년도 중국의 가처분 소득은 약 4,101억 달러(약 457조 6,215억 원)로 나타났습니다.

2011년도 중국 소비자가 식품에 지출한 금액은 약 592억 달러(약 65조 9,893억 원)입니다.

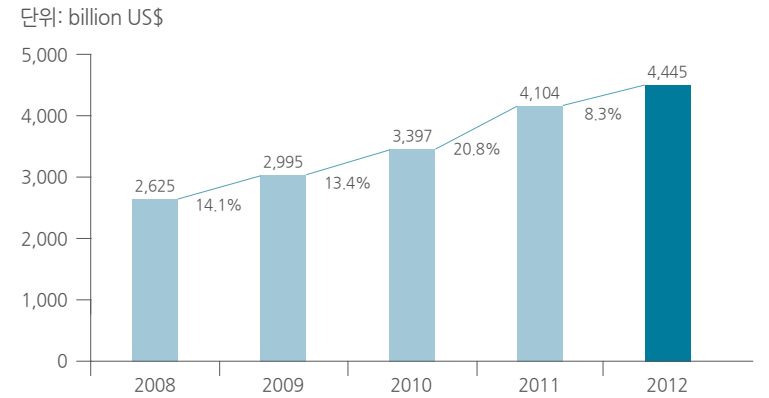
2011년도 중국인 1인당 외식금액은 약 186 달러(약 20만 원)로 나타났습니다.

2011년도 중국 전체 외식산업 판매총액은 약 2,472억 달러(약 272조 원)로 전년 대비 24.7% 증가했습니다.

칭다오통계국에 따르면 2011년 칭다오(靑島) 도시 거주자의 평균 가처분 소득은 약 4,580 달러(약 491만 원)입니다.

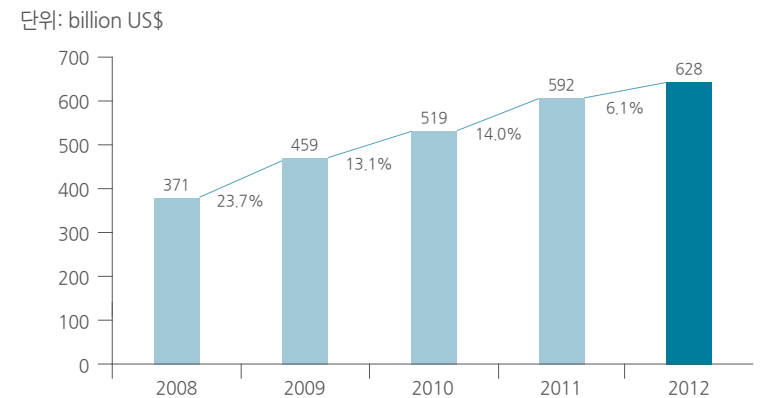
2011년 칭다오 도시 거주자가 평균 식품에 지출한 금액은 약 1,162 달러(약 128만 원)입니다.

그림 1-3: 중국 연도별 가처분 소득 규모



출처: Euromonitor

그림 1-4: 중국 연도별 식비 지출액 규모



출처: 중국인민공화국통계국

4) 경제 동향

칭다오는 소비 증가 속도가 가장 빠른 신흥 시장으로써 앞으로 꾸준히 성장할 것으로 전망됩니다.

삼성경제연구소가 중국 전역을 소비지출 규모에 따라 A부터 E까지 5등급으로 분류, 분석한 결과 칭다오가 속한 C등급 시장의 구매력이 가장 빠르게 성장하고 있는 것으로 나타났습니다.

세계 총 소비에서 중국의 소비지출이 차지하는 비율이 2010년 기준 5% 수준이었던 반면 2015년에는 14%까지 크게 확대될 것으로 예상됩니다.

중국의 소비환경이 크게 개선되고 주민 소득의 증가와 소비 수준 향상 등 여러 호재에 힘입어 요식업이 발전의 황금시기를 맞게 될 것이라는 전망입니다.

한편 중국의 생산가능인구 감소와 함께 '인구의 닷에 걸릴 것이라는 비관적인 전망도 나오고 있습니다.

중국이 추진해 온 한(1)자녀 정책으로 인해 합계출산율(가임 여성 1명당 평균 출생아 수)이 1.18명까지 감소하면서 앞으로의 성장이 정체될 거라는 우려가 나오고 있습니다.

중국의 생산가능인구 비율은 2010년 74.5%로 최고점에 달한 뒤 감소세로 전환되었으며 2020년에는 72% 수준까지 떨어질 것으로 예상됩니다.

2013년 중국의 경제 성장과 관련해서는 낙관적인 전망이 지배적입니다.

중국 일간지인 경제관찰보가 중국 국내외 기업, 금융기관의 수석 경제학자 28명과 기업인 40명을 대상으로 2013년 1월 올해 중국 경제 전망에 대한 설문조사를 실시한 결과 경제학자 53%가 8~8.5% 수준의 성장을 예상했으며 기업인 61%가 2013년 중국 경제성장률이 2012년 대비 호전될 것이라고 전망했습니다.

1.3 사회문화적 환경

1) 인종 구성 및 언어

약 13억 중국 인구의 91.6%(약 12억 명)가 한족(漢族)이며 나머지 8.4%는 기타 55개의 소수민족 및 귀화인으로 구성되어 있습니다.

칭다오에서는 한족이 90% 이상의 비율을 차지하고 있으며 소수민족 상주인구는 33,012만 명으로 칭다오 인구의 0.44% 수준입니다.

한자(漢字)로 표시되는 중국어는 세계에서 가장 많은 사람이 사용하는 언어입니다.

중국어는 일반적으로 한어(漢語)라고 부르기도 하고 1956년 이후 중국의 표준어를 공식적으로 보통화(普通話)라고 부르고 있습니다.

중국어는 지역에 따라 차이가 큰데 대체로 베이징어(北京語), 쑤저우어(蘇州語), 광둥어(廣東語), 푸젠어(福建語), 커자어(客家語)로 크게 나뉘며 이 가운데 전체인구의 약 70%가 베이징어를 사용합니다.

한자(漢字)는 그 수가 6만여 자에 달하지만 그러나 현대에 들어서는 상용한자를 3,500자 정도로 제한하여 사용하고 있으며 1964년에는 한자를 간편하게 사용할 수 있도록 간체자(簡體字)를 개발·보급하여 사용하고 있습니다.

민족자치구에서는 소수민족의 언어도 함께 사용하고 있습니다.



2) 종교적 배경

중국 헌법에는 기본적으로 종교의 자유가 보장되어 있으며 모든 정상적 종교 활동은 헌법의 보호를 받고 있습니다.

단 외국인의 공개적 포교활동은 엄격히 통제되고 있습니다.

또한 정부에서는 개신교회 신도와 가톨릭 신자에 대해 반드시 중국 기독교 삼자 애국운동위원회나 중국 천주교 애국회 소속 교회와 성당에서 예배와 미사를 열도록 의무화하고 있습니다.

중국은 다양한 민족으로 구성된 만큼 다양한 종교를 가지고 있으며 주요한 것으로는 불교, 도교, 이슬람교, 천주교, 기독교 등이 있습니다.

도교와 불교는 1~2세기경부터 중국에 유입되어 오랜 기간 중국 문화에 큰 영향을 끼쳤으며 중국 종교 인구의 약 90%가 도교 또는 불교를 믿고 있습니다.

천주교와 기독교는 여타 종교에 비하여 유입된 시간이 짧고 영향도 적으며 주로 상해, 북경 같은 대도시와 소수의 농민들이 믿고 있습니다.

이슬람교는 7세기 중엽에 중국에 전파되어 회족, 위구르족, 카자흐족 등이 신앙하고 있으며 무슬림 비율은 전체 종교신자의 1~2% 정도로 미미한 수준입니다.

3) 사회·문화적 특성

① 인구통계학적 특성

중국의 2010년도 인구구성 현황을 살펴보면 총인구는 13억 3,972만 명에 달합니다.

이 중 농촌 인구가 6억 7,415만 명으로 전체의 50.32%를 차지하고, 도시 인구는 6억 6,558만 명으로 전체의 49.68%를 차지하고 있습니다.

산아제한으로인구증가 속도가 감소하면서 생산가능인구의 비중이 높아지고 부양지수는 하락하는 등 인구경제학적 관점에서 향후 10년은 경제성장에 가장 유리한 시기가 될 것으로 예상됩니다.

칭다오(靑島) 전체 상주인구는 871.51만 명으로 연평균 1.52%씩 증가하고 있습니다.

도시 전체 인구의 50.39%(439.15만 명)가 남성으로 여성(49.61%, 424.33만 명)보다 많은 것으로 나타났습니다.

0~14세 인구는 약 117만 명, 15~64세는 약 665만 명, 65세 이상의 고령인구는 약 89만 명으로 집계됩니다.

문맹인구는 약 34만 명으로 칭다오 인구의 3.94%를 차지하는 것으로 나타났습니다.

② 소셜 네트워크 & IT트렌드

정보화 인프라 확산과 거대 인구가 결합되어 중국의 소셜 네트워크 서비스는 커다란 영향력을 갖고 있습니다.

140개 이하의 단문을 실시간 올릴 수 있고 다른 회원을 팔로우(Follow)할 수 있는 중국판 트위터 '웨이보(微博)'가 2009년 8월에 개설된 이래 2011년 말 사용자가 3억 명을 돌파했습니다.

초당 40여 개의 단문이 생겨날 정도로 전파 속도가 매우 빠르고 파급력이 막강하여 많은 기업들이 브랜드 지명도를 높이기 위해 웨이보를 활용한 온라인 마케팅 활동을 적극적으로 펼치고 있습니다.

사용자는 아직 20, 30대 젊은 층에 집중되어 있으나 빠른 확산속도로 볼 때 중국에서도 소비자와의 소통이 중요해지고 사이버 영역의 마케팅을 소홀히 할 수 없는 시대가 왔음을 알 수 있습니다.

③ 한류의 인기

황금 시간대에 방영되는 한국드라마와 중국 최대 포털사이트를 석권한 K-Pop이 큰 인기를 끌고 있습니다.

'한류헤어스타일'과 '한류인테리어' 등 한류를 전면에 내세운 홍보가 보편화되어 있으며 칭다오 대학교에는 한국어학과가 개설되어 있습니다.

경제에도 한류가 작용해 2004년 이전까지 한국기업이 대거 칭다오(靑島)에 진출하는 등 경제 호황에 일조했습니다.

중국 대표 외식경영전문지 <동방미식(2011년 11월호)>에서 한국 외식산업을 주목하는 등 외식 산업에도 한류 열풍이 불고 있습니다. 칭다오 젊은 층이 즐겨 찾는 시내 중심가 홍콩화원 상권, 미식거리, 타이동거리 등에 호황을 누리는 한국음식점이 다수 분포하고 있습니다.

1.4 음식문화

1) 식단 및 식습관

주식으로는 흔히 밥, 만두, 면, 탕 종류의 음식을 즐겨 먹습니다.

바쁜 아침 시간의 특성 상 간편한 음식을 사먹는 것이 일반적이며 전통적으로는 죽, 꽃빵, 건, 콩두유 등이 주요 아침 메뉴입니다. 이러한 중국인의 식성에 맞게 'KFC'와 같은 유명 패스트 푸드점에서도 아침 식사 메뉴로 죽을 판매하고 있습니다.

점심때는 직장의 구내식당이나 주변 식당에서 먹는데 일반 서민들은 면이나 덮밥 등으로 간단하게 끼니를 해결하는 경우가 많습니다.

대체로 저녁은 퇴근 후 가정에서 직접 만들어 먹는데 다소 간략했던 아침·점심식사와는 달리 제대로 챙겨 먹으려는 경향이 있습니다.

중국 전통 요리는 량차이(涼菜), 러차이(熱菜), 주식(主食), 탕(湯) 순서로 제공됩니다.

량차이는 주요리가 나오길 기다리면서 입맛을 돋우기 위해 먹는 간단한 음식이고 러차이는 주문 후 즉시 지지고 볶거나 튀겨서 만들어 내는 주요리를 말합니다.

주요리가 다 나온 뒤 양이 부족할 때 주식을 시키고 숟가락만 탕을 맨 마지막에 마신다는 점이 특징입니다.

식당에서 여러 명이 함께 식사할 때는 좌석 배치 등 식사 예절이 매우 중요합니다.

일반적으로 연장자나 손님은 문이 바라보이는 가장 안쪽 자리에 앉고 서열이 낮은 사람일수록 문 가까운 자리나 문을 등진 자리에 앉습니다.

요리가 나오면 각자 앞접시에 먹을 만큼 덜어 먹는데 이때 손님이나 뒷사람에게 먼저 요리를 권하며 다른 사람이 맛볼 수 있도록 한꺼번에 많은 요리를 덜어가지 않는 것이 예의입니다.

젓가락으로 요리를 심하게 뒤적이거나 소리 내어 음식을 씹는 것은 예의에 어긋난 것으로 여겨집니다.

중국 사람들은 흔히 밥그릇을 들고 젓가락으로 밥을 먹으며 숟가락은 탕을 먹을 때만 사용합니다.

2) 전통음식

중국은 넓은 지역만큼이나 특산물이 다양하고 그 문화적 전통 또한 달라서 지역별로 독특한 음식 문화가 발달해 있습니다.

흔히 중국 요리를 산둥(山東), 쓰촨(四川), 장쑤(江蘇), 저장(浙江), 안후이(安徽), 후난(湖南), 푸젠(福建), 광둥(廣東)의 '8대 요리'로 구분합니다.

칭다오는 지리적으로 산둥(山東)요리의 영향을 받았으며 산둥요리는 북경 요리의 원형으로 중국에서는 '노채(魯菜)'로 불립니다.

산둥 요리의 특징으로는 향기롭고 짠 맛, 부드러운 식감, 선명한 채색, 섬세한 구조 등을 꼽을 수 있습니다.

투명한 국물(清湯)과 희고 향기로운 우유 스프(奶湯)가 자주 사용되며 바다가 가까워 생선과 어패류를 사용한 요리가 많습니다.

산둥 요리는 크게 교동식과 제남식으로 구분될 수 있는데 그 중 칭다오 음식은 교동식에 속한다고 볼 수 있습니다.

그림 1-5: 교동식 산둥 요리



2. 외식시장 현황

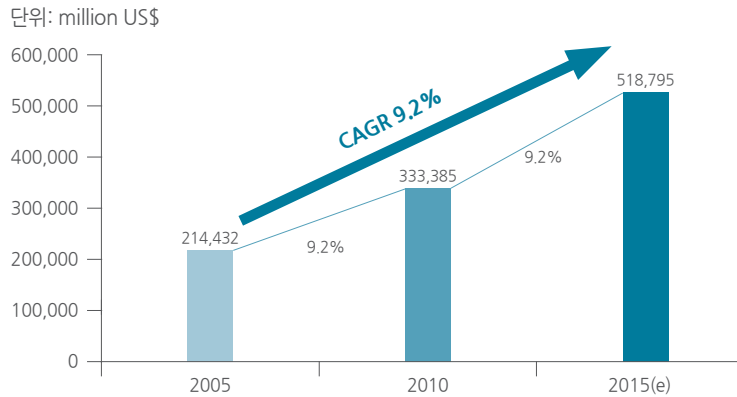
2.1 시장에 대한 이해

1) 외식시장 규모

2010년 기준 중국 외식시장 규모는 약 3,300억 달러(약 375조 원) 정도이며 향후 연 평균 9.2%의 성장률을 기록할 것으로 전망됩니다.

유로모니터(Euromonitor) 분석에 따르면 '05~'10년 중국 외식시장 규모는 9%대의 높은 연 평균 성장률을 기록하였으며 향후 '15년 까지 연 평균 9.2% 성장률을 기록하며 약 5,188억 달러(약 584조 원) 규모에 달할 것으로 전망됩니다.

그림 2-1: 칭다오 외식시장 규모 및 연 평균 성장률 (CAGR)



출처: Euromonitor, 2011

중국 외식시장의 세부 섹터별 규모를 살펴보면 'Full-Service Restaurants'이 72.2%로 압도적으로 높게 나타났으며 그 다음으로 'Fast Food'가 24.2%로 나타났습니다.

그 외 'Cafes/Bars', 'Street Stalls/Kiosks', '100% Home Delivery/ Take-away'는 2.0% 미만으로 중국 외식시장은 아직까지 업체 세분화가 이뤄지지 않은 것으로 파악됩니다.

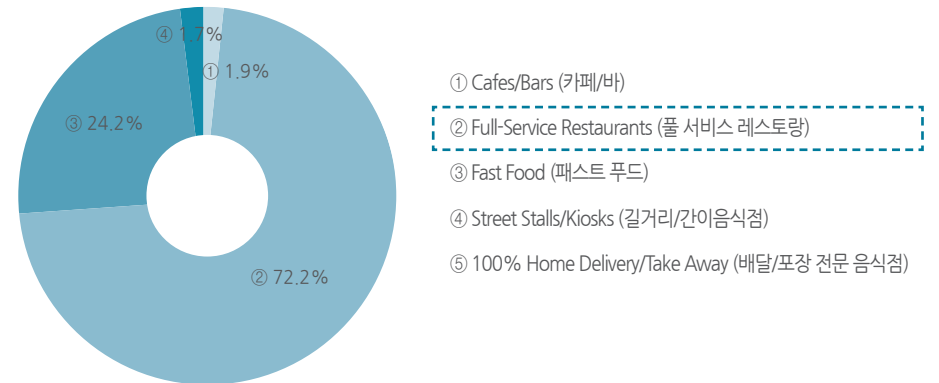
소득 수준의 향상에 따른 라이프스타일 변화로 외식의 간편화·다양화 트렌드가 확산되면서 'Cafes/Bars', 'Fast Food' 시장의 성장세가 두드러지고 있습니다. 한편 'Full-Service Restaurants'는 견조한 성장세를 이어갈 것으로 전망됩니다.

점유율은 낮지만 'Cafes/Bars' 시장은 향후 '15년까지 연 평균 성장률 9.7%를 기록하며 시장 점유율이 확대될 전망입니다. 이러한 가운데 최근 대도시권을 중심으로 스타벅스(Starbucks) 매장이 급속도로 증가하고 있습니다.

'Fast Food'시장은 '05년에서 '11년까지 외식시장 전체 연 평균 성장률(9.2%)을 웃도는 10.5%의 성장률을 기록하며 시장 점유율을 높여가고 있으며 향후 '15년까지 9.1%의 연평균 성장률을 기록할 것으로 전망됩니다.

배달식에 대한 수요가 생겨나면서 '100% Home Delivery/Take-away' 시장도 빠른 속도로 성장할 것으로 예측됩니다.

그림 2-2: 칭다오 외식시장 섹터별 규모 (2011)



출처: Euromonitor, 2011

Categories	시장규모 (million \$)	비율 (%)	성장률 (%)	
			'05~'10	'10~'15
Consumer Food Service	333,385	100.0	9.2	9.2
Cafes/Bars (카페/바)	6,189	1.9	6.4	9.7
Full-Service Restaurants (풀 서비스 레스토랑)	240,771	72.2	8.9	7.9
Fast Food (패스트 푸드)	80,585	24.2	10.5	9.1
Street Stalls/Kiosks (길거리/간이음식점)	5,822	1.8	8.5	5.2
100% Home Delivery/Take Away (배달/포장 전문 음식점)	18	0.0	35.2	13.2

업태구분은 리서치 기관 Euromonitor의 구분에 의함

2) 외식시장 트렌드

라이프스타일 변화에 따른 외식형태의 간편화, 다양화 추세가 뚜렷해지고 있습니다.

중국은 개방 이후 경제 발전에 따라 소득 수준이 향상되고 도시화와 여성의 사회진출이 급증하면서 외식 수요의 증가와 함께 외식형태의 간편화, 다양화 니즈가 뚜렷해지고 있습니다.

외식시장의 고급화, 전문화, 규모화 트렌드가 가속되고 있습니다.

삶의 질을 중요하게 생각하는 중상류층이 주요 외식소비 계층으로 부상하면서 외식시장의 질적 개선을 주도하고 있습니다.

고급 레스토랑의 경우 서양식 레스토랑의 운영 노하우와 아이템을 접목하여 질적 향상을 도모하고 있습니다.

외식 프랜차이즈 시장의 견조한 성장세가 지속되고 있습니다. 이러한 가운데 중국 외식 프랜차이즈 브랜드의 약진이 두드러지고 있습니다.

중국외식연감(2009)에 따르면 외식기업 프랜차이즈는 매년 약 16%의 높은 증가율을 기록하고 있는 것으로 나타났습니다.

특히 간편화 추세에 따른 패스트 푸드의 급성장이 돋보이는데 2009년 중국 50대 패스트 푸드 프랜차이즈 업체의 영업액은 600억 위안(약 11조 원)에 달했습니다.

맥도날드(McDonald's), KFC 등 글로벌 패스트 푸드 업체들의 공격적인 사업 진출에도 불구하고 중국 패스트 푸드 프랜차이즈 업체들은 급속한 성장세 속에서 시장 점유율 80% 이상을 차지하며 중국 브랜드 시대에 접어들었습니다.

대표적인 중국 본토 브랜드로는 북경오리로 유명한 '웨이취더(全聚德)', 만두로 유명한 '텐진(天津)'의 '고우부리바오즈(狗不理包子)', 면요리로 유명한 '마란마미엔(马兰马面)', 건강식 찜요리로 유명한 '젠공푸(真功夫)' 등이 있습니다.

중국형 패스트 푸드가 이처럼 급속하게 발전하게 된 것은 서양식 패스트 푸드에 비해 저렴한 가격이 경쟁우위로 작용한 결과라는 것이 업계 관계자들의 분석입니다.

관련 연구기관의 발표에 따르면 중국의 레스토랑 평균 수명이 감소하고 있는 것으로 나타났습니다.

소비자들의 욕구가 다양해지고 고품질 서비스에 대한 니즈가 증가하면서 업태가 세분화 되고 경쟁이 더욱 격화되고 있기 때문인 것으로 추측됩니다.

또한 중국 정부의 외식산업 육성을 위한 거시적인 계획의 부재와 외식 서비스 기업의 역량 강화를 지원할 수 있는 내부적 경영관리 능력의 부족, 시장혁신 부족 등도 주요 원인으로 꼽히고 있습니다.

특히 증가하는 외국계 브랜드에 대해 중국 외식업계 내부에서는 자국 외식업계의 경쟁력을 키우기 위해서 점포 인테리어와接客 서비스의 질을 높이고 영향력 있는 국내 브랜드를 만드는 것이 시급하다는 의견이 지배적입니다.



2.2 고객에 대한 이해

1) 소비 특성

높은 구매력을 가진 중국판 골드미스(28세 이상)의 구매파워가 점차 커지면서 특정한 경제 계층을 형성하는 움직임을 보이고 있습니다.

고학력, 고소득, 고직위, 이른바 '3고(高)' 특징을 지니고 있는 독신여성들은 대부분 자기 성취욕이 높으며 자신에 대해 아낌없이 투자하는 경향이 있습니다.

최근 중국 여성이 전체 소비시장을 이끄는 주력계층으로 부상하면서 '여성경제'를 뜻하는 '타(她)경제'라는 유행어가 생길 정도입니다.

'웰빙'과 '친환경'이 새로운 소비 키워드로 떠오르고 있습니다.

중국 최대 온라인 쇼핑몰 '타오바오(淘宝)'의 검색창에 웰빙과 친환경의 의미를 지닌 '저탄(低碳)'이라는 키워드로 상품을 검색한 결과 생활용품에서 가전제품, 장난감, 심지어 애완용품까지 다양한 영역에서 약 7만 여개의 상품이 검색되었습니다.

'웰빙'과 '친환경' 소비를 추구하는 인구가 전체 인구에서 차지하는 비중은 아직까지 미미한 수준이지만 향후 소득증대, 환경의식 제고 등에 따라 이러한 트렌드가 지속적으로 확대될 가능성이 매우 높을 것으로 전망됩니다.

공동구매가 중국 유통시장에 돌풍을 일으키고 있습니다.

2010년 에 중국에 상륙한 공동구매 모델은 중국 젊은 층 사이에서 선풍적인 인기를 끌면서 새로운 소비 트렌드로 정착하고 있습니다.

관련 기관의 조사결과 25~35세 젊은 층 가운데 51.3%가 공동구매 경험이 있다고 밝힌 바 있으며 중독적으로 공동구매를 하는 소비자들도 크게 증가하고 있습니다.

공동구매 상품 가운데 뷔페 식사권, 스파 이용권 등 고가품이 많아 생활형편이 넉넉하지 않은 사람들에게 한 단계 높은 수준의 삶을 경험할 수 있는 기회로 인식되고 있습니다.

중국의 최대 레스토랑 평가 사이트인 '점평(点评)'에서는 칭다오 지역 한식당 식사권 공동구매 광고 글을 쉽게 발견할 수 있을 정도입니다.

중국 소비자는 소득수준 이상으로 초과지출을 하여 부자처럼 보이려는 소비 성향을 가지고 있습니다.

중국 소비자는 자신에게 만족감을 주는 특정 상품에 대해 소득수준 이상의 소비를 기꺼이 하는 편입니다.

중국인들의 강한 '체면의식'과 '과시의식'이 이러한 초과지출을 부추기는 주요 요인으로 지목됩니다.

맥킨지(Mckinsey)의 조사결과에 따르면, 중국 소비자 중 약 50% 이상이 절약을 통해 모은 돈으로 자신이 정말 좋아하는 비싼 제품을 구입하는 이른바 '트레이딩 업(Trading Up)' 소비 성향을 가지고 있는 것으로 나타났습니다.

중국인들의 스트레스 지수가 높아지면서 '스트레스 해소 소비' 트렌드가 대두되고 있습니다.

중국 청년보(青年报)가 발표한 '2010년 대도시 중국인의 정신건강 조사 결과'에 따르면 '스트레스를 많이 받는다'는 응답이 82%, '초조감, 피곤함을 늘 느낀다'는 응답도 절반 이상을 차지하는 것으로 나타났습니다.

특히 1975~1985년 사이에 태어난 세대가 중국사회에서 가장 심한 스트레스를 받고 있는 것으로 평가되었습니다.

이러한 가운데 '스트레스 해소 소비' 트렌드가 생겨나면서 스트레스 해소용 장난감, 마음의 평화를 되찾게 하는 식당 등 이색적인 비즈니스 아이템이 등장하고 있습니다.



2) 외식소비 특성

① 외식빈도

칭다오의 외식 소비자들은 주당 평균 3.6회 정도 외식을 하는 것으로 나타났습니다.

주당 평균 1~2회 외식을 한다고 응답한 비율이 52.8%로 가장 높게 나타났으며 3~4회라고 응답한 비율은 23.0%, 5~10회라고 응답한 비율도 16.2%에 달했습니다.

② 외식 지출비용 (기준환율: 100위안 당 약 17,450원)

칭다오의 외식 소비자들은 주당 평균 외식비용으로 99.8위안(약 17,915원) 정도를 지출하는 것으로 나타났습니다.

주당 평균 외식비용으로 100~125위안(약 17,960~22,400원) 정도를 지출한다고 응답한 비율이 30.9%로 가장 높게 나타났으며 125위안(약 22,400원) 이상 지출한다고 응답한 비율도 22.6%에 이르는 것으로 나타났습니다.

75~100위안(약 13,500~17,960원), 50~75위안(약 8,980원)을 지출한다고 응답한 비율도 각각 21.9%, 14.0%에 이르러 외식비로 적지 않은 금액을 지출하는 것으로 파악되었습니다.

③ 식당 선택 속성

칭다오의 외식 소비자들은 식당을 선택할 때 '식당의 위생 및 청결', '음식의 맛과 영양'을 가장 최우선적으로 고려하는 것으로 나타났습니다.

'식당의 위생 및 청결'이 가장 중요하다고 응답한 소비자들이 55.5%, '음식의 맛과 영양'이 가장 중요하다고 응답한 소비자들이 26.8%로 나타나 대부분을 차지하였습니다.

'식당의 위생 및 청결'이 가장 중요하다고 응답한 소비자 중 91.7%가 '식당 내부의 위생 및 청결성'을 최우선적으로 고려한다고 응답하였으며 '식기의 청결성'이 중요하다고 응답한 소비자도 79.2%에 이르렀습니다.

'음식의 맛과 영양'이 가장 중요하다고 응답한 소비자 중에서는 그 세부 속성으로 '음식의 신선도', '음식의 맛', '음식의 품질', '음식의 영양가'를 선택한 응답자가 각각 53.2%, 50.9%, 43.4%, 36.2%로 다양한 분포를 나타내고 있습니다.

그림 2-3: 주당 평균 외식 빈도

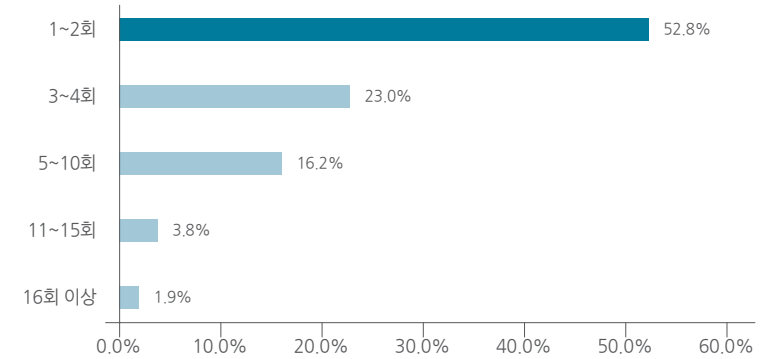


그림 2-4: 주당 평균 외식 지출비용

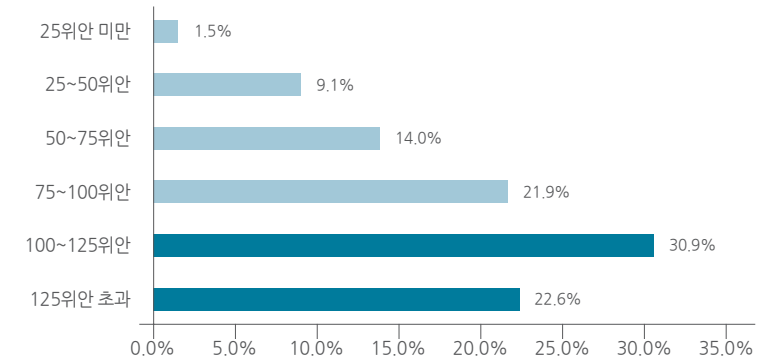
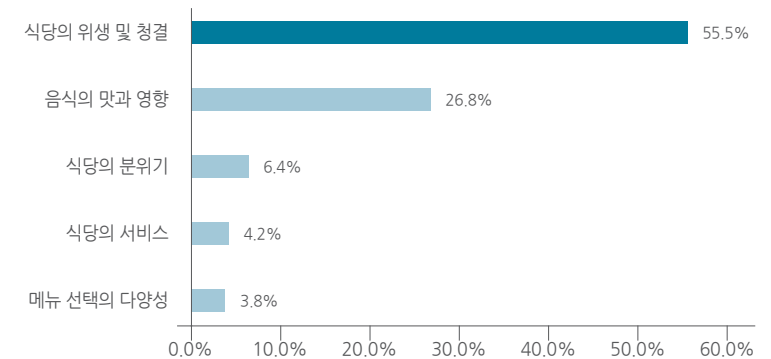


그림 2-5: 식당 선택 시 최우선 고려사항 상위 5개



④ 선호 에스닉 식당 vs 가장 자주 방문하는 에스닉 식당 비교

칭다오 외식 소비자들이 가장 선호하는 에스닉(Ethnic) 식당 유형은 한식(Korean)으로 나타났습니다.

한식을 선호하는 외식 소비자의 비율이 21.5%로 에스닉 식당 가운데 가장 높게 나타났습니다. 프랑스식, 미국식, 이탈리아식 선호 비율도 각각 11.7%, 8.3%, 8.3%로 나타나 서양식(Western)을 선호하는 것으로 파악되었습니다.

한편 가장 자주 방문하는 에스닉(Ethnic) 식당 유형도 한식(Korean)이 가장 높게 나타났습니다. 미국식 식당이나 프랑스식 식당을 가장 자주 방문한다고 응답한 소비자도 각각 14.0%와 11.7%로 적지 않은 비율을 차지하고 있는 것으로 나타났습니다.

같은 아시아인 에스닉(Asian Ethnic) 음식임에도 불구하고 일식당의 경우 날것을 선호하지 않는 중국인들의 성향 때문에 큰 인기를 끌지는 못하고 있는 것으로 파악됩니다.

그림 2-6: 선호 에스닉 식당 상위 5개

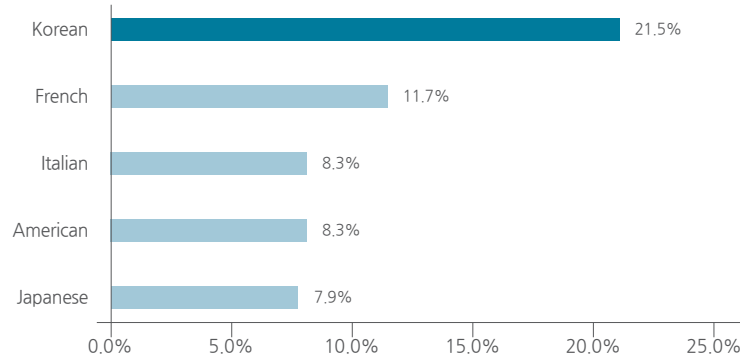
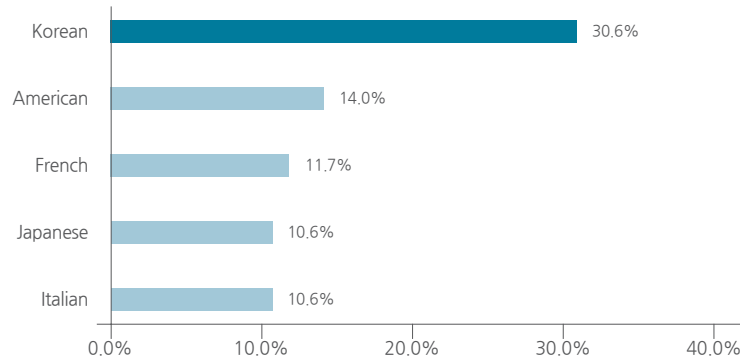


그림 2-7: 가장 자주 방문하는 에스닉 식당 상위 5개



2.3 경쟁자에 대한 이해

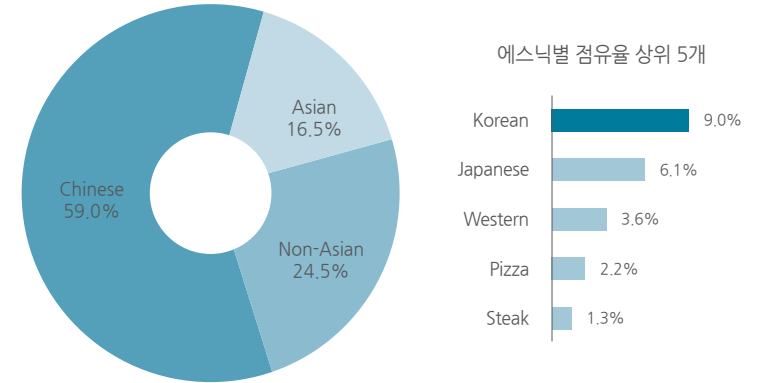
1) 에스닉별 점유율

매장 수 기준 칭다오 내 에스닉별 점유율을 살펴보면 중식당이 절반이 넘는 59.0%, 아시아인 에스닉(Asian Ethnic) 식당이 16.5%의 점유율을 차지하고 있는 것으로 나타났습니다.

에스닉 식당 중에서 한식당(Japanese) 점유율이 9.0%로 가장 높게 나타났으며 그 다음으로 일식당(Japanese) 6.1%, 서양식(Western) 3.6% 순으로 나타났습니다. ('Pizza', 'Steak'를 서양식에 포함시킬 경우 점유율 7.1%에 해당함)

한식당(Korean) 점유율이 가장 높게 나타난 것은 칭다오 내에서 한식이 대중화 단계에 접어들었음을 의미한다고 해석할 수 있습니다.

그림 2-8: 레스토랑별 점유율 (매장 수 기준)



출처: 레스토랑 평가사이트(Dinping.com) 등록 식당 기준

2) 주요 에스닉 식당 진출 현황

① 한식(Korean) 진출 현황

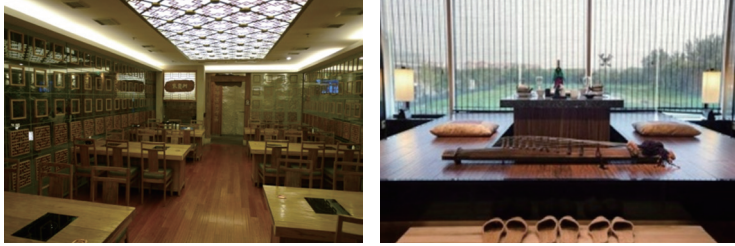
아직까지 에스닉 음식(Ethnic Food) 외식이 보편화 되지 않은 칭다오 외식시장에서 한식당이 에스닉 식당 가운데 가장 높은 점유율을 차지하는 것으로 나타났습니다.

칭다오에는 약 440여 개의 한식당이 진출해 있으며 한인들을 대상으로 운영하는 생계형 식당에서부터 현지인 상류층을 주요 고객으로 하는 최고급 한식당까지 업태가 세분화되어 있습니다.

중국 외식시장의 고급화, 전문화, 규모화 트렌드가 가속화 됨에 따라 주요 상권에 신규 창업하는 고급 한식당들이 증가하고 있습니다.

대표적인 사례로는 시내 중심 번화가 상권에 입점한 '자하문', 부유층 거주지 상권에 입점한 '홍부명가', 최고급 호텔에 입점한 'KR' 등이 있습니다.

그림 2-9: 한식당의 대형화·고급화 추세



② 미국식(American) 진출 현황

저소득층이 새로운 외식소비 계층으로 부상하면서 패스트 푸드 수요가 급증하고 있습니다. 이에 따라 미국 글로벌 패스트 푸드 프랜차이즈 기업들은 현지화된 메뉴를 출시하고 서비스 품질을 제고 하는 등 시장 공략에 박차를 가하고 있습니다.

중국인의 식성에 맞춰 KFC에서는 아침 식사 메뉴로 '죽' 메뉴를 출시하여 판매하고 있으며 맥도날드(McDonald's)는 '13년' 말까지 중국 내 매장 수를 2000개 이상으로 늘리고 중국 시장 점유율도 20%까지 끌어올린다는 방침입니다.

그림 2-10: 미국 글로벌 외식 브랜드 진출 사례



[참고정보] 중국 외식 프랜차이즈 성공사례

- 중국 외식산업은 베이징 올림픽 이후 외국 자본과 다국적 브랜드, 선진 관리 시스템의 유입에 힘입어 프랜차이즈를 중심으로 급성장하고 있음
 - 중국 프랜차이즈 시장에서 외식업은 영업점 수 기준으로 도·소매업 35%에 이어 34%로 큰 비중을 차지하고 있음
 - 중식 프랜차이즈가 60%를 차지하고 있으며 서양식 프랜차이즈는 15% 정도로 서양식 시장 점유율은 아직까지 높지 않은 편임
 - 중국 본토 브랜드가 대다수이지만 매출액 및 영업점 수로는 양브랜드(Yum Brand)와 맥도날드(McDonald's)가 상위 1,2위 차지하고 있음

브랜드명	국적	중국 내 점포 수	주요 컨셉	성공전략
요시노야	일본	200여 개	쇠고기 덮밥	<ul style="list-style-type: none"> 중국식 사브사브 만두 등 메뉴 현지화 현지 소비자 기호 철저히 반영
KFC	미국	3,000여 개	패스트 푸드	<ul style="list-style-type: none"> 요우타이오, 줍살죽 등 중국식 아침메뉴 출시 현지인 입맛 고려해 베이징 닭고기버거 출시 서구식 경영 이해가 깊은 대만인 관리자 채용
웨이치엔라멘	일본	420여 개	라멘 전문점	<ul style="list-style-type: none"> 높은 가격대로 대도시 위주 진출 포장제품 전국 30개 도시 판매 격조 높은 일식 인테리어 식자재 공동조달을 위해 대만 기업 인수
용어따왕	대만	200여 개	복합 외식	<ul style="list-style-type: none"> 조찬메뉴에 탁월 지방 2선 도시 선진출 → 경영 안정화 후 1선 도시 진출
전콩푸	중국	400여 개	광동식 요리	<ul style="list-style-type: none"> 찐 요리로 영양식 이미지 강조 오피스 빌딩 및 교통요지 입점
CSC	중국	141 개	쓰촨식 요리	<ul style="list-style-type: none"> 맥도날드 등 외부 인재 적극 채용 현장조리를 맛과 영양 갖음
DISCO's	중국	1,285 개	패스트 푸드	<ul style="list-style-type: none"> 경쟁이 덜한 2,3선 도시 위주 진출 카레 닭고기, 옥수수 스프 등 메뉴 현지화
파리바게트	한국	42 개	베이커리	<ul style="list-style-type: none"> 카페형 매장 운영 주목 상권을 교통, 주택가, 오피스 등으로 세분화 하여 전략 수립 중고가 제품으로 포지셔닝
BBO 치킨	한국	150여 개	치킨 전문점	<ul style="list-style-type: none"> 배달우주에서 카페형 매장 운영 한국 그대로 맛 재현 구전 마케팅 위주 전략 소스생산 공장, 물류센터 현지 자체 운영

출처: KOTRA 2011sus

3) 주요 식당 사례 소개

① 해저로샤브샤브 (海底捞火锅)

홈페이지: <http://www.haidilao.com/>

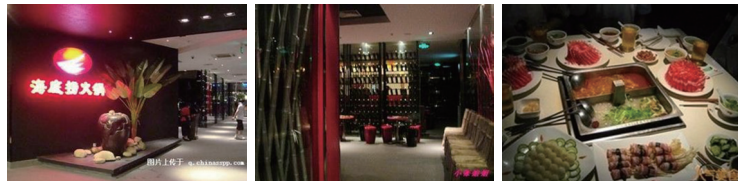
중국에서 가장 인지도 높은 사천식 샤브샤브 전문점으로 중국 전역에 71개의 매장이 분포해 있으며 칭다오에는 2개의 매장이 성업 중입니다.

방문 고객들의 입맛을 고려한 다양한 종류의 육수와 신선한 채소, 해산물, 육류 등을 제공하고 있습니다. 입맛에 맞춰 육수를 고르고 샤브샤브 재료를 개별적으로 주문해 먹을 수 있는 맞춤형 주문 서비스가 인기비결입니다.

약 100위안(약17,450원)정도면 육수와 함께 다양한 종류의 채소와 해산물, 육류를 푸짐하게 즐길 수 있어 주머니 사정이 가벼운 젊은 층 사이에서 특히 인기가 높습니다.

무료 네일아트와 생일파티 그리고 장애우를 위한 편의시설 등 고객감동 서비스를 제공하고 있으며 온라인 주문 서비스를 운영하고 있습니다.

그림 2-11: '해저로샤브샤브' 전경



② Dozo 요리미술관 (Dozo 料理美术馆)

홈페이지: <http://dozo.mhqx.com/>

고급 퓨전 일본요리 뷔페 전문점으로 칭다오에 총 3개의 매장이 분포해 있으며 다른 뷔페 전문점과는 차별적으로 원하는 메뉴를 주문하면 앉은 자리에서 이용할 수 있는 서비스를 제공하고 있습니다.

바닷가 주변 전망 좋은 곳에 입점해있으며 고급스러운 실내인테리어와 품격 높은 서비스를 제공하고 있습니다. 또한 다양한 컨셉의 개별 식사공간이 마련되어 있어 상황에 따라 분위기에 맞는 식사장소를 선택할 수 있습니다.

뷔페 가격은 평일/주말과 런치/디너가 각각 다르며 보통 178~228위안(약30,000원~40,000원) 정도로 비싼 수준입니다.

뷔페 가격이 부담스러울 경우 단품 메뉴로 주문 가능하며 온라인 공동구매 시 저렴한 가격으로 이용할 수도 있습니다.

중산층 인구가 증가하고 소비 수준이 향상되면서 기존에는 호텔 레스토랑에서나 이용할 수 있었던 고급 뷔페식이 점차 대중화되고 있는 추세입니다. 향후 고급 뷔페 전문점인 'Dozo 요리미술관'과 같은 개별 식당이 증가할 것으로 전망됩니다.

그림 2-12: 'Dozo 요리미술관' 전경



③ 아지센라멘 (味千拉面)

홈페이지: <http://www.ajisen.com.cn/>

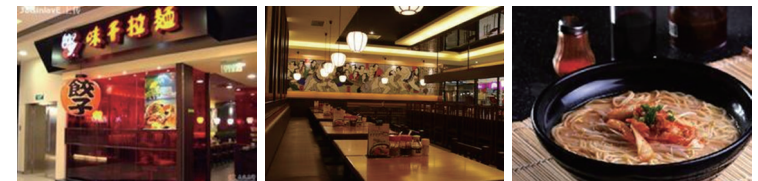
일본식 생라면을 전문점으로 일본에서 1968년에 설립되어 현재 중국, 홍콩, 싱가포르, 대만 등지에 진출해 있으며 중국 전역에 약 662개, 그 중 칭다오에 15개의 매장을 운영하고 있습니다.

뿐만 아니라 자체 공장에서 아지센 브랜드의 포장 생라면을 생산하여 중국, 일본, 싱가포르, 오스트레일리아 등지에 수출을 하고 있으며 전 세계 각지에 8,000여 개의 판매망을 보유하고 있습니다.

대표적인 일식 패스트 캐주얼(Fast Casual) 외식 브랜드로 일상식은 저렴한 가격으로 간단하게 해결하는 것을 선호하는 중국 외식 소비자들의 기호와 맞아 떨어지면서 성공을 거두게 되었습니다.

주요 메뉴로는 일본식 생라면, 볶음밥, 덮밥 등이 있으며 단품 가격대는 약 20~40위안(약 3,500원~7,000원)으로 저렴한 수준입니다.

그림 2-13: '아지센라멘' 전경



2.4 외식상권에 대한 이해

1) 주요 상권 특성

분석 대상 상권은 정성적·정량적 평가 기준을 활용하여 6~7개 후보지를 선정하고 후보 지역 중에서 상가권 활성화 정도가 높은 상위 4개 지역을 우선 선정하였습니다.

칭다오 중심가에 위치한 주요 외식 상권으로는 향강중로(香港中路), 타이동(台东), 라오산(崂山), 청양(城阳) 4개 지역을 꼽을 수 있습니다.

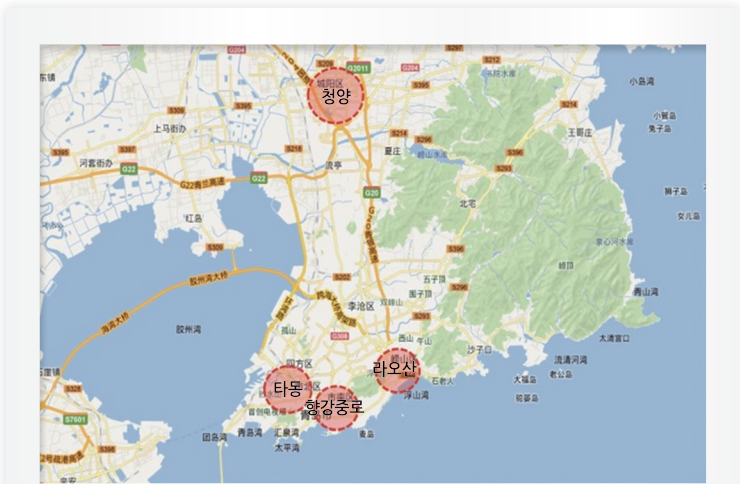


그림 2-14: 칭다오 주요 외식상권

상권명	현장조사 평가결과	상권 선호도	임차료 수준
향강중로		27.2%	Mid
타이동		21.1%	Mid
라오산		30.9%	High
청양		20.8%	Low

매우우수
 우수
 보통
 나쁨
 매우나쁨

과거와 달리 상권의 수준이 임차료(건물가)에 모두 반영되어 있는 요즘 상권은 분석의 문제이기 보다는 오히려 선택과 극복의 대상으로 받아들여야 합니다. 따라서 본 가이드북에서는 창업자(창업기업)가 보유하고 있는 가용자원을 고려하여 여러 상권(입지) 중에서 최선의 안을 선택하고 상권의 단점을 극복하기 위한 전략을 구상할 수 있도록 주요 상권의 요소별 매력도를 측정하여 종합적인 정보를 제공합니다.

표 2-1: 상권분석 결과 요약

상권개요	종합평가 결과
향강중로(香港中路) 상권 <ul style="list-style-type: none"> 우리나라 '테헤란로'와 비슷한 분위기로 주요 관공서, 고층 오피스 빌딩, 최고급 호텔, 대형 쇼핑센터 등이 들어서 있는 칭다오 최대 변화가심 (향후 주요 노선의 지하철 역이 들어설 예정임) 원샤오로(云霄路) 미식거리와 홍콩화원(香港花园)을 중심으로 칭다오 최대 외식 상가권이 발달해 있음 (한식당이 밀집해 있는 홍콩화원 주변에는 한식을 즐기려는 젊은 층 유동인구의 유입이 많음) 	
타이동(台东) 상권 <ul style="list-style-type: none"> 유동인구 통행량이 가장 많은 곳으로 800m에 달하는 타이동3로 보행자 거리를 따라 대규모 쇼핑 상가권이 발달해 있음 (전통 있는 변화가 상권으로 우리나라 '명동'과 비슷한 분위기임) 타이동3로, 타이동6로, 타이동8로를 중심으로 외식 중심 상가권이 발달해 있음 (특히 타이동 8로에는 10여 개의 한식당이 영업 중임) 	
라오산(崂山) 상권 <ul style="list-style-type: none"> 시내 중심가에서 차로 20분 거리에 위치한 라오산 상권은 새롭게 부상하는 비즈니스 중심지로 향후 발전 잠재력이 가장 높은 상권임 주요 기업의 본사 오피스, 최고급 호텔, 대형 쇼핑센터, 관광·문화·레포츠 편의시설 등이 들어서 있으며 대형 식당 위주의 외식 상가권이 발달해 있어 집객력이 우수함 ('칭다오 국제 맥주 축제' 기간 동안 수백만 명의 방문객들이 찾아 옴) 	
청양(城阳) 상권 <ul style="list-style-type: none"> 우리나라 '분당'과 비슷한 분위기의 거주지 중심 상권으로 고급 주택가와 아파트 단지를 중심으로 대규모 쇼핑/외식 상가권이 발달해 있음 아직 '소년기'에 해당하는 상권이나 각종 생활 편의시설과 기반시설이 잘 갖춰져 있어 향후 발전 가능성이 매우 높음 한인 4만 명이 거주하는 한인 타운이 형성되어 있으며 한인들을 대상으로 하는 다양한 업종의 상가가 밀집해 있음 	

2) 상권 별 상세분석

① 항강중로(香港中路) 상권

우리나라 '테헤란로'와 비슷한 분위기의 상권으로 주요 관공서, 고층 오피스 빌딩, 최고급 호텔, 대형 쇼핑센터 등이 들어서 있는 칭다오 최대 변화기입니다. 항강중로(香港中路) 대로를 축으로 상권이 점차 성장하고 있으며 향후 주요 노선의 지하철역이 들어설 예정입니다.

칭다오 시정부 청사를 비롯해 주요 관공서와 고층 오피스 빌딩이 밀집해 있는 행정-비즈니스 지구가 형성돼 있어 30~40대 전문직 종사자 유동인구의 유입이 많습니다. 인근 해변에는 대표적인 관광명소인 '오사광장(五四广场)', '올림픽 요트 공원(Qingdao Olympic Sailing Center)' 등이 위치하고 있어 여름철 성수기(7~8월)에 많은 관광객 인파가 몰려듭니다.

원샤오로(云霄路) 미식거리와 홍콩화원(香港花园)을 중심으로 칭다오 최대 외식 상가권이 발달해 있습니다.

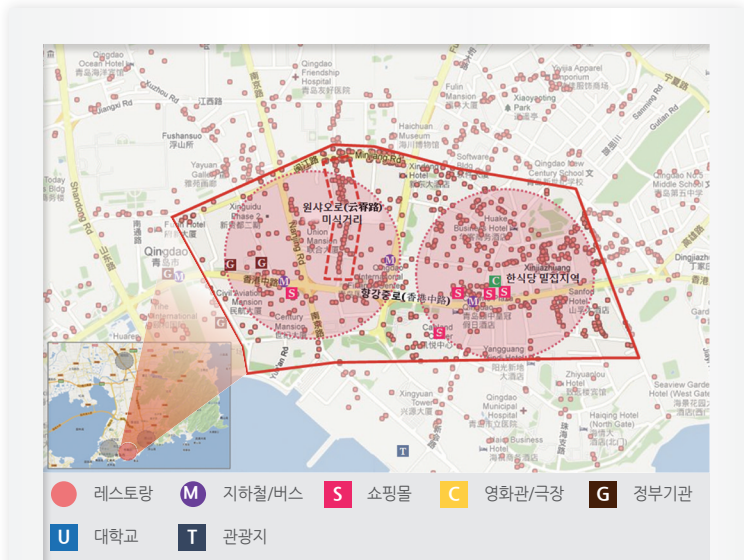


그림 2-15: 항강중로 상권 지도

▶ 음영 표시된 부분은 주요 상가권을 의미함

유동인구 분석: 인구통계학적 특성

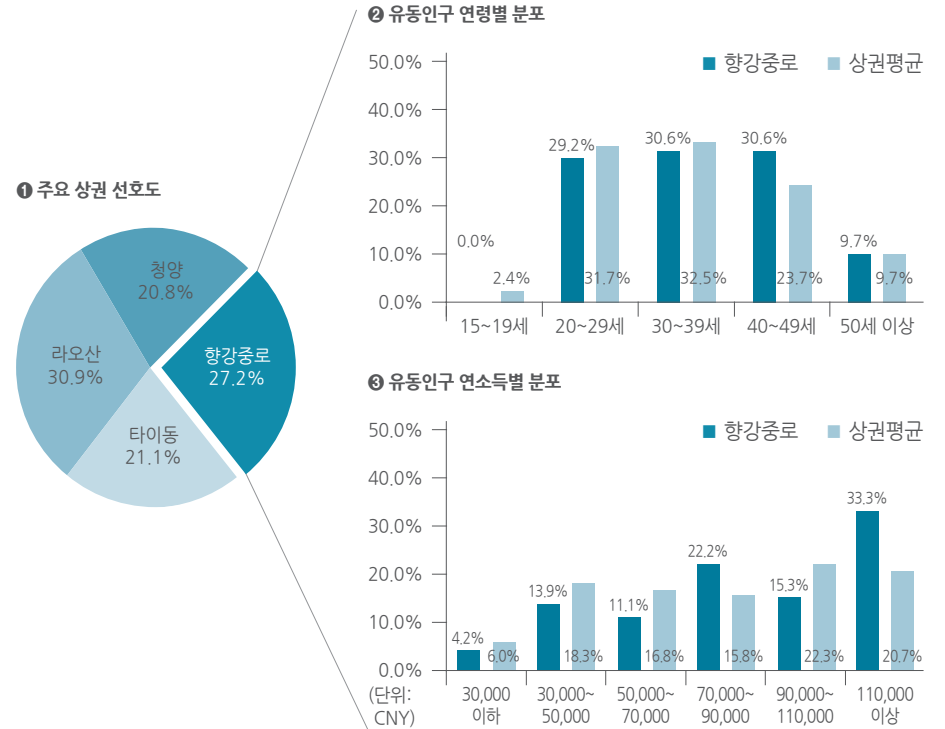
설문조사 결과 가장 선호하는 외식 지역으로 약 27.2%의 응답자가 항강중로 상권을 선정하였습니다.

연령별 분포를 살펴보면 40~49세 인구비율이 전체의 약 30.6%로 가장 높게 나타났으며 타 상권 대비 40대 이상 중년층 비율이 높은 것으로 나타났습니다.

연소득별 분포를 살펴보면 110,000위안(약 1,975만 원) 이상 인구비율이 33.3%로 고소득층 비율이 높은 것으로 나타났습니다.

한편 타 상권에 비해 70,000~90,000위안(약 1,257~1,616만 원) 중산층 인구비율이 22.2%로 높게 나타났습니다.

그림 2-16: 항강중로 상권 유동인구 인구통계학적 특성



유동인구 분석: 외식소비 특성

설문조사 결과 해당 상권 유동인구의 주당 평균 외식 빈도는 약 3.9회로 주요 상권 평균 빈도(약 3.1회) 보다 높은 것으로 나타났습니다.

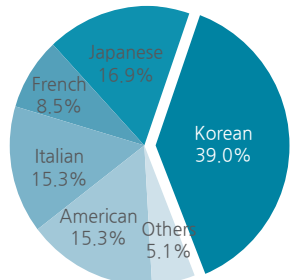
주당 평균 에스닉 푸드 외식 빈도는 약 1.5회로 주요 상권 평균 빈도(약 1.3회) 보다 다소 높은 것으로 나타났습니다.

주당 평균 외식비 지출액은 약 99.9위안(약 17,900원)으로 주요 상권 평균 지출액(약 99.8 위안)과 비슷한 수준으로 나타났습니다.

선호 에스닉 푸드 유형을 살펴보면 한식(Korean)의 선호도가 39.0%로 가장 높게 나타났으며 그 다음으로 일식(Japanese)이 16.9%, 아메리칸(American)과 이탈리아인 (Italian)이 15.3%로 높게 나타났습니다.

타 상권에 비해 일식(Japanese)의 선호도가 높게 나타났습니다. (주요 상권 일식 평균 선호도 12.9%)

그림 2-17: 향강중로 상권 유동인구 선호 에스닉 유형



▶ Others: Spanish, Indian, Thai

해당 상권 유동인구가 식당 선택 시 가장 중요하게 고려하는 요인으로는 '메뉴'가 52.8%, '분위기'가 31.9%, '가격'이 9.7% 순으로 높게 나타났습니다.

타 상권과 비교했을 때 해당 상권 유동인구는 '가격'을 중요하게 고려하는 것으로 나타났습니다.

입지분석(현장조사): 현장조사 의견

칭다오 중심부를 지나는 향강중로(香港中路) 대로가 인접해 있어 차량을 이용한 접근성이 우수한 편이나 상습 정체 구간으로 출퇴근 시간대 차량 이용 시 많은 시간이 소요됩니다.

주요 노선의 버스 정류장과 환승센터가 위치하고 있어 대중교통을 이용한 접근성이 우수한 편이며 인근 호텔과 대형 쇼핑센터에 택시 전용 주차장이 마련되어 있어 택시를 이용하기 편리합니다.⁽¹⁾

오피스 중심가 인근에 위치한 원샤오로(云霄路) 미식거리와 한인 밀집 거주지역인 홍콩화원(香港花園)을 중심으로 대표적인 외식 상가권이 발달해 있습니다.

원샤오로 미식거리에는 인근 관공서와 오피스에서 종사하는 30~40대 전문직 종사자 유동인구의 유입이 많으며 한식당이 밀집해 있는 홍콩화원(香港花園) 주변에는 한식을 즐기려는 젊은 층 유동인구의 유입이 많습니다.

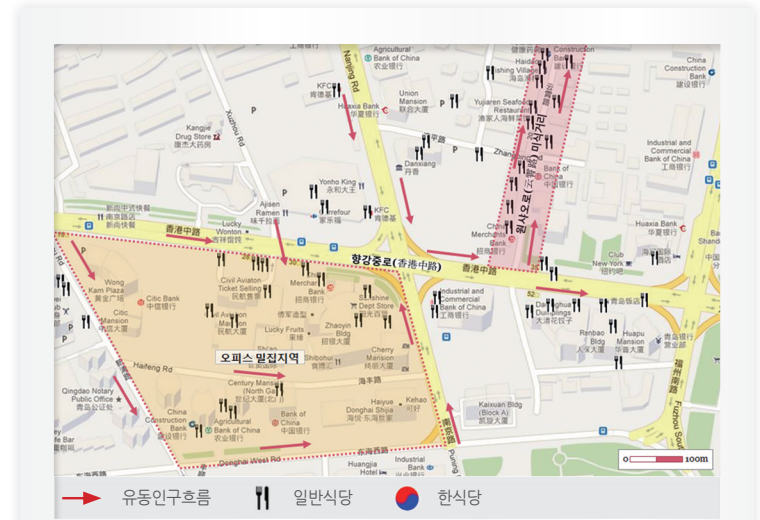


그림 2-18: 향강중로 상권 - 주요 상가권 지도 (1)

(1) 향후 지하철 4호선 주요 역이 들어설 예정임 (2017년 완공 예정)

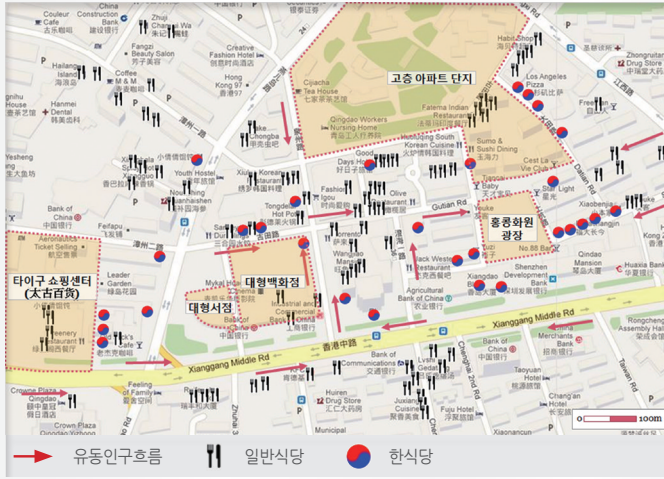


그림 2-19: 향강중로 상권 - 주요 상가권 지도 (2)

표 2-2: 향강중로 상권 현장조사 체크리스트 평가 결과

집객력	유동인구	소비수준	접근편의성	경쟁환경
●	●	●	●	◐

● 매우우수 ◐ 우수 ◑ 보통 ◒ 나쁨 ○ 매우나쁨

▶ 경쟁환경은 에스닉 식당의 영업 활성화 정도와 한식당 밀집도(개수)를 종합하여 평가한 결과임

■ 원샤오로(云霄路) 미식거리

향강중로(香港中路)와 동해서로(东海西路)를 중심으로 주요 관공서 청사, 대형 오피스 빌딩, 은행 본점(한국계 은행 다수 위치) 등이 밀집한 행정-오피스 중심가가 발달해 있어 30~40대 전문직 중사자 유동인구의 유입이 많습니다.

대부분의 직장인들은 인근 지하상가에 위치한 간식식당이나 대형마트(Carrfour)에서 15위안(약 2,700원) 내외의 간편식 메뉴로 간단하게 점심을 해결하는 편입니다.

인근에 명품 브랜드 매장과 전문 식당가를 갖춘 대형 백화점과 고급 호텔이 위치하고 있어 구매력 높은 관광객 유동인구의 유입이 많습니다.

백화점에는 '스타벅스(Starbucks)', '파파존스 피자(Papa John's Pizza)' 등 글로벌 외식 브랜드 매장이 입점해 있으며 고급 호텔에는 평균 객단가 150위안(약 27,000원) 내외의 고급 캐주얼 다이닝(Casual Dining)업태의 식당이 영업 중입니다.

그림 2-20: 향강중로 상권 (1) - 상가권 전경



오피스 중심가에서 도보 5분 거리에 위치한 원샤오로(云霄路) 거리에는 칭다오 최대의 미식 거리가 형성되어 있습니다. 현지식 메뉴를 판매하는 캐주얼 다이닝(Casual Dining)업태의 대형 식당이 주를 이루며 평균 객단가는 30~100위안(약 5,400~18,000원) 정도입니다.

간단한 면 요리부터 신선한 해산물 요리까지 다양한 메뉴를 판매하는 식당이 분포하고 있으며 주차장 시설을 갖춘 대형 식당들은 단체고객을 유치하기 위해 단체 할인혜택과 세트메뉴를 제공하고 있습니다.

해산물 메뉴를 판매하는 캐주얼 다이닝(Casual Dining)업태의 '皇彬天府老妈'식당이 성업 중입니다. 평균 객단가는 50위안(약 8,900원) 내외로 합리적인 수준이며 신선한 재료와 푸짐한 양으로 고객들에게 좋은 평가를 받고 있습니다.

그림 2-21: 향강중로 상권 - 원샤오로 미식거리



해산물 메뉴를 판매하는 캐주얼 다이닝(Casual Dining) 업체의 '皇彬天府老妈'식당이 성업 중입니다. 평균 객단가는 50위안(약 8,900원) 내외로 합리적인 수준이며 신선한 재료와 푸짐한 양으로 고객들에게 좋은 평가를 얻고 있습니다.

그림 2-22: 향강중로 상권 (1) - 원사오로 미식거리 '皇彬天府老妈' 식당



■ 홍콩화원 (香港花園)

상가권 인근에 대형 쇼핑센터인 '타이구쇼핑센터(太古购物中心)'와 '오션플라자(远洋广场)'가 들어서 있어 아이들을 데리고 쇼핑을 나온 30~40대 주부 유동인구의 유입이 많습니다.⁽¹⁾

지상 상가건물에는 다양한 업체의 식당이 입점해 있으며 한국식 꼬치요리 전문점인 '투다리(土大力)'와 칼국수 전문점인 '명동칼국수(明洞刀面)'가 성업 중입니다.

'투다리'에서는 꼬치요리 뿐만 아니라 비빔밥, 된장찌개, 떡볶이 등 다양한 한식 메뉴를 판매하고 있으며 특히 36위안(약 6,500원) 정도의 한식 도시락 세트 메뉴의 인기가 높습니다. 주요 메뉴의 가격은 꼬치구이 세트 38위안(약 6,800원), 비빔밥 25위안(약 4,500원) 정도입니다.

'명동칼국수'에서는 칼국수, 궁국수, 비빔면 등 다양한 면 요리와 중국식으로 현지화한 한식 샤브샤브 메뉴를 판매하고 있으며 평균 객단가는 50위안(약 8,900원) 정도입니다.

10~20대 젊은 층이 즐겨 찾는 홍콩화원(香港花園) 상가권에는 다양한 업종의 한인 상점이 밀집해 있는 한인 타운이 형성되어 있습니다.⁽²⁾

(1) 쇼핑센터 바로 앞쪽에 버스 환승센터가 위치하고 있어 유동인구 통행량이 많음
(2) 상가권 배후지역에 고층 아파트 단지가 들어서 있어 소득 수준이 높은 유동인구의 유입이 많음

분식류 메뉴를 판매하는 패스트 캐주얼(Fast Casual) 식당에서부터 캐주얼 다이닝(Casual Dining) 업체의 숯불구이 전문점까지 다양한 업체의 한식당 30여 곳이 영업 중이며 평균 객단가는 50~60위안(약 9,000~10,800원) 정도입니다.

화로구이 전문점 비율이 높은 편이며 순대국, 설렁탕, 삼계탕 등 단품 메뉴를 전문으로 판매하는 식당도 다수 분포하고 있습니다.

그림 2-23: 향강중로 상권 (2) - 홍콩화원 한식당 전경



10~20대 젊은 층을 겨냥한 한식 패스트 캐주얼(Fast Casual) 전문점 '바로룩(巴乐客)'이 성업 중입니다. 바로룩은 2005년 1호점을 개업한 이래 현재까지 칭다오 시내에 4개의 지점을 운영하고 있습니다.

주머니 사정이 가벼운 10~20대 젊은 층이 선호하는 치킨, 떡볶이, 샌드위치 등 간편식과 비빔밥, 설렁탕, 우동과 같은 중-저가 단품 요리를 주력 메뉴로 판매하고 있습니다. 간식류 메뉴는 15위안(약 2,700원) 내외, 식사류 메뉴는 25위안(약 4,500원) 내외로 저렴한 수준입니다.

특히 '야채효소 치킨'이라는 새로운 컨셉의 웰빙 메뉴를 내놓으면서 큰 호응을 얻고 있습니다. '야채효소 치킨'은 당근, 감귤, 숙 등 20여 가지의 야채를 숙성시킨 소스를 닭고기에 발라 구워낸 요리로 달콤 짭짤하면서 매콤한 맛이 인기비결입니다.

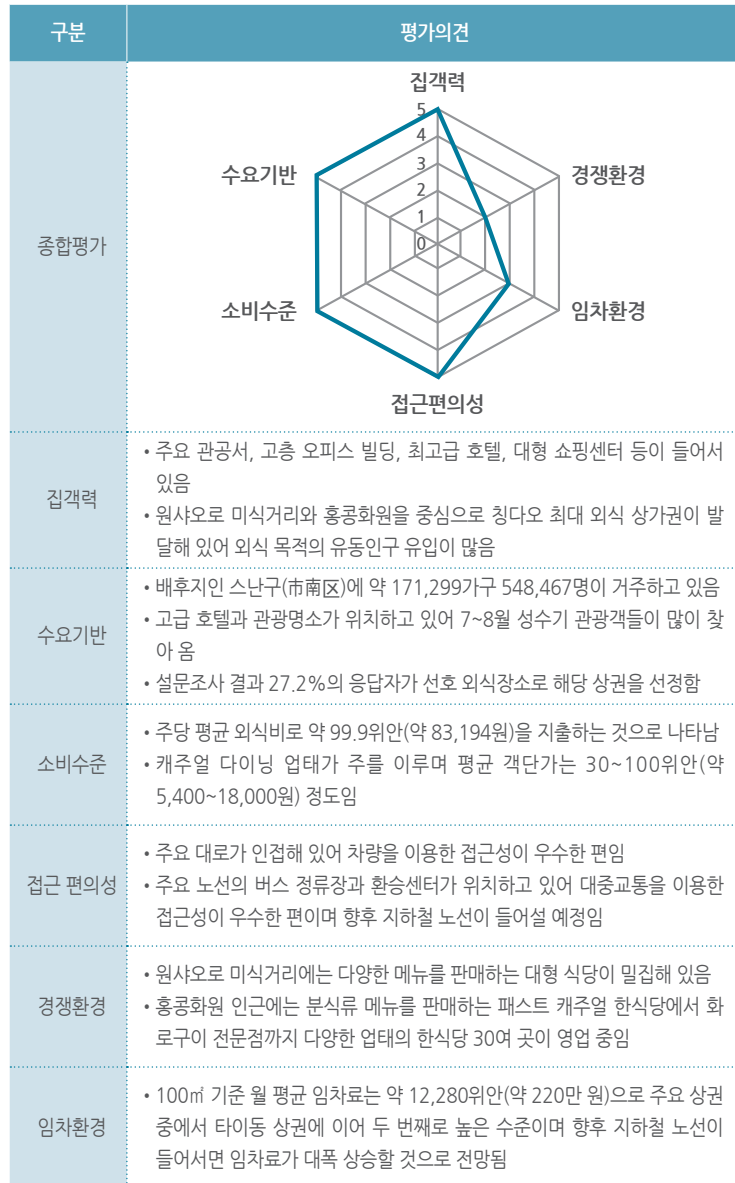
2011년 칭다오 지역 언론(TV2, TV6)에 최고의 한식 맛집으로 소개되면서 젊은 층으로부터 큰 인기를 끌고 있습니다.

(외국인 관광객들도 방문할 정도로 인지도가 높음)

그림 2-24: 향강중로 상권 (2) - 홍콩화원 한식당 '바로룩'



그림 2-25: 향강중로 상권 종합평가 결과



▶ 월 평균 임차료는 해당 상권 임대 물건의 평균가(13.년 2월 기준)를 집계한 결과임

② 타이동(台東) 상권

칭다오 시내 중심지에 위치한 타이동(台東)상권은 유동인구 통행량이 가장 많은 곳으로 800m에 달하는 타이동3로(台東三路) 보행자 거리를 따라 대규모 쇼핑 상가권이 발달해 있습니다.

‘중년기’에 해당하는 전통 있는 변화가 상권으로 우리나라 ‘명동’과 비슷한 분위기입니다.

대형 쇼핑센터(백화점), 전자상가, 다양한 업종의 중 저가 브랜드 상점 등이 밀집해 있어 20~30대 청·장년층 유동인구 유입이 많습니다.

타이동3로(台東三路), 타이동6로(台東六路), 타이동8로(台東八路)를 중심으로 외식 중심 상가권이 발달해 있습니다.

특히 타이동 8로에는 10여 개의 한식당이 영업 중입니다.



그림 2-26: 타이동 상권 지도

▶ 음영 표시된 부분은 주요 상가권을 의미함

유동인구 분석: 인구통계학적 특성

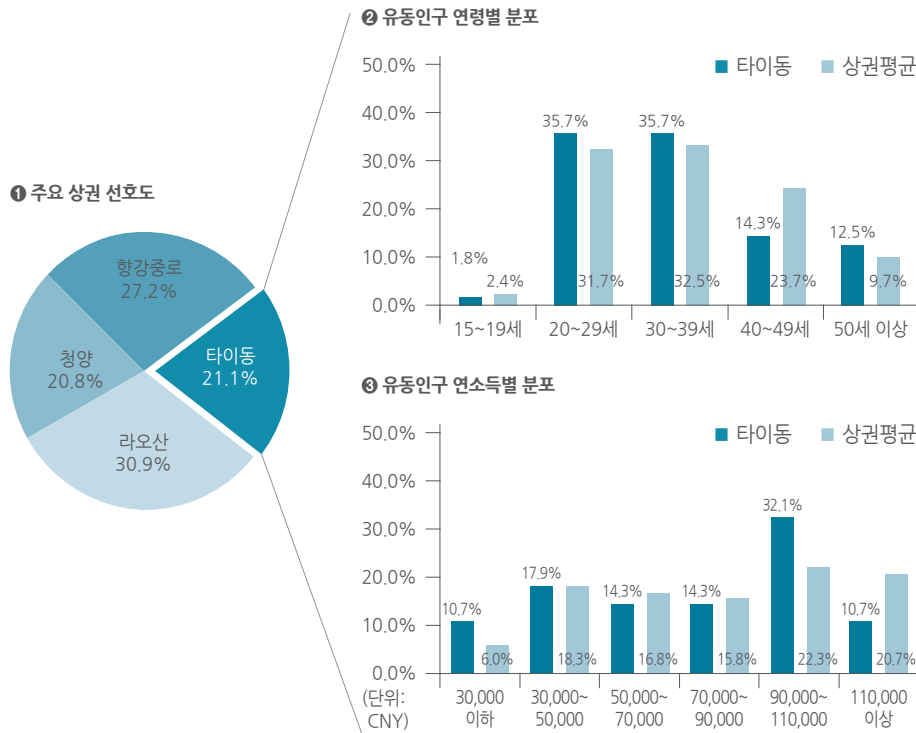
설문조사 결과 가장 선호하는 외식 지역으로 약 21.1%의 응답자가 타이동 상권을 선정하였습니다.

연령별 분포를 살펴보면 20대와 30대 인구비율이 각각 35.7%로 20~30대 청·장년층 비율이 높은 것으로 나타났습니다. 한편 타 상권에 비해 50세 이상 인구비율이 12.5%로 높게 나타났습니다.

연소득별 분포를 살펴보면 90,000~110,000위안(약 1,610~1970만 원) 인구비율이 32.1%로 고소득층 비율이 높은 것으로 나타났습니다.

한편 타 상권에 비해 30,000위안(약 538만 원) 이하 저소득층 비율이 10.7%로 높게 나타났습니다.

그림 2-27: 타이동 상권 유동인구 인구통계학적 특성



유동인구 분석: 외식소비 특성

설문조사 결과 해당 상권 유동인구의 주당 평균 외식 빈도는 약 2.2회로 주요 상권 평균 빈도(약 3.1회) 보다 낮은 것으로 나타났습니다.

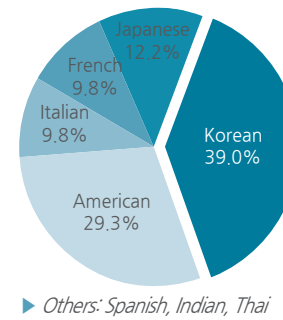
주당 평균 에스닉 푸드 외식 빈도는 약 0.9회로 주요 상권 평균 빈도(약 1.3회) 보다 낮은 것으로 나타났습니다.

주당 평균 외식비 지출액은 약 97.9위안(약 17,500원)으로 주요 상권 평균 지출액(약 99.8위안)에 비해 다소 낮은 것으로 나타났습니다.

선호 에스닉 푸드 유형을 살펴보면 한식(Korean)의 선호도가 39.0%로 가장 높게 나타났으며 그 다음으로 아메리칸(American)이 29.3%, 일식(Japanese)이 12.2%로 높게 나타났습니다. (주요 상권 아메리칸 평균 선호도 18.6%)

한편 타 상권에 비해 아메리칸(American)의 선호도가 높게 나타났습니다. (주요 상권 아메리칸 평균 선호도 18.8%)

그림 2-28: 타이동 상권 유동인구 선호 에스닉 유형



해당 상권 유동인구가 식당 선택 시 가장 중요하게 고려하는 요인으로는 '메뉴'가 44.6%, '분위기'가 32.1%, '가격'이 10.7% 순으로 높게 나타났습니다.

타 상권과 비교했을 때 해당 상권 유동인구는 '위치'와 '서비스'를 특히 중요하게 고려하는 것으로 나타났습니다.

입지분석(현장조사): 현장조사 의견

칭다오 중심부를 가로지르는 연안로(延安路) 대로가 인접해 있어 차량을 이용한 접근성이 우수한 편이나 상급 정체 구간으로 출 퇴근 시간대 차량 이용 시 많은 시간이 소요됩니다.

주요 노선의 버스 정류장 5곳이 위치하고 있어 대중교통을 이용한 접근성이 우수한 편이며 항 후 지하철 1호선 주요 역이 들어설 예정입니다. (2017년 완공예정)

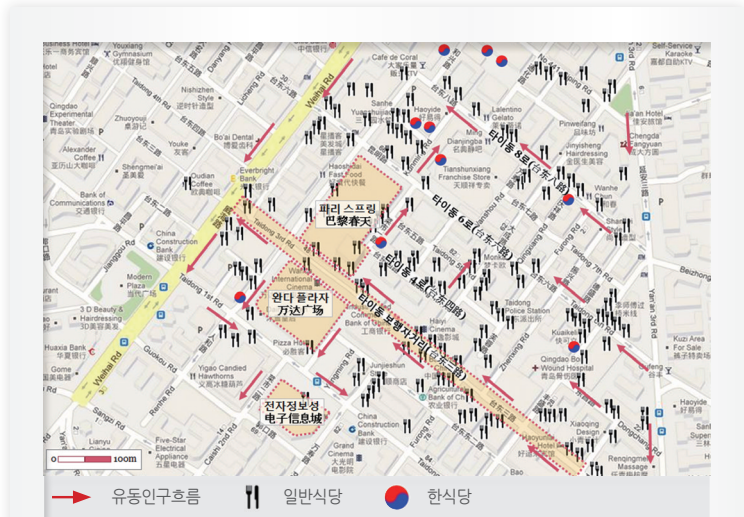


그림 2-29: 타이둥 상권 - 주요 상가권 지도

표 2-3: 타이둥 상권 현장조사 체크리스트 평가 결과

집객력	유동인구	소비수준	접근편의성	경쟁환경
●	●	◐	●	◐

● 매우우수 ◐ 우수 ◑ 보통 ◒ 나쁨 ○ 매우나쁨

▶ 경쟁환경은 에스닉 식당의 영업 활성화 정도와 한식당 밀집도(개수)를 종합하여 평가한 결과임

보행자 중심의 쇼핑거리인 타이둥3로(台东三路)를 따라 중·저가 브랜드 상점이 주를 이루는 칭다오 최대 쇼핑 상가권이 발달해 있어 쇼핑을 목적으로 방문하는 20~30대 청·장년층 유동인구의 유입이 많습니다. (우리나라 '명동'과 비슷한 분위기)

최신 유행의 쇼핑과 다양한 먹거리, 영화 등을 동시에 즐길 수 있어 젊은 층의 대표적인 데이트 장소로 꼽히는 지역입니다.

칭다오 최대 길거리 장터가 들어서는 밤 시간대에는 다양한 볼거리와 먹거리를 즐기기에 방문하는 현지인 방문객들과 외국인 관광객들로 인산인해를 이룹니다.

그림 2-30: 타이둥 상권 - 주요 상가권 전경



타이둥 3로(台东三路) 주변에는 길거리 음식을 판매하는 간이형 식당과 패스트 캐주얼 (Fast Casual) 업태의 프랜차이즈점이 주를 이룹니다.

대형 쇼핑센터와 백화점에는 'KFC', '맥도날드(McDonald's)', '피자헛(Pizza Hut)' 등과 같은 글로벌 외식 브랜드 패스트 푸드(Fast Food)점이 입점해 있습니다.

10위안(약 1,800원) 내외의 일본식 타코야키(Takoyaki)를 판매하는 길거리 간이형 식당과 평균 객단가 35위안(약 6,300원) 정도의 일본식 라멘 전문점 '아지센라멘(味千拉麵)'이 성업 중입니다.

15위안(약 2,700원) 내외의 저렴한 가격대의 만두튀김 요리를 판매하는 덩지이핑생찌엔(郑记一品生煎) 식당이 주머니 사정이 가벼운 10~20대 젊은 층에게 큰 인기를 끌고 있습니다.

그림 2-31: 타이동 상권 - 주요 상가권 식당가 전경



타이동6로(台东六路)와 타이동8로(台东八路)에는 다양한 업종과 업태의 식당이 분포하고 있으며 특히 타이동8로 인근에는 10여 개의 한식당이 영업 중입니다.

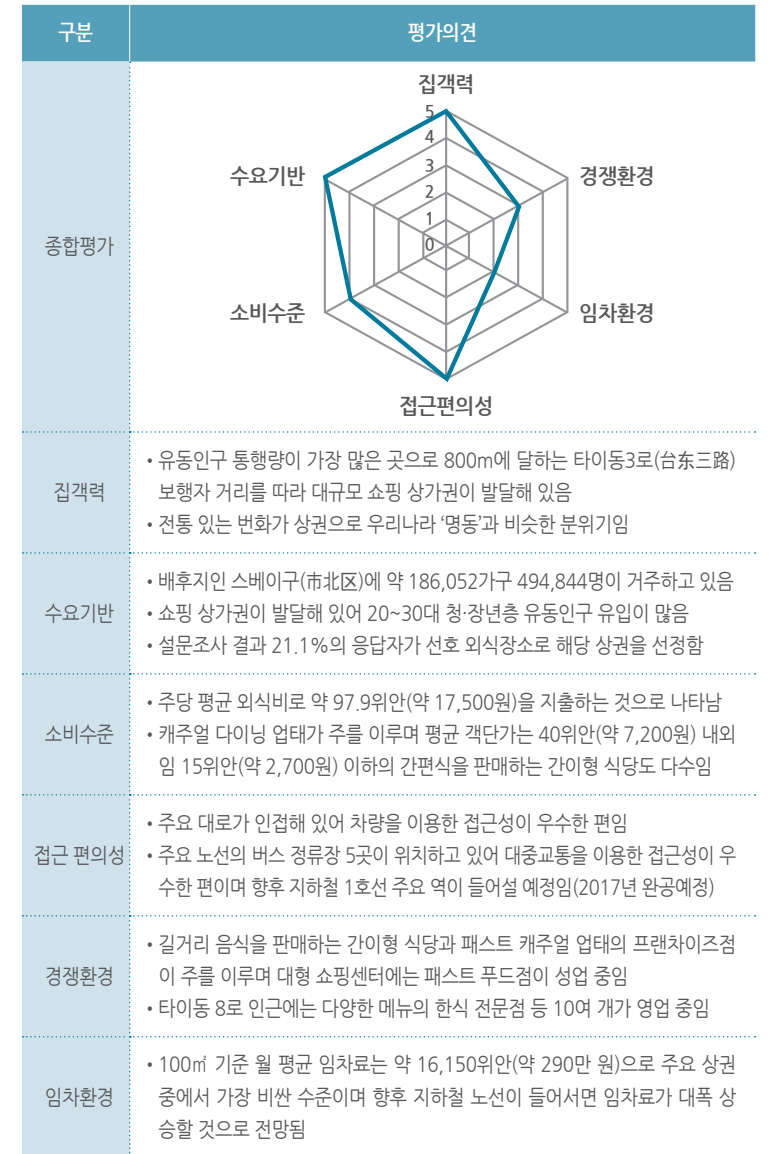
비빔밥과 찌개류를 판매하는 일반 한정식당과 춘천닭갈비 전문점이 영업 중이며 특히 숯불 구이 전문점의 비율이 높습니다.

한식 단품 메뉴를 판매하는 일반 한정식당의 평균 객단가는 20위안(약 3,600원) 내외입니다. 숯불구이 전문점 '박씨한식전통불고기(朴氏韩式传统烤肉城)'와 춘천닭갈비 전문점 '한상루(韩尚楼)'의 평균 객단가는 50위안(약 8,900원) 내외로 중-저가에 속합니다.

그림 2-32: 타이동 상권 - 한식당 '한상루' 전경



그림 2-33: 타이동 상권 종합평가 결과



▶ 월 평균 임차료는 해당 상권 임대 물건의 평균가(13.년 2월 기준)를 집계한 결과임

③ 라오산(嶗山) 상권

시내 중심가에서 차로 20분 거리에 위치한 라오산(嶗山) 상권은 새롭게 부상하는 비즈니스 중심지로 향후 발전 잠재력이 가장 높은 곳입니다.

칭다오 시정부 차원에서 각종 우대정책을 시행하여 상업지구 개발을 추진하고 있습니다. 주요 기업의 본사 오피스, 최고급 호텔, 대형 쇼핑센터, 관광·문화·레포츠 편의시설 등이 들어서 있으며 대형 식당 위주의 외식 상가권이 발달해 있어 집객력이 우수합니다.

전시회장, 박물관, 영화관, 골프장 등이 들어서 있어 주말에 문화·레포츠 활동 즐기 위해 방문하는 고소득층 유동인구 유입이 많습니다.

인근에 해수욕장이 위치하고 있어 여름철 성수기(7~8월)에 많은 관광인파가 몰려들어 칭다오 국제 맥주 축제가 개최되는 '칭다오 맥주 광장'이 위치하고 있어 축제 기간 동안 전국 각지와 해외에서 수백만 명의 방문객들이 찾아 옵니다.

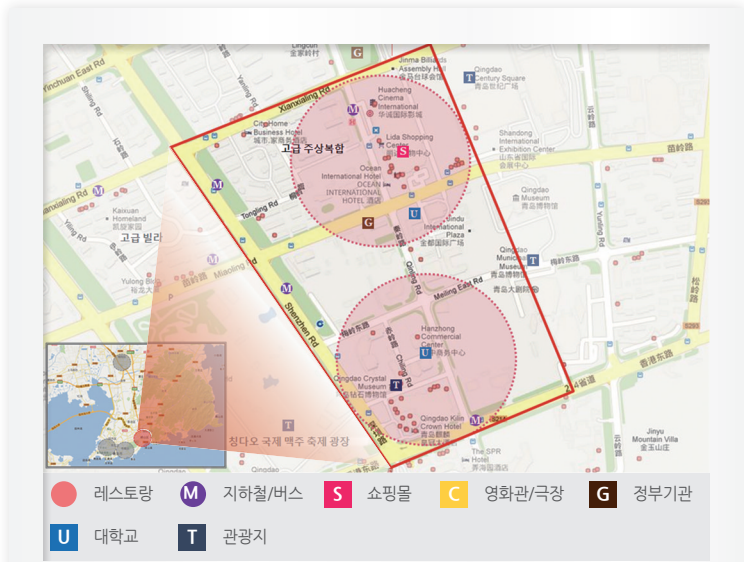


그림 2-34: 라오산 상권 지도

▶ 음영 표시된 부분은 주요 상가권을 의미함

유동인구 분석: 인구통계학적 특성

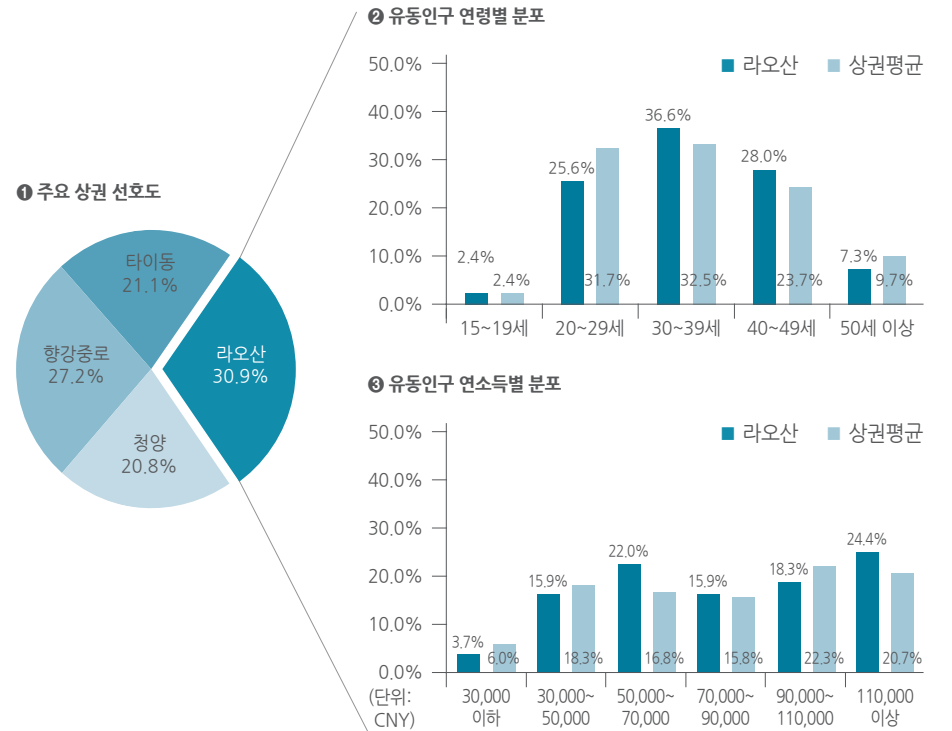
설문조사 결과 가장 선호하는 외식 지역으로 약 30.9%의 응답자가 라오산 상권을 선정하였습니다.

연령별 분포를 살펴보면 30~39세 인구비율이 전체의 약 36.6%로 가장 높게 나타났으며 타 상권 대비 30~40대 이상 중·장년층 비율이 높은 것으로 나타났습니다.

연소득별 분포를 살펴보면 110,000위안(약 1,975만 원) 이상 인구비율이 24.4%로 고소득층 비율이 높은 것으로 나타났습니다.

한편 타 상권에 비해 중산층에 해당하는 50,000~70,000위안(약 897~1,260만 원) 인구비율이 22.0%로 높게 나타났습니다.

그림 2-35: 라오산 상권 유동인구 인구통계학적 특성



유동인구 분석: 외식소비 특성

문조사 결과 해당 상권 유동인구의 주당 평균 외식 빈도는 약 4.2회로 주요 상권 중에서 가장 높게 나타났습니다. (주요 상권 평균 빈도 약 3.1회)

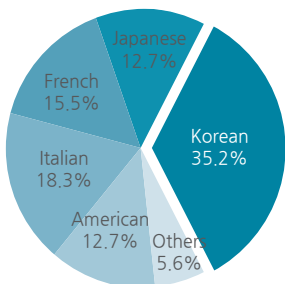
주당 평균 에스닉 푸드 외식 빈도는 약 1.6회로 주요 상권 평균 빈도(약 1.3회) 보다 높은 것으로 나타났습니다.

주당 평균 외식비 지출액은 약 101.8위안(약 18,200원)으로 주요 상권 평균 지출액(약 99.8위안)에 비해 높은 것으로 나타났습니다.

선호 에스닉 푸드 유형을 살펴보면 한식(Korean)의 선호도가 35.2%로 가장 높게 나타났으며 그 다음으로 이탈리아(Italian)이 18.3%, 프랑스식(French)이 15.5%로 높게 나타났습니다.

타 상권에 비해 이탈리아(Italian)의 선호도가 높게 나타났습니다. (주요 상권 이탈리아인 평균 선호도 12.0%)

그림 2-36: 라오산 상권 유동인구 선호 에스닉 유형



▶ Others: Spanish, Indian, Thai

해당 상권 유동인구가 식당 선택 시 가장 중요하게 고려하는 요인으로는 '메뉴'가 47.6%, '분위기'가 32.91%, '가격'이 15.9% 순으로 높게 나타났습니다.

타 상권과 비교했을 때 해당 상권 유동인구는 '메뉴'와 '분위기'를 특히 중요하게 고려하는 것으로 나타났습니다.

입지분석(현장조사): 현장조사 의견

칭다오 중심지로 이어지는 항강서로(香港西路) 대로가 인접해 있어 차량을 이용한 접근성이 우수한 편이나 시내 중심가에서 다소 멀리 떨어져 있습니다. (시내 중심가에서 차로 약 20분 정도 소요됨)

주요 고속도로와 인접해 있어 시내 외곽지역에 위치한 타 행정구로 이동하기에 편리합니다. 주요 노선의 버스 정류장이 다수 위치하고 있어 대중교통을 이용한 접근성이 우수한 편이며 향후 지하철 4호선 주요 역이 들어서 예정입니다. (2017년 완공 예정)

대형 복합 쇼핑센터인 리다쇼핑센터(丽达购物中心)와 칭다오 국제 맥주축제가 개최되는 칭다오 맥주 광장(青岛啤酒激情广场)을 중심으로 외식 상가권이 발달해 있습니다. 리다쇼핑센터 인근 상가권에는 쇼핑센터 전문 식당가와 주상복합 상가에 입점해 있는 프랜차이즈 점이 주를 이루고 있으며 칭다오 맥주 광장 인근 상가권에는 주차장 시설을 갖춘 100석 규모 이상의 대형 식당이 다수 분포하고 있습니다.



그림 2-37: 라오산 상권 - 주요 상가권 지도 (1)

▶ 음영 표시된 부분은 주요 상가권을 의미함



그림 2-38: 라오산 상권 - 주요 상가권 지도 (2)

표 2-4: 라오산 상권 현장조사 체크리스트 평가 결과

집객력	유동인구	소비수준	접근편의성	경쟁환경
매우우수	우수	보통	나쁨	매우나쁨

▶ 경쟁환경은 에스닉 식당의 영업 활성화 정도와 한식당 밀집도(개수)를 종합하여 평가한 결과임

■ 리다 쇼핑몰 (丽达购物中心)

고급 브랜드 매장, 영화관, 대형마트(롯데마트)가 입점해 있는 리다 쇼핑몰을 중심으로 패런 차이즈점 위주의 외식 상가권이 발달해 있습니다.

‘KFC’, ‘파파존스 피자(Papa John’s Pizza)’, ‘스타벅스(Starbucks)’ 등 글로벌 외식 브랜드 프랜차이즈점이 성업 중이며 한식 꼬치구이 전문점인 ‘투다리(土大力)’가 2층 식당가에 입점해 있습니다.

평균 객단가는 60위안(약 10,700원) 정도의 고급 캐주얼 다이닝(Casual Dining) 업태가 주를 이루며 ‘맥도날드(McDonlad’s)’, ‘KFC’ 등 패스트 푸드(Fast Food)점이 성업 중입니다.

평균 객단가 120위안(약 21,500원) 이상인 고급 중식당도 다수 분포하고 있습니다.

주중에는 인근 관공서와 오피스에서 근무하는 30~40대 전문직 종사자 유동인구의 유입이 많으며 주말에는 인근 고급 주택가에서 거주하는 가족단위 방문객들이 많이 찾아 오고 있습니다.⁽¹⁾

다양한 국제 박람회가 열리는 ‘칭다오 국제 컨벤션 센터(Qingdao International Convention Center)’와 칭다오 국제 맥주축제 폐막행사가 개최되는 ‘칭다오 세기 광장(Qingdao Century Square)’이 인접해 있어 많은 관광 인파가 몰립니다.

그림 2-39: 라오산 상권 (1) - 리다 쇼핑몰 상가권 전경



(1) 상가권 배후지에 고급 아파트 단지와 주택가가 들어서 있어 고소득층 유동인구 유입 많음

■ 칭다오 맥주 광장 (青岛啤酒激情广场)

칭다오 맥주 광장(青岛啤酒激情广场)을 중심으로 주차장 시설을 갖춘 대형식당 위주의 외식 상가권이 발달해 있습니다.

고층 오피스 빌딩과 고급 호텔이 밀집해 있어 구매력 높은 전문직 종사자와 관광객 유동인구 유입이 많습니다.

매년 수백만 명의 국내외 방문객들이 칭다오 국제 맥주축제를 즐기기 위해 해당 지역을 찾고 있으며 도보 5분 거리에 해수욕장이 위치하고 있어 관광 성수기인 7~8월에 많은 관광객이 몰립니다.

감자탕 전문점, 숯불구이 전문점 등 다양한 업태의 한식당 10여 곳이 위치해 있으며 3층 200석 이상 규모의 대형 한식당인 '본가(本家)'가 성업 중입니다.

본가에서 가장 인기 있는 메뉴는 '돼지갈비 숯불구이', '비빔밥' 등이며 평균 객단가는 120위안(약 21,500원) 내외로 다소 높은 편입니다.

고기 구이류 메뉴 가격은 생갈비(180g) 80위안(약 14,300원), 양념갈비(180g) 110위안(약 19,700원) 정도입니다.

그림 2-40: 향강중로 상권 (2) - 한식당 '본가' 전경



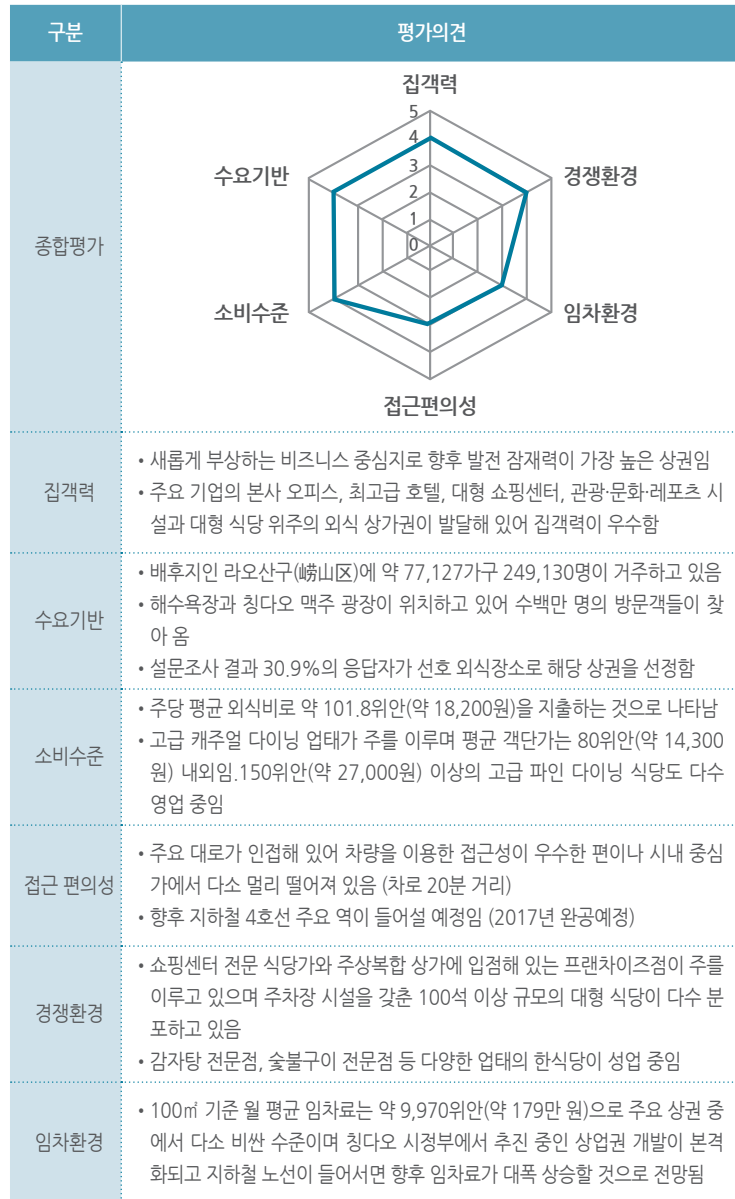
평균 객단가 150위안(약 27,000원) 이상의 고급 식당도 다수 분포하고 있으며 특히 평균 객단가 170위안(약 30,500원) 이상의 고급 뷔페식 중식당 '全海景观光旋转餐厅'이 성업 중입니다.

라오산구(崂山区)의 랜드마크인 킬린타워호텔(Kilin Tower Hotel) 35층에 입점해있는 '全海景观光旋转餐厅' 식당은 바다를 내려다보며 푸짐한 뷔페식 요리를 즐길 수 있어 특히 젊은 층 여성들 사이에서 인기가 높습니다.

그림 2-41: 향강중로 상권 (2) - 고급 뷔페식 중식당 '全海景观光旋转餐厅' 전경



그림 2-42: 라오산 상권 종합평가 결과



▶ 월 평균 임차료는 해당 상권 임대 물건의 평균가(13.년 2월 기준)를 집계한 결과임

④ 청양(城阳) 상권

청양(城阳)상권은 우리나라 '분당'과 비슷한 분위기의 거주지 중심 상권으로 고급 주택가와 아파트 단지를 중심으로 대규모 쇼핑/외식 상가권이 발달해 있습니다. 아직 '소년기'에 해당하는 상권이나 각종 생활 편의시설과 기반시설이 잘 갖춰져 있어 발전 가능성이 매우 높은 곳입니다. 향후 칭다오 시내 중심지로 이어지는 지하철 1호선이 들어서면 상권이 더욱 성장할 것으로 전망됩니다.

칭다오 류팅 국제공항(青岛流亭国际机场)과 인접해 있어 구매력 높은 관광객 유동인구의 유입이 많으며 특히 한국인 관광객들의 유입이 많습니다.

한인 4만 명이 거주하는 한인 타운이 형성되어 있으며 한인들을 대상으로 하는 다양한 업종의 상가권이 발달해 있습니다. 재 칭다오 한인회를 비롯하여 각종 한인 편의시설이 들어서 있어 '칭다오 속의 작은 한국'이라 불리는 지역입니다.

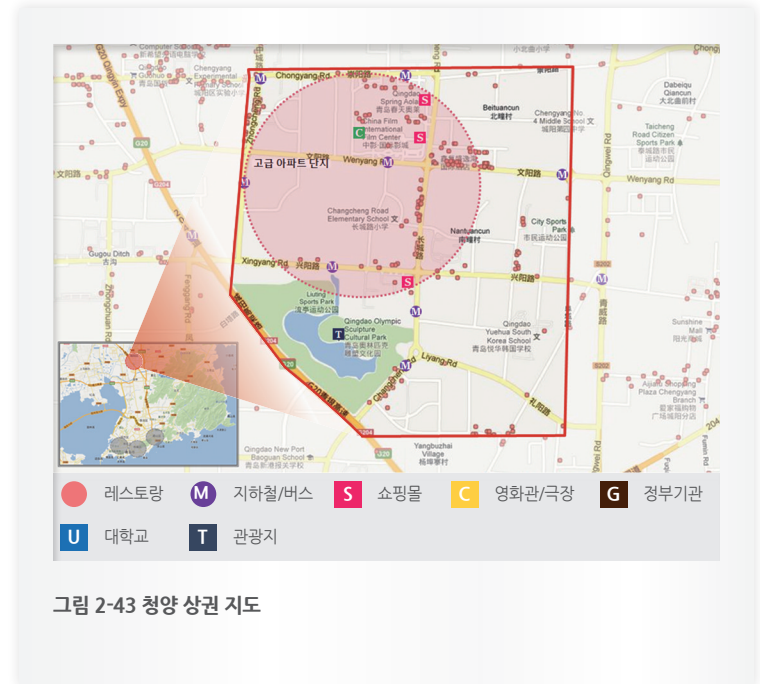


그림 2-43 청양 상권 지도

▶ 음영 표시된 부분은 주요 상가권을 의미함

유동인구 분석: 인구통계학적 특성

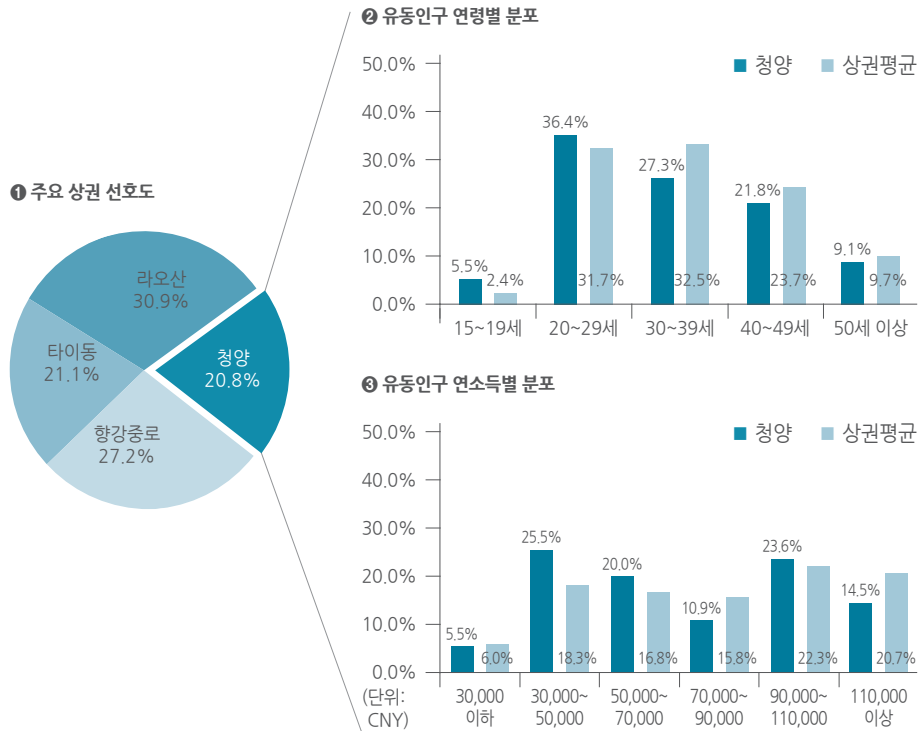
설문조사 결과 가장 선호하는 외식 지역으로 약 20.8%의 응답자가 청양 상권을 선정하였습니다.

연령별 분포를 살펴보면 20~29세 인구비율이 전체의 약 36.4%로 가장 높게 나타났으며 타 상권 대비 10~20대 청년층 비율이 높은 것으로 나타났습니다.

연소득별 분포를 살펴보면 30,000~50,000위안(약 538~897만 원) 인구비율이 25.5%로 저소득층 비율이 높은 것으로 나타났습니다

한편 타 상권에 비해 고소득층에 해당하는 90,000~110,000위안(약 1,610~1,970만 원) 인구비율이 23.6%로 높게 나타났습니다.

그림 2-44: 청양 상권 유동인구 인구통계학적 특성



유동인구 분석: 외식소비 특성

설문조사 결과 해당 상권 유동인구의 주당 평균 외식 빈도는 약 2.1회로 주요 상권 평균 빈도(약 3.1회) 보다 낮은 것으로 나타났습니다.

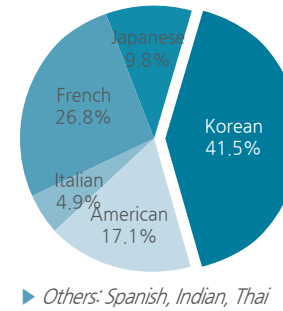
주당 평균 에스닉 푸드 외식 빈도는 약 1.1회로 주요 상권 평균 빈도(약 1.3회) 보다 다소 낮은 것으로 나타났습니다.

주당 평균 외식비 지출액은 약 99.4위안(약 17,800원)으로 주요 상권 평균 지출액(약 99.8위안)과 비슷한 수준으로 나타났습니다.

선호 에스닉 푸드 유형을 살펴보면 한식(Korean)의 선호도가 41.5%로 가장 높게 나타났으며 그 다음으로 프랑스식(French)이 26.8%, 아메리칸(American)이 17.1%로 높게 나타났습니다.

한편 타 상권에 비해 프랑스식(French)의 선호도가 높게 나타났습니다. (주요 상권 프랑스식 평균 선호도 15.1%)

그림 2-45: 청양 상권 유동인구 선호 에스닉 유형



해당 상권 유동인구가 식당 선택 시 가장 중요하게 고려하는 요인으로는 '메뉴'가 40.6%, '분위기'가 30.9%, '가격'이 18.2% 순으로 높게 나타났습니다.

타 상권과 비교했을 때 해당 상권 유동인구는 '가격'을 특히 중요하게 고려하는 것으로 나타났습니다.

입지분석(현장조사): 현장조사 의견

칭다오 중심지로 이어지는 주요 고속도로 분기점이 인접해 있어 차량을 이용한 접근성이 우수한 편이나 시내 중심가에서 다소 멀리 떨어져 있습니다. (시내 중심가에서 차로 약 50분 정도 소요됨)

차로 5분 거리에는 칭다오 류팅 국제공항(青岛流亭国际机场)이 위치하고 있으며 주요 노선의 버스 정류장이 다수 위치하고 있어 대중교통을 이용한 접근성이 우수한 편입니다. 향후에는 칭다오 시내로 이어지는 지하철 1호선이 들어설 예정입니다. (2017년 완공 예정)



그림 2-46: 청양 상권 - 주요 상가권 지도

표 2-5: 청양 상권 현장조사 체크리스트 평가 결과

집객력	유동인구	소비수준	접근편의성	경쟁환경

▶ 경쟁환경은 에스닉 식당의 영업 활성화 정도와 한식당 밀집도(개수)를 종합하여 평가한 결과임

대형 복합 쇼핑센터 인근과 창청로(长城路)를 중심으로 외식 상가권이 발달해 있습니다.

고급 아파트 단지가 인접해 있어 고소득층 유동인구의 유입이 많으며 웨라톤 호텔(Sheraton Hotel)과 홀리데이 인 호텔(Holiday Inn Hotel) 등 최고급 시설을 갖춘 호텔이 위치하고 있어 구매력 높은 관광객 유동인구의 유입이 많습니다.

복합 쇼핑센터에는 대형마트(롯데마트), 명품 아울렛(Qingdao PCD Outlet)을 비롯하여 각종 상점과 식당이 입점해 있습니다. (실내 놀이동산은 휴장 상태)

상점가에 입점해 있는 식당 대부분은 패스트 캐주얼(Fast Casual)과 패스트 푸드(Fast Food) 업체의 프랜차이즈점이 주를 이룹니다. 일본식 라면 전문점 '아지센라멘(味千拉面)'과 'KFC', '맥도날드(Macdonald's)', '피자헛(Pizza Hut)', '스타벅스(Starbucks)' 등 글로벌 외식 브랜드 프랜차이즈점이 성업 중입니다.

스테이크 전문점인 '味好家'가 합리적인 가격과 푸짐한 양으로 젊은 층 사이에서 데이트 장소로 인기를 끌고 있습니다. 평균 객단가는 40위안(약 7,200원) 정도로 합리적인 수준이며 스테이크를 주문하면 무료 샐러드바를 이용할 수 있어 인기가 높습니다.

중국 전통식 메뉴를 판매하는 고급 캐주얼 다이닝(Casual Dining) 식당도 입점해 있습니다. 주요 메뉴 가격대는 30~50위안(약 5,400~8,900원) 정도입니다.

명품 아울렛 매장 인근에 위치한 전문 식당가에는 8~10위안(약 1,400~1,800원) 정도의 중식 면 요리를 판매하는 간이형 식당이 성업 중입니다.

그림 2-47: 청양 상권 - '창청로' 인근 상가권 전경



한인들이 운영하는 학원, 미용실, 안경점, 이불점 등 한인들을 대상으로 하는 각종 상점이 밀집해 있으며 다양한 업태의 한식당이 영업 중입니다. 한글 상호명의 간판을 쉽게 찾아 볼 수 있을 정도로 한인 상점들이 밀집해 있습니다.

떡볶이, 김밥, 라면 등 분식류 메뉴를 판매하는 '강남스타일'이 성업 중입니다. 주요 메뉴 가격은 김밥, 떡볶이 15위안(약 2,700원), 면류 20위안(약 3,600원), 덮밥류 25위안(약 4,500원) 정도로 저렴한 편입니다.

그림 2-48: 청양 상권 - '장천로' 인근 한식당 전경



대형 쇼핑센터에서 할리데이 인 호텔(Holiday Inn Hotel)로 이어지는 장청로(长城路)에 다양한 업태의 한식당 10여 곳이 밀집해 있습니다.

대형 복합 쇼핑센터 남쪽에 위치한 셰라톤 호텔(Sheraton)을 중심으로 쾌적하고 세련된 분위기의 상가권이 발달해 있습니다.

150석 이상의 대형 'KFC' 매장이 성업 중이며 인근에 패스트 캐주얼(Fast Casual) 업태의 중식당이 다수 분포하고 있습니다.

셰라톤 호텔 내에는 평균 객단가 200위안(약 36,000원) 내외의 고급 뷔페식 레스토랑이 입점해 있습니다.

그림 2-49: 청양 상권 - '장천로' 인근 상가권 전경



장청로에는 낙지볶음 전문점, 감자탕 전문점, 화로구이 전문점 등 다양한 메뉴를 판매하는 한식당 20여 곳이 밀집해 있습니다.

한인들을 대상으로 영업하는 중 소형 규모의 한식당이 대부분이며 최근 들어 현지인들의 방문이 꾸준하게 늘고 있습니다.

그림 2-50: 청양 상권 - '장천로' 인근 한식당 전경



최고급 시설을 갖춘 할리데이 인 호텔(Holiday Inn Hotel)에는 파인 다이닝(Fine Dining) 업태의 한식당 'KR'이 입점해 있습니다. 'KR'은 전통적인 소품을 활용하여 한국 고유의 맛을 살린 고급스러운 실내 인테리어와 공원이 내려다보이는 훌륭한 전망이 인상적인 최고급 한식당입니다.

점심 특선 정식 메뉴의 가격이 70~100위안(약 12,500~18,000원) 정도로 다소 비싼 수준입니다.

그림 2-51: 청양 상권 - 최고급 한식당 'KR' 전경

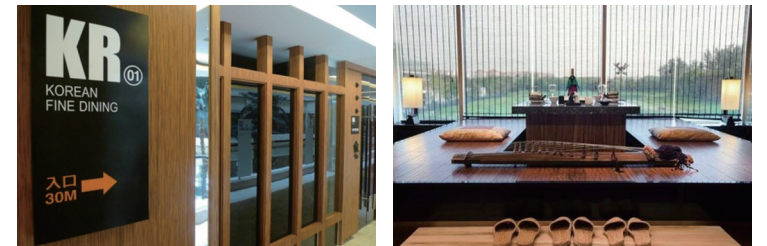
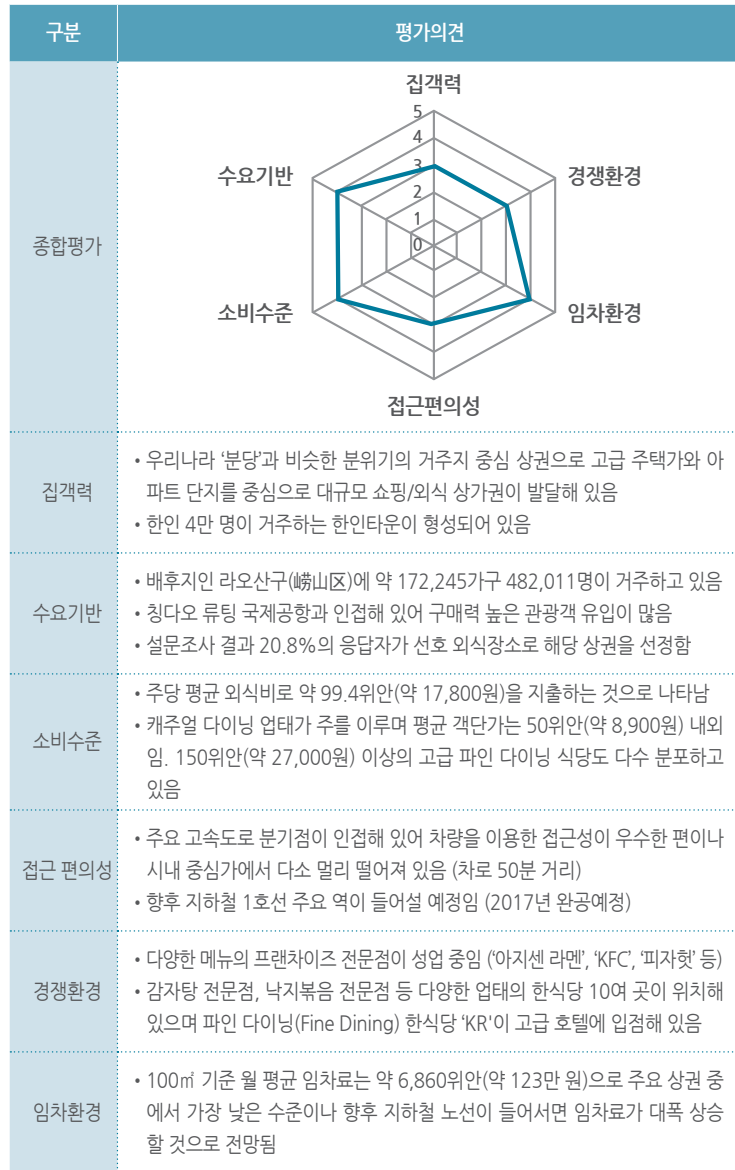


그림 2-52: 청양 상권 종합평가 결과



▶ 월 평균 임차료는 해당 상권 임대 물건의 평균가(13.년 2월 기준)를 집계한 결과임

[참고정보] 한국 외식 프랜차이즈의 중국 진출 성공사례

● **㈜파리바게뜨**

- 파리바게뜨는 2004년 9월 상하이 구베이 직영점을 필두로 중국 시장에 진출하여 현재 42개의 매장을 운영하고 있으며 2010년에는 상하이 창더루에 가맹 1호점을 오픈함
- 파리바게뜨는 한국 시장에서 적용되는 베이코프(Bake-Off) 시스템을 중국에 도입하여 공장에서 생산하여 배달되는 빵과 차별화 함
- 제품의 현지화를 위해 파리바게뜨의 80%는 한국 본사 제품, 20%는 현지 개발 제품을 판매하고 있음. 이러한 현지화 노력에 힘입어 전체 고객 중 중국인이 90% 이상을 차지할 정도로 큰 성공을 거두고 있음

● **㈜BBO제네시스의 BBQ**

- 1995년에 설립한 BBQ는 2003년 중국 민영그룹 '동방희망(東方希望)'과 합자로 '상하이허푸(上海合普)'를 설립하여 중국시장에 진출함
- 제품품질을 위해 2005년 중국 최대 닭고기 생산업체인 '더파그룹(德大集團)'과 합자하여 가맹사업에 박차를 가함
- BBQ는 올리브 후라이드 치킨이 주력 제품을 이루는 한국과 다르게 메뉴에 현지화를 적용함
- 중국 현지인의 선호에 맞게 바비큐 치킨을 메인 메뉴로 내세웠으며 구이를 좋아하는 중국인 입맛을 감안하여 소금, 양파구이, 춘천전통구이 등의 메뉴를 도입함
- BBQ의 성공 비결은 중국 합자회사와 함께 시장에 대해 철저히 조사하고 현지화에 주력했다는 점임

출처: 대한상공회의소, 「중국 프랜차이즈 시장 진출방안 및 성공사례」, 2011

2.5 한식산업에 대한 이해

1) 한인사회 현황

① 한인 거주 현황

2010년 말 기준으로 산둥성(山东省)에 88,000여명, 칭다오에 48,200여명의 한국인이 거주하고 있는 것으로 파악됩니다.

칭다오의 한인 중 약 4만 명이 청양구(城阳区)의 한인타운에 거주하고 있습니다.

특히 청양구(城阳区)에 위치한 천태성(天泰城)이라는 아파트 단지는 총 5,000여 가구 중 1,200여 가구가 한국인일 정도로 한인들이 많이 모여 살고 있습니다.

이외 한인 밀집 거주 지역으로는 칭다오의 최대 번화가인 향강중로(香港中路)에 위치한 홍콩화원(香港花园)이 있습니다.

칭다오의 조선족 인구는 13만 명 이상으로 추정됩니다.

② 한국 기업 진출 현황

채칭다오한인회에 따르면 5,000여개의 한국기업이 칭다오에 진출해 있다고 합니다.

그러나 중국인의 명의를 빌려서 사업을 운영하는 경우가 많기 때문에 실제로는 1만 여개에 가까울 것으로 추정됩니다.

2) 한식당 진출 현황

칭다오에는 약 440개의 한식당이 위치하고 있으며 점포 수 기준 칭다오 전체 식당(약 9,200개)의 약 5.0%를 차지하고 있습니다.

칭다오 최대 번화가인 향강중로가 위치한 시남구(市南区)에 약 100여 개의 한식당이 분포되어 있으며 한인 밀집 거주지역인 청양구(城阳区)에 약 90여 개의 한식당이 위치하고 있습니다.

칭다오에서 영업 중인 한식당은 크게 주로 육류와 한정식 등 한국식 정찬 메뉴를 판매하는 대규모 한식당과 주로 돌솥 비빔밥등과 같이 단품 메뉴를 판매하는 중/소규모의 한식당으로 구분할 수 있습니다.

주로 육류와 한정식 등 한국식 정찬 메뉴를 판매하는 대규모 한식당은 대부분 규모가 크며 Fine Dinning과 Casual Dinning 형태에 속합니다.

주로 단품 메뉴를 판매하는 한식당은 대부분 규모가 크지 않으며 Fast Casual 과 Fast Food 에 속하며 체인점 형태로 영업 중입니다.

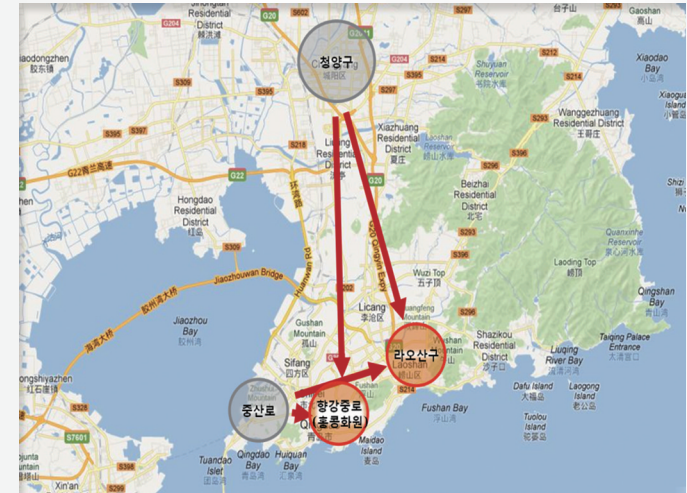


그림 2-53: 칭다오 내 한식당 신규 창업지역 변화 추이

3) 한식당 성공 사례

① 경복궁

1993년에 설립되어 약 20년의 역사를 지니고 있으며 현재 칭다오 내에서 총 3개 지점을 운영 중입니다.

신시가지 개발 본격화와 함께 경복궁 맞은편에 칭다오에서 가장 유명한 호텔(冶金宾馆)이 들어서면서 경복궁의 인지도가 높아졌으며 칭다오 시민들에게 경복궁의 위치가 일종의 랜드마크 역할을 할 정도로 잘 알려져 있습니다.

그림 2-54: 한식당 '경복궁'



② 돈꼬레

2006년에 개업하여 현재 노산구에 1개, 청양구에 2개 등 총 3개의 매장을 운영 중입니다.

현지인에게 한국적인 맛으로 잘 알려져 있으며 서비스, 인테리어, 분위기를 두루 갖춘 인기 한식당입니다.

돈꼬레 인근에 대형 아파트 단지가 들어서고 해안가를 찾는 관광객이 증가하면서 최근에는 예약대기를 해야 할 정도로 호황을 누리고 있습니다.

그림 2-55: 한식당 '돈꼬레'



③ 자하문

북경에 본점을 두고 있으며 칭다오점은 칭다오 최대 번화가인 홍콩중로(香港中路)에 위치하고 있습니다.

내부 인테리어 공사에만 7개월이 소요되었으며 한국 전문 디자이너가 인테리어 작업을 진행하고 주요 자재 대부분을 한국에서 공수하여 고급스러운 식당 분위기를 연출했습니다.

그림 2-56: 한식당 '자하문'

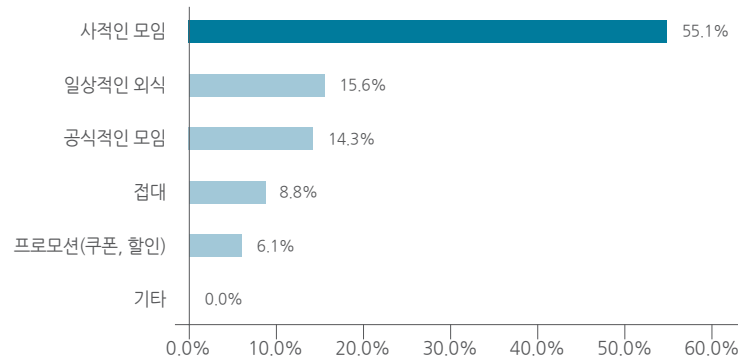


4) 한식 소비 현황

한식당 방문 경험이 있는 칭다오의 외식 소비자들은 주로 사적인 모임을 위해 한식당을 찾는다고 응답하였습니다.

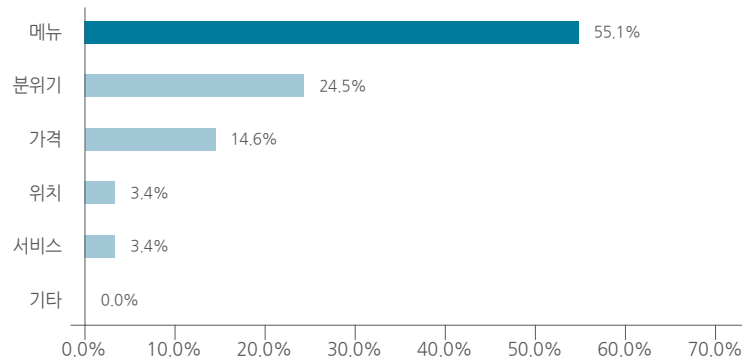
사적인 모임, 일상적인 외식, 공식적인 모임을 위해 방문한다고 응답한 외식 소비자들은 각각 55.1%, 15.6%, 14.3%로 나타났으며 접대를 위해 방문한다고 응답한 소비자들도 8.8%로 나타나 최근 대형화·고급화되고 있는 한식당들의 증가 추세를 설명할 수 있습니다.

그림 2-57: 한식당 방문 목적



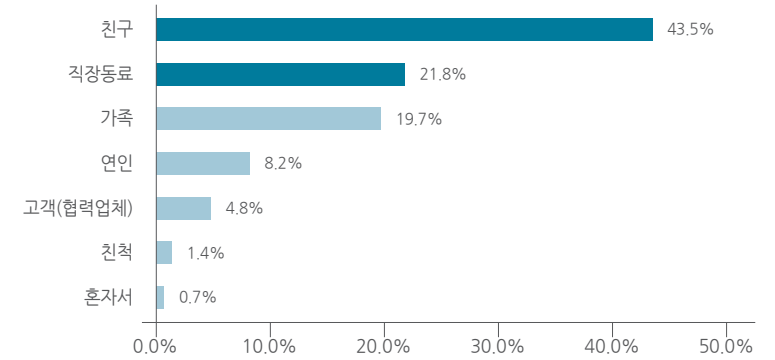
한식당 방문 경험이 있는 칭다오 외식 소비자들의 55.1%가 한식당의 메뉴, 24.5%가 한식당의 분위기를 가장 중요하게 생각하는 것으로 나타났습니다. 서비스를 중요하게 생각한다고 응답한 소비자는 3.4%에 그쳐 한식당 방문 시 정성스럽고 고급스러운 서비스를 기대하지 않는다는 소비자 좌담회 결과를 반영하고 있습니다.

그림 2-58: 한식당 방문 시 고려사항



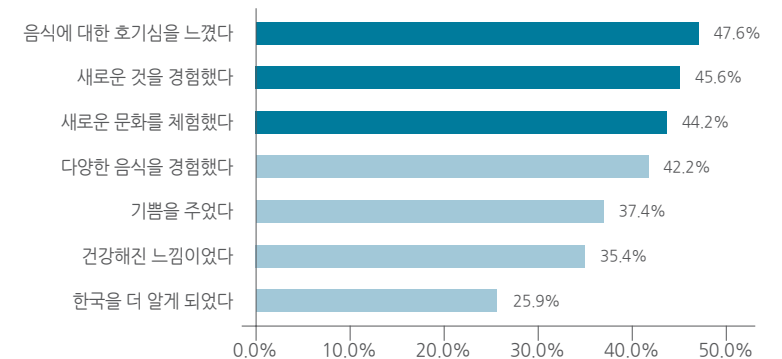
한식당 방문 경험이 있는 칭다오의 외식 소비자들은 한식당 방문 시 친구와 동행하는 경우가 43.5%, 직장동료와 동행하는 경우가 21.8%로 나타나 대부분 사적인 모임 또는 일상적인 외식을 위해 한식당에 방문한다고 응답한 결과와 일맥상통합니다.

그림 2-59: 한식당 방문 시 동행인



한식당 방문 경험이 있는 칭다오의 외식 소비자들에게 한식당 방문 시 떠오르는 생각을 질문한 결과 '음식에 대한 호기심을 느꼈다', '새로운 것을 경험했다', '새로운 문화를 체험했다', '다양한 음식을 경험했다' 등 새로운 경험과 호기심에 관련된 응답이 높게 나타났습니다.

그림 2-60: 한식당 방문 시 떠오르는 생각 (중복응답)



한식당 방문 경험이 있는 칭다오의 외식 소비자들은 불고기와 비빔밥, 김치찌개를 가장 선호하는 것으로 나타났습니다.

삼겹살, 떡볶이 등 한류 드라마와 영화를 통해 자주 접하게 되는 한식 메뉴의 선호도가 20%대 이상으로 나타났습니다.

칭다오 외식 소비자들이 취식 방법을 몰라 불편했던 메뉴의 경우 항목 전반에 걸쳐 20% 미만의 낮은 비율을 나타내고 있습니다. 칭다오 소비자들이 한식 메뉴에 이미 익숙하기 때문에 특별히 취식 방법을 몰라 불편을 겪었던 메뉴는 없는 것으로 유추할 수 있습니다.

그림 2-61: 가장 많이 취식하는 한식 메뉴 상위 5개 (중복응답)

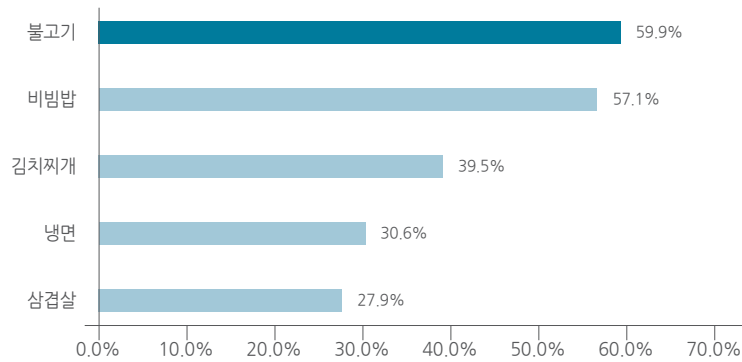
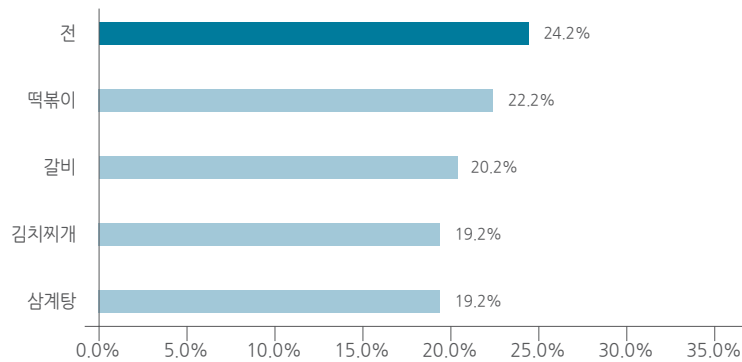


그림 2-62: 취식 방법을 몰라 불편했던 한식 메뉴 (중복응답)



5) 한식당 소비자 의견

처음 방문한 한식당에 재방문하지 않은 비율이 16.3%로 다소 낮게 나타났으며 재방문 하지 않은 이유로는 '취식 방법'과 '접근성'이 가장 큰 요인으로 지적되었습니다.

소비자 좌담회 결과, 한식당에 대한 개선사항으로 '고급화', '차별화'에 대한 요구사항이 많았습니다.

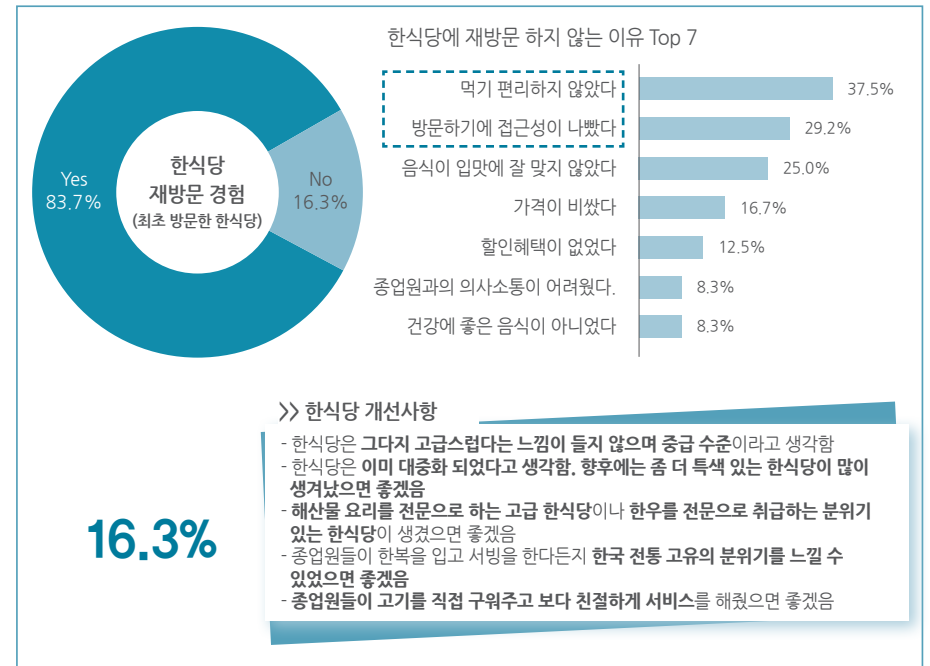
“한식당은 그다지 고급스럽다는 느낌이 들지 않으며 중급수준이라고 생각함. 종업원들이 고기를 직접 구워주고 보다 친절하게 서비스를 해줬으면 좋겠음”

“한식당은 이미 대중화 되었다고 생각함. 향후에는 좀 더 특색 있는 한식당이 많이 생겨났으면 좋겠음”

“해산물 요리를 전문으로 하는 고급 한식당이나 한우를 전문으로 취급하는 분위기 있는 한식당이 생겼으면 좋겠음”

“종업원들이 한복을 입고 서빙을 해준다면 한국 전통 고유의 분위기를 느낄 수 있었으면 좋겠음”

그림 2-63: 한식당 개선 소비자 의견



“

칭다오 한식당
창업·운영 가이드북

Starting Korean Restaurant in Qingdao

”

II. 칭다오(Qingdao) 한식당 설립 가이드

3. 외식창업에 대한 이해

3.1 성공적인 외식창업을 위한 원칙 ----- 082

4. 한식당 설립 실무정보

4.1 사업자 등록 절차 ----- 084

4.2 설립 주요 실무정보 ----- 094

4.3 기타정보 ----- 124

3. 외식창업에 대한 이해

3.1 성공적 외식창업을 위한 원칙

1) 사업의 타당성 여부를 확인해야 합니다

음식점의 고정비는 수익창출을 위해 최대 매출액의 9~15%를 넘지 않아야 합니다. 고정비는 임차료, 이자비용, 보험료, 감가상각비를 포함합니다. 음식점의 매출액과 영업이익은 다음과 같은 요소를 통해서 예측 가능합니다. 즉 좌석 수, 좌석 회전시간, 영업시간, 예상되는 객단가, 재료비, 노무비 그리고 기타 원가 및 비용 등입니다.

2) 운영자금을 충분히 확보해야 합니다.

음식점을 신규로 오픈하는 경영자는 오픈 마케팅, 직원 인건비, 원재료 구매 비용 그리고 오픈 후 6개월(인큐베이션 기간) 동안에 발생할 수 있는 손실을 커버할 수 있는 충분한 운영자금을 가지고 있어야만 합니다.

3) 오픈 방법을 결정해야 합니다.

음식점을 오픈하는 방법 중에는 성대한 오픈식 없이 조용한 오픈을 하는 '소프트 오픈'이 있습니다. '소프트 오픈' 기간에는 방문하는 손님들의 이름을 기억하고 내부의 정보를 충분히 알려 준 후 그들의 의견을 청취하고 손님들이 받은 무형의 서비스를 유형의 것으로 만들 수 있도록 할 수 있는 일종의 기념품을 주도록 합니다. 이러한 방식의 오픈은 잠재 고객들이 신규 오픈하는 식당을 어떻게 생각하는지 알 수 있는 기회를 제공합니다. 반면 그랜드 오픈을 광고하는 것은 검증된 개념을 활성화시키는 방법 중 하나입니다. 새로운 콘셉트로 그랜드 오픈을 하는 것은 효과적인 촉진수단이지만 그것은 인위적으로 고객의 수를 부풀리는 것에 불과할 수 있습니다.

4) 음식점의 존재이유(경쟁적 이점)를 확인해야 합니다.

새로운 음식점의 콘셉트는 경쟁업소와 비교할 때 차별성과 우위성이 있어야 합니다. 너무 많은 시장 안에 너무 많은 음식점이 있어서 이미 수익을 내는 것이 힘든 상황에서는 할인 경쟁은 불가피할 것이고 그로 인하여 수익성이 악화되어 거의 이익을 내지 못하는 지경에 이르는 상황이 될 수도 있습니다. 따라서 음식점 예비창업자들은 성공적인 음식점들이 어떤 상황에서 운영되고 있는지를 알기 위하여 사전 조사를 수행해야 합니다.

5) 품질과 양을 관리해야 합니다.

대부분의 좋은 음식점은 좋은 맛을 내는 음식을 만들 줄 아는 주방 안의 누군가를 필요로 합니다. 이 사람은 음식을 따뜻하고 빠르게 제공하면서도 수익성도 맞추는 방법을 알고 있는 사람입니다.

이 사람은 반드시 주방장일 필요는 없으며 단지 천부적인 직감이나 재능을 가지고 있어서 양이나 질에 있어 모두 높은 수준을 유지하는 방법을 아는 사람이어야 합니다. 새로운 음식점 창업자는 음식점에서 요리를 하는 것이 집에서 요리를 하는 것과 상이하다는 사실을 기억해야만 합니다.

6) 청결해야 합니다.

외식산업에서 청결보다 더 중요한 것은 없습니다. 음식점 비즈니스에서는 무엇보다도 청결이 우선되어야 합니다. 청결을 독려하는 방법은 고객들이 주방을 직접 볼 수 있도록 하는 것입니다. 이러한 방법은 청결의 원칙을 강화하는 데 큰 도움이 됩니다.

7) 변화하는 고객의 욕구를 파악해야 합니다.

외식 비즈니스는 주먹구구식 경영으로 성공할 수 없습니다. 음식점도 기업처럼 경영해야 합니다. 경영자는 위험을 감수해야만 하고, 고객의 의견에 따라서 변화를 추구해야만 합니다. 이를 위해서는 고객의 요구를 관찰하고, 귀를 기울이며 욕구를 파악하기 위해 매장 프론트에서 많은 시간을 보내야 합니다.

음식점 경영자는 다음과 같은 질문을 자기 자신에게 끊임없이 되물어야 합니다. "나의 고객에게 얼마나 제공할 수 있으며 그러면서도 여전히 투자대비 적절한 수익을 창출할 수 있는가?"

8) 원가(손실)을 통제할 수 있어야 합니다.

원가(손실)을 통제하기 위해서는 재료비와 인건비(노무비)를 계획해야 합니다. 음식점 경영자는 메뉴와 주방을 능숙하게 관리해야만 합니다. 그래야 음식(상품)이 최소의 주방인력으로 완성될 수 있습니다. 주방은 표준 레시피(조리법)로 운영 되어야 표준원가가 적용될 수 있습니다.

다음과 같은 예방책은 손실을 줄여줄 수 있습니다.

- 원재료 손실이 발생하지 않도록 모든 박스는 배달 직후 오픈하여 수량과 중량 확인
- 값비싼 재료는 매일 재고 체크, 저렴한 품목은 매월 재고조사 실시

출처: 『외식창업론』, 2011, 김영갑 외, 교문사

4. 한식당 설립 실무정보

4.1 사업자 등록 절차

중국에서는 외국인투자를 외자이용 방식의 하나로 간주하며 외국인직접투자는 보통 현지법인(유한책임회사) 설립 또는 인수합병 방식을 통해 가능합니다.

1) 개인 사업자

중국 도농개인사업자관리잠정조례 실시세칙 제 2조에 의거, 개인사업자 신청인은 반드시 중국 호적 증명을 제출할 수 있어야 합니다.

따라서 외국인은 개인사업자등록을 할 수 없으며 외국인 또는 외국기업은 반드시 법인(독자, 합자, 합자법인)을 설립해야 합니다.

합자 또는 합작법인을 설립할 경우에 중국파트너는 반드시 법인사업자이어야 합니다.

2) 법인 사업자

① 법인 종류 및 설립 요건

현지법인(유한책임회사)의 모든 투자자는 회사에 대해 납부한 출자액 한도 내에서 유한책임을 지며 회사는 모든 자산으로 채무에 대해 책임을 집니다.

- 유한책임회사는 주주회, 이사회, 경리, 감사회를 구성해야 함
- 규모가 작은 유한책임회사는 이사회를 두지 않고 1명의 집행 이사를 둘 수 있으며 1~2명의 감사를 두고 감사회를 두지 않아도 됨

외국 기업의 중국 투자 방식은 법인 설립의 유무에 따라 크게 직접투자와 간접투자로 나뉩니다.

- 대표적 직접투자 방식으로는 사무소, 지점, 합자기업, 합작기업, 독자 기업이 있음
- 직접투자 이외에 법인을 설립하지 않고 비즈니스 활동을 하는 간접투자에는 주재원 사무소 설립, 위탁가공, 기술제휴 등이 있음

표 4-1: 중국 법인 종류 별 특징

법인 종류	특징
사무소	<ul style="list-style-type: none"> • 사무소는 기업이 해외에 직접 진출하는 최초의 단계로 많은 외국계 기업들이 사무소를 교두보로 삼아 중국 진출 성공에 유리함 • 사무소는 영업 활동을 하지 않고 연락, 시장조사, 연구개발 등 비 영업적인 기능만을 수행하는 단계라 할 수 있음 • 지점은 사무소와 달리 생산 및 경영 활동이 가능함 • 법적으로 중국 법인이 아니며 지점을 설치한 당해 외국 기업은 중국 지역의 활동에 대해 민사책임을 짐
독자기업	<ul style="list-style-type: none"> • 독자기업은 외국 회사가 순수자기 자본으로 기업을 설립하여 독자적으로 운영하는 형태임 • 개혁 개방 초기의 독자기업은 드물었지만 1990년대에 들어 급속하게 증가하고 있는 추세임 • 중국 정부가 투자 사업 업종에 많은 제한을 두고 있어 독자로 진출하려는 외국 기업은 투자 업종이 금지나 제한 업종에 해당 하는지 여부를 먼저 검토해야 함
합자기업	<ul style="list-style-type: none"> • 합자기업은 외국 회사의 자본과 중국의 자본이 결합하여 공동으로 경영하고 공동으로 손익을 책임지며 공동으로 투자 위험을 분담하는 형태임 • 경영의 권리와 책임이 출자 비율에 따라 결정되는 조인트벤처를 일컫음
합작기업	<ul style="list-style-type: none"> • 합작기업은 외국과 중국의 자본이 결합하는 형태는 합자와 같지만 손익배분을 비롯한 투자, 합작 조건, 위험과 손실의 분담, 경영관리 등이 모두 계약에 의해 결정된다는 점이 합자와 다름

▶ 출처: 국세청, 「이달의 특집: 알기 쉬운 중국세금안내(FAQ)」, 2010

표 4-2: 중국 법인 설립 요건

법인 형태	구분	설립요건
독자 기업	투자자	• 외국의 기업과 기타 경제조직 또는 개인이어야 함
	등록 자본금	• 특별한 규정 없음. 회사법 규정의 최소한도에 부합하면 됨 (1인 유한회사일 경우 10위안, 2인 이상의 유한회사일 경우 3만 위안) • 실제 기업 설립 시 등록자본금액에 대한 일정한 기준이 있음 • 상품 판매가 위주인 회사는 30만 위안임 • 기술개발, 컨설팅, 서비스 성격의 회사는 10만 위안 이하여야 함
	장소	• 비즈니스용 사무실 또는 생산 공장이어야 하며 임대기한이 1년 이상이어야 함
합자 (합작) 기업	등록 자본금	• 합자기업은 외국 회사의 자본과 중국의 자본이 결합하여 공동으로 경영하고 공동으로 손익을 책임지며 공동으로 투자 위험을 분담하는 형태임 • 경영의 권리와 책임이 출자 비율에 따라 결정되는 조인트벤처를 일컫음 • 합작기업은 외국과 중국의 자본이 결합하는 형태는 합자와 같지만 손익배분을 비롯한 투자, 합작 조건, 위험과 손실의 분담, 경영관리 등이 모두 계약에 의해 결정된다는 점이 합자와 다름

출처: 국세청, 「이달의 특집: 알기 쉬운 중국세금안내(FAQ)」, 2010

② 법인 사업자 등록 절차 및 구비서류

(1) 독자 기업 설립 절차 및 구비서류

(a) 독자기업 설립 비준

독자기업 설립 비준을 받기 위해 우선 공상행정부서로부터 기업명칭 사전허가를 받은 후 상무위원회에 비준신청서를 제출해야 합니다.

[기업명칭 사전허가]

- 접수기관: 공상행정관리국
- 제출서류: 외상투자기업명칭 사전허가 신청서, 투자자 신분증명 사본, 대행사에 의뢰할 경우 위탁대리인 증명서, 특수명칭을 신청할 경우 등기기관은 기타 관련 설명 또는 증명 서류 요구함
- 소요기간: 5일
- 비용: 무료

[외상투자기업 투자허가신청]

- 접수기관: 상무위원회
- 제출서류: 외상투자기업 설립신청서, 사업타당성 연구보고서, 회사정관, 기업명칭 사전허가 통보서, 투자자의 증명서류 및 자산증명서, 사전허가항목 관련 비준증서, 회답 등(특수 분야에 사전허가가 필요할 경우), 예정 법인대표 임명서, 이사회명단, 이사회 위임장, 이사회 신분증명 사본 및 이력서, 회사 사업장소 관련 증명서

[조직코드 예비부여 신청]

- 접수기관: 기술감독관리국
- 제출서류: 예비번호 신청서, 기업명칭 예비허가통보서, 외상투자기업 관련 상무위원회 비준회담
- 소요기간: 1주일
- 비용: 무료
- “조직코드 예비부여 통보서”를 수령하여 본 통보서로 상무위원회에서 “외상투자기업 비준증서”를 수령함

(b) 독자기업 설립 등기 및 영업집조 신청

외상투자기업 비준증서를 발급받으면 공상행정관리부서에서 기업설립 등기절차를 밟고 기업의 설립 완료 및 영업개시를 허가하는 영업집조를 받을 수 있습니다.

그 후에 인감 제작, 조직코드 신청을 거치면 설립절차가 완료됩니다.

[법인 설립등기 및 영업집조 신청]

- 접수기관: 공상행정관리국
- 제출서류: 외상투자기업 설립등기신청표, 외상투자기업 설립 비준증서, 기업명칭 사전허가통보서, 투자자가 서명 및 날인한 회사정관, 이사회 명단, 법인대표와 이사회 인원의 위임장 및 신분증명 사본, 사업장소 관련 증명서
- 소요기간: 3일 (단 사전에 예약하여 신청 접수까지 일정 시일이 소요됨)
- 설립등기 신청비용: 등록자본금이 1,000만 위안 이하일 경우 0.08%, 등록자본금이 1,000만 위안 이상일 경우 0.04%
- 영업집조 발행비용: 120 위안

[인감제작 비안등기 및 제작]

- 인감종류: 법인 인감, 재무전요인감, 계약전용인감, 세무전용인감, 법인대표 인감 등
- 처리절차: 현지 공안국에서 “인감제작비안등기증”을 수속처리하고 관련 서류를 제출해야 합니다
- 인감제작 구비서류: 인감제작 신청 및 설명서, 영업허가증 원본 및 사본, 대리 위임할 경우 수권위탁서와 대리인 신분 증명 사본

[인감제작 비안등기 및 제작(계속)]

- 공안국 지정점에서 인감 제작
- 소요기간: 약 3일
- 비용: 500~1,000위안

[조직코드 신청]

- 접수기관: 기술감독국
- 제출서류: 조직코드 예비부여 통보서, 영업집조 원본과 사본, 법인 인감
- 소요기간: 3일
- 비용: 230위안

(2) 합자(합작)기업 설립 절차 및 구비서류

(a) 사전준비 단계 (투자 파트너 선정, 합작의향서 체결)

사전준비 단계에서는 각종 루트를 통해 투자 파트너를 선정하고 합작사항에 대해 협상을 진행합니다.

중국측 투자자와 외국 측 투자자는 초보적인 담판을 거쳐 합작 프로젝트 의향서 또는 협약서를 체결합니다.

(b) 설립심사 단계

설립심사 단계에서 프로젝트 건의서의 심사, 기업명칭 등기의 신청, 사업타당성 보고의 심사, 계약서 및 정관의 심사를 거치고 기업설립 비준증서를 수령합니다.

중외투자 쌍방이 체결한 합작프로젝트 의향서에 근거하여 중국측 파트너가 프로젝트 건의서를 작성하여 상무위원회 제출하여 심사 받아야 하고 필요한 구비서류는 다음과 같습니다.

- 프로젝트 건의서 비준 구비서류
- 프로젝트 건의서 비준 신청서
- 투자 쌍방의 합작 의향서
- 투자기업 프로젝트 건의서
- 투자 각 측의 소재지 정부 주관부서에서 발급한 영업집조 사본
- 투자자 각 측의 자산신용 증명

프로젝트 건의서에 대한 비준을 받은 후 계약서 및 정관에 날인하기 전에 공상국에 기업명칭 비준 등기를 신청해야 하며 구비서류는 다음과 같습니다.

- 외상투자기업명칭 사전허가 신청서
- 투자자 신분증명 사본
- 특수명칭을 신청할 경우 등기기관은 기타 관련 설명 또는 증명서류 요구
- 대행사에 의뢰할 경우 위탁대리인 증명서

사업타당성 보고서 심사를 받기 위해서는 아래와 같은 서류를 준비해야 합니다. (주관부서: 상무위원회)

- 프로젝트 입건 청구서
- 프로젝트 건의서 및 비준서류
- 사업타당성 연구보고서
- 투자 각 측의 법정대표 증명서
- 투자 각 측의 자산부채 보고서 및 손익 보고서
- 국내외 시장 수요현황 조사연구 및 예측보고서
- 프로젝트 장소 선정, 구획설계 조건 구획설계 방안에 대한 구획부서의 심사결정 의견서
- 환경보호, 소방, 노동안전, 위생시설 등 업무부문의 의견서
- 프로젝트에 대한 관련 주관부서의 예비심사 또는 평가보고서

계약서, 정관의 심사에 필요한 제출서류는 아래와 같습니다.

- 프로젝트 건의서 및 비준서류
- 중외 파트너 쌍방이 체결한 계약서와 정관
- 투자 각 측의 소재지 정부 주관부서에서 발급한 영업집조 또는 상업등기증부분
- 투자 각 측의 자산신용 증명서

기업설립 비준증서 수령 시 필요한 제출서류는 아래와 같습니다.

- 외상투자기업 설립신청서
- 사업타당성 연구보고서
- 회사 정관
- 기업명칭 사전허가 통보서
- 투자자의 증명서류 및 자산증명서
- 예정 법인대표 임명서
- 이사회 명단, 위임장, 신분증명 사본 및 이력서
- 회사 사업장소 관련 증명서 (임대계약서와 방산증 등 권리증명서)
- 기타 별도 요구 서류

(c) 기타 유의사항

[사업타당성 보고서 필수기입 사항]

- 합영기업의 명칭, 법정 주소, 취지, 경영범위와 규모
- 합영 각 측의 기본사항 (명칭, 동료 국가, 법정주소와 법정대표자의 이름, 직무, 국적)

[사업타당성 보고서 필수기업 사항 (계속)]

- 합자기업의 총 투자액, 등록자본, 각 투자측의 출자비례, 출자방식, 출자기한 등
- 합영기한과 각 측의 이윤 배분 및 손익 부담 비율
- 제품의 생산배치 및 의거, 국내외 시장상황 예측 및 기존과 건설 중인 생산설비 능력
- 물자 공급 매치(에너지 및 교통 등) 및 의거
- 프로젝트 장소 선정 및 의거
- 기술설비와 생산공예과정의 선택 및 그 의거 (국내외 설비 배분 계획)
- 생산조직 배치(근로자 인수, 구성, 내원 및 경영관리) 및 그 의거
- 환경오염 대처와 노동안전, 위생시설 및 그 의거
- 건설방식, 건설진도계획 및 그 의거
- 자금 조달 및 그 의거 (기존 공장, 설비의 지분으로 계산하는 의거 포함)
- 외환수지 매치 및 그 의거
- 기술경제효익의 종합분석

[합자(합작)경영기업 계약서 필수 기업사항]

- 투자자 각 측의 명칭, 등록국가, 법정주소와 대표자 성함, 직무, 국적
- 합영기업의 명칭, 법적주소, 취지, 경영범위와 규모
- 합영기업의 총 투자액, 등록자본, 합영 각 측의 출자액, 출자비율, 출자방식, 출자 납부기한 및 출자액의 체불, 양도에 관한 규정
- 합영 각 측의 이윤 배분과 손실 부담 비율
- 합영기업 이사회의 구성, 부사장(부총경리) 그리고 기타 고급관리자의 직책, 권한과 채용 방법
- 사용되는 주요한 생산설비, 생산기술 및 그 출처
- 원자재의 구입과 제품의 판매방식, 제품의 중국내외의 판매 비율
- 외환 자금 수지에 대한 배치
- 노동관리, 급여, 복리, 노동보험 등 사항에 대한 규정
- 합영기업 기한, 해산 및 청산
- 계약 위반 시 책임
- 합영기업 당사자 간 문제해결 방식과 절차
- 계약서 작성 사용언어와 계약서 효력발생 조건

[합자(합작)경영기업 정관 필수 기업사항]

- 합영기업의 명칭 및 법정주소
- 합영기업의 취지, 경영범위와 합영기한
- 합영 각 측의 명칭, 등록국가, 법정주소, 법정 대표자 성함, 직무, 국적
- 합영기업의 총 투자액, 등록자본, 합영 각 측의 출자액, 출자비례, 출자액 양도에 대한 규정, 이윤 배분과 손실부담 비율
- 이사회의 구성, 직권과 사업토의 규칙, 이사의 책임기한, 이사장, 부이사장의 직책

[합자(합작)경영기업 정관 필수 기업사항 (계속)]

- 관리기구의 설치, 업무처리규칙, 사장(총경리), 부사장(부총경리) 및 기타 고급 관리인원의 직책과 임명방법
- 재무, 회계, 회계감사제도의 원칙
- 해산과 청산
- 정관의 수정절차

⑤ 법인 후속등기 절차 및 구비서류

설립 완료 즉 영업집조 발급 후 30일 내에 각 주관부서에 가서 외환, 세무, 세관, 재정, 통계, 사회보험 등기를 합니다.

[외환등기]

- 접수기관: 외환관리국
- 제출서류: 외상투자기업 기본현황등기표
- 외상투자기업 비준증서 원본과 사본
- 영업집조 원본과 사본
- 회사정관 원본과 사본
- 조직코드증
- 소요기간: 20일
- 비용: 무료

[세무등기]

- 접수기관: 세무국
- 제출서류: 외상투자기업 세무등기표(법인인감 날인), 영업집조 원본과 사본, 회사정관 원본과 사본, 외상투자기업 비준증서 원본과 사본, 재무제도와 회계계산방법, 법인대표 및 회계담당자의 신분증명 사본, 세무신고 담당자 신분증명 사본, 사업장소 임대계약서 원본(인지세 첨부) 및 임대료 영수증, 세무국이 요구하는 기타 필요서류
- 소요기간: 당일
- 비용: 10위안
- 세무등기증을 수령한 후 3일 내에 지방세무국에 최초로 신고해야 함

[은행계좌 개설]

- 접수기관: 외환/인민폐 업무 가능한 은행
- 제출서류: 계좌개설 신청서, 영업집조 원본과 사본, 조직코드증 원본과 사본, 외환등기증, 세무등기증, 수출입 권한이 있는 회사일 경우 은행에 비안을 해야 함
- 소요기간: 계좌개설허가증 수령까지 1~2주 소요됨
- 비용: 무료

[세관등기 (자본금 20%이상 입금 후 가능함)]

- 접수기관: 세관
- 제출서류: 영업집조 사본, 조직코드증 부분의 사본, 외상투자기업 비준증서, 세무등기증 사본, 회사정관 사본, 은행계좌 개설 증명서류 사본, 통관업체 상황등기표
- 소요기간: 5일
- 비용: 300위안

[참고정보] 등록 자본금 납부 기준

- 유한책임회사의 등록자본금은 단계 별로 납부 가능함
- 모든 투자자의 제1차 출자액은 등록자본금의 20%보다 낮아서는 안 되며 법정 최저자본금 한도보다 낮아서는 안 됨
- 나머지 등록자본금은 회사 설립일로부터 2년 내에 납부 가능함

[재정등기 (자본금 입금 후 가능함)]

- 접수기관: 재정국
- 제출서류: 재무등기표, 외상투자기업 비준증서 원본과 사본, 영업집조 원본과 사본, 조직 코드증서, 회사 정관 원본과 사본, 사업타당성 연구보고서 및 승인서 사본
- 소요기간: 5일
- 비용: 무료

[통계등기]

- 접수기관: 통계국
- 제출서류: 법인단위 기본상황표(지정양식), 외상투자기업 비준증서 원본과 사본, 영업집 조 원본과 사본, 조직코드증 원본과 사본, 법인 인감
- 소요기간: 당일
- 비용: 무료

[사회보험 등기]

- 접수기관: 노동과 사회보장국
- 제출서류: 사회보험단위 정보등기표(지정양식), 외상투자기업 비준증서 원본과 사본, 영업집조 원본과 사본, 조직코드증 원본과 사본
- 소요기간: 약 5일
- 비용: 무료

④ 한국과 중국의 회사설립 절차 비교

표 4-3: 한국과 중국의 회사설립 절차 비교

구분	비교		문제점
	한국	중국	
출자시기	출자이행 후 설립등기	설립등기 후 출자이행	• 중국은 회사설립신고 전에 이행되어야 하는 상호등록, 비준증서, 기업 코드증 신청, 위생허가, 환경허가, 소방허가,제조허가, 영업허가, 회사 도장,公安국 비치등기, 외환허가, 은행 자본금계좌개설 등 위 업무에 소요되는 약 2.5개월~4개월 동안 지출되는 비용(창업비)의 처리가 문제가 됨 (위 내용은 업종과 지역에 따라 조금씩 다름)
비준	-	상무국 등	• 중국은 설립등기 전에 업종에 따라 해당 소관부처의 인허가 상무국의 비준증서를 취득해야 함 • 한식당의 경우 식품약품감독관리국으로부터 외식(찬음)업 서비스 허가증을 취득해야 함
설립등기	관할법원 등기소	-	• 중국은 설립등기를 하면서 영업허가를 발급 받음
영업허가	-	공상행 관리국	• 중국은 임시 영업허가(유효기간 3개월)를 수령하고 출자금이 이행된 후 회계사사무소의 출자증명보고서를 발급받아 정식 영업허가 신청 할 수 있음 • 이로 인해 회사설립을 위해 파견된 외국인직원의 비자문제가 해결되지 않아 귀국을 해야 하는 일이 발생함
각종 등기등록	관할 세무서장	각 소관부처	• 외환관리국, 세무국(국세, 지방세), 통계국, 재정국, 기술감독국, 公安국 등에서 등기등록을 완료하여야 함
세관등기	-	세관	• 약 2.5~4개월이 소요되는 시점에서 출자금계좌를 개설하고 출자금이 이행된 후 회계사사무소의 출자증명보고서를 발급 받아 정식 영업허가를 수령한 후에야 세관등기를 할 수 있음. 세관등기를 하여야만 수출입이 가능함 • 회사가 설립이 되면 바로 수출입을 할 수 있다고 판단한 사업자들로 인해 피해가 상당히 큼 • 소요기간은 약 2.5~4개월 + 한국에서 출자금 송금일자 + 출자증명보고서 발급 1주일 + 정식 영업허가 수령 1주일 정도를 예상해야 함

▶ 출처: 국세청, 『이달의 특집: 알기 쉬운 중국세금안내(FAQ)』, 2010

4.2 설립 주요 실무정보

1) 인허가 요건 및 관련 법규

① 인허가 요건

요식업 서비스 허가증(餐饮服务许可证)을 발급받기 위해서는 해당 지역을 관할하는 식품약품감독관리부서(食品药品监督管理局)에 다음과 같은 요건을 만족해야 합니다.

- 소비자에게 제공하는 식품의 품종과 수량에 상응하는 식재료 처리·가공·저장장소는 청결함을 유지해야 하며 유해 장소 및 오염원으로부터 일정 간격을 유지해야 합니다.
- 소비자에게 제공하는 식품의 품종과 수량에 상응하는 설비 또는 시설에 걸맞은 소독·탈의실·세척실·채광·조명·통풍·냉동냉장·먼지 방지·해충 방지 및 폐수 처리시설·쓰레기 보관시설을 구비해야 합니다.
- 식품안전 관련 교육을 수료한 식품안전관리요원이 있어야 하며 해당 영업장에 상응하는 식품안전제도가 구비되어 있어야 합니다.
- 영업장이 합리적인 구조로 배치되어 있어야 합니다.
- 식품약품감독관리국이 규정한 기타 조건을 만족해야 합니다.

② 인허가에 필요한 라이선스

공공장소 위생 허가증: 公共场所卫生许可证

- 2011년 5월 1일부로 공공장소 위생 허가증(公共场所卫生许可证)을 취득하지 못 할 경우 영업을 개시할 수 없습니다.
- 공공장소⁽¹⁾의 업주는 종업원으로 하여금 매년 건강검진을 받도록 하고 건강합격증명을 취득한 자에 한하여 고용해야 합니다.
- 제출 서류: 위생허가증 신청양식, 법정 대표인 또는 책임자의 신분증, 해당 공공장소의 지리적 위치 도면 및 평면도와 위생시설 평면배치도, 해당 공공장소 위생 검사 또는 평가 보고서, 해당 공공장소 위생 관리제도 등 해당 지역을 관할하는 위생행정부서가 요구한 기타 서류

환경평가 보고: 环评报告

- 환경평가 보고(环评报告)에서는 새로 건립한 건물 또는 확장·보수 공사한 건물이 환경에 미치는 영향에 대한 내용이 주를 이루며 해당 건물 소재지의 지하수·토양검측, 해당 건물에 사용된 자재·잠재 폐기물과 환경보전 시설의 설계에 대해 평가를 실시합니다.

(1) 공공장소: 식당, 호텔, 카페, 바, 찻집, 사우나, 헤어숍, 극장, 노래방, 박물관, 상점, 서점 등 여러 사람이 모이는 장소

평가 대상으로는 식당은 물론이거니와 해양 건설물, 도로 건설물 등 환경에 영향을 끼치는 모든 인공 조성물을 포함합니다.

- 환경평가 보고(环评报告)는 다음과 같은 목차로 구성되어 있습니다.
 - 건설 항목 개황
 - 건설 항목 주위 환경 현황
 - 건설 항목이 주위 환경에 영향을 끼칠 가능성 분석
 - 예측 및 평가
 - 건설 항목의 환경보호 시설 및 기술
 - 건설 항목이 환경에 미치는 경제적 손실 분석
 - 건설 항목에 대한 환경검측 진행 건의
 - 환경 영향 평가의 결론

보통 환경평가 보고(环评报告)는 환경부(环保局)가 비준한 위탁업체가 대행하여 처리하며 해당 위탁업체의 자질에 따라 환경부(环保局)가 갑(甲)급과 을(乙)급으로 분류합니다.

2) 인허가 절차 및 구비서류

요식업 서비스 허가증(餐饮服务许可证)을 발급받기 위해서는 다음과 같은 서류를 제출해야 합니다.

- 요식업 서비스 허가증(餐饮服务许可证) 신청양식
- 명칭예선핵준증명서(名称预先核准证明)
- 요식업 영업장의 설비 배치도, 위생시설 등의 도면
- 법정대표인(업주 또는 책임자)의 신분증(복사본)
- 식품안전관리요원의 자격 증명 자료
- 식품안전 제도의 보증 등 식품약품감독관리국이 요구하는 기타 서류

접수-서류심사-현장심사-심사비준-발급 까지 약 14일(휴일 제외)이 소요됩니다.⁽¹⁾

3) 영업시설의 공통기준

식품안전법(中华人民共和国食品安全法)에 의하면 식당을 설립하기 위해서는 영업집조(营业执照)를 신청하기 이전에 요식업 서비스 허가증(餐饮服务许可证)을 발급받아야 합니다.

① 음식위생 규정

식품경영자는 식품안전의 보장요구에 따라 식품을 저장하고 정기적으로 창고의 식품을 조사하며 적시에 변질 또는 보존기한이 초과한 식품을 처리해야 합니다.

(1) 특수한 이유로 허가 기한을 연장해야 하는 경우 관할 기관 책임자의 비준을 거쳐 최대 10일(휴일 제외) 연장 가능하며 그 이유를 신청인에게 고지하게 되어있음

식품경영자가 식품을 개별포장 및 저장할 경우 저장위치에 식품의 명칭·생산 일시·보존기한·생산자명칭·연락방법 등의 내용을 명기해야 합니다.

예비포장식품의 포장에는 명칭, 규격, 함유량, 생산일자, 성분 또는 배합 원료표, 생산자의 명칭/주소/연락방법, 보존기한, 제품표준번호, 저장조건, 사용하는 식품첨가제의 국가표준 통용명칭, 생산허가 증서 번호 등의 사항을 명기해야 합니다.

생산/경영하는 식품의 품종·수량과 상응하는 식품원료의 처리와 식품가공·포장·저장 등의 장소를 구비하고 동 장소의 환경의 청결을 유지하며 유독·유해 장소 및 기타 오염원과 규정된 거리를 유지해야 합니다.

생산/경영하는 식품품종·수량과 상응하는 생산경영설비 또는 시설을 구비하고 청결을 위한 소독, 갹의, 세면, 채광, 조명, 통풍, 방부, 먼지방지, 해충방지, 방충, 폐수처리, 쓰레기 및 폐기물 적하 설비 또는 시설을 구비해야 합니다.

식품첨가제의 신제품·식품관련제품 신제품을 생산경영하기 위해서는 국무원 위생행정부서에 관련제품의 안전성 평가 자료를 제출해야 합니다.

- 신청한 날로부터 60일 이내에 심사 결과 및 허가 여부의 결과를 받아볼 수 있습니다.
- 만일 허가서 발급이 거절당한 경우 그 이유를 서면으로 요구할 수 있습니다.

생산/경영하는 식품 중에 약품을 첨가해서는 안 되나 전통적으로 식품이면서 또한 중의학 재료인 물질은 첨가 가능합니다.⁽¹⁾

합리적인 설비배치와 공법공정을 구비하고 가공대기식품과 직접 섭취하는 식품·원료와 완제품의 교차적 오염을 방지하며 식품이 유독물, 불결한 물질과의 접촉을 피해야 합니다.

- 식품생산경영인원은 개인위생을 유지해야 합니다.
- 식품을 생산/경영할 시 손을 깨끗이 씻고 청결한 작업복과 위생 모자를 착용하여야 합니다. 무포장의 직접 섭취식품을 판매할 시 무독·청결한 판매도구를 사용하여야 합니다.

요식업서비스 허가를 취득한 요식업서비스 종사자는 그 요식업서비스 장소에서 그가 제작한 가공식품을 판매할 경우 식품생산과 유통허가를 취득할 필요가 없습니다.

(1) 전통적으로 식품이면서 또한 중의학 재료인 물질의 목록은 국무원 위생행정부서가 제정·공포한 것을 참조해야 함

② 위생관리 조사

‘외식업체와 단체 급식 배달 업체의 위생규범(餐饮业和集体用餐配送单位卫生规范)’에 따르면 고정된 장소에서 모든 음식과 유관한 업종에 종사하는 경우 음식가공장소 및 영업장소와 내부의 시설 및 인테리어의 세세한 부분은 이 규범에 따라 구비해야 하며 영업장소의 내부 인테리어 공사가 끝난 후에는 관련 시설의 검사를 받아야만 영업 가능합니다.

③ 외식업체와 단체 급식 배달 업체의 위생규범

가공 영업장소의 위생조건

- 영업장소 선정 시 오염에 노출되기 쉬운 지역은 피해야 하며 지형이 안정적이고 배수처리 및 정수공급 시설이 구비되어 있는 곳을 선정해야 합니다.
- 우수 처리장, 쓰레기장 등의 오염원으로부터 25m이상의 거리를 유지해야 하며 분진·유해기체·방사성 물질·기타 확산성 오염원의 영향범위 밖의 지역을 선정해야 합니다.
- 이와 더불어 국가 발전계획과 환경보존 및 소방안전 등의 조건에 부합하는 곳이어야 합니다.

건축의 구조물·구조·배치·구분·면적 등 위생조건

- 건축 구조물은 견고하고 내구성이 있어야 하며 보수와 청결유지에 용이해야 합니다.
- 식품처리구역은 식재료의 진입·식재료 처리·초벌조리·완제품 공급의 이동 경로에 따라 합리적으로 설계해야 하며 ‘날 것은 들고 익은 것은 내보낸다.’라는 음식의 일방적 흐름이 가능케 배치해야 합니다.
- 완제품을 위한 통로·출구와 식재료를 위한 통로·입구 및 식사 후의 식기를 위한 통로·입구는 균등하게 분리하여 배치해야 합니다.

시설 위생조건

[지면 및 배수 위생조건]

- 식품위생처리구역의 지면은 무독·무항무취·방수·묵은 때가 잘 쌓이지 않는 재료를 이용해 장식해야 하며 평평하고 균열이 없어야 합니다.
- 식기 세척 및 초벌조리 등 물을 자주 이용하는 구역의 지면은 청소가 용이하고 미끄럼 방지가 되어 있어야 하며 반드시 1.5%이상 배수경사 및 배수 시스템이 구비되어 있어야 합니다.
- 배수구는 경사가 있어야 하며 막힘이 없고 청소가 용이해야 합니다.

[벽면과 출입구 및 창문의 위생조건]

- 식품처리구역의 벽면은 무독·무항무취·방수·평평하고 매끄럽고 · 청소가 용이한 옅은 색의 재료로 구축해야 합니다.
- 벽면과 벽면의 사이, 벽면과 기둥 및 지면 사이, 벽면과 천장 사이에는 반드시 청소에 용이하고 때가 쌓이는 것을 방지하는 곡률반지름이 3cm이상인 일정한 호도가 있어야 합니다.
- 식기 세척 및 초벌조리 등 물을 자주 이용하여 쉽게 축축해지는 구역의 벽면에는 방수가 되고 내구성이 좋아 청소에 용이한 옅은 색의 자재(예: 타일, 합금자재)를 이용하여 1.5m 이상의 징두리를 설치해야 합니다.

[천장의 위생조건]

- 식품 가공 및 경영 장소의 천장은 청소에 용이하고 해충 은닉과 먼지의 축적을 방지할 수 있으며 곰팡이 및 건축자재가 벗겨져 떨어지는 등의 상황을 방지할 수 있게 설계해야 합니다.
- 식품처리구역의 천장은 무독하고 해충을 해충과 먼지 축적을 방지할 수 있어야 합니다.
- 조리구역의 천장은 지면으로부터 2.5m 이상의 높이에 있어야 하며 2.5m 보다 낮을 시 환풍기를 이용하여 환기량이 JGJ64 <음식건축설계규범>의 요구에 부합해야 합니다.

[화장실 위생조건]

- 화장실은 식품처리구역에 배치해서는 안 되며 벽면·지면·변기 등은 방수가 되고 청소에 용이하여 먼지 축적을 방지할 수 있는 재료를 이용해야 합니다.
- 화장실 내부의 손 세척 시설은 출구 부근에 배치해야 하며 효과적인 배기장치·적절한 조명 시설과 청소에 용이한 방충망·밀폐가 가능한 외부와 통하는 문과 창문을 구비해야 합니다.
- 또한 화장실의 오물 배출관은 식품가공장소의 배수관과 구분하여 설계하고 악취를 방지할 수 있도록 밀봉된 화장실 오물 배출관을 구비해야 합니다.

[탈의실]

- 탈의실과 식품가공경영장소는 모두 한 건물에 있어야 하나 별도로 독립적인 탈의 공간을 마련해야 하며 내부에 손을 세척할 수 있는 설비가 구비되어 있어야 합니다.

[창고 위생조건]

- 식품과 비식품의 보관 창고는 각각 별도로 설계해야 합니다.

[서빙 준비 공간 위생조건]

- 음식이 조리되어 고객에게 서빙하기 이전에 조리가 완료된 음식을 장식하는 등 준비하는 공간으로 각종 도구를 세척할 수 있는 소독시설과 공기 소독 시설이 구비되어 있어야 하며 온도는 25℃보다 낮아야 하고 별개로 독립된 에어컨을 설치해야 합니다.
- 자외선등으로 공기를 소독하는 경우 자외선등(파장200~275nm)은 출력이 1.5W/m보다 작아서는 안 되며 반사각을 설치하여 세기가 70μW/cm보다 크게 유지해야 합니다.
- 지면으로부터 2m이하의 거리를 유지해야 합니다. 서빙 준비 공간의 면적은 식사공간의 면적과 최대 수용가능 인원수와 상응해야 합니다.

[손 세척 및 소독 시설 위생조건]

- 식품처리구역 내부에는 충분한 수의 손 세척 시설이 있어야 하며 종업원이 이용하기에 편리한 위치에 배치해야 합니다. 손 세척 시 이용하는 배수구에는 역류방지 및 유해생물 침입 및 악취를 방지할 수 있는 장치를 설치해야 합니다.
- 손이 아닌 발로 조종 가능하거나 움직임을 감지하는 자동 수도꼭지가 설치되어 있어야 합니다.

[급수시설 위생조건]

- 급수는 가공의 필요성을 보장할 수 있어야 하며 수질은 GB5749<생활음용위생표준>규정에 부합해야 합니다.
- 식품과 접촉하지 않는 비음용물(냉각수, 오수 혹은 폐수 등)의 파이프 시스템과 음용물의 파이프시스템은 다른 색상을 이용하여 분명하게 구분하여 완전히 분리하고 역류 또는 교차되어서는 안 됩니다.

[통풍배연시설 위생조건]

- 식품처리구역은 항시 통풍시설을 양호하게 유지해야 하며 신속하게 습하고 혼탁한 공기를 제거해야 합니다.
- 조리공간은 배기기계를 이용하고 유연을 유발하는 설비 위쪽에는 배기기계 및 유연여과 배기 장치를 부가적으로 설치해야 합니다.
- 유연의 여과배기장치는 탈부착이 가능해야 하며 세척이 용이해야 합니다.
- 대량의 수증기를 유발하는 설비 위쪽에는 배기기계를 부가적으로 설치하여 이슬 맺힘과 김이 서리는 것을 방지해야 합니다.
- 배기구는 세척이 용이하고 쉽게 부식하지 않아야 하며 유해 생물의 침입을 방지할 수 있는 그물망을 설치해야 합니다.
- 에어컨을 이용하여 배기하는 통풍시키는 경우 식사 공간 내부의 공기는 GB16153<음식점위생표준>의 요구에 부합해야 합니다.

[식기 세척소독 및 청결유지 시설 위생조건]

- 식기는 열에너지를 이용하여 소독해야 하며 식기의 재질 및 사이즈 등의 이유로 이와 같은 소독이 불가능한 경우는 제외합니다.
- 싱크대는 스테인리스강 재질 또는 타일을 이용한 것이어야 하며 청소가 용이해야 합니다.
- 화학소독을 이용하는 싱크대는 적어도 3개를 설치해야 하며 싱크대에 각각의 용도를 분명하게 표시해야 합니다.
- 자동 식기 소독설비를 이용하는 경우 설비에 온도계를 부착하고 살균소독제 자동 주입 장치를 설치해야 합니다.

[채광조명 시설 위생조건]

- 식품가공경영장소는 자연채광 또는 인공조명이 충분해야 하며 식품처리구역의 조명은 2,201ux보다 낮아서는 안 되며 기타 장소는 1,101ux보다 낮아서는 안됩니다.
- 조명은 음식의 천연 색상에 변화를 야기해서는 안됩니다.
- 음식을 섭취하는 곳의 바로 위에 설치된 조명 시설에는 보호용 덮개를 부착하여 조명등이 깨질 경우를 대비해야 합니다.

[폐기물 임시보관 시설 위생조건]

- 식품처리구역 내에서 폐기물 또는 쓰레기가 생기는 곳에는 모두 폐기물 보관용기를 두어야 합니다.
- 폐기물 보관용기는 덮개가 있어야 하며 견고하고 악취 및 오물이 흘러 넘치는 것을 방지할 수 있어야 합니다.
- 내벽은 매끄럽고 평평하여 청소에 용이해야 하며 방수 기능을 내포해야 합니다.

④ 설비 및 도구 위생조건

식품 가공 시 이용하는 설비와 도구는 식품의 위생을 보증할 수 있는 재질로 구성된 것이어야 하며 세척소독 및 검사가 용이해야 합니다. 식기와 음식과 직접적으로 접촉하는 설비 및 도구의 접촉면은 매끄럽고 평평해야 하며 균열이 없어야 하며 특히 설비의 내부에는 음식물 또는 때가 끼지 않도록 각진 곳이 없어야 합니다.

식품과 직접적으로 접촉하는 면에는 원칙적으로 나무 재질의 도구를 이용해서는 안 되며 나무 재질의 도구를 반드시 이용해야 하는 경우 식품에 오염을 유발하지 않음을 보증해야 합니다.

⑤ 가공 및 조작 규정의 제정과 시행

가공경영장소의 면적이 2,000㎡ 이상인 음식점과 300명 이상의 인원을 수용 가능한 음식점 및 체인점의 업주는 HACCP식품안전관리시스템을 구축 및 실시하고 HACCP의 계획과 집행 문서를 제정해야 합니다.

⑥ 조리가공 위생조건

조리를 시작하기 이전에 식재료에 이상이 없는지 꼼꼼히 살펴봐야 하며 익혀야 하는 식재료의 중심온도는 70℃보다 낮아서는 안됩니다.

⑦ 서빙 위생조건

서빙을 시작하기 이전에 손을 세척 및 소독하고 조리가 완료된 음식을 서빙하기 까지 긴 시간(2시간 이상)이 소요된다면 60℃보다 높거나 10℃보다 낮은 곳에 보관해야 합니다.

⑧ 위생관리기구와 인원의 요건 (종업원)

위생 관리원을 두어야 하며 특히 가공경영의 장소 면적이 1,500㎡ 이상의 음식점, 레스토랑 식당은 저임 식품 위생 관리원의 설치가 필요합니다.

그 이하의 경우 겸임해도 좋으나 3,000㎡ 이상의 경우에는 검사실을 설치해야 합니다.

식품 위생 관리원은 고졸 이상으로 식품 위생관리의 경험이 있고 식품위생 관리원 연수를 수료한 후에도 시험에 합격해야 하며 각종 건강 합격증명서를 지니고 있어야 합니다.

전임 식품위생 관리원의 주요 업무는 사내에서 종업원을 대상으로 식품위생 연수를 진행하고 사내의 위생관리 제도를 만들고 실시 및 감독·관리하고 종업원의 위생 관리 파일 정비, 행정 위생 부문의 정보 교류 등을 책임져야 합니다.

⑨ 식재료 구매 위생조건

중독 등 중대한 사고가 발생한 경우 영업정지가 되는 경우도 있으며 음식조리에 사용하는 원재료, 식품, 음료, 알코올 등의 조달에 있어서는 ‘식품위생법’에 따라 식재료의 공급자에게 제품합격증명(검험합격증 또는 화학분석표)의 제출을 요구해야 합니다.

음식점은 품질보증기한이 지나거나 부패, 변질된 식재료, 식품 등 위생기준에 미달하는 식재료, 식품을 사용해서는 안됩니다. 또한 냉채는 전문적으로 다루는 전임자가 지정되어 전임자에 의해 전용 조리실과 도구로 전용 소독설비, 냉장서랍을 사용해 가공해야 합니다.

⑩ 종업원 관리

신규 종업원은 건강 합격 증명을 취득해야 하고 일반 종업원은 1년에 최저 1회 건강검진을 받아야만 하며 필요에 따라 임시검사에 협력해야 합니다.

점포에서는 종업원의 건강 파일을 정비하고 종업원에 대한 정기적인 위생지식 교육을 실시해야 합니다.

⑪ 종업원 개인 위생조건

종업원의 개인의 위생 관리를 철저히 해야 하며 청결한 작업복·모자(주방에서 일하는 종업원은 마스크 착용)를 착용해야 하며 머리카락이 보여서는 안 되며 손톱이 길어서도 안 됩니다.

⑫ 종업원 작업복 관리

작업복은 흰색 또는 옅은 색이어야 하며 종업원의 직책 또는 업무에 따라 작업복의 색상을 달리해야 합니다.

식품처리구역에서 화장실에 가야 하는 경우 작업복은 식품처리구역에서 탈의해야 하며 모든 종업원에게 2벌 이상의 작업복을 제공해야 합니다.

⑬ 옥외광고를 설치

설치하고자 하는 옥외광고물은 도시의 전체적인 개발계획에 부합해야 하며 해당 도시의 풍경을 해쳐서는 안 되며 해당 구역의 환경 및 도시건설발전과 조화를 이뤄야 합니다.

교통 표지판과 교통의 안전, 소방, 전력, 통신, 도로 조명 등의 공공 시설물에 영향을 주는 옥외광고물의 설치를 금지하며 녹지 혹은 가로수의 성장을 방해하거나 공공기관 또는 역사유적지의 경관을 해치는 등의 옥외광고물의 설치를 금합니다.

옥외광고물 설치를 신청하기 위해서는 옥외 광고물 신청 양식, 영업집조, 설치 장소 소유권자의 사용허가증, 옥외 광고물의 효과도(렌더링), 옥외 광고물을 설치함으로써 영향을 받는 이해관계자의 동의서 등의 서류를 구비하여 해당 행정구역의 정부기관 산하의 옥외광고주 관부서에 제출해야 합니다.

⑭ 메뉴 가격 표시

<산동성 지시가격 관리방법; 山东省明码标价管理办法>에 따르면 외식업 경영업주는 감독하에 제작된 가격표 또는 메뉴를 이용해야 합니다.

- 메뉴에는 음식의 명칭, 용기의 규격, 주요 재료의 중량, 판매 가격을 정확히 기재해야 합니다.
- 음료, 주류, 담배의 경우 해당 상품의 품명, 생산지, 등급, 규격, 가격을 가격표 또는 메뉴에 명시해야 합니다.

팁을 따로 요구해서는 안 되며 가격표 또는 메뉴에 명시하고 소비자에게 사전에 고지해야 합니다.

패스트 푸드 이외의 외식업에 종사하는 경우 소비자에게 입출금 명세서를 발급해줘야 합니다.

4) 소방안전 관련 규정

소방법(中华人民共和国消防法)에 의하면 음식점과 같은 사람이 많이 모이는 장소의 경우 영업개시 이전에 해당 지역의 관할 인민정부공안기관(人民政府公安机关)의 소방기구(消防机构)에 소방안전 검사(消防安全检查)를 신청해야 합니다.

- 소방안전 검사를 받지 않았거나 소방안전 검사를 통과하지 못한 영업장은 영업 개시를 금합니다.

소방안전 검사를 신청하기 위해서는 다음과 같은 서류를 지참해야 합니다.

- 소방안전 검사 신청 양식
- 영업집조(营业执照) 복사본 또는 공상행정관리기관(工商行政管理机关)이 발급한 기업명칭예선택준통지서(企业名称预先核准通知书)
- 동법 규정에 근거하여 취득한 건설공사소방검수 복사본 (원본 지참)
- 소방안전 제도 교육, 비상 상황 시 안전 대피 훈련 기록 (업체날인 및 책임자 서명)
- 자동 소방 시스템을 조작하는 직원의 소방업종 관련 자격증 복사본 등 소방기구가 요구하는 서류 일체

소방기관이 신청서를 수리한 날로부터 20일(휴일 제외) 이내에 검사를 진행하며 검사를 진행한 날로부터 3일(휴일 제외) 이내에 영업 허가 여부를 신청인에게 송달합니다.⁽¹⁾

(1) 전통적으로 식품이면서 또한 중의학 재료인 물질의 목록은 국무원 위생행정부서가 제정·공포한 것을 참조해 23 근무일이 소요됨 (칭다오행정심사비준서비스출(市批服大)을 이용할 경우 근무일 기준 최대 17일 소요)야 함

5) 노동법, 고용법 관련 유의사항

① 인력 채용 및 관리 시 유의사항

(1) 비 중국 국적인을 고용하는 경우

외국인 고용은 각 성(省), 자치구, 직할시, 시 인민정부 노동행정부문이 관리하고 있습니다.

외국인 고용 계약기간은 최고 5년을 초과하지 못하나 고용기간을 연장할 경우에는 기한 만료 전 30일 내에 노동행정부문에 연장을 신청하여 비준을 받아야 합니다.

외국인을 고용하고자 하는 기업은 그 외국인을 대신하여 취업허가증을 신청하여 취업허가증을 취득하여야 하며 이 경우 외국인이 종사하는 업무가 특수하여 중국에 적격자가 없고 국가 관련규정에 위반되지 않는 경우에 한하여 가능 합니다.

외국인은 다음 조건을 모두 갖추어야 중국에서 취업이 가능 합니다.

- 만 18세 이상으로 건강한자
- 종사하는 업무에 필수적인 전문기능과 이에 상응한 업무경험을 소유한 자
- 범죄전과가 없는 자
- 확정적인 고용단위조직이 있는 자
- 유효 여권 혹은 기타 국제여행증명서 소지 자
- 취업비자로 입국하고 입국 후 취업허가증과 외국인 거류증을 취득한 자

다음 조건 중 하나에 부합되는 외국인은 취업허가증 취득을 면제합니다.

- 중국정부에서 직접 출자하여 초청한 전문기술자와 관리자 혹은 국가기관과 사업단위에서 출자하여 초청한 고급기술직, 특수기능 자격 증서를 소지한 전문기술자와 관리자로서 외국전문가 증명서를 소지한 외국인
- 중화인민공화국 외국인 해상 석유작업 증서를 소지하고 석유작업에 종사하며 상륙하지 않은 특수기능을 가진 외국인
- 문화부에서 인가한 임시 영업 공연허가증을 소지하고 문예공연에 종사하는 외국인

(2) 기타 유의사항

중국정부는 외국투자기업이 중국노동법 상 근로규정을 위반할 경우 이를 고발하는 사람에게 벌금의 일정비율을 상금으로 지급하여 근로규정을 위반하는 기업에 대한 감시를 강화하고 있습니다.

- 외국투자기업 노동관리규정(外商投资企业劳动管理办法)을 위반하여 종업원을 모집했을 경우 월 평균임금의 5~10배에 해당하는 벌금을 부과하며 종업원을 방출할 것을 지시할 수 있습니다.
- 외국투자기업이 종업원을 모집할 때에는 중국 내에서 중국종업원을 모집해야 하며 외국인 및 대만, 홍콩, 마카오 지역의 종업원을 채용할 때에는 현지 노동행정 부서의 동의를 받은 후에 가능합니다.
- 기업은 직업훈련제도를 마련하여 근로자에게 직업교육을 시켜야 하며 기술 직종이나 특수기능직종에 종사하는 근로자는 해당 자격증을 소지해야 합니다.
- 근로계약은 기업과 개인이 직접 또는 기업과 노동조합이 단체계약 형식으로 체결하며 계약체결 후 1개월 내에 해당지역 노동부문에 보고해야 하고 노동행정부서가 접수일로부터 15일 내에 이의를 제기하지 않으면 효력이 발생 합니다.
- 근로계약은 임금, 근로시간과 휴가, 보험, 복지 등의 사항을 포함하여야 합니다.
- 근로계약이 만기되었거나 쌍방이 약정한 종결요건이 발생했을 때에는 근로계약이 종결되며 쌍방이 동의하면 근로계약을 새로이 체결할 수 있습니다.
- 근로계약을 변경할 때에는 쌍방의 협상, 동의를 거쳐야 하고 변경수속을 밟아야 합니다.

② 인건비 및 복리후생

(1) 급여

임금수준은 현지 지방정부 또는 노동행정부서가 발표한 임금 가이드라인을 준수해야 하며 노조와 협상을 통해 결정 합니다.

노조가 없는 경우에는 전체 근로자 과반수이상의 찬성을 얻어 선임된 근로자 대표와 협의하여 결정 합니다.

임금협상이 합의된 경우에 합의내용을 7일 내에 노동부문에 보고하여 심사를 받아야 하며 합의서 접수 후 15일 안에 이견이 없을 경우 효력 발생 합니다.

임금협상은 일반적으로 1년에 1회이며 전년도에 정한 임금시한 만료 60일 전에 어느 한쪽이 임금협상요구서를 제출하여 해당년도 임금협상이 시작됩니다.

기업은 관련규정에 따라 근로임금 통계를 산출하고 관할 노동행정부서, 재정부서, 통계부서 및 기업주관 부서에 통계표를 제출합니다.

(2) 근무시간

중국은 주 5일 근무제를 1995년에 제도화하였으며 실질적으로 1997년부터 시행하고 있습니다.

근로시간은 법으로 규정되어 지역별로 차이가 없이 대동소이 합니다.

- 근로연령: 16세 상
- 퇴직연령: 여자 50세, 남자 60세
- 법정 근로시간: 주당 40세 (1일 8시간)

시간외 근무는 1일 3시간 월 36시간을 초과할 수 없습니다.

- 평일의 시간외근무수당: 통상임금의 150% 지급
- 휴일근무 시간외근무수당: 통상임금의 200% 지급 (대체휴가 없음)
- 법정공휴일근무 시간외수당: 통상임금의 300% 지급
- 만약 고용자가 이 규정을 어길 경우 규정에 따라 미납분을 노동자에게 주어야 하며 처벌로서 추가적으로 미납금의 25%를 더 지불해야 함

근로자의 수습기간은 최장 6개월을 초과할 수 없습니다.

(3) 최저임금

중국에서는 1993년 최저임금제도가 도입된 뒤 1994년에 노동법(中华人民共和国劳动法)이 공포되었는데 최저임금의 구체적인 기준은 성(省), 자치구, 직할시의 인민정부가 제정하고 국무원에 보고하는 것으로 되어 있습니다.

2004년 3월에는 최저임금 규정(最低工资规定)이 제정되어 최저임금 기준이 2년에 1회 검토하여 인상하는 것으로 규정되어 있습니다.⁽¹⁾

(1) 이에 따라 각 성별로 최저임금제도가 시행되면서 2004년에는 전국 31개의 성에서 최저임금제도가 확립되었음

표 4-4: 지역 별 최저임금 현황

지역	최저임금 (1/2/3/4급지)
상해	1,280
북경	1,160
천진	1,160
심천	1,320
절강	1,310/1,160/1,060/950
광둥	1,300/1,100/950/850
강소	1,140/930/800
복건	1,100/950/850/750
산둥(칭다오)	1,100/950/800
길림	1,000/950/890/830
허북	900/840/760/690
요녕	900/750/650
흑룡강	880/840/720/700
중경	870/750/710/670
사천	850/780/710/650
허남	800/700/600
안휘	720/680/630/580

- ▶ 단위: 위안/월
- ▶ 자료: 중국 국가통계국: 각 성 직할시 통계 작성
- ▶ 출처: 한국노동연구원, 「월간 노동리뷰」, 배규식, 2011

(4) 사회보장

양로보험: 우리나라의 국민연금에 해당하는 강제보험입니다.

임금총액의 약 25%~30%의 요율로 회사측이 약 20%~25%를 부담하며 나머지 5%정도는 근로자가 자신의 급여에서 원천 공제하는 방법으로 부담합니다.

양로보험금을 수납, 관리하는 기구는 각 지방의 지정된 보험공사에서 하며 중국의 양로보험은 각 지방의 재정에 따라 조금씩 그 적용 요율에 차이가 있습니다.

본래 양로보험금 적용근로자는 정식계약직에게만 적용했으나 최근에는 임시직을 포함한 모든 근로자에게 포괄적으로 적용합니다.

실업보험: 강제보험으로 정액 또는 정률로 계산된 보험료를 회사측과 근로자가 분담 납부하며 임금총액의 약 3%를 차지합니다.

수납기관은 양로보험과 동일하며 노동관서에서 인정하는 실업상태의 근로자가 수혜를 받을 수 있습니다.

공상보험: 우리나라의 산재보험에 해당하며 업종에 따라서 임금총액의 0.2% ~ 0.8%의 요율을 적용하는 강제보험입니다.

의료보험: 의료보험요율은 급여총액의 최고 10%정도이며 회사측과 근로자가 일정비율로 분담합니다.

주택적립금: 주택적립금은 각 지방정부에서 탄력적으로 운영하고 있으며 지방마다 차이는 있지만 임금총액의 약 12%~20% 정도를 회사측과 종업원이 분담하도록 되어 있습니다.

수납관리기구는 지정 중국건설은행으로서 해당종업원의 주택구입시 적립된 자금을 인출 사용하도록 할 수 있으며 임의적립금 성격입니다.

(5) 해고 및 퇴직 규정

근로계약 해지 및 근로자를 해고하는 경우 30일 이전에 서면형식으로 본인에게 통지해야 하나 근로자가 직업병 또는 작업 중 부상으로 노동력을 상실한 경우 질병으로 인해 규정된 치료기간 중인 경우 여성근로자가 임신 출산 수유기간 중인 경우에는 근로자를 해고할 수 없습니다.

6) 세무관련 정보

① 사업형태에 따른 세금유형

기업은 영업집조(营业执照)를 수령한 날로부터 30일 이내에 세무등기를 하고 수입에서 생산원가, 비용, 손실 등을 뺀 후 이익이 있으면 세법에 정한 바에 따라 기업소득세(25%)를 내야 합니다.

※ 상하이에 이어 베이징에서 2012년 9월 1일부터 영업세를 증치세(부가가치세)로 통합하는 세제개혁안이 실시됨. 이번 조치로 베이징 소재 기업 138,000개가 혜택을 받게 됐으며 모두 165억 위안(2조9천353억 원)의 세금이 경감될 전망이다

표 4-5: 주요 사업형태에 따른 세금유형

사업형태	세목	세율
물건 판매 또는 수입자	증치세 (增值稅) : 부가가치세	0%, 13%, 17%
소비품 생산자 또는 수입자	소비세 (消費稅)	3%~45%
	교육비부가세 (教育費附加)	3%
서비스 제공, 무형자산 양도, 부동산 판매자	영업세 (營業稅)	3%, 5%, 5~20%
건물의 소유주 또는 사용자	방산세 (房產稅)	1.2%(건물재산 평가가액) 12%(임대료수입)
부동산 등의 재산권 취득자	계세 (契稅)	3~5%
수출입자	관세	수출입 품목에 따라 다름

② 세무등기

세무등기제도란 세법에 따라 세무기관이 납세자에게 설립(영업집조 수령 후 30일 이내)·변경·종료 시에 소재지 세무기관에 등기를 하고 이를 근거로 납세자에 대하여 세무관리를 하는 것을 일컫습니다.

중국에서 회사를 설립하는 경우 약 1.5개월 이내에 비준증서, 영업집조, 도장, 기업코드번호증서(组织机构代码证)등을 수령한 후에 다음의 절차를 따릅니다.

- 1)소재지 세무기관에서 세무등기증을 발급 받음
- 2)3일내에 지방세무국과 담당자에게 통지를 하여 온라인에서 세무신고(지방세: 매월)를 할 수 있는 비밀번호를 발급 받음
- 3)출자금이 납입된 후에 국가세무국과 담당자에게 통지를 하여 온라인상에서 세무신고(국세: 분기별)할 수 있는 비밀번호를 발급 받음

세무관리등기방법(稅務管理登記辦法) 제13조에 따르면 세무등기 시 지참해야 하는 서류로는 영업집조 복사본, 기업코드번호증서 복사본, 비준증서 복사본, 회사 정관 복사본(합자, 합작기업일 경우 계약서 사본요함), 임대차계약서, 법인대표 여권사본, 세무등기표(비치양식에 한함) 등이 있습니다.

③ 세금계산서의 구매, 발행, 취득

세금계산서는 세무등기를 한 납세자가 세무등기증서를 수령한 후 관할 세무기관에 신청하여 구매할 수 있습니다. (세금계산서관리방법 15조)

일반 납세자가 증치세(부가가치세)전용 세금계산서를 구매하는 경우

- 1)세무등기증 사본을 지참하고, 관할 세무기관에서 세금계산서 구매 신청표와 세무등기증 부분(일반납세자 도장날인)을 제출함(약 5~10일 후 비준서 수령)
- 2)비준서, 신청인 신분증, 세무등기증 부분, 재무도장, 법인도장 등을 지참하고, <세금계산서 구매부>를 수령함
- 3)회계원이 일반납세자 교육을 받고 지정된 세공상(稅工商)에게 세공기(稅工器)를 신청한 후 세금계산서 장비를 설치-장비설치 시 제공되는 IC카드는 영수증 발급데이터를 내장한 카드로 매월 세무기관에 동 카드의 내용을 신고해 동 카드의 내용을 신고해야 함
- 4)재무도장, 세무등기증 부분, 신청인 신분증, <세금계산서 구매부>에 정한 표면금액, 수량, 구입방식에 따라 관할 세무기관에서 전용 세금계산서를 구매함

소규모 납세자가 일반 세금계산서를 구매하는 경우

- 1)세무등기증 사본을 지참하고 관할 세무기관에서 세금계산서 구매신청표를 제출함 (약 1주일 후 비준서 수령)
- 2)비준서, 신청인 신분증, 세무등기증 부분, 재무도장, 법인도장 등을 지참하고 <세금계산서 구매부>를 수령함
- 3)재무도장, 세무등기증 부분, 신청인 신분증, <세금계산서 구매부> 등을 지참하고, 일반 세금계산서를 구매함

④ 기업소득세

기업 및 기타 소득의 취득이 있는 조직은 기업소득세의 납세자로 규정에 근거하여 기업소득세(법인세)를 납부해야 합니다.⁽¹⁾

표 4-6: 기업 소득세율

적용 세율	적용 기준
25%	보통 세율
20%	소규모 기업
15%	국가가 중점적으로 육성하고 있는 하이테크놀로지 기업 (특별 세율)

(1) 2008년 1월 1일부터 외국 투자 기업과 중국 내자 기업이 차별 없이 새로운 기업 소득세법을 적용 받게 되어 3가지 종류의 세율을 따름

⑤ 영업세

영업세란 서비스 제공(가공, 수리, 보수 서비스는 제외), 무형자산의 양도, 부동산의 판매를 과세 대상으로 하고 있습니다.

- 서비스 제공 중 가공, 수리, 보수 서비스가 제외되는 것은 이것이 증치세의 과세 대상이기 때문임
- 영업세와 증치세는 과세 대상을 분류하고 있기 때문에 하나의 행위에 대해 영업세, 증치세 중 어느 하나가 과세되고 양자가 동시에 과제되는 경우는 없음

영업세 면제 대상은 다음과 같습니다.

- 월영업액 200~800위안 이하
- 유치원, 탁아소 등의 부양 및 양육 서비스, 혼인 소개, 장례 서비스
- 교육 서비스

업종별 영업세율을 다음과 같습니다.

- 교통 운수, 건축, 우편 통신 및 문화 체육 업종: 3%
- 금융 보험과 서비스 업종, 무형재산 유상 양도 및 부동산 판매: 5%
- 오락업: 5~20% (지방정부가 구제 적용 세율 결정)

⑥ 과세소득액의 계산

납세연도는 양력 1월 1일~12월 31일을 원칙으로 하나 회계연도를 납세연도로 하는 경우 기업의 신청 및 현지 세무기관 비준을 거친 후 만 12개월의 당해 기업 회계연도를 납세연도로 할 수 있습니다.⁽¹⁾

식당과 같은 서비스업의 경우 과세소득액은 다음과 같이 계산합니다.

[과세소득액]

= 순업무수입금액 + 영업외수입 - 영업외지출순업무수입금액
 = 업무수입총액 - (업무수입세금 + 업무지출 + 관리비 + 재무비용)

⑦ 방산세 (房産稅)

<방산조례해석규정>에 따라 부동산의 판매 및 서비스업의 경우 5% 세율의 과세대상에 해당되며 납부세액은 영업세에 세율을 곱한 값입니다.

(1) 기업 청산 시에는 청산기간을 하나의 납세연도로 간주함

④ 증치세

증치세(增值稅)란 중국의 주요 간접세로 우리나라의 부가가치세의 개념에 해당합니다.

- 증치세의 특징은 '기본적으로 최종 소비자가 부담'하는 것으로 중국의 증치세 징부 방법은 한국과 마찬가지로 거래 징수 방식을 채택하고 있음
- 즉 과세 대상 재화를 공급하는 사업자나 기업체나 납세의무자가 되는데 실제 증치세를 징수하는 방식은 그 재화를 생산하기 위하여 원자재 등을 매입할 때 거래 상대방에게 증치세(매입증치세)를 지급하고 매입 또는 생산한 재화를 판매할 때 그 재화의 매입자로부터 증치세(매출증치세)를 징수하여 과세 기간 동안의 매출 증치세와 매입증치세의 차액을 세무국에 납부하는 방식을 취하고 있음
- 중국의 증치세율은 일반 세율이 17%로 한국의 10%보다는 아주 높다고 할 수 있음

표 4-8: 증치세의 세율

증치세율	품목
17%	기본 세율
13%	식량, 식용식물유, 스팀, 냉기, 가스, 석유액화가스, 천연가스, 메탄가스, 소비자용 석탄 제품, 도서, 신문, 잡지, 사료, 화학비료, 농약, 농업기기, 국무원이 정한 기타 재화
0%	재화 수출

중국은 납세자의 회계 건전 여부 및 사업 규모를 기준으로 하여 일반납세자(17%)와 소규모 납세자(3%)로 구분합니다.

- 일반 납세자는 매입세액을 공제받을 수 있으나 소규모 납세자는 매입세액을 공제받지 못함
- 즉 일반납세자의 경우 기납부한 매입세액을 공제받은 후의 잔액이 납부할 증치세액이 되나 소규모납세자는 이를 허용치 않음

회사설립 초기에 일반납세자로 인정을 받지 못한 소규모납세자는 회사설립 후에 매출액을 증대하여 일반납세자로 인정받을 수 있는 조건을 갖춘 후 관할 세무기관의 허가를 받아 일반납세자로 전환할 수 있습니다.

전환하기 위해 갖춰야 하는 조건은 다음과 같습니다.

- 생산 또는 용역을 제공하는 자, 생산 또는 용역제공을 주로 하면서 도·소매를 동시에 겸업하는 자가 연간매출액이 50만 위안 이상인 경우
- 앞의 조건을 갖추지 못한 납세자의 경우 연간매출액이 80만 위안 이상인 경우

⑥ 이전가격 조사의 강화

중국 내에서 활동하고 있는 외자기업의 비중이 크게 증가하면서 중국 과세당국도 외자기업에 대한 이전가격조사를 중점으로 하는 세무 관리를 강화하고 있습니다.

세제(稅制)측면에서는 2009년 1월 공포된 특히 <특별납세조 정실시방법>을 들 수 있습니다.

이는 중국의 '이전가격 가이드라인'이라고 할 수 있는 법규로 이전가격자료(同期자료)제출 의무, 이전가격조사 및 이전가격사전합의제(APA) 등이 주요 내용임
중전의 각종 이전가격조사 관련 통지문들을 통폐합하고 단일 규정을 신설함으로써 이전가격 세무 관리를 엄격히 할 수 있는 법적근거를 마련했다고 할 수 있습니다.

세정(稅政)측면으로는 2005년부터 국가세무총국이 지방 세무기관의 이전가격조사대상 선정 및 종결심의 등 전 과정을 통제함으로써 외자기업의 결손신고비율이 급격히 감소하고 조사추징세액이 크게 늘어나고 있는 점을 들 수 있습니다.

특히 동기자료를 준비하지 않거나 장기간 결손, 특수관계거래금액이 많고 동종 업종의 이익 수준보다 낮은 기업은 조사대상으로 선정될 가능성이 크므로 유의해야 함

7) 수입/통관 관련 정보

① 공급자의 선정

요식업경영주는 반드시 국가위생표준에 부합하는 식품을 구매해야 하며 다음과 같은 식품을 구매하는 것을 금지합니다.

- 유독 또는 유해하거나 변질 또는 부패했거나 곰팡이 또는 벌레가 피었거나 불결하거나 이물질이 발견된 식품
- 검역합격증명서를 획득하지 못한 육류식품
- 품질보증기한이 지났거나 식품에 부착된 라벨 내용과 부합하지 않는 포장식품
- 위생허가증을 획득하지 못한 식품생산경영자가 제공하는 식품

식품을 공급받기 이전에 반드시 공급자의 허가증과 식품합격증명문건을 확인해야 합니다.

② 수송

식품 운송 전문 차량만을 이용하여 식품을 운송하여야 하며 운송 차량내의 식품용기는 위생·청결해야 합니다.

직접적으로 수입식품을 운송할 경우 반드시 전용 밀폐 용기(통풍구멍이 있어야 함)로 포장해야 합니다.

식품을 운송 차량에 실은 이후에는 잠금장치가 있는 경우를 제외하고는 차량을 비워서는 안 됩니다.

운송하는 과정에서 먼지와 곤충을 예방하고 오염되는 것을 방지하고 직사광선을 피하고 날 것과 익은 것을 구분해야 합니다.

부패하기 쉬운 식품(특히 콩 제품과 육류식품)은 냉장차량을 이용해야 합니다.

식품 운송 이전에 반드시 식품품질검사를 실시해야 하며 식품상의 라벨과 로트번호와 화물이 모두 부합하는 경우에만 운송 가능합니다.

운송 증빙서류의 모든 항목에 상응하는 내용을 정확하게 기재해야 함

③ 추적성

식품 또는 식재료를 공급받는 모든 업체에 대한 서면 기록을 보관해야 합니다.

- 항시 공급자에게 영수증 등과 같은 식재료를 공급 증빙서류를 요구해야 하며 구매기록을 해야 함
- 식재료 수송 이전에 식재료 상의 라벨과 로트번호 등의 증빙서류의 확인도 필요하며 서면 기록을 남겨 만일의 경우를 대비해야 함

식재료를 수입하는 업체는 식품수입과 판매기록제도를 수립하여 진실하게 식품의 명칭·규격·수량·생산일자·생산 또는 수입비준번호·보존기간·수출업체와 구매자 명칭·연락방법·인도일자 등의 내용을 기록하여야 합니다.

- 식품의 수입과 판매기록은 마땅히 진실해야 하며 보존기한은 2년 보다 적어서는 안 됨

④ 상품의 판매 중단 및 리콜

<찬음업과 집단용 식품배송 단위 위생규범>에 따라 중국 정부는 육류에 대해서는 병리검사를 그 외의 식품에 대해서는 농약 및 위생검사를 의무화하고 있고 각 지방 정부의 식품약품감독관리국은 식재료를 제공하는 식품 제조업체와 공급자를 검사합니다.

점포에 납품되어 조리에 사용되는 식품은 ‘식품위생법’에 따라 점포 측 책임으로 위생관리를 하며 지방 위생국의 관계부서는 점포방문 검사에서 문제가 발견되면 개선을 명령합니다.

<중화인민공화국식품안전법> 제53조에 따르면 식품경영자는 취급하는 식품이 식품안전표준에 부합하지 아니함을 발견한 경우 즉시 경영활동을 중지하고 관련자와 소비자에게 통지해야 하며 아울러 경영활동의 정지상태와 통지상황을 기록해두어야 합니다.

식품생산자는 취급하는 식품에 문제가 발생했을 경우 즉시 회수해야 하며 회수한 식품에 대해서는 폐기·소각 등의 조치를 취하고 회수 및 처리상황을 현급 이상 품질감독부서에 보고해야 합니다.

식품생산경영자가 위 규정을 준수하지 않을 경우 생산식품의 회수 또는 운영 정지 처분을 받을 수 있습니다.

2007년 8월에 공포·실시된 <식품리콜관리규정>에 따르면 식품의 위험정도에 따라 리콜을 3개의 급수로 나눌 수 있습니다.

1급 리콜

- 식원성(食源性)질병을 유발하여 인체에 매우 심각한 위해를 가하거나 사망에 이르게 하는 식품 및 유통의 범위가 광범위하여 사회에 미칠 영향이 지대한 불안정한 식품의 리콜
- 1일 이내에 판매자에게 알려 판매를 중단하고 소비자에게 알려 소비를 중단시켜야 함
- 3일 이내에 해당 도시의 질량감독부를 통해 성급 질량감독부에 리콜 계획을 제출해야 함

2급 리콜

- 식원성(食源性) 질병 등 인체에 위해를 가하나 그 위해의 정도와 유통 범위가 비교적 작아 사회에 미칠 영향이 작은 불안정한 식품의 리콜
- 2일 이내에 판매자에게 알려 판매를 중단하고 소비자에게 알려 소비를 중단시켜야 함
- 1일 이내에 해당 도시의 질량감독부를 통해 성급 질량감독부에 리콜 계획을 제출해야 함

3급 리콜

- 식원성(食源性) 질병 등 인체에 위해를 가하나 그 위해의 정도가 매우 경미한 불안정한 식품의 리콜
- 3일 이내에 판매자에게 알려 판매를 중단하고 소비자에게 알려 소비를 중단시켜야 함
- 7일 이내에 해당 도시의 질량감독부를 통해 성급 질량감독부에 리콜 계획을 제출해야 함

⑤ 식재료 수입 관련 절차

중국 정부는 2011년 9월부터 중국 전역에서 수입식품에 대한 중국어라벨 부착 여부를 집중적으로 단속해 제품을 압수, 벌금 행정처분을 내리는 등 수입식품에 대한 관리감독을 강화했습니다.

<수출입식품 안전관리방법>에 따르면 식품을 수입하려는 상인이나 그 대리인은 다음과 같은 서류를 구비해야 합니다.

- 계약서, 세금계산서, 선적명세서, 선하증권 등 증빙서류
- 관련 허가서류
- 법률법규, 쌍무협정, 의정서 등이 규정한 수출국 정부의 검역 증명서
- 최초로 수입하는 포장음식의 경우 식품라벨견본과 중문 번역본
- 식품안전국가표준이 없는 식품을 수입할 경우 상응하는 허가증명문서

<중화인민공화국식품안전법>에 따르면 수입하는 예비포장식품은 중국어 표시 및 중국어 설명서가 있어야 합니다.

- 표시와 설명서는 이 법 및 중국의 기타 유관법률과 행정법규의 규정과 식품안전국가표준의 요구에 부합하여야 하며 식품의 원산지 및 국경 내 대리업체의 명칭·주소·연락방법을 명기하여야 함
- 예비포장식품에 중국어 표시 및 중국어 설명서가 없거나 표시 및 설명서가 이 조의 규정에 부합하지 아니하는 경우 수입이 금지됨

⑥ 수입허가신청 절차

아직 식품안전국가표준이 없는 식품을 수입하거나 식품첨가제의 신제품·식품관련제품 신제품을 최초로 수입하는 경우 수입업체는 국무원 위생행정부서에 신청서를 제출하고 관련 안전성평가자료를 제출하여야 합니다.

국무원 위생행정부서는 <식품안전법> 제44조의 규정에 의거하여 허가여부의 결정을 내리며 아울러 적시에 상응하는 식품안전국가표준을 제정합니다.

입국 동식물 검역 허가수속이 필요한 수입식품은 <중화인민공화국 입국 동식물 검역허가증>을 취득해야 수입 가능합니다.

※<식품안전법> 제44조: 새로운 식품원료를 이용하여 식품의 생산에 종사하거나 식품첨가제의 신제품·식품관련제품 신제품의 생산경영활동에의 종사를 신청하는 기관 또는 개인은 국무원 위생행정부서에 관련제품의 안전성평가자료를 제출해야 함

※국무원 위생행정부서는 신청을 접수한 날로부터 60일 이내에 관련제품의 안전성평가자료에 대하여 심사를 진행해야 함

※식품안전요구에 부합하는 경우에 대하여 법에 의거하여 허가를 결정하고 이를 공포함. 식품안전요구에 부합하지 아니하는 경우에 대하여 허가하지 아니함을 결정하고 아울러 서면으로 이유를 설명함

⑦ 검역

<수출입식품 안전관리방법>에 따르면 식품을 수입 하는 상인 또는 대리인은
 (1)계약서, 세금계산서, 선적명세서, 선하증권 등 증빙서류
 (2)관련 허가서류
 (3)법률법규, 쌍무협정, 의정서 등이 규정한 수출국 정부의 검역 증명서
 (4)최초로 수입하는 포장음식의 경우 식품라벨견본과 중문 번역본
 (5)식품안전국가표준이 없는 식품을 수입할 경우 상응하는 허가증명문서 등의 서류를 구비하여 세관 신고한 지역의 검험검역기구에 검역 신고를 해야 합니다.

검험검역 신청 시 수입물품세관신고서, 무역계약서, 포장명세서, B/L, 운송증빙서류, 원산지 증명서류, 위생평가자료 등 기타 요청서류를 구비해야 합니다.

- 예비포장식품을 수입하는 경우 상기 서류 외에도 중문표식생플, 샘플의 번역본 및 해당 부서에서 요구하는 서류를 구비해야 함
- 이중 중문표식생플은 GB7718-2004의 관련규정에 근거하여 작성해야 함

통상적으로 검험검역절차는 세관신고자격을 구비하고 있는 대행업체나 세관신고 인원에게 위임하여 진행합니다.

⑧ 통관심사

수입하는 식품은 출입국검사검역기구가 감독·견본추출검사를 실시하며 세관은 출입국검사검역기구가 서명 발급한 통관증명에 근거하여 통관 합니다.

세관통관 시 필요한 서류로는 수출입물품세관신고서, 송장, 무역계약서, 포장리스트, B/L, 적하목록, 세관신고대행 권한위임장, 수출입 관련 허가증서 등이 있으나 보통 통관절차는 세관신고자격을 구비하고 있는 대행업체나 세관신고인원에게 위임하여 진행되기 때문에 향후 구체적인 수입지역을 정한 후에 문의하는 것이 바람직합니다.

8) 한식당 업태별 수익분석

한식당 업태별 수익분석을 통해 해외에 진출하고자 하는 사업 주체의 의사결정을 지원하는 도구로 활용합니다.

투자 예산과 회수 기간을 고려하여 진출 가능한 도시와 해당 도시 내에서의 상권 후보군을 식별하기 위한 의사결정 도구로 활용합니다.

- 레스토랑 창업을 고려하는 사업 주체가 개업 시에 필요한 초기 투자 자금의 규모와 추구 하는 수익률 및 자금회수 기간 등을 사전에 추정해 볼 수 있으며 제한된 투자 예산 안에서 진출 가능한 도시 및 상권을 가능하는 척도로 본 모델을 활용할 수 있음
- 한편 본 모델에 사용된 수익률 및 변수값(추정 손익계산서 계정 별 금액)의 사례는 칭다오에 정착하여 운영되고 있는 일부 한식당을 인터뷰한 결과를 토대로 작성하였으므로 해당 도시의 전체 한식당을 대표한다고는 볼 수 없음
- 또한 국내 외식 프랜차이즈 업계의 당기순이익률이 한자리 수 미만인 점과 해외진출 시에는 초기 정착에 필요한 인건비 및 제 비용 소요로 이익률이 이보다 더 낮은 점은 투자 타당성 분석 시에 고려되어야 함
- 다만, 본 사업에서는 투자 타당성 분석을 위한 모델을 제안하고 사례를 통해 그 활용방안을 제공하는 것에 목적이 있으며 실제 해외의 특정 도시에 진출하고자 하는 사업 주체는 추가적인 시장 조사를 통해 변수값에 대한 보다 정확한 추정치를 확보함 으로서 본 분석 모델을 정교화 할 수 있음

① 1단계: 변수(Variable) 식별

수익분석 모델에 필요한 변수 Data Set(식당 창업 및 운영 관련)을 식별합니다.

수익분석 모델에서 제공하는 변수와 투자주체의 결정이 필요한 변수를 구분합니다.

수익분석 모델에서 제공하는 변수 값의 제공형태는 다음과 같습니다.

표 4-9: 한식당 수익성 분석 변수 Data Set

변수명	제공여부 (Y/N)	제공형태	비고
점포확보비 (권리금)	Y	사례	• 칭다오에 위치한 한식당 업태별 사례 제공
점포공사비	Y	투자주체 의사결정	• 개업 시 투자주체의 의사결정 사항 • 칭다오에 위치한 한식당 업태별 사례 제공
임차료	Y	사례/상권별 임대료	• 상권별 임차료 현황정보 및 업태별 한식당 사례 제공
홍보판촉비	Y	사례/투자주체 의사결정	• 개업 시 투자주체의 의사결정 사항 • 칭다오에 위치한 한식당 업태별 사례 제공
차입금	N	투자주체 의사결정	• 개업 또는 운영 시 투자주체의 의사결정 사항
이자비용	Y	자동계산	• 차입금 연동 (도시별 차입 이자율 참고)
매출액	Y	사례	• 칭다오에 위치한 한식당 업태별 사례 제공
식재료비	Y	사례	• 칭다오에 위치한 한식당 업태별 사례 제공 (매출액 대비 %로 제공)
인건비	Y	사례	• 칭다오에 위치한 한식당 업태별 사례 제공 (매출액 대비 %로 제공)
감가상각비	Y	자동계산	• 점포공사비 연동
설비 유지관리비	Y	사례	• 칭다오에 위치한 한식당 업태별 사례 제공 (매출액 대비 %로 제공)
법인세비용	Y	자동계산	• 법인세비용 차감전 순이익 연동
광고선전비	Y	투자주체 의사결정	• 운영 시 투자주체의 의사결정 사항

② 2단계: 추정 손익계산서(Pro-Forma P/L) 작성

1단계에서 식별된 변수를 활용하여 사업의 추정 손익계산서(Pro-Forma P/L) 작성합니다. [표4-10], [표4-11] 추정 손익계산서는 중국 칭다오에 위치한 한식당 경영주와의 인터뷰를 토대로 식별한 변수 데이터와 그 외 차입이자율/법인세율 등의 추가 조사된 변수 데이터를 기반으로 작성한 업태별 한식당 예시입니다.

본 예시를 참고하여 한식당 운영 시 월별 추정 손익계산서를 작성할 수 있습니다.

(1) 업태별 추정 손익계산서 작성 - Fine Dining

중국 칭다오 향강중로 상권에 위치한 200석 규모, 월 매출 2억 원 정도의 파인 다이닝 한식당을 기준으로 추정손익계산서를 작성한 결과 월 매출액 대비 17.8% 정도의 순이익을 얻는 것으로 나타났습니다.

- 초기 창업 시 점포확보비(보증금)와 인테리어공사비로 30억 원 정도를 투자했습니다.
- 비용의 상당 부분을 차지하는 식재료비와 인건비로 월 매출액 대비 각각 35.0%와 25.0%를 지출하고 있습니다.
- 월 임차료로 월 매출액 대비 약 6.0%를 지출하고 있습니다.
- 홍보 판촉비로 월 매출액 대비 약 2.5%를 지출하고 있습니다.
- 감가상각비는 내용연수 20년을 기준으로 매월 1,250만 원(월 매출액 대비 약 6.3%) 정도 발생합니다.
- 세금은 일반적인 법인세 과세율 20%가 적용되어 매월 890만 원(월 매출액 대비 약 4.5%) 정도를 납부합니다.

표 4-10: 업태별 추정 손익계산서 - Fine Dining

계정 구분	금액 (천 원)	비율	비고
매출액	200,000	100.0%	
매출원가	(120,000)	-60.0%	
식재료비	(70,000)	-35.0%	
인건비	(50,000)	-25.0%	외국인 노동자 합법 고용비용 포함
매출총이익	80,000	40.0%	
판매비와 관리비			
임차료	(12,000)	-6.0%	
감가상각비	(12,500)	-6.3%	인테리어 등 점포 공사비와 연계
설비유지 관리비	(6,000)	-3.0%	전기, 가스, 상하수도, 청소용역비 등
홍보-판촉비	(5,000)	-2.5%	
비용합계	(35,500)	-17.8%	
영업이익	44,500	22.3%	
영업외 비용(이자비용)	-	-	
법인세비용차감전 순이익	44,500	22.3%	
법인세 비용	(8,900)	-4.5%	중소 자영업자 법인세 20%
당기순이익	35,600	17.8%	

(2) 업태별 추정 손익계산서 작성 - Casual Dining

칭다오 라오산 상권에 위치한 150석 규모, 월 매출1억 5천만 원 정도의 캐주얼 다이닝 한식당을 기준으로 추정손익계산서를 작성한 결과 월 매출액 대비 22.1% 정도의 순이익을 얻는 것으로 나타났습니다.

- 초기 창업 시 점포확보비(보증금)와 인테리어공사비로 5억 5천만 원 정도를 투자했습니다.
- 비용의 상당 부분을 차지하는 식재료비와 인건비로 월 매출액 대비 각각 35.0%와 25.0%를 지출하고 있습니다.
- 월 임차료로 월 매출액 대비 약 6.0%를 지출하고 있습니다.
- 홍보 판촉비로 월 매출액 대비 약 2.0%를 지출하고 있습니다.
- 감가상각비는 내용연수 20년을 기준으로 매월 200만 원(월 매출액 대비 약 1.4%) 정도 발생합니다.
- 세금은 일반적인 법인세 과세율 20%가 적용되어 매월 820만 원(월 매출액 대비 약 5.5%) 정도를 납부합니다.

표 4-11: 추정 손익계산서 - Casual Dining

계정 구분	금액 (천 원)	비율	비고
매출액	150,000	100.0%	
매출원가	(90,000)	-60.0%	
식재료비	(52,500)	-35.0%	
인건비	(37,500)	-25.0%	외국인 노동자 합법 고용비용 포함
매출총이익	60,000	40.0%	
판매비와 관리비			
임차료	(9,000)	-6.0%	
감가상각비	(2,083)	-1.4%	인테리어 등 점포 공사비와 연계
설비유지 관리비	(4,500)	-3.0%	전기, 가스, 상하수도, 청소용역비 등
홍보-판촉비	(3,000)	-2.0%	
비용합계	(18,583)	-12.4%	
영업이익	41,417	27.6%	
영업외 비용(이자비용)	-	-	
법인세비용차감전 순이익	41,417	27.6%	
법인세 비용	(8,283)	-5.5%	중소 자영업자 법인세 20%
당기순이익	33,134	22.1%	

③ 3단계: 타당성 평가-투자안 선택

일반적으로 기업들이 주로 사용하는 타당성 분석기법은 복잡하고 개인이 계산하기에 어려운 부분도 많습니다. 하지만 다음과 같은 계산법이 있음을 이해하는 것은 필수적이라 할 수 있습니다.

- 투자안을 선택하기 위한 타당성 분석 기법은 회수기간법(Payback Method), 평균 회계이익률법(Average Return on Book Value Method), 순현재가법(NPV Method), 수익성지수법(Profitability Index Method) 등 다양함
- 소규모 음식점의 경우 감가상각비를 고려하지 않고 간소화한 월 투자수익률법이나 회수기간법을 활용하는 것이 효율적임
- 전문성이 요구되는 화폐의 시간적 가치 계산도 간편화를 위해 고려치 않음
- 월 투자수익률(%) = (월 매출액 - 월 지출액) / 총 투자금액 X 100

다양한 타당성 분석기법 중 소규모 외식사업을 고려하는 예비창업자는 월 투자수익률이 나 투자비 회수기간 등을 통해 간단하지만 명료한 사업타당성 분석을 할 수 있습니다. [표 4-12]의 사업타당성 판단 기준 사례는 예비창업자의 사업진입 여부를 결정하는 데 참고가 될 수 있을 것입니다.

표 4-12: 사업타당성 판단 기준 사례

사업성 판단기준	월 투자수익률	투자비 회수기간
매우 우수	4% 이상	2년 이내
우수	3% 이상	3년 이내
보통	2% 이상	4년 이내
불량	2% 미만	4년 이상

출처: 김영갑 외, 『외식창업론』, 2011

[참고정보] 음식점의 손익분기점 분석

손익분기점이란 매출액이 그 이하가 되면 손실이 나고 그 이상이 되면 이익이 나는 기점을 의미합니다. 따라서 손익분기점이란 이익이 제로(0)가 되는 매출액이나 매출수량을 의미합니다. 이를 다시 표현하면 매출액과 음식점의 총비용이 같아지는 지점을 말합니다.

일반적으로 손익분기점 매출액이나 매출수량을 구하기 위한 공식이 제공되지만 여기서는 기본적인 손익계산 공식을 이용하여 손익분기점 매출수량을 먼저 구해보기로 하겠습니다.

$$\text{순이익} = \text{매출액} - \text{총비용}$$

손익분기점이란 '순이익 = 0'이 되는 기점이므로

$$\text{매출액} = \text{총비용}$$

매출액은 매출수량과 단위당 가격을 곱하여 계산하면 되고 총비용은 변동비와 고정비를 합하여 구할 수 있습니다. 따라서 위 공식을 다음과 같이 구할 수 있습니다.

$$\text{매출 수량} \times \text{단위당 가격} = \text{변동비} + \text{고정비}$$

다시 변동비는 단위당 변동비에 매출수량을 곱하여 구할 수 있으므로

$$\text{매출수량} \times \text{단위당 가격} = (\text{단위당 변동비} \times \text{매출수량}) + \text{고정비}$$

위 식을 매출수량 기준으로 다시 정리하면 다음과 같습니다.

$$\begin{aligned} \text{매출수량} \times (\text{단위당 가격} - \text{단위당 변동비}) &= \text{고정비} \\ \text{매출수량} &= \text{고정비} / (\text{단위당 가격} - \text{단위당 변동비}) \end{aligned}$$

여기서 (단위당 가격 - 단위당 변동비)를 단위당 공헌이익이라고 합니다.

$$\text{따라서 '손익분기 매출수량} = \text{고정비} / \text{단위당 공헌이익}'$$

4-3. 기타정보

1) 거주허가 비자 (중국취업 비자)

법인 영업집조가 나오면 취업비자 신청이 가능하며 세부절차는 아래와 같습니다.

표 4-13: 중국 취업 허가 절차

1. 취업허가 신청

- 관할기관: 노동보장부서
- 소요시간: 근무일 기준 11일
- 제출서류:
 - 기업법인 영업집조 부분의 사본, 법인 설립 비준증서(외자일 경우 제출), 사회보험 등기증(내자일 경우), 외상투자기업 비안등기표
 - 외국인 채용 서면보고 신청 (채용이유, 직무에 대한 상세한 설명 필요 및 채용기업의 날인 필요)
 - 외국인 채용과 관련된 기업의 채용의향서
 - 외국인의 중문 이력서
 - 외국인의 중문 및 영문 학위증명서 또는 전문기술 자격증 원본 및 번역본 (4년제 대학 이상 학력 원본)
 - 외국인의 여권 복사본
 - 2년 이상 근무경력증명(근무한 기업의 날인 필요), 중문 번역본 및 번역회사 날인 필요
 - 외국인의 건강증명서/외국인의 취업신청서 1부/2촌 증명사진 1매(3.5cmx5.3cm)

2. 취업초청장 신청

- 관할기관: 노동보장부서
- 소요시간: 근무일 기준 5일
- 제출서류:
 - 기업 영업집조 사본
 - 외국 투자자의 중국방문 보고서
 - 신청인의 여권 복사본
 - 취업허가 사본 (피고용인의 중국 방문 예정시간, 신청 장소, 입경 장소 등)
 - 가족이 함께 취업비자를 신청하는 경우 가족의 여권 사본, 친속관계 증명문건

3. 취업비자(Z비자) 신청 및 발급

- 관할기관: 중국의 소재국 대사관
- 소요시간: 근무일 기준 5일
- 제출서류:
 - 비자 신청서 1부 (신청인의 주소, 연락처 및 중국 취업단위 명칭 명기)/증명사진 1매
 - 신청인의 여권 (유효기간 4개월 이상)
 - 초청장 또는 초청 확인서
 - 노동보장부문에서 발급한 취업허가증

표 4-13: 중국 취업 허가 절차 (계속)

4. 외국인취업증 신청

- 관할기관: 노동보장부서
- 소요시간: 근무일 기준 5일
- 제출서류:
 - 외국인 취업허가증 원본
 - 신체검사 보고서 원본
 - 기업 영업집조 부분의 사본
 - 기업이 날인한 외국인 채용 관련한 <근로계약서> 사본
 - 여권 원본 및 여권 비자 페이지 사본/외국인 취업 등기표 1부/2촌 증명사진 2매
 - 거주지 증명

5. 거류허가 신청

- 관할기관: 공안국 출입경 사무소
- 소요시간: 근무일 기준 5일
- 제출서류:
 - 날인한 회사 영업집조 사본, 외자기업 비준증서
 - 여권 원본, 거주지 증명, 사진 2매(흰색 바탕) • 비자신청서
 - 취업자의 신체검사보고서 원본, 배우자 신체검사 보고서 원본/가족인 경우 친속관계 증명서 제출



2) 금융 서비스

중국에서의 대출은 '외화 대출'과 '국내 위안화 대출'로 구별되고 외화 대출은 현지 규정에서 정하는 성격상 또다시 '외채 대출'과 '국내 외화대출'로 구별됩니다.

- 외채 대출은 현지 법인이 중국 외 지역으로부터 직접 차입한 것으로 은행 대출금이나 본사 대여금이 이에 포함되며 차입 전에 반드시 외환관리국에 외채 등기를 하여야 함
- 중국 내 외화 대출은 중국 내 은행이 중국 내에 소재한 법인에 대출해주는 것을 말함

① 대출 방법

중국에서의 대출 가능 여부는 무엇보다도 채주의 재무 안정성과 성장성 등을 감안한 상환 능력 여부에 따라 결정된다고 볼 수 있습니다.

- 즉 기본적으로 기업이 정상적인 영업 활동을 유지하고 있어야 하고 신설 법인인 경우 은행이 인정하는 향후 매출 계획을 보유하고 있어야 함
- 이러한 기본적인 조건을 갖춘 기업에 대해 신용 조사를 실시하고 신용이 부족한 부분에 대하여 본사 보증이나 담보 제고, Stand-by L/C 등을 통해 보강함으로써 대출 가능 여부가 결정됨
- 대출에 소요되는 기간은 대출 서류를 모두 제출하면 일반적으로 1주일에서 4주일 정도 소요됨
- 간략한 대출 신청 절차: ①대출 상담 및 자료 제출, ②은행 지점에서 은행 본점과 대출 사전 협의 진행, ③지점에서 본점으로 대출 승인 신청, ④대출 승인

대출 신청 시 필요한 서류는 다음과 같습니다.

- 차입신청서 (대출 금액, 자금 용도, 기간 등 기입)
- 영업 허가증, 투자 허가증서, 정관
- 최근 자산 검사(檢査) 보고서
- 대출 카드 (인민은행 발급)
- 기업 번호증 (대마증;代碼證)
- 이사회 구성원 명단 및 이력서
- 차입에 대한 이사회 결의서
- 과거 회계 감사 보고서
- 당해 연도 회근 월 B/S, I/S
- 신용 조사 자료 (은행 양식)
- 설비대인 경우: 설비 명세서, 구매 계약서, Invoice 등
- 신설 법인 혹은 설비대인 경우: 사업 계획서
- 필요한 경우 매출 채권, 매입 채무 명세, 여신 신청과 관계 있는 수주 계약서, 기업 소개 자료 등

② 대출 시 유의 사항

외화 대출의 경우 위안화로 전환이 불가합니다. 즉 위안화 대출 상환을 목적으로 하는 외화 대출, 위안화 대출을 위안화 외화담보(예: Stand-by L/C) 등은 중국에서 금지되고 있다는 점을 유의해야 합니다.

외채 대출은 중국 외 지역에서 직접 차입한 것으로 사전에 외환관리국에 외채 등기를 완료한 후 가능합니다.⁽¹⁾

표 4-14: 중국의 금리 정책

화폐	구분	규제	내용
위안화	예금	통제	• 중국인민은행 제시 기준 이율이 상한
	대출		• 중국인민은행이 제시하는 대출 기준 이율의 0.9배가 하한
외화	예금	일부 통제	• 300만 달러 이하 • 달러, 엔, 홍콩달러, 유로화: 인민은행 고시 금리가 상한 • 캐나다 달러 등: 자율화
	대출	자율	• 은행 자율 결정

▶ 출처: 중국인민은행

표 4-15: 달러화 대출 가중 평균 금리

기간	2008. 4	2008. 12	2009. 1	2009. 2	2009. 3
6개월 이상~1년 미만	6.63	3.65	3.48	3.13	3.05

▶ 출처: 중국인민은행

(1) 일반적으로 단기 외채는 운전 자금 용도로 중기 외채는 고정자산 투자 용도로 제한되어 있음

“

칭다오 한식당

창업·운영 가이드북

Starting Korean Restaurant in Qingdao

”

III. 칭다오(Qingdao) 한식당 운영 가이드

5. 식당 운영관리에 대한 이해

5.1 고객에게 집중하기 위한 원칙 ----- 130

5.2 한식당 운영 실무사례 ----- 133

5.3 한식당 운영 애로사항 ----- 143

5. 식당 운영관리에 대한 이해

5.1 고객에게 집중하기 위한 원칙

1) 고객의 취향과 이름을 기억합니다.

목표 고객을 정확히 알고 고객과의 상호관계를 형성하는 것이 중요합니다. 테이블을 돌아보며 고객의 만족도를 확인하고 적절한 서비스를 제공해야 하며 특히 단골고객의 경우 고객의 이름과 기호 등을 기억해 둬으로써 더욱 세심한 서비스를 제공하도록 노력해야 합니다.

2) 고객이 자부심을 느끼도록 특별 서비스를 제공합니다.

특별한 방식으로 단골고객을 인식하는 방법을 도입합니다. 예를 들어 고객의 사진이나 메시지를 점포 내에 게시하거나 기념일 등의 축하 메시지나 특별 프로모션 등을 제공함으로써 친근감을 높이고 특별한 대우와 서비스를 제공하고 있음을 강조할 수 있습니다.

3) 상권 내에서 최고의 가치를 제공합니다.

고객이 음식점을 나갈 때 그들이 지불한 금액 이상의 가치를 얻었다고 느낄 수 있어야 합니다. 값싼 요리일지라도 양도 많고 맛있게 접시를 채움으로써 고객의 만족도를 높일 수 있습니다.

4) 고객에게 기대 이상의 놀라움을 제공합니다.

일반적으로 고객이 주문하지 않은 음료 또는 메뉴와 서비스를 제공하는 방법이 있습니다. 또한 제공되는 음식과 서비스에 고객의 의견을 구하고 적극적으로 반영함으로써 고객 만족도를 효과적으로 높일 수 있습니다.

5) 입구에서 반갑게 인사하며 고객을 맞이합니다.

음식점에 대한 첫인상은 고객이 점포에 입장하는 순간에 결정됩니다. 입구에서 고객을 반갑게 맞이함으로써 음식점에 대해 긍정적인 인식을 줄 수 있습니다. 고객 서비스를 위한 표준 매뉴얼을 만들어서 점포 내 모든 직원이 일정 수준 이상의 서비스를 제공해야 합니다.

6) 정겹고 활기찬 분위기를 제공합니다.

활기차고 즐거운 분위기를 위해서는 경영주 자신을 비롯한 모든 직원들이 긍정적인 마음가짐을 가지고 일하는 것이 중요합니다. 되도록이면 고객을 반갑게 맞이하고 열정적으로 응대할 수 있는 직원을 고용하고 고객 대응 매뉴얼을 바탕으로 적절한 직원 교육이 이루어져야 합니다.

7) 단순하면서도 특징적인 메뉴를 제공합니다.

같은 메뉴더라도 경쟁 업체와 차별화 될 수 있는 특징적인 요소를 추가하여 경쟁력을 갖도록 합니다. 준비과정이 힘들거나 정교한 작업을 필요로 하지 않는 선에서 변화를 주어 해당 음식점만의 고유 메뉴를 만들어내는 것이 필요합니다.

8) 즉시 조금씩 또는 가볍게 먹을 수 있는 음식을 제공합니다.

고객이 착석 후 2분 내에 가볍게 먹을 수 있는 음식을 제공하는 것이 좋습니다. 고객이 주문한 음식을 기다리는 동안 지루하거나 서비스가 조금 늦어지는 경우에도 불만을 줄일 수 있으며 일반적으로 식전 음료와 잘 어울리는 스낵류를 제공합니다.

9) 음식점을 항상 바쁘고 새롭게 보이도록 유지합니다.

다른 많은 사람들이 자신이 선택한 음식점을 이용하고 있다는 '사회적 증거'는 음식점 이용 후 돈을 지불할 때 발생할 수 있는 '부조화(가치평가에 대한 오해)'를 감소시킬 수 있습니다. 따라서 한가한 시간대에는 내부 칸막이 등을 이용하여 빈 공간을 감추고 바쁜 시간대에는 모든 좌석이 보이도록 하는 것이 좋습니다.

10) 매출액의 최소 3%를 내부판촉에 투자합니다.

가장 효과적인 광고 메시지는 음식점 직원들이 고객에게 직접 정보를 제공하는 것이며 가장 효과적인 광고 매체는 고객이 직접 다른 사람들에게 음식점을 추천하는 것입니다.

11) 직원들이 즐겁게 일할 수 있는 환경을 제공합니다.

경영주의 행동은 음식점 직원들의 표본이 됩니다. 직원들의 팀워크를 강화하기 위해 팀의 성과와 직원 봉급을 연결시키고 경쟁 업체보다 약간 많은 보상을 주는 방법을 고려할 수 있습니다. 또한 업무에 있어서 그 목적을 명확하게 제시하고 목표의식을 갖고 일할 수 있는 환경을 제공해야 합니다.

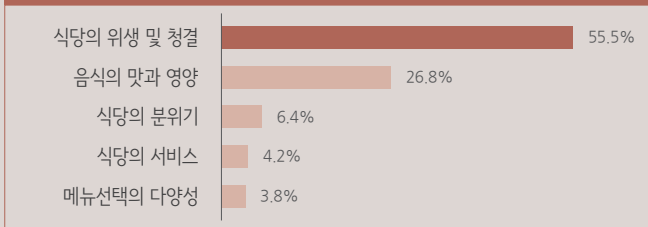
12) 고객이 무엇을 원하는 “네(Yes)”라고 대답합니다.

성공적인 음식점이 되기 위해서는 고객 중심의 서비스를 제공해야 하며 이러한 서비스 철학을 모든 직원들이 공유하고 실천에 옮길 수 있도록 노력해야 합니다.

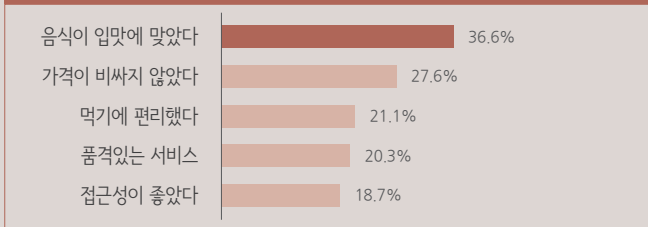
칭다오 고객에 대한 이해

■ 인구(경제활동인구)	871만 명 (646만 명)
■ 한인 거주인구	4.8만 명
■ 외식빈도	주당 평균 약 3.6회
■ 에스닉 외식빈도	주당 평균 약 1.3회
■ 평균 객단가	약 4,976원
■ 아시아인 에스닉 선호도	한식 선호도 39.3%

식당 선택 시 가장 중요하게 고려하는 요인



한식당 재방문 이유



● 소비자 좌담회 중

- 손님 접대 시에는 많은 공을 들이지만 **평소에는 최대한 간소하게 끼니를 해결**하는 편임
- **가격이 조금 비싸더라도 '메뉴', '서비스', '분위기'가 특색 있는 식당을 방문하는 것을 선호**함
- 한식은 일식, 중식과 비슷한 부분이 많고 **차별화 되는 특색이 다소 부족**하다고 생각함
- 한식은 조리법이 다소 복잡하기는 하지만 **건강하고 안전한 음식**이라고 생각함

5.2 한식당 운영 실무사례

1) 경복궁

- 업태: 고급 식당 (Fine Dining)
- 좌석 및 규모: 약 260석, 테이블 수 약 70개, 3층 규모
- 대표메뉴: 불고기, 갈비, 비빔밥, 김치찌개 등
- 주소: 青岛市 市南区香港西路43号 景福宫
- 연락처: (86) 532-8772-8749

① 한식당 개요

1993년에 설립되어 20년의 역사를 지니고 있으며 현재 칭다오 내에서 총 3개 지점을 운영 중입니다.

- 시남구에 2개, 시북구에 1개 지점을 운영 중임
- 1993년 당시 본점이 위치한 시남구는 구시가지 외곽의 여촌마을로 신시가지 개발이 이뤄지기 이전이라 기반시설이 전무했음
- 도시 개발이 본격화 되면서 경복궁 맞은 편에 칭다오에서 가장 유명한 호텔(冶金宾馆)이 들어서
- 유명 호텔 덕분에 경복궁의 인지도가 크게 높아지면서 칭다오 시민들에게 경복궁의 위치가 일종의 랜드마크 구실을 하고 있음⁽¹⁾

1997년 호텔업으로 영역을 확장하였으며 현재 칭다오 내에서 총 5개의 호텔 지점을 운영 중입니다.⁽²⁾

표 6-1: 한식당 '경복궁' 지점 현황

지점명	주소	전화번호
해변점(海边店)	市南区湛山三路20号	(86)532-8386-3551
홍콩서로점(香港西路店)	市南区香港西路43号	(86)532-8386-2449
유정점(流亭店)	市北区流亭洼里工业园	(86)532-8772-8735

(1) 경복궁 본점을 기준으로 위치를 설명할 정도임

(2) 관광 성수기에 한인 관광객들이 많이 찾아옴

그림 6-1: 한식당 '경복궁' 전경



② 한식당 메뉴관리

경복궁 고객 중 현지인의 비중이 80~85%에 달합니다.

메뉴 현지화 보다는 한식 고유의 맛을 강조하기 위해서 노력하고 있습니다.

최근 들어 한국을 방문한 경험이 있는 사람들이 늘어나면서 한식에 대한 기대치가 높아졌으며 한국에서 맛 본 한식 메뉴와 비슷한 것을 더욱 선호하기 때문입니다.

경복궁의 주요 인기 메뉴는 삼겹살, 불고기, 비빔밥, 꼬리곰탕, 생선구이 등입니다.

최근 한국 드라마의 인기에 힘입어 김치탕과 소주를 찾는 손님들도 늘어나고 있습니다.

그림 6-2: 한식당 '경복궁' 메뉴 및 상차림



③ 한식 식재료 관리 및 유통

경복궁의 식재료 대부분은 칭다오 현지에서 수급하고 있으며 주요 식 거래처를 통해 비교적 안정적으로 공급받고 있습니다.

- 칭다오에는 한식 조리에는 필요한 대부분의 식재료가 유통되고 있으며 특히 야채류는 한국산 보다 품질이 우수하고 신선함
- 간장, 고추장, 된장 등의 한국산 가공 식품류는 한국에서 직접 수입하고 있음

경복궁의 강점은 바로 한국산 종자로 신선한 야채류를 현지에서 직접 재배하여 사용하고 있다는 점입니다.

인근 농장에서 직접 재배한 배추로 자체 운영 중인 공장에서 김치를 생산하여 칭다오를 포함한 인근 13개 도시 주요 유통매장과 호텔에 공급하고 있습니다.

그림 6-3: 한식당 '경복궁'의 배추농장 및 김치생산 - 유통 과정



④ 한식당 조리 인력 및 종업원 관리

한국인 메인 주방장을 제외한 모든 조리 인력은 현지인을 채용하고 있습니다.

고용 인력 대부분은 외지인들로 숙식 제공이 필수이며 관련 비용이 인건비 부담을 가중시키는 원인으로 작용하고 있습니다.

최근 노동력의 주축으로 떠오른 '1가족 1인 자녀' 세대는 힘들고 어려운 일을 하지 않으려는 성향이 강해 이직률이 매우 높은 편입니다.

- 근무 여건이 좋지 않거나 급여가 적으면 쉽게 일자리를 바꾸는 경우가 많음
- 공산주의 체제의 사회문화적 관습이 남아있어 자신에게 주어진 일만 하거나 해고당하지 않을 정도로 최소한의 노력만 기울이는 노동자들도 더러 있음
- 인센티브(보너스)를 제공하여 열심히 일하는 직원에게 동기부여를 했지만 직원들 사이에서 불화가 발생하고 상호 비방하는 분위기가 형성되어 인센티브를 자진 반납한 사례가 있음

교육 및 훈련은 경력과 노하우가 많은 매니저를 통해 정기적으로 실시하고 있습니다.

- 한국의 잡코리아(JOB KOREA)와 같은 인터넷 사이트를 활용하거나 지역 인력사무소를 통해 직원을 모집함
- 최근 실시한 '한식당 종사자 교육'을 통해 전문적인 종업원 서비스 교육에 대한 지식을 얻을 수 있었음

⑤ 한식당 홍보/프로모션

칭다오에 위치한 류팅공항(流亭机场) 비자 수속 심사대에서 경복궁 홍보 전단지를 배포하여 홍보활동을 벌였습니다.

최근에는 VIP 고객 관리를 위해 회원 카드를 발부하고 있습니다.

- 현재 7,000여명의 고객이 등록되어 있으며 우수 VIP 고객 중에는 100일 동안 67회 방문한 사람도 있음
- 100명의 우수 VIP 고객을 대상으로 개최한 고객 사은 행사에 지역 TV 프로그램 최고 인기 MC를 사회자로 초청하였으며 추첨을 통해 3명의 우수고객에게 제주도 여행 상품권을 제공함

2) 돈꼬레 (东古来)

- 업태: 캐주얼 다이닝 (Casual Dining)
- 좌석 및 규모: 테이블 수 약 64개, 약 600평의 규모
- 대표메뉴: 삼겹살, 양념갈비, 돌솥비빔밥, 꼬리곰탕
- 주소: 青岛市 崂山区东海东路87号气象度假村内 东古来
- 연락처: (86) 532-8097-8899

① 한식당 개요

2006년에 개업하여 현재 총 3개의 매장을 운영 중입니다.⁽¹⁾

돈꼬레 인근에 대형 아파트 단지가 들어서고 해안가를 찾는 관광객이 증가하면서 최근에는 예약 대기기를 해야 할 정도로 문전성시를 이루고 있습니다.

특히 여름철 관광 성수기에는 대기 손님이 30명을 넘을 정도로 호황을 누리고 있습니다.

현지인에게 한국적인 맛으로 잘 알려져 있으며 서비스, 인테리어, 분위기를 모두 호평을 받고 있습니다.

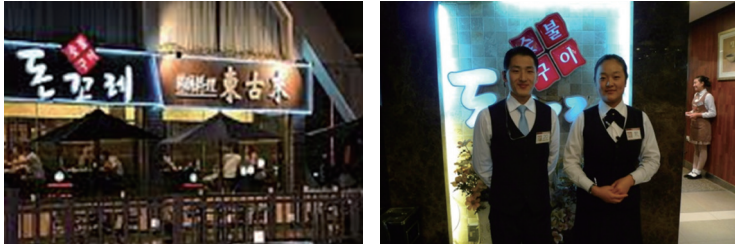
중국 최대 레스토랑 평가 사이트인 '대중점평(大众点评)'에서 칭다오에 위치한 한국의 맛집 3위로 선정되기도 했습니다.

표 6-2: 한식당 '돈꼬레' 지점 현황

지점명	주소	전화번호
동해로점 (东海路店)	(崂山区东海东路87号气象度假村内(韩国领事馆旁))	(86)532-8097-8899
성양점 (城阳店)	城阳区 礼阳路120号	(86)532-8776-8899
장성로점 (长城路店)	城阳区长城路环岛	-

(1) 노산구에 1개, 성양구에 2개의 매장을 운영 중임

그림 6-4: 한식당 '돈꼬레' 전경



② 한식당 메뉴관리

돈꼬레의 주요 인기 메뉴는 삼겹살, 양념갈비, 돌솥비빔밥, 꼬리곰탕입니다.

한국 전통의 맛을 고수하는 것을 중요시 하고 있기 때문에 특별히 한식 메뉴를 현지화 하지 않았습니다.

신(新)메뉴 개발 시 인터넷 자료 검색을 통해 인기 한식 메뉴의 조리법을 참고하여 적용하고 있습니다.

그림 6-5: 한식당 '돈꼬레' 메뉴 및 상차림



③ 한식 식재료 관리 및 유통

식재료 대부분은 칭다오에서 공급하고 있으며 인근 시장과 거래 업체를 통해 안정적으로 공급받고 있습니다.

음식 맛을 좌우하는 소금, 설탕, 간장 등 조미료와 장류, 소스류(마요네즈 등)는 한국산을 고집합니다. 그러나 최근 들어 중국 내 수입 물량이 줄어들면서 가격이 치솟아 식재료 원가 부담이 가중되고 있습니다.

④ 한식당 조리 인력 및 종업원 관리

종업원은 모두 현지인을 채용하고 있습니다.

외지인들이 현지에 정착하기 위해 일을 시작하는 경우가 대부분이기 때문에 이직률이 높은 편이며 높은 이직률 때문에 직원 관리의 큰 어려움을 겪고 있습니다.

뿐만 아니라 종업원들의 숙식을 제공해야 하기 때문에 숙식비가 인건비 부담을 가중시키고 있습니다.

종업원 채용 시 채용 관련 인터넷 사이트에 채용 공고를 내거나 신문에 구인 광고를 내서 종업원을 고용하고 있습니다.⁽¹⁾

종업원의 교육은 홀 담당 매니저가 자체 교육 매뉴얼을 제작하여 실시하고 있습니다.

⑤ 한식당 홍보/프로모션

돈꼬레 개업 초기에는 공항 인근 고속도로 대형 광고판에 1년 동안 약 3,000만 원을 들여 홍보활동을 하였습니다.

- 당시 고속도로 대형 광고판을 이용하여 식당을 홍보하는 사례는 처음이라 사람들의 이목을 끄는 데 성공함
- 최근에는 주로 지역 생활정보지나 잡지를 활용하여 홍보 활동을 하고 있음 (매달 약 7,000위안 지출)

최근 중국 방송 채널인 CCTV2, QTV에 '돈꼬레'가 방송되었으며 방송에서 '돈꼬레' 메뉴의 각종 조리법을 소개하였습니다.⁽²⁾

(1) 종업원이나 지인 또는 친구의 추천을 받기도 함

(2) 방송국 PD가 '돈꼬레'에서 식사를 한 후 방송 출연 제의를 함

3) 자하문 (紫霞门)

- 업태: 고급 식당 (Fine Dining)
- 좌석 및 규모: 좌석 수 약 350석, 약 700평의 규모, 2개 층 사용
- 대표메뉴: 인기 메뉴 위주로 구성된 할인 세트메뉴
- 주소: 青岛市 市南区香港中路6号 紫霞门
- 연락처: (86) 532-8591-8808

① 한식당 개요

자하문은 북경(北京)에 본점을 두고 있으며 칭다오 뿐만 아니라 제남(济南)과 심천(深圳)에도 지점을 보유하고 있습니다.

- 북경에 위치한 자하문 본점에는 매일 줄을 서서 기다려야 할 정도로 문전성시를 이루고 있음
- 칭다오점은 칭다오 최대 변화가인 항강중로(香港中路)에 위치하고 있으며 내부 인테리어 공사에만 7개월이 소요될 정도로 대규모로 기획됨
- 한국 전문 디자이너가 인테리어 작업을 진행하고 주요 인테리어 자재 대부분은 한국에서 공수함

중국 최대 레스토랑 평가 사이트인 '대중점평(大众点评)'에서 칭다오 소재 한국 맛집 중 1위를 차지했습니다.

한국 고유의 미가 돋보이는 인테리어와 최상의 식재료를 사용한 정통 한식 메뉴로 현지인들로부터 호평을 받고 있습니다.

그림 6-6: 한식당 '자하문' 전경



② 한식당 메뉴관리

중국인은 고기 메뉴를 주문할 때 각자 자신이 선호하는 고기를 1인분씩 시키기 때문에 고기를 구워서 제공하는 데 어려움이 많습니다.

이러한 특성을 반영하여 인기 메뉴 위주로 할인 세트메뉴를 구성하여 판매하고 있습니다.

한식은 조리사의 손맛이 모든 것을 좌우하기 때문에 표준화된 조리법을 체계화하여 조리인력에게 전수하는 데 주력하고 있습니다.

그림 6-7: 한식당 '자하문' 메뉴와 상차림



③ 한식 식재료 관리 및 유통

자하문 식재료의 대부분은 칭다오에서 수급하고 있으며 주요 거래처를 통해 안정적으로 공급받고 있습니다.

특히 고기류는 대련(大连)에 위치한 일본 흑소 농장에서 최상품을 직접 조달하고 있습니다.

소금, 설탕, 간장, 마요네즈 등 조미료와 당면, 미역, 김 등은 한국에서 조달하고 있습니다.

한국에서 조달하는 일부 식자재의 관세가 상승하여 공급 물량이 부족해지면서 식재료 원가가 급등했습니다.

④ 한식당 조리 인력 및 종업원 관리

메인 주방장은 제외하고는 모두 현지인 종업원을 채용하고 있으며 이직률이 매우 높은 편이라 직원 관리에 어려움이 있습니다.

높은 임금을 주지 않으면 쉽게 이직을 하기 때문에 월급인상, 숙식제공 및 유니폼 세탁까지 지원해 주고 있습니다.

대부분의 중국 식당의 경우 사장님이 일주일에 한번 정도 매장에 방문하지만 자하문 경영주는 매일 식당에 출근하여 직접 고기를 굽고 서빙도 하면서 술선수범하는 자세로 직원 교육을 실시하고 있습니다.

직원 교육은 고객중심 서비스 제공에 초점을 두고 정기적으로 실시하고 있습니다.

관리자에게만 잘 보이기 위해 일하는 직원들에게는 별점을 주고 있으며 손님을 위해 적극적인 자세로 일하는 직원에게는 상점을 부여하여 동기부여를 하고 있습니다.

식당에서 문제가 발생했을 때 5분 안에 해결되지 않으면 문제가 확대되기 때문에 신속하게 대응하는 요령을 메뉴얼화 하였습니다.

예를 들어 음식에서 머리카락이 나왔을 경우 관리자와 사장이 직접 손님에게 사과하고 주문한 모든 음식을 무상 제공하고 있습니다.

⑤ 한식당 홍보/프로모션

개업 초기 3개월 동안 식당을 홍보하기 위해서 고기류 메뉴를 주문하면 '1인분+1인분' 프로모션 행사를 진행하였습니다.

'1인분+1인분' 프로모션 행사에 성원이 대단하여 추가로 1개월 동안 '2인분+1인분' 행사를 진행하기도 했습니다.⁽¹⁾

현재는 한인 생활정보지, 교민신문 등을 통해 광고를 하고 있습니다.

(1) 의심이 많은 손님들은 추가 서비스로 제공되는 고기의 질이나 양에 대해 의문을 가지고 20% 가격 할인 혜택을 선택하기도 함

5.3 한식당 운영 애로사항

1) 조리 인력 및 종업원 관리의 어려움

노동법이 강화되면서 인건비가 점차 상승하여 부담으로 작용하고 있습니다. (최근 들어 약 1.5배 정도 인건비가 상승함)

뿐만 아니라 관계 법령이 강화되면서 고용관련 소송이 급증하고 있습니다. 고용 인력의 사회보장 부담금을 제때 납부하지 않으면 법적 제재를 받을 수 있어 유의해야 합니다.

최근 노동인력의 주축으로 떠오른 '1가족 1인 자녀' 세대는 힘들고 어려운 일을 하지 않으려는 성향이 강해 이직률이 매우 높은 편입니다.

또한 외식업에 종사하는 대부분의 노동자들이 청다오 외지에서 일을 찾기 위해 온 사람들이기 때문에 별도로 숙식을 제공해줘야 합니다.

이 때문에 기본 급여 외에도 추가적으로 숙식 제공에 들어가는 비용이 경영에 큰 부담으로 작용하고 있습니다.

아울러 최근에는 주위 식당들과 비교하여 급여나 복지수준이 좋지 않으면 쉽게 이직을 결정하는 경우가 증가하고 있어 직원 교육 및 관리에 어려움을 겪고 있습니다.

2) 식자재 수급의 어려움

신선 야채류의 경우 인근 농장에서 한국산 종자로 재배한 현지산을 공급받고 있으나 한식의 맛을 좌우하는 고추장, 된장, 간장 등의 소스류는 한국에서 직접 조달하고 있습니다.

최근 들어 수입 통관 절차가 까다로워지고 관세가 상승하면서 수입 식자재 가격이 폭등하여 원가 부담이 가중되고 있습니다.

3) 표준화된 조리법 부재

일부 한식당의 경우 한국인 메인 주방장이 자체적으로 한식 조리법을 표준화하여 현지인 조리인력에게 전수하고 있으나 한식 고유의 맛을 내는 데에는 한계가 있습니다. (전문 조리인력 양성 어려움)

대부분의 한식당은 체계화된 조리법이 전무한 실정이라 조리인력의 실력에 한식의 맛이 크게 좌우되고 있는 실정입니다.

칭다오 한식당의 성공요인

'경복궁'의 성공요인

- 정통 한식을 원하는 현지 수요자의 입맛에 맞게 한국 고유의 맛을 살린 음식을 선보이고 있음
 - 최근 들어 한국을 방문한 경험이 있는 사람들이 늘어나면서 한식에 대한 기대치가 높아졌으며 한국에서 맛을 본 한식 메뉴와 비슷한 것을 더욱 선호함
 - 경복궁의 주요 인기 메뉴는 삼겹살, 불고기, 비빔밥, 꼬리곰탕, 생선구이 등임
- 부설 농장에서 재배한 신선한 식재료를 사용하여 저렴한 가격에 맛있고 건강한 한식을 제공함
 - 경복궁의 특징이자 강점은 바로 한국의 식재료 종자를 이용하여 중국 현지에서 직접 재배 및 생산하고 있다는 점으로 칭다오를 포함한 인근 13개 도시 주요 유통매장과 호텔에 직접 재배한 배추로 생산한 김치를 납품하고 있음
- 체계적인 고객관리와 다양한 홍보 활동으로 고객 만족도를 높이고 있음
 - VIP 고객 관리를 위해 회원 카드를 발부하여 현재 7,000여명의 고객이 등록되어 있으며 우수 VIP 고객 중에는 100일 동안 67회 방문한 사람도 있음
 - 100명의 우수 VIP 고객을 대상으로 고객 사은 행사에서는 TV 프로그램 최고 인기 MC를 사회자로 초청하였으며 추첨을 통해 3명의 우수고객에게 제주도 여행 상품권을 제공한 바 있음

'돈포레'의 성공요인

- 지속적인 메뉴 개발을 통해 새롭고 발전된 한식을 제공하고 있음
 - 한국 전통의 맛을 고수하는 것을 중요시 하고 있기 때문에 특별히 한식 메뉴를 현화 하고 있지는 않으나 지속적으로 신(新)메뉴 개발을 하고 있으며 인터넷 자료 검색을 통해 인기 한식 메뉴의 조리법을 참고하기도 함
- 적극적인 홍보 및 프로모션 활동을 통해 인지도를 높이도록 노력하고 있음
 - 개업 초기에는 공항 인근 고속도로상의 대형 광고판에 1년 동안 약 3,000만 원을 들여 홍보활동을 하였으며 그 당시 고속도로 대형 광고판을 이용하여 식당을 홍보하는 사례는 처음이라 사람들의 이목을 끄는 데 성공함

'자하문'의 성공요인

- 현지인의 식성을 고려한 메뉴 구성을 선보이며 인기를 얻음
 - 중국인들은 음식을 주문할 때 다함께 나눠먹는 메뉴보다는 각자 다른 요리를 주문하는 경우가 많으며 한식당에서 구이용 고기를 주문할 때도 여러 가지 종류의 고기를 각자 1인분씩 주문하는 경우가 많음
 - 이러한 중국 고객의 특성을 반영하여 인기 메뉴 위주로 할인 세트메뉴를 구성함
- 철저한 고객 중심 서비스로 경쟁 업체와의 차별성을 강조함
 - 대부분의 중국 식당의 경우 대표가 일주일에 한번 정도 매장에 방문하는 반면 자하문 경영주는 매일 식당에 출근하여 직접 고기를 굽고 서빙도 하면서 솔선수범하여 직원 교육을 실시하고 있음
 - 고기 굽는 것을 번거롭게 생각하고 연기가 피어오르는 것을 좋아하지 않는 중국인들의 성향을 고려하여 종업원들이 룸 내부에 따로 마련된 공간에서 깔끔하게 고기를 구워내어 식지 않게 제공하고 있음
- 공격적인 프로모션을 통해 인지도를 향상시킴
 - 개업 초기 3개월 동안 식당을 홍보하기 위해서 고기류 메뉴를 주문하면 '1인분+1인분' 프로모션 행사를 진행하였음

칭다오

한식당 창업 · 운영 가이드북

Starting Korean Restaurant in Qingdao

초판 1쇄 발행_ 2013년 9월 30일

지은이_ 한식재단

펴낸곳_ 한식재단

연구수행기관_ 삼일회계법인

디자인_ 지음디자인스튜디오

주소_ 서울시 서초구 강남대로 27 (양재동 232) aT센터 1306호

전화_ 02-6300-2050

팩스_ 02-6300-2055

홈페이지_ www.hansik.org / www.koreanfood.net

이메일_ hansik@hansik.org

- ◆ 이 책의 판권은 한식재단에 있으며, 저작권법에 의하여 보호를 받는 저작물이므로 무단 전재 및 복제를 금합니다.
- ◆ 이 책은 농림축산식품부의 한식세계화 정책 지원으로 발간되었습니다.



농림축산식품부
Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs



한식재단
KOREAN FOOD FOUNDATION