

# 글로벌 한식당 운영 길라잡이

A Guidebook for Managing a Korean Restaurant in Hong Kong 

# 홍콩

# 「글로벌 한식당 운영 길라잡이」 발간사

「홍콩 글로벌 한식당 운영 길라잡이」를 펴내며...

지금까지는 한 나라의 경쟁력과 영향력을 이야기할 때면 국방력과 경제력을 중심으로 이야기 되었습니다. 그러나 이제는 문화와 스포츠, 콘텐츠 등 소프트파워까지도 같이 고려하여 한 나라의 글로벌 영향력을 측정하는 시대가 되었습니다.

이러한 국제적인 추세를 입증하듯이 최근 우리나라는 한류로 일컬어지는 국내 콘텐츠 수출이 꾸준히 증가하고 있고 이에 힘입어 문화강국으로 자리잡아가고 있습니다. 또한 한류를 구성하는 중요한 요소 중 하나인 우리네 먹거리와 음식문화도 이러한 흐름에 있어 중요한 역할을 하고 있습니다.

특히, 최근에는 비빔밥, 불고기 등 전통적으로 인기가 있는 음식뿐만 아니라 모던한식에 이르기까지 다양한 형태의 먹거리들이 해외에 진출하고 하고 있습니다. 이러한 시장의 변화에 따라 농림축산식품부와 한식재단에서는 글로벌 외식시장에서 한식당의 운영과 국내 외식기업들의 신규 시장개척에 도움이 되고자 글로벌 거점도시들의 외식시장과 한식산업에 대한 조사를 실시하였습니다.

이 길라잡이는 다음과 같이 구성되어 있습니다. 서두에서 홍콩의 외식산업의 현황과 상권 등 사업 환경에 대한 정보를 담고 있으며, 이어서 홍콩에서 한식당을 창업하실 때 어떤 것들을 고려하셔야 하는지와 마지막으로 한식당을 운영하실 때 점검사항 중 핵심만 묶어 보았습니다.

이 조사결과가 글로벌 거점도시에서 한식당을 운영 중이시거나 또는 앞으로 운영하고자하는 분들께 작은 길잡이가 되길 기대합니다.

감사합니다.

2015년 6월 한식재단 이사장

# CONTENTS

## I. 시장환경

### 1. 일반현황

1.1 도시개황	8
1.2 사회·문화적 환경	
1) 인종 구성 및 언어	9
2) 종교적 배경	10
3) 사회·문화적 특성	10

### 1.3 음식문화

1) 주식 및 식습관	13
2) 전통음식	14

### 2. 거시환경 분석

#### 2.1 정책적 환경

1) 경제 활성화 정책	15
2) 투자 정책	16
3) 이민 정책	17
4) 식품 및 외식산업 정책	18

#### 2.2 경제적 환경

1) 경제 규모	20
2) 외국인 투자 유치	21
3) 물가 상승률 변화	22
4) 가치분소득 변화 및 식음료 지출	23
5) 경제 동향	24

### 3. 외식시장 현황

#### 3.1 시장에 대한 이해

1) 외식시장 규모	28
2) 외식시장 트렌드	31

#### 3.2 고객에 대한 이해

1) 소비 특성	35
2) 외식소비 특성	38
3) 외식소비 심층분석	41

#### 3.3 경쟁자에 대한 이해

1) 에스닉별 점유율	43
2) 주요 에스닉 식당 진출 현황	45
3) 주요 에스닉 식당 소개	47

#### 3.4 외식상권에 대한 이해

1) 주요 상권 특성	51
2) 상권별 유동인구 특성	62

#### 3.5 한식산업에 대한 이해

1) 한인사회 현황	68
2) 한식당 진출 현황	69
3) 한식소비 심층분석	73

## II. 한식당 설립 가이드

### 1. 한식당 설립 실무 정보

#### 1.1 사업자 등록 절차

1) 개인 사업자	83
2) 법인 사업자	84

#### 1.2 설립 주요 실무 정보

1) 인허가 요건 및 관련 법규	88
2) 임대차 계약 절차 및 관행	90
3) 영업시설의 공통기준	95
4) 노동법, 고용법 관련 유의사항	98
5) 세무 관련 정보	103
6) 수입/통관 관련 정보	113

#### 1.3 기타정보

1) 거주허가 비자	124
2) 금융 서비스	130
3) 지원기관 및 분야별 전문업체 정보	131



# I. 홍콩(Hong Kong) 시장환경

## 1. 일반현황

1.1 도시개황	8
1.2 사회·문화적 환경	
1) 인종 구성 및 언어	9
2) 종교적 배경	10
3) 사회·문화적 특성	10
1.3 음식문화	
1) 주식 및 식습관	13
2) 전통음식	14

## 2. 거시환경 분석

2.1 정책적 환경	
1) 경제 활성화 정책	15
2) 투자 정책	16
3) 이민 정책	17
4) 식품 및 외식산업 정책	18
2.2 경제적 환경	
1) 경제 규모	20
2) 외국인 투자 유치	21
3) 물가 상승률 변화	22
4) 가치분소득 변화 및 식음료 지출	23
5) 경제 동향	24

## 3. 외식시장 현황

3.1 시장에 대한 이해	
1) 외식시장 규모	28
2) 외식시장 트렌드	31
3.2 고객에 대한 이해	
1) 소비 특성	35
2) 외식소비 특성	38
3) 외식소비 심층분석	41
3.3 경쟁자에 대한 이해	
1) 에스닉별 점유율	43
2) 주요 에스닉 식당 진출 현황	45
3) 주요 에스닉 식당 소개	47
3.4 외식상권에 대한 이해	
1) 주요 상권 특성	51
2) 상권별 유동인구 특성	62
3.5 한식산업에 대한 이해	
1) 한인사회 현황	68
2) 한식당 진출 현황	69
3) 한식소비 심층분석	73

## 1. 일반현황

### 1.1 도시개황

홍콩은 광둥성 남동부에 위치한 중국의 행정구역으로 정식 명칭은 '중화인민공화국 홍콩특별행정구'입니다.

홍콩의 면적은 1,104km<sup>2</sup>로 서울의 약 1.8배입니다. 이곳은 중국 개혁개방 과정에서 가장 중요한 역할을 담당했던 창구였고, 지금도 핵심적인 역할을 맡고 있습니다.

홍콩은 국제적으로 몇 손가락 안에 꼽히는 대도시이자 자유무역항이며 국제금융의 중심지입니다.

홍콩의 주권은 19세기 아편전쟁으로 인해 체결되었던 난징조약에 의해 영국에 넘어갔다가 1997년 다시 중국으로 반환되었습니다.

이러한 역사적 배경 하에 홍콩은 '일국양제(하나의 국가 안에 두 가지 체제가 공존하는 체제)'를 채택하고 있습니다. 일국양제에 따라 중국 중앙정부가 국방 및 외교를 관장하고 있으며, 홍콩 정부는 행정·입법·사법권을 지니고 있습니다.

2014년 홍콩 행정수반을 뽑는 선거방식을 바꾸려는 시도가 있었습니다. 이것이 홍콩의 정치상황에 중국 정부가 영향력을 행사하려는 시도로 비춰지면서, 2014년 9월 시민들이 대규모 시위를 하는 갈등 상황이 벌어지기도 했습니다.



2013년 홍콩의 인구는 723만 명이며, 방문객 수는 전년 동기 대비 11.7% 증가한 5,430만 명을 기록했습니다.

## 1.2 사회·문화적 환경

### 1) 인종 구성 및 언어

홍콩의 인구는 대다수가 중국인들로 구성되어 있습니다.

2011년 기준 홍콩 인구 가운데 93.1%가 중국인이고 1.9%가 인도인, 1.9%가 필리핀인이며, 나머지는 기타 인종입니다.



사용되고 있는 언어의 비율 역시 이러한 인종구성과 유사하게 나타났습니다. 중국어가 가장 널리 쓰이고 있었고, 그 가운데 특히 광둥어(Cantonese)가 많이 쓰이고 있습니다.

광둥어는 홍콩의 공용어로 2011년 기준 89.5%의 홍콩 사람들이 사용하고 있는 언어입니다. 다른 하나의 공용어는 영어로 3.5%의 사람들이 사용하고 있습니다.

보통화(Putonghua)라고도 불리는 중국의 표준어인 만다린어(Mandarin)는 1.4%의 사람들이 사용하며, 기타 중국방언은 4%, 기타 외국어는 1.6%의 사람들이 사용하고 있습니다.

홍콩 시민들의 90%는 광둥어를 사용하기 때문에 간단한 광둥어는 기본적으로 배워두는 것이 좋습니다.

다만 북경어(일반적 중국어, 만다린)의 성조가 4개인데 반해 광둥어는 성조가 9개나 있어, 까다로운 발음으로 인해 배우기가 쉽지 않다는 특징이 있습니다.

## 2) 종교적 배경

홍콩은 법적으로 종교의 자유가 보장되어 있습니다.

2012년 12월 기준 종교인의 구성은 불교·도교 34%, 기독교 4%, 천주교 3%, 이슬람교 1%, 소수 종교 1%로 이루어져 있습니다. 나머지 57%의 사람들은 무교 성향을 보였습니다.

중국에서는 법에 따라 종교활동이 관리되고 있으나 홍콩에서는 엄격한 규제가 없습니다.

일례로 1999년 중국에선 파룬궁이 금지되었지만, 홍콩에는 아직까지 신봉자들이 남아있습니다. 마찬가지로 중국 정부는 가톨릭 신자들을 엄격하게 통제하지만 홍콩에서는 신자들이 자유롭게 활동하고 있습니다.



사진 1-1 홍콩의 파룬궁 운동

## 3) 사회·문화적 특성

홍콩은 부동산 임대료가 비싼 지역으로 유명합니다. 특히 '프라임 지역'으로 불리는 최우수 상권의 임대료 인상이 두드러지고 있습니다.

또한 최근 중국 중앙정부의 인구정책과 맞물려 '엔젤산업'이라 불리는 영유아용품 산업의 높은 성장이 나타나고 있습니다. 이는 단순히 정책적인 효과뿐만 아니라 홍콩을 방문한 중국인의 소득 증가에 따른 구매 증가, 영유아 제품에 대한 안전 및 위생 관련 인식 개선 등의 총체적인 영향으로 분석됩니다.



### ① 프라임 지역의 부동산 임대료 인상

홍콩의 부동산 임대료는 세계 최고 수준입니다.

홍콩의 높은 부동산 임대료는 기업의 진출 장애요인이 되고 있습니다. 임대료 상승은 홍콩에서 매우 흔한 일입니다. 일반적으로 2~3년 임차 후 리모델링을 하고, 임대료를 30~50% 인상합니다.

그러나 최근 프라임 지역(최우수 상권)의 경우 80~100% 수준으로 임대료를 인상했고, 심하게는 120%까지 인상하기도 했습니다. 이에 다수의 브랜드가 상점을 옮기는 일이 있었습니다.

급격한 임대료 인상의 원인으로 '넘치는 수요와 한정된 공급'이 꼽힙니다.

특히 프라임 지역으로 불리는 4개 지역(센트럴, 코즈웨이베이, 침사추이, 몽콕)은 2010년, 2011년 해마다 15%~20% 상승세를 보인 것으로 나타났습니다. 그러나 해외 유명 글로벌 브랜드들은 홍콩을 중국시장에 진출하는 주요 창구로 이용하고 있어 좋은 자리가 있다면 높은 임대료를 마다하지 않고 입찰에 참여하고 있습니다.

해외 글로벌 브랜드들은 임대료를 대중 마케팅 비용으로 고려하기 때문에 고가의 입찰을 통해 기존에 입점해있는 상점을 밀어내고 있습니다.

특히 유동인구가 많은 곳에 있는 2만~3만 평방피트의 대형 매장 수요가 높습니다. 이런 자리의 공급은 매우 한정돼 있기 때문에 임대료가 지속적으로 올라갑니다.

예를 들어 사무실이 밀집해 있는 센트럴, 완차이, 어드머럴티 지역의 경우 사무환경이 우수하기 때문에 기업들의 수요가 꾸준하여 금융위기에도 불구하고 임대료의 하락폭이 크지 않았습니다.

② 산아제한정책 완화로 인한 '엔젤산업' 성장

중국 중앙정부의 산아제한정책 완화로 인해 흔히 '엔젤산업'이라 불리는 영유아용품 산업이 홍콩 내에서 크게 성장할 것으로 전망됩니다.

2014년 5월 중국은 '단독 두 자녀' 정책을 시행하기 시작했습니다.

단독 두 자녀 정책은 부부 가운데 한 명이 외동일 경우 자녀 2명까지 출산을 허용하는 정책입니다. 중국의 산아제한정책 완화 및 중국인의 고품질 제품 선호 현상을 감안할 때, 홍콩 내 유아용품(식품, 기저귀, 피부용품 등) 산업은 꾸준히 성장할 것으로 기대됩니다.



홍콩에 상장된 중국 본토의 유아·아동용품 관련 주식은 최근 높은 성장세를 보이고 있습니다.

2012년 기준 홍콩 유아용품 판매액은 전년 대비 4% 성장해 4억 달러를 기록했습니다. 2013년 8월 대비 2014년 8월에는 모든 브랜드의 주가가 10% 이상 상승했으며 20% 상승한 브랜드도 있었습니다.

홍콩에서는 친환경으로 포장된 여러 종류의 유아용품 선호도가 높은 편입니다.

중국 본토인은 홍콩의 제품은 안전하고 품질이 더 높은 것으로 인식하고 있어 많은 중국 본토 관광객이 구매에 앞장서고 있습니다. 2012년 홍콩 유아용품 시장은 출산율 저하로 성장이 완만한 편이었으나, 2013~2014년도에는 높은 성장률을 보일 것으로 예상됩니다.

그림 1-2 홍콩 유아용품 시장규모 (USD Million)			출처: Euromonitor
구분	2010	2011	2012
유아용품	3,639	3,842	4,002

\* 산업 영역은 분유 등 식품, 기저귀, 피부 관련 용품 등을 포함하고 있습니다.

## 1.3 음식문화

### 1) 주식 및 식습관

홍콩에는 서양과 동양의 식문화가 혼재되어 있습니다.

동양권이지만 쌀류를 아예 안 먹는 사람도 있으며 영국 문화의 영향을 받아 발달한 홍차 문화도 있습니다. 가공류 소비가 많으며 담백한 해산물, 탕류를 즐깁니다.

홍콩 사람들은 재료의 고유한 맛을 살리고 영양소 파괴를 최소화하기 위해서 주로 찌는 방법으로 음식을 조리합니다. 일반적으로 굽거나, 볶고, 튀기는 방법을 잘 사용하지 않습니다.

가정에서 조미료를 가급적 사용하지 않으며, 음식점에도 조미료를 넣지 않은 음식들은 따로 표시되어 있습니다.

홍콩에는 차와 간단한 요리를 즐기는 문화가 있어 홍콩 사람들은 하루에도 여러 번 다과를 즐깁니다.

한국인들이 술 한 잔 하자는 인사를 한다면, 홍콩 사람들은 “암차(飲茶)” 한 번 같이 하자고 합니다.

암차를 글자 그대로 번역하면 차(茶)를 마시다(飲)입니다. 하지만 암차라고 하는 행위는 차와 함께 다양하게 준비된 간단한 요리 즉, 딤섬을 느긋하게 즐기는 과정을 총칭한다고 보는 게 좋습니다.



사진 1-2 홍콩의 먹거리



사진 1-3 암차 전문 카페

## 2) 전통음식

### ① 딤섬(Dimsum)

딤섬은 홍콩 및 중국 광둥지방의 음식으로 차를 마시며 함께 먹는 전채요리이지만 후식으로 먹기에도 적합합니다. 딤섬은 그 종류가 헤아릴 수 없이 많습니다. 단팥이 듬뿍 든 찹빵부터 담백한 어묵, 작은 만두, 떡, 꽃모양의 새우살, 국수말이까지 이 모든 것을 딤섬이라고 부릅니다. 딤섬은 보통 대나무로 만든 둥근 찜통에 넣어 증기로 익혀냅니다.



사진 1-4 딤섬



### ② 밀크티(Milk Tea)

홍차에 우유를 부어 만든 밀크티는 단순한 음료를 넘어 홍콩을 상징하는 문화적 산물입니다. 한국인이 해외에서 김치(찌개)를 먹고 싶어하듯이 홍콩 사람들은 밀크티를 그리워합니다.

사진 1-5 밀크티

### ③ 폰초이(Poon Choi)

폰초이는 큰 그릇에 소고기, 돼지고기 등 각종 고기와 새우, 게, 버섯, 무 등을 층층이 쌓아놓고 나눠 먹는 요리입니다. 보통 1층에는 새우, 닭고기가 올라가고, 2층에는 어묵, 버섯, 3층에는 삼겹살집, 4층에는 오징어, 바닥에는 무, 돼지 껍데기 등이 깔립니다.

본래 폰초이는 성곽마을에 살던 홍콩 초기 정착민들이 산적과 호랑이를 막기 위해 성벽을 쌓고 공동체 생활을 하면서 만들어 먹었던 음식입니다. 재료를 섞지 않고 한 번에 한 층의 음식을 먹는 것이 특징이며, 홍콩만의 독특한 음식 문화로 무형문화재로도 등재되어 있습니다.



사진 1-6 폰초이

## 2. 거시환경 분석

### 2.1 정책적 환경

#### 1) 경제 활성화 정책

홍콩 정부는 경제정책의 최우선 조건으로 “국제경쟁력 강화”를 내걸고 있습니다.

국제 경쟁력 강화를 위한 홍콩 정부의 노력으로 미국 헤리티지 재단이 발표하는 세계 각국의 경제자유도 평가에서 홍콩은 2012년까지 18년간 연속으로 세계 1위를 차지하는 성과를 올렸습니다. 홍콩은 또한 세계 1위의 자유 경제권 및 세계 최고의 비즈니스 환경으로도 선정되었습니다.

이러한 결실의 연장선에서 홍콩을 홍콩-마카오-광둥성의 경제 특별협력구로 묶으려는 계획이 2015년 현재 진행 중입니다.



사진 1-3 홍콩-마카오-주하이 대교 모형도  
출처: Chinahome

정부는 2008년 7월 홍콩-마카오-주하이 대교 건설의 부담금과 예산을 확정했고 2015년 완공을 목표로 2010년 착공했습니다. 이로써 광둥성의 ‘하드웨어(값싼 노동력과 제조업, 풍부한 개발지)’와 홍콩의 ‘소프트웨어(선진 노하우, 풍부한 자금, 고급 전문인력)’가 조화를 이루어 초대형 통합경제구역으로 거듭날 날이 머지 않은 것으로 보입니다.

한국 기업들에게는 홍콩-광둥성 비즈니스 기회가 더욱 확대될 것으로 전망되며, 특히 홍콩을 통한 중국 진출이 더욱 활발해질 것으로 보입니다.

홍콩-중국 간 경제협력협약(CEPA, Closer Economic Partnership Arrangement)의 목적 가운데 하나는 해외 진출을 목적으로 하는 중국기업의 지원자 역할을 하는 것입니다.

홍콩은 중국 남부 9개 도시와 홍콩, 마카오를 묶는 단일 경제권을 이용하여 중국에 진출하려는 해외 다국적 기업, 혹은 해외로 나가려는 중국 기업을 지원하는 교두보 역할도 견지해 나가고자 합니다. 이에 2008년 1월에 중국-홍콩간 이중과세 방지협정(DTA) 2차 수정안에 합의했으며, 2012년 6월에는 CEPA 9차 보충안을 체결하여 양국 간 서비스업 교류 활성화를 더욱 촉진시켰습니다.

## 2) 투자 정책

홍콩은 철저한 자유경제 원칙에 입각하고 있는 지역입니다. 따라서 외국인 투자에 대한 특별한 우대 조치를 실시하고 있지 않으며, 대신 엄격한 규제도 없습니다.

홍콩에는 「외국인투자유치법」이 없습니다. 심지어 홍콩 기업의 해외 투자는 물론 외국기업의 홍콩 투자에 대해 기초통계조차 관리하지 않을 정도로 자본 출입에 대한 관리가 자유롭습니다. 홍콩 정부는 시장의 경쟁에 모든 것을 맡기는 경제원칙을 채택하고 있어 외국기업과 국내기업을 차별하여 관리하지 않고 있습니다.

홍콩 정부는 외국기업에게 인센티브를 제공하지 않는 대신 국내기업과 차별없이 동일한 조건 하에 사업할 수 있는 환경을 조성하고 있으며, 사업 환경 자체를 세계적인 수준으로 유지하고자 노력하고 있습니다.

이러한 노력의 일환으로 2008년 2월 법인세를 17.5%에서 16.5%로 인하했으며, 개인 소득세도 1% 인하하여 15%로 책정했습니다. 이어 와인세를 철폐하고 30도 이하의 알코올에 관세율 0%를 적용하는 법규를 제정했습니다.

홍콩 정부는 제도 개선을 통해 투자 환경을 업그레이드하면서 전세계 기업들에게 필수 투자 진출 지역으로 인식되고 있습니다.

홍콩은 원칙적으로 투자에 있어 외국인과 내국인의 차별이 없습니다. 외국인과 내국인 모두에게 해당하는 투자 제한 분야는 다음과 같습니다.

- 우편, 철도, 수도 등 공익사업 분야
- 위험업종, 공해업종, 공중위생업종(관련 부서 허가 필요)

한편 홍콩은 IT, 문화콘텐츠 등의 기술 집약 산업에 대한 투자유치 노력을 강화하고 있습니다.

이에 기술 집약적 상품 개발을 위한 R&D와 IT, 문화콘텐츠 산업 관련 기업들을 Hong Kong Science Park, InnoCentre Center, Cyberport 등에 집중시켜 효율 증대를 도모하고 있습니다.

### 3) 이민 정책

홍콩은 국제도시로서의 명성에 걸맞게 외국에 대한 취업 비자 발급 및 이민 정책에 있어 유연한 입장을 견지하고 있습니다.

특히 홍콩의 경쟁력 향상 차원에서 자격을 갖춘 고급 외국 인력에 대해 폭넓은 문호개방 혜택을 주고 있습니다. 홍콩은 7년간 홍콩에 거주할 경우 영주자격(Permanent Resident Permit)을 부여하고 있습니다.



투자 이민의 경우 본래 1,000만 홍콩달러(약 14억 원)를 투자하고 7년 이상 해당 자산을 보유하는 외국인(마카오 및 대만 거주민, 해외영주권을 소유한 중국인)은 홍콩 영구비자를 발급받을 수 있게 되어 있었으나, 2015년 1월 홍콩은 투자 이민 정책을 일시 중단했습니다.

이는 최근 중국 본토인을 중심으로 이민 신청 숫자가 급격히 늘어난 데 따른 조치로 향후 완화될 가능성이 있습니다. 외부 자본을 유치하기 위해 지난 2003년부터 시작한 투자 이민 정책은 주로 부유한 중국 본토인이 홍콩 영주권을 얻기 위한 방법으로 이용됐습니다.

실제 이 제도로 홍콩 영주권을 얻은 사람 가운데 90%는 본토인일 정도로 중국인이 최대 수혜자로 지목됩니다.

그러나 유입 본토인들의 과도한 부동산 매입, 쇼핑 행각 등으로 집값, 물가가 오르며 홍콩인들의 불만이 쏟아짐에 따라 해당 정책은 중단되었으며, 당분간 이 중단 조치가 이어질 것으로 전망됩니다.

#### 4) 식품 및 외식산업 정책

홍콩은 식품 안전을 위해 정책적 노력을 기울이고 있습니다.

2007년 중국발 식품안전과 관련된 사건들이 연이어 일어난 후 식품안전 규정과 정책에 대한 준비를 요구하는 목소리가 커졌습니다.

이에 홍콩 정부는 포장식품 라벨 및 영양 표시를 의무화함으로써 국민의 요구에 부응하고자 하고 있습니다.

2010년 7월 1일부터 Food and Drugs Regulation 2008이 시행되었습니다. 이를 통해 홍콩에서 판매되는 일반 포장식품에 대해 열량 및 7가지 영양소(단백질, 탄수화물, 지방, 포화지방, 트랜스지방, 나트륨, 당분) 표시가 의무화되었습니다.

이 법률은 소비자에게 식품 선택을 위한 정보를 제공하고, 식품 제조업체로 하여금 적절한 원칙에 따라 영양성분을 포함하는 제조방식을 장려하며, 사기 및 소비자 기만행위 단속을 위해 제정되었습니다.



한편 홍콩에서는 GM식품(유전자 조작 식품)을 대상으로 사전 안전성 평가제도를 도입할 예정입니다.

홍콩은 자체적으로 GM작물이나 가축을 생산한 일이 전무합니다. 홍콩의 식품소비자는 전면적으로 수입에 의존하기 때문에 해외 수입식품의 유전자 조작 여부는 과거부터 큰 이슈였습니다.

홍콩 정부는 아직 국제적 합의 부재를 이유로 유전자 조작 식품과 일반식품에 법적 차별성을 두지 않고 있습니다.

현재 법적 구속력이 없는 'GM식품 자율 라벨링 지침'이 유일한 GM식품 관련 식품안전청(CFS)의 규제 조치입니다.

홍콩 식품안전청은 GM푸드의 안전성 검사를 철저히 하고 허가받지 않은 GM식품의 시장 진입을 방지하기 위해 GM식품 시장진입 전 등록을 위한 법안인 '사전 안전성 평가 제도(PMSAS)' 도입을 제안했습니다.

이 법에 따르면 GM식품 개발자는 홍콩에서 GM성분이 포함된 식품을 판매하려면 식품안전청에 지원서와 관련 서류를 제출해야 합니다.

등록 허가를 요청한 GM식품은 홍콩에 판매되기 전에 국제식품규격(Codex)에 적합한지 안전성 평가를 거쳐야 합니다.

식품안전청은 평가절차 후 승인된 GM식품 목록을 작성해 대중과 무역 관련업 종사자들을 위해 홈페이지에 게시합니다.

식품 제조업자와 수입업자는 상시 이 목록을 확인해 그들의 제품에 승인된 GM식품이 포함돼 있는지 확인해야 합니다.



## 2.2 경제적 환경

### 1) 경제 규모

2013년 기준 홍콩의 GDP는 2,721억 달러(약 305조 4,595억 원)였습니다.

GDP 성장률은 2.9%로 2012년의 1.5% 비해 괄목할 만한 성장을 보였습니다. 2013년 1인당 GDP는 37,900달러(약 4,254만 6,540원)였습니다.

홍콩은 서비스 산업 주도의 경제 구조를 지니고 있어 GDP의 대부분은 서비스 산업으로부터 창출됩니다.

2012년 기준 전체 GDP에서 서비스업이 차지하는 비율은 93%, 제조업이 차지하는 비율은 1.5%였습니다.

홍콩의 서비스 산업은 1980년대 이후 지속적으로 확대돼 전체 GDP에서 차지하는 비중이 1980년 67.5%에서 2012년 93%로 크게 상승했습니다. 반면 제조업의 GDP 비중은 같은 기간 23.7%에서 1.5%로 하락해 현재 홍콩 경제에서 미미한 역할을 맡고 있습니다.

1980년부터 2012년까지 고용이 170만 명 가량 증가했는데 이 기간 동안 서비스 산업에서 235만 명이 증가했고 제조업에서 73만 명이 감소했습니다. 이를 통해 양질의 일자리를 창출하고 부가가치가 높은 효율적인 서비스 산업이 떠오르고 있음을 알 수 있습니다.



## 2) 외국인 투자 유치

2013년 기준 홍콩에 유입된 외국인 직접투자(FDI)는 766억 달러(약 86조 원)로 세계 5위를 기록하고 있습니다.

또한 국내총생산(GDP) 대비 FDI는 28%로 세계에서 가장 높은 수준입니다.

2011년 홍콩에서 운영 중인 외국기업은 6,948개사이며 2010년 대비 5.6% 증가했습니다.

세부적으로는 지역본부 1,340개사, 지역사무소 2,412개사, 지사 3,196개사로 구분됩니다. 홍콩에서 운영 중인 다국적 기업의 지역본부는 미국(315개사), 일본(222개사), 영국(117개사)이 상위 3개국이며, 사업 분야로는 도소매와 무역, 비즈니스 서비스, 운송 및 관련 서비스가 상위 3개 분야로 나타났습니다. 국제금융의 중심인 홍콩에는 세계 40개국으로부터 은행(사무소 포함) 400여 개, 증권사 321개가 진출해 있으며, 특히 세계 100대 은행 중 79개가 홍콩 현지법인을 운영 중에 있습니다. 아울러 1,608개 펀드가 1,830억 달러의 자금을 운용하는 아시아 펀드 매니지먼트의 중심이며 1,111개 펀드가 140억 달러 이상의 자금을 관리하는 아시아 최대 벤처 캐피탈의 중심이기도 합니다.

홍콩 내 외국계 기업의 회사설립은 계속하여 증가 추세에 있습니다.

이는 CEPA협정의 역할이 큰 것으로 평가됩니다. CEPA 협정 하에서 외국 기업이 홍콩 기업으로 인정될 경우 중국시장 진출에 수혜를 입을 수 있기 때문입니다.

한편, 중국 기업들의 홍콩 투자도 지속적인 증가 추세입니다.

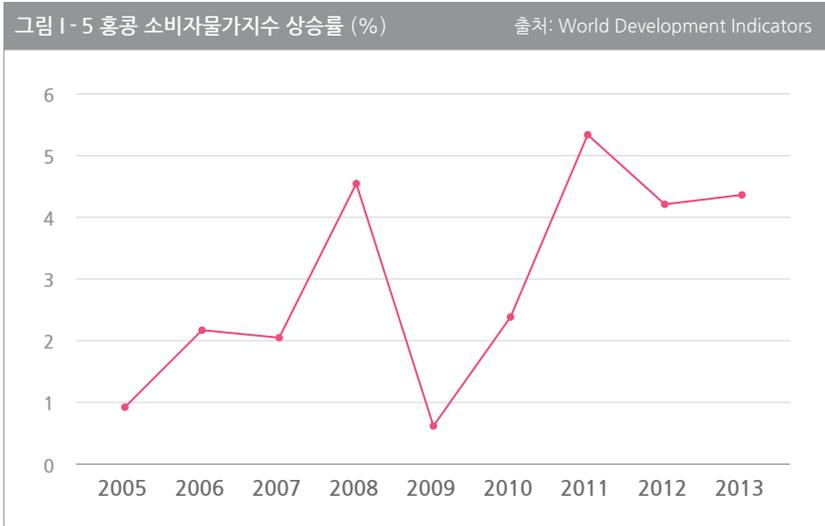
중국 중앙정부에 집중되어 있던 각종 인허가권이 지방정부로 이양되면서 중국 기업의 홍콩에 대한 투자가 한결 쉬워졌습니다. 이에 따라 홍콩을 전초기지로 하여 글로벌 기업으로 도약하려는 중국 기업들의 투자가 늘어나고 있습니다.

### 3) 물가 상승률 변화

홍콩에서는 2010년부터 본격화된 경기회복과 함께 물가가 상승해왔습니다.

2009년 0.5%이던 물가상승률은 2010년, 2011년, 2012년, 2013년 각각 2.4%, 5.3%, 4.1%, 4.3%를 기록했습니다.

2014년 상반기 홍콩의 물가상승률은 3.6%인 것으로 확인되었습니다.



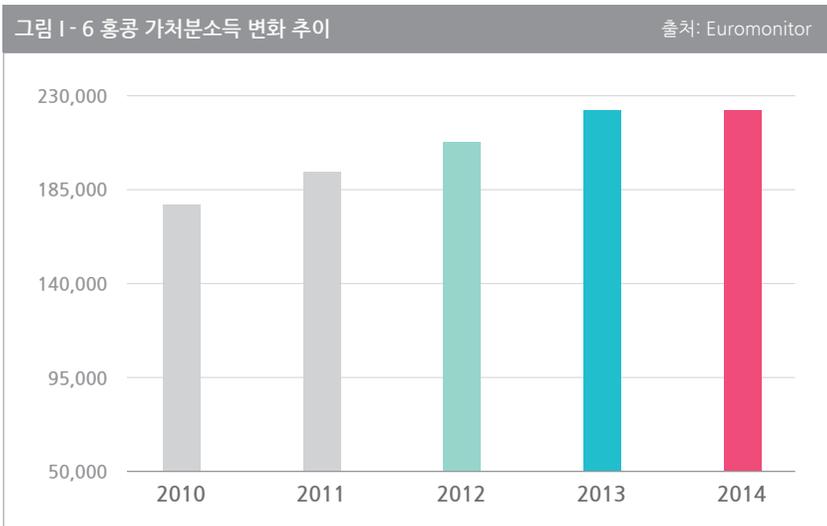
홍콩 정부는 중국 경제성장 속도와 수입품 가격 상승의 둔화로 물가상승률은 단기적 안정세를 유지할 것으로 전망하고 있습니다.

그러나 글로벌 유동자금이 풍부한 상황에서는 국제 식료품 및 상품가격이 쉽게 인상될 수 있어 향후 물가상승으로 이어질 수 있는 위험요소로 지적되기도 합니다.

#### 4) 가처분소득 변화 및 식음료 지출

2014년 홍콩의 가처분소득은 약 2,237억 1780만 달러(약 251조 1,456억 원)로 추산됩니다.

최근 5년간 홍콩의 가처분소득은 연평균 5%의 성장을 보여왔습니다. 2014년 1인당 가처분소득은 약 30,430달러(약 3,416만 원)가 될 것으로 예측됩니다. 2014년 홍콩 전체의 식품산업 규모는 263억 8,220만 달러(약 29조 6,167억 원)였습니다. 이는 전체 가처분소득의 12%에 달하는 수치였습니다.



가처분소득의 증가를 위해 홍콩 정부는 최저임금 인상안을 고려하고 있습니다.

정부 자문기관인 홍콩 최저임금위원회는 2015년 5월부터 홍콩의 최저 임금을 시간당 기준의 30홍콩달러(약 4,340원)에서 6.7~10% 오른 32~33홍콩달러(약 4,630~4,774원)로 끌어올리는 방안을 검토하고 있습니다.

이로 인해 가처분소득이 증가하여 소비가 늘고 기업 이익이 올라가는 선순환이 기대됩니다.

## 5) 경제 동향

홍콩의 경제성장률은 2010년 6.8%에 이어 2011년에도 4.9%로 강세를 유지했으나, 국제 경기 악화로 인해 2012년 성장률은 1.5%에 머물렀습니다.

홍콩 정부가 시행한 경제 활성화 정책에 힘입어 2013년 경제성장률은 2.9%였습니다. 그러나 2014년에는 반중 시위의 타격으로 인해 성장률이 2.3%에 머물렀습니다.

2010년 2분기에 다소 상승했던 실업률은 꾸준한 경기회복과 함께 완화되어 2010년 전체 실업률은 4.4%를 기록했습니다.

2011년 들어선 경제 활황 덕분에 실업률이 3.4%로 감소했으며, 2012년에도 감소세를 이어나가 3.3%로 집계되었습니다. 2013년의 실업률은 전년도와 동일하게 3.3%가 유지되었고, 2014년 상반기 실업률은 3.2%로 미미하게 감소한 모습이 나타났습니다.

**홍콩달러는 미화 1달러 대비 7.75~7.85홍콩달러(약 1,100원) 수준으로 고정되어 있습니다.**

2014년 미국의 경기 회복 영향으로 달러 강세가 이어져 이와 함께 홍콩달러도 동시에 강세를 보였습니다. 미국 달러화에 고정된 페그제(고정환율제)를 채택하고 있는 홍콩이 자국 통화가 페그 상단까지 치솟자 2012년 말 이후 처음으로 시장 개입에 나섰습니다. 이로 인해 홍콩달러 강세는 다소 누그러지고 있습니다. 홍콩에서 중앙은행 역할을 하는 홍콩통화청(HKMA)은 2014년 7월 1일 하루동안 약 21억 달러의 미국 달러화를 매입하여 환율을 방어했습니다.

**2009, 2010년에 걸쳐 활기를 보였던 홍콩의 무역은 글로벌 경기 침체와 함께 저조해지고 있습니다.**

2011년 수출, 수입액은 각각 전년 대비 10.1%, 11.9%의 증가율을 보였으나, 2012년 1~10월에는 전년 대비 수출 1%, 수입 2.6%, 총 무역액 1.8%의 소폭 성장에 그쳤습니다. 2013년 상반기에는 전년 대비 수출 4%, 수입 4.9%, 총 무역액 4.4%의 증가율을 기록했습니다.

홍콩에서는 금리 상승과 주택 수요 감소로 인해 상당한 부동산 시장 위축이 있을 것으로 진단되고 있습니다.

영국의 투자은행 바클레이즈에 따르면 홍콩은 1998년 아시아 외환위기 때 경험했던 부동산 시장 위축을 다시 한 번 겪을 것으로 진단됩니다. 이들의 전망에 따르면 홍콩의 부동산 가격은 2015년 말까지 30% 이상 크게 하락할 것으로 보입니다.

한편 2013년 10월 1일부로 시행된 중국의 새로운 여행법(취요우 법)에 의해 홍콩 관광객들의 소비증가폭이 둔화될 우려가 있습니다.

개정된 중국의 여행법은 관광보다는 쇼핑을 유도하는 저가 패키지 상품에 제동을 걸겠다는 목적으로, 사전에 공지가 안 된 단체쇼핑과 옵션관광을 제한한다는 내용을 골자로 하고 있습니다.

이에 따라 여행사들은 쇼핑매장과 식당에서 받던 수수료로 이윤을 남기기 힘들어지게 됐습니다. 따라서 홍콩 여행상품 가격이 큰 폭으로 상승하게 됐고, 이로 인해 국경절(중화인민공화국 건국기념일) 연휴 기간 홍콩을 찾는 중국 관광객이 작년보다 30% 감소하였습니다.

단, 명품 가방 등 럭셔리 제품을 구매하러 오는 소비력이 큰 중국 관광객들에게는 개정된 여행법의 영향력이 제한적일 것으로 보입니다.



사진 1-7 명품 구매를 위해 줄 서 있는 중국 관광객



사진 I-8 홍콩 민주시위 현장

2014년 9월 시작된 홍콩의 민주시위에 의해 홍콩의 소비시장이 다소 위축되었습니다.

미국 경제 전문채널 CNBC에 따르면 홍콩의 민주시위는 홍콩의 중국 귀속 이후 계속 쌓여온 중국 경제정책에 대한 홍콩 시민들의 불만이 근본적 원인인 것으로 보입니다. 이에 세계 금융 산업 허브인 홍콩의 미래가 어두워질 가능성이 제기되고 있습니다.

CNBC는 수십 년간 이어져온 홍콩 시민들의 경제적 엘리트 의식이 최근 중국의 각종 규제로 인해 상처 입었다고 지적했습니다. 중국의 자본통제 수위가 높아지면서 홍콩 시민들은 중국이 약속한 '일국양제(一國兩制, 한 나라 두 체제)'가 심각한 도전을 받고 있다고 느끼게 된 것입니다.

게다가 투자 이민 정책에 의해 중국 본토인이 홍콩으로 대거 이주해오면서 홍콩의 부동산 가격이 뛰고 인구밀도가 높아져 홍콩 주민들의 불만이 큼니다. 홍콩이 아닌 상해 등 다른 도시를 금융허브로 육성하려는 중국 정부의 정책에 대한 반발도 있습니다.

이런 복합적인 이유로 발발한 민주 시위는 관광객 소비를 감소시켜 본래 가장 활발한 소비활동이 나타나던 국경절 연휴에도 오히려 소비가 감소하는 모습이 관찰되었습니다.

## [참고] 변하지 않는 환율, 페그제



페그(peg)란 무언가를 고정시키는 ‘말뚝’ 또는 ‘못’을 의미합니다.

페그제(Peg system)란 한 나라의 통화가치를 특정국가의 통화에 고정시켜두고 정해진 환율로 교환을 약속한 고정환율제도를 의미합니다.

예를 들어 어떤 나라가 기축통화로 미국 달러를 채택했다면 그 나라의 통화와 미국 달러 간의 환율은 변하지 않습니다. 하지만 다른 나라의 통화에 대한 환율은 미국 달러와 다른 나라 통화의 환율변동에 따라 자동적으로 결정됩니다. 즉, 미국 달러화에 A 국가의 화폐 가치가 변하면 그만큼 페그제를 채택하고 있는 국가와 A 국가의 화폐 가치도 조정되는 것입니다.

홍콩은 1983년에 페그제를 도입하여 미국 1달러를 7.75~7.85홍콩달러 (약 1,100원)로 고정시켜 두었습니다.

이 제도의 목적은 환율변동에 대한 불확실성을 감소시켜 대외교역과 외국인 투자를 통한 자본거래를 활발하게 만드는 것입니다.

경제상황이 매우 좋은 나라의 경우에는 고정환율제도의 장점이 잘 드러납니다. 고정된 환율에 비해 해당 국가의 화폐가 값어치가 있다고 생각하는 외국 투자자들에 의해 외부 자본들이 많이 밀려 들어올 수 있기 때문입니다. 그러나 경제상황이 좋지 않은 나라의 경우 경제위기 시 외환투기를 발생시킬 가능성이 큼니다

홍콩의 경우 페그제의 장점을 잘 취하고 있는 국가입니다.

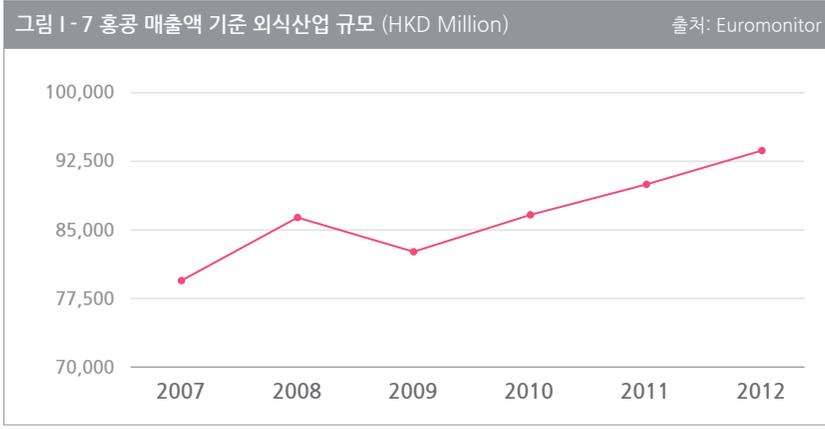
홍콩 재무장관은 페그제 폐지로 투자자들로부터 신용을 잃은 국가로 스위스의 사례를 들었으며 앞으로도 홍콩은 페그제를 채택할 것임을 밝혔습니다.

### 3. 외식시장 현황

#### 3.1 시장에 대한 이해

##### 1) 외식시장 규모

###### ① 외식산업 규모



	2007	2008	2009	2010	2011	2012
매출액 (HKD Million)	79,331.6	86,216.6	82,475.8	86,269.7	88,745.8	93,125.4

홍콩의 외식 산업은 매출액 기준 2007년~2013년 3.3% 증가했으며 2018년까지 평균 2.2% 추가 증가할 전망입니다.

배달/테이크 아웃 전문점이 16.3%의 높은 성장률을 보이며 지난 5년간 가장 크게 성장했습니다. 셀프서비스 카페테리아도 12.2%의 성장을 보이며 시장점유율을 높였습니다.

반면에 풀서비스 레스토랑은 2.3%의 성장을 보였으며 시장 전체 성장률보다 낮아 시장점유율을 잃고 있습니다. 카페/바 역시 4.4%의 부진한 성장을 보여 외식 산업 내에서 뒤처지고 있었습니다.

2017년까지 배달/테이크 아웃 전문점은 4.5%의 성장률을 보이며 계속하여 가장 많이 성장하는 부문이 될 것으로 기대됩니다. 그러나 나머지 부문들은 모두 1% 미만의 미약한 성장세가 전망되고, 특히 풀서비스 레스토랑의 경우 0.4%의 마이너스 성장을 보일 것으로 예상됩니다.

② 업태별 현황

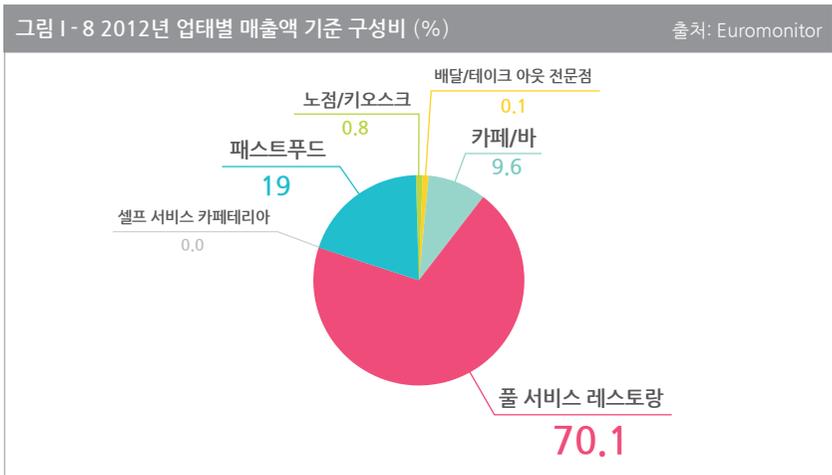
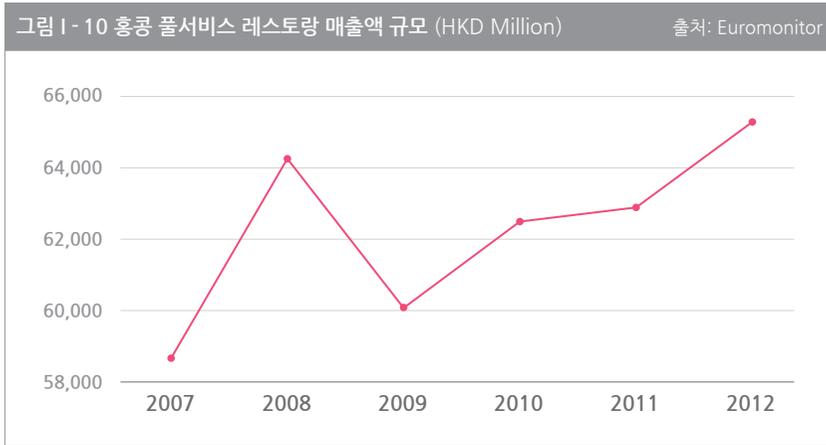


그림 1-9 외식산업 업태별 현황 - 매출액 기준 (HKD Million) 출처: Euromonitor

	2007	2012	
		HKD Million	CAGR (07~12)
외식산업	79,331.6	93,125.4	3.3
배달/테이크아웃 전문점	153.8	327.3	16.3
카페/바	7,245.8	8,978.0	4.4
풀서비스 레스토랑	58,296.8	65,325.9	2.3
패스트푸드	13,063.7	17,675.2	6.2
셀프 서비스 카페테리아	0.0	31.5	12.2
노점/키오스크	571.5	787.5	6.6

\* 위 식당유형은 'Euromonitor'의 조사 카테고리에 의한 분류로 일반적인 식당분류와는 다소 차이가 있을 수 있습니다.

③ 풀서비스 레스토랑(Full-Service Restaurant) 시장



풀서비스 레스토랑의 2012년 매출액은 약 653억 2,590만 홍콩달러(약 9조 3,154억원)를 기록했습니다.

2007년~2012년 동안 매출액 기준 약 3.3%의 성장률을 기록한 외식산업 시장에서, 풀서비스 레스토랑은 전체 성장률보다 조금 낮은 수치인 2.3%의 성장률을 보였습니다. 이는 외식 업체들 중 가장 낮은 수치이기도 합니다.

전체 외식산업은 2017년까지 매출액 기준 2.2%의 성장률을 기록할 전망입니다. 임대료 상승에 의해 수많은 풀서비스 레스토랑 개인 사업자들이 문을 닫는 가운데, 풀서비스 레스토랑 업체는 -0.4%의 성장률을 기록하여 시장점유율이 계속해서 감소할 것으로 보입니다.

풀서비스 레스토랑 내에서는 피자헛이 23.3%의 시장점유율로 선두를 달렸습니다. 가볍고 신속하게 식사할 수 있는 캐주얼 레스토랑인 피자헛이 1위라는 사실에는 홍콩의 최근 외식 트렌드를 엿볼 수 있습니다.

## 2) 외식시장 트렌드



### ① 관광객 증가로 인한 외식시장 활성화

홍콩을 방문하는 관광객의 증가가 외식시장 성장을 견인하고 있습니다.

홍콩 관광진흥청(Hong Kong Tourism Board)에 따르면 2012년 홍콩을 찾은 관광객은 전년도에 비해 16% 증가한 4,852만 명입니다.

중국 본토에서 찾아온 관광객들은 아시아-태평양 시장에서 가장 높은 증가율인 24%를 기록했습니다. 이들은 지리적으로 접근성이 좋기에 홍콩 관광객의 대다수를 차지하고 있습니다.

2012년 관광객들이 소비한 금액은 17% 증가하여 3,070억 홍콩달러(약 43조 4,006억 원)에 육박했습니다.

홍콩의 가장 큰 집객 시설 가운데 하나는 다채롭고 화려한 식당가입니다. 따라서 홍콩의 외식시장은 관광객의 증가로 인해 상당한 이익을 보고 있습니다.

관광객들의 증가는 앞으로도 몇 년간 강세를 유지할 것으로 보입니다. 본토 중국에서 찾아오는 관광객들은 앞으로도 계속하여 증가할 것으로 예상됩니다. 특히 홍콩-마카오-주하이 연결 프로젝트가 완성되어 홍콩-심천-광저우를 오가는 고속철도가 완공되면 홍콩의 관광업은 더욱 활기를 띠 것으로 보입니다.

홍콩 관광진흥청이 식당가를 홍콩의 주요 관광명소로 지정하고 있기에 외식업계는 안정적인 성장세를 유지할 것으로 보입니다.

홍콩 관광진흥청은 '지역의 별미들(Local Delicacies)'과 '궁합이 맞는 음식과 와인(Food and Wine Pairing)'과 같은 모바일 어플리케이션을 제공하여 관광객들이 보다 쉽게 홍콩에서 외식을 즐길 수 있도록 돕고 있습니다.

② 임대료 상승에 의한 외식업계의 고충

임대차 시장에 의해 외식시장이 크게 영향을 받고 있습니다.

부동산 회사인 CBRE의 조사에 따르면, 홍콩은 세계에서 가장 비싼 임대료가 형성되어 있는 지역입니다. 홍콩의 임대료는 전체적으로 2011년 이후 두 배 이상 올랐으며 일부 지역에서는 미국의 최상급 상권보다 높은 임대료가 설정되어 있습니다.

이에 따라 많은 영세한 사업자들은 임대료 부담 때문에 사업을 더 이상 유지할 수 없게 됐고, 대규모 사업자들에게 그 자리를 내주게 되었습니다.

대규모 사업자들은 관광객들 사이에서 인기 있는 보석, 화장품, 명품 등을 취급하며 높은 임대료에 대한 부담 없이 빠르게 사업을 확장할 수 있었습니다.

이처럼 관광업에 맞는 업종이 성황을 누리며 따라 폐업하는 소규모 외식업자들이 많아지고 있습니다. 특히 개인 식당을 운영하던 사업자들이 폐업하는 경향이 높습니다.

2012년 개인 풀서비스 레스토랑 가운데 17곳의 점포가 문을 닫았습니다. 42년 동안 영업해온 유명한 국수집 Lei Yuen Congee 역시 임대료가 두 배가 된 후 가게를 닫았습니다.

프랜차이즈 외식업자들도 개인 외식업자만큼은 아니지만 어느 정도의 피해를 입었습니다. 주요 상권 가운데 하나인 코즈웨이베이의 경우 임대료가 3배로 올라 맥도날드가 점포를 닫고 유명 화장품점인 SaSa에 자리를 양보해야 했던 사례가 있습니다.



사진 1-9 폐업한 개인 점포와 유명 화장품점 Sasa

### ③ 전문 카페 및 레스토랑 증가

전문가가 제공하는 요리와 음료에 대한 수요가 늘어남에 따라 전문적인 음식점들이 증가하고 있습니다.

홍콩 소비자들의 입맛은 고급화되어가고 있습니다. 홍콩에서는 장인정신이 담겨있는 고급스러운 음식을 먹고자 하는 사람들이 증가하고 있습니다.

이러한 경향은 특히 음료업계에서 두드러집니다.

케이크나 빵 없이 커피만을 파는 전문 카페들이 다수 개점했고, 손으로 직접 내린 프리미엄 커피를 마시고자 먼 지역까지 마다하지 않고 찾아가는 소비자들이 많아졌습니다. 칵테일계에서도 비슷한 수요를 가진 고객이 늘어나 개인의 입맛에 맞춘 음료를 제공하는 일이 늘어나고 있습니다.



사진 1 - 10 커피전문점 Pacific Coffee Company

2012년 카페/바 분야 중 커피 전문점은 가장 높은 성장세를 보였습니다.

2012년 커피 전문점은 16억 홍콩달러(약 2,262억 원)에 이르는 11%의 매출액 증가를 보였습니다. 이 매출액 증가에는 시장 내 점유율이 가장 높은 Starbucks와 Pacific Coffee가 크게 기여했습니다.

최근 특별한 커피를 맛보기 위해 개인 카페를 찾는 소비자들이 늘어나고 있습니다.

많은 기업들이 특별한 커피를 즐기고 싶어하는 소비자들의 수요에 부응하고자 노력합니다. 커피 콩을 개인 부지에서 직접 재배하여 로스팅하는 개인업체들이 그 예입니다.

또한 프랜차이즈 카페인 Pacific Coffee는 카페와 로스터리 영역으로 구성되어 있는 플래그십 스토어를 개점하여 소비자들이 여러 종류의 커피 블렌딩을 즐길 수 있도록 하기도 했습니다.

④ 소셜 미디어 플랫폼을 이용한 외식 정보 이용 증가

외식업자들이 소셜 미디어 플랫폼과 모바일 어플리케이션에 발을 내딛고 있습니다.

홍콩 전신관리국(OFTA, Office of the Telecommunications Authority)에 따르면 홍콩에는 2012년 9월 220만 명 이상의 브로드밴드 서비스 사용자와 1,600만 명의 모바일 서비스 사용자들이 있습니다.

오늘날 홍콩의 소비자들은 최신 기술에 열려있으며, 특히 젊은 소비자들은 최신 기술에 대한 수용 속도가 빠릅니다. 소비자들은 페이스북 같은 소셜 미디어 플랫폼에 거의 항상 접속해 있으며 오픈라이스(OpenRice)와 같은 맛집 리뷰 어플리케이션을 이용합니다.

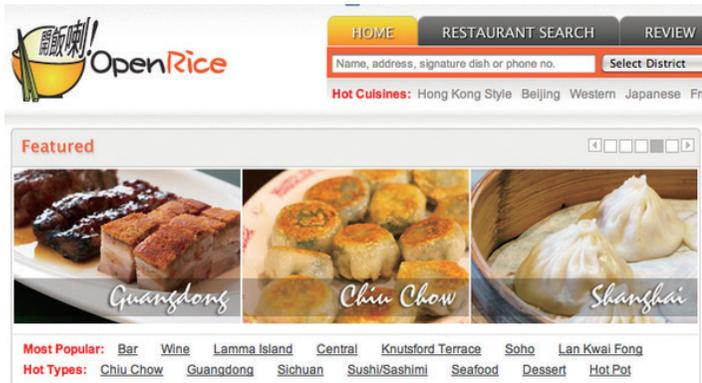


그림 1-11 맛집 평가 사이트 Openrice

이러한 소셜 미디어 플랫폼과 모바일 어플리케이션에는 신메뉴, 할인 혜택 등의 정보들이 올라와 소비자들의 이목을 끌고 있습니다.

일본 프랜차이즈 식당 Genki Sushi의 경우 한 발 더 나아가 고객의 대기시간을 줄일 수 있는 모바일 대기 어플리케이션을 개발했습니다. 이 어플리케이션은 가장 가까운 점포에서 대기하는 데 걸리는 시간을 계산하여 알려주며, 온라인에서 대신 대기할 수 있도록 설계되어 있습니다.

높은 브로드밴드 보급률을 고려할 때 앞으로 더 많은 소비자들이 외식업자들의 온라인 서비스들을 더 많이 이용할 것으로 예상됩니다.

소비자들이 소셜 미디어 플랫폼에 접속하여 필요한 정보를 찾아보는 트렌드는 계속하여 이어질 것으로 보입니다. 어플리케이션의 단순성과 편리성에 힘입어 다양한 연령대의 소비자들이 외식업자들이 구상한 서비스를 사용하고 있습니다.

## 3.2 고객에 대한 이해

### 1) 소비 특성

#### MORS(Mainlander, Older, Richer, Singles)

홍콩의 소비자 특성은 “MORS”로 대표되고 있습니다. MORS란 중국인 소비력(Mainlander), 고령화(Older), 평균 소득 증가(Richer), 싱글족 및 독거노인 증가(Single)의 준말로, 홍콩 사회의 메가 트렌드로 꼽히는 네 가지 특성을 나타내는 말입니다.

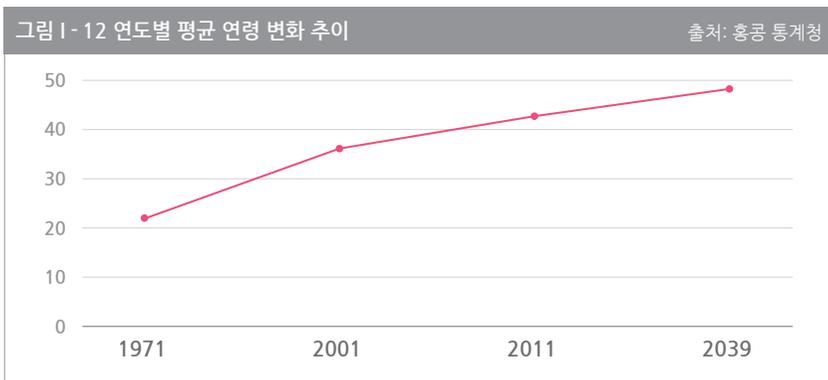
#### ① 중국인 소비력(Main Lander)

현재 중국인들은 홍콩 소비시장의 주된 동력으로 작동하고 있습니다. 홍콩 소비시장에서 중국인 소비는 39%에 달합니다. 국제 경기 침체에도 왕성한 소비력을 자랑하는 중국 관광객의 소비는 홍콩경제의 주춧돌로 부상했습니다. 2011년 홍콩에는 인구의 4배에 달하는 중국인 관광객이 방문했으며(약 2,800만 명) 이들의 소비액은 1,500억 홍콩달러(약 21조 2,055억원, 전년 대비 10% 증가)로 2011년 홍콩 소비시장의 39%를 차지했습니다. 중국인들의 구매력은 광동성에서 가장 컸으며, ‘타이타이’라 불리는 주부들의 구매력이 큰 것으로 나타났습니다.

#### ② 고령화(Older)

홍콩은 고령화 추세가 두드러지고 있는 사회입니다. 홍콩 통계청에 의하면 2001년~2011년 사이 홍콩의 평균 연령은 2001년 36.7세에서 2011년 41.7세로 급등했으며, 65세 이상 인구는 94만 명으로 10년 전보다 20만 명 증가했습니다.

출산율이 높고 중국 대륙 출신 이민자가 대량 유입된 1971년 홍콩의 당시 평균연령이 21.7세였던 점을 감안하면 40년간 20세가 늘어난 것입니다. 이렇듯 급속도로 진행된 고령화 추세는 계속하여 지속될 전망입니다. 2039년 평균연령 예상수치도 47.6세로 현재보다 더 높아질 것으로 보입니다.

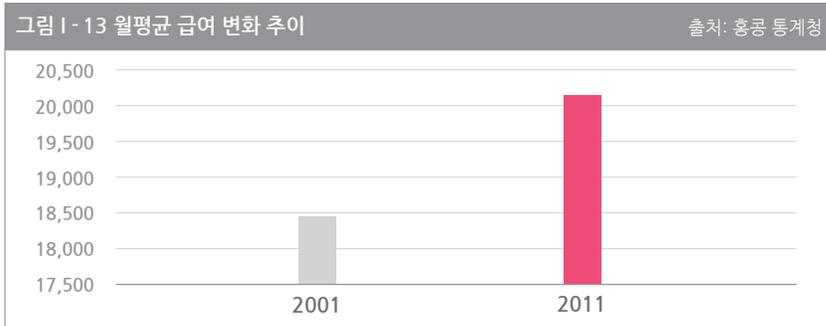


### ③ 평균 소득 증가(Richer)

홍콩은 점점 부유해지고 있으며 동시에 빈부격차도 심해지고 있습니다.

홍콩 통계청에 의하면 홍콩 가정의 월평균 소득은 2001년 18,710 홍콩달러(약 265만 원)에서 2011년 25,000 홍콩달러(약 353만 원)로 증가해 10년 전보다 6,300 홍콩달러(약 92만 원) 이상 상승했습니다. 단, 빈부격차는 전보다 심화돼 소득 양분화가 심해졌습니다. 홍콩은 소득 불균형을 나타내는 지니계수가 43.4%로 부유국 중에서 빈부격차가 가장 높은 것으로 나타났습니다.

\* 지니계수는 인구분포와 소득 분포의 관계를 나타내는 지표로, 0%에 가까울수록 평등한 사회이며 100%에 가까울수록 불평등한 사회임을 의미합니다. 일반적으로 40% 이상일 때 소득이 불평등한 사회라고 말합니다.



### ④ 싱글족 및 독거 인구 증가(Singles)

홍콩에서 싱글족 및 독거 인구가 증가하고 있습니다.

홍콩의 1인 가정은 2001년 32만 명에서 2011년 40만 명으로 약 8만 명이나 증가했습니다. 조부모와 동거하는 경우가 줄어들어 혼자 사는 40~60대가 많아지고, 결혼연령이 늦춰지고 있는 것이 주요 원인으로 꼽힙니다. 20~49세 인구 중 상당수가 미혼자이고, 남성 중에는 46.8%, 여성 중에는 38.9%가 결혼 경험이 없는 것으로 나타났습니다. 이처럼 홍콩의 결혼 연령은 점점 늦추어지고 있습니다.

홍콩에는 20~40대의 싱글족을 포함해 장기 출장 등으로 인한 1인 가구가 많습니다. 이에 따라 자기 자신에게 투자할 수 있는 시간과 비용이 충분한 싱글족을 위한 시장 역시 지속적으로 발달했습니다. 일례로 소형 가구, 가전 등의 상품 시장과 1인용 식당(바에서 혼자 먹을 수 있는 시설 등) 등은 이미 홍콩 내에서 보편화되어 있습니다.

**MORS(Mainlanders · Older · Richer · Singles) 현상은 홍콩의 주 소비계층 사이에서 두드러지게 나타나는 현상입니다.**

따라서 중국 방문객, 중년층, 부유층, 싱글족을 대상으로 하는 전략적 마케팅이 효과적인 것으로 보입니다.

## 온라인 소비 증가

시장 조사기관 닐슨에 의하면 홍콩 소비자들은 합리적인 가격과 높은 품질의 상품을 원하고 있으며 이를 위해 온라인에서 적극적인 소비를 하고 있습니다.

특히 온라인을 통한 구매가 가장 활발한 품목들은 항공, 호텔, 이벤트 티켓 등으로 비소비재의 특징을 지니는 것들이었습니다.

홍콩 소비자 5명 중에 4명은 이러한 비소비재들을 구매할 때 주로 온라인을 이용하는 것으로 나타났습니다.

반면 식료품의 경우 비소비재 품목에 비해 온라인 구매가 활성화되지 않았으며 2011년 이후에야 점차 규모가 커지고 있습니다.

상당수의 홍콩 소비자들은 인터넷을 단순히 상품 조사를 위한 수단이 아닌 실제적인 구매 수단으로 사용하고 있습니다.

응답자 5명 중 3명인 61%가 온라인 구매 전에 상점을 통해 직접 상품을 확인할 의향이 있다고 응답했으며, 응답자의 60%가 자주 상품을 직접 확인한다고 답했습니다.

또한 응답자 중 58%가 제품 구매 전 온라인 상품평을 읽는다고 답했으며, 49%는 제품에 대해 상당한 사전 조사를 한 후 구매한다고 답했습니다.

이처럼 빠른 디지털화의 흐름 속에서 홍콩 사람들은 보다 모험적이고 탐색적인 성향의 소비자들로 변화하고 있습니다.



## 2) 외식소비 특성

홍콩은 복건성, 광둥성 등 다양한 남중국국의 식문화를 지니고 있습니다.

현대화, 세계화가 고도로 진행된 도시의 거주민답게 홍콩 주민들은 음식문화에 있어서도 개방적인 모습을 보입니다. 홍콩의 전통이라 할 수 있는 딤섬, 광둥 요리 조리법은 물론이고, 각종 퓨전 음식에 최신식 조리방식과 새로운 식재료, 웰빙 트렌드에 이르기까지 홍콩은 음식문화의 첨단을 달리고 있습니다.

홍콩에서 가장 인기있는 요리는 딤섬, 고기만두와 같은 전통적인 광둥 요리입니다.

홍콩 사람들이 세계 여러 음식에 열린 자세를 갖고 있지만, 전통 광둥 음식의 매출이 가장 크게 나타납니다. 광둥 요리는 조리 시간이 짧고, 찌는 경우가 많으며 튀기더라도 그 정도를 약하게 해 일반적인 중국 음식보다 좀 더 가벼운 편입니다.

해산물은 홍콩 요리에서 자주 쓰이는 식재료입니다. 가볍게 요리를 만들어내는 홍콩 조리법 특성상 해산물의 신선도가 음식의 질을 좌우합니다. 그러나 식재료 다듬는 시간을 내기 어려운 바쁜 홍콩 젊은이들은 가공되거나 냉동되어 있던 재료들을 거부감 없이 먹습니다.

홍콩 사람들은 보통 아침과 점심은 차와 함께 딤섬 등으로 해결하거나 푸드코트에 가서 간단히 식사를 해결합니다. 하지만 저녁식사에는 좀 더 큰 의미를 부여하며 사람들과 시간을 즐기며 보내려는 경향이 강합니다.



사진 I-11 전통 홍콩 음식 딤섬(좌), 점심의 푸드코트(우)

홍콩 현지인들에게 외식은 일상생활의 한 부분일 정도로 매우 일반적입니다.

여성의 경제 참여율이 높아 맞벌이가 많은 것은 외식 활성화의 주요 원인 가운데 하나로 꼽히고 있습니다.

홍콩 사람들 가운데 약 30%가 매일 또는 하루 한 번 이상 외식을 한다고 응답했으며, 또한 주당 외식하는 평균 횟수는 3~4회(31.2%), 1~2회(30.0%), 5~10회(29.3%) 순으로 나타났습니다. 남성의 주당 외식하는 평균 횟수가 여성에 비해 보다 높은 것으로 나타났고, 연령대로는 10대의 주당 외식 평균 횟수가 가장 높게 나타났습니다.

홍콩 주민들의 평균적인 집 평수는 작은 편이기에 집에서 무언가를 만들어 먹기보다 테이크아웃하여 집에서 먹는 사람들이 많아지고 있습니다. 노점 역시 같은 이유로 성행하고 있습니다.

노점의 경우 글로벌한 메뉴들과 영양학적으로 균형 있는 음식이 많이 팔리고 있다는 것이 특징입니다.

타코야키, 튀긴 두부, 닭발 등 이국적인 메뉴들이 노점으로 진출했으며, 샐러드, 즉석 스무디, 착즙 주스 등의 건강한 음식 역시 많이 팔리고 있습니다. 특히 웰빙 푸드에 대한 관심이 높아짐에 따라 노점뿐 아니라 카페들과 비스트로 역시 '건강함'을 내세우고 있습니다. 이들은 유기농 음식이나 베지테리안들을 위한 메뉴들을 내놓으며 20~30대 사이에서 인기를 끌어 모으고 있습니다.



사진 1-12 과일꼬치와 스무디 노점

[참고] 홍콩 외식시장 진출 시 고려사항



몸에 열이 많은 홍콩 사람들은 맵고 뜨거운 한국 음식을 부담스러워 하는 경향이 있습니다.

홍콩 외식시장에 진출하고자 한다면 여름에도 부담없이 먹을 수 있는 메뉴 개발이 필요합니다. 기존 대부분의 한식당들은 디저트 메뉴가 현저히 적은 것으로 나타나는데, 달달한 호떡이나 한과, 화채 등 한국을 대표하는 디저트 메뉴를 개발할 경우 상당히 경쟁력 있는 요소가 될 것으로 보입니다.

홍콩은 오후에 차를 마시는 문화가 발달한 나라이므로 2시에서 5시 사이에 먹을 수 있는 스낵용 메뉴가 필요합니다.

홍콩 사람들은 변하지 않는 일관된 맛을 중시하기에 레시피의 표준화를 통해 동일한 맛의 메뉴를 제공하는 것이 중요한 경쟁요소로 작용합니다.

또한 홍콩에서는 한국의 아름다움을 느낄 수 있도록 전통적인 분위기의 소품 인테리어를 선보였을 때 고객들의 만족도가 높았습니다.

예를 들어 기왓장을 이용하여 전통 한옥의 분위기를 형성하거나 전통무늬의 창살로 인테리어하는 방식 등이 있습니다.

화장실의 청결함도 홍콩 외식업계에서 매우 중요한 요소로 작용합니다. 식당의 긍정적인 이미지를 형성하는 데 도움이 되므로 화장실을 쾌적한 공간으로 유지할 필요가 있습니다.

출처: 한국외식정보(주), 『2013 한국외식연감』, 한국외식정보

### 3) 외식소비 심층분석

\*2014 해외 외식·한식산업 소비자 조사(홍콩 거주 소비자 500명을 대상으로 한 온라인 설문조사 결과)를 기준으로 작성함\*

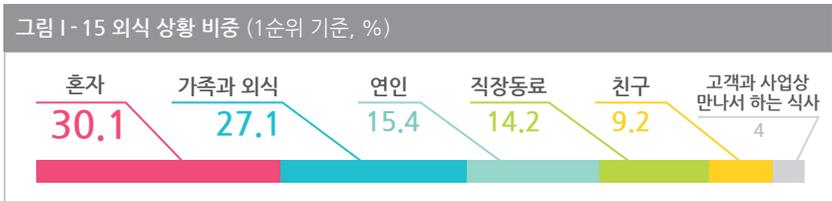
홍콩 소비자들의 외식 상황(혼자 있을 때, 직장 동료와 함께할 때, 고객과 사업상 만날 때, 가족과 외식을 할 때, 연인과 데이트 할 때, 친구와 함께할 때)별 식당 선택 기준, 외식 상황별 비중, 상황별 외식 지출액 및 적정 가격대는 아래와 같습니다.

#### ① 상황별 식당 선택 기준

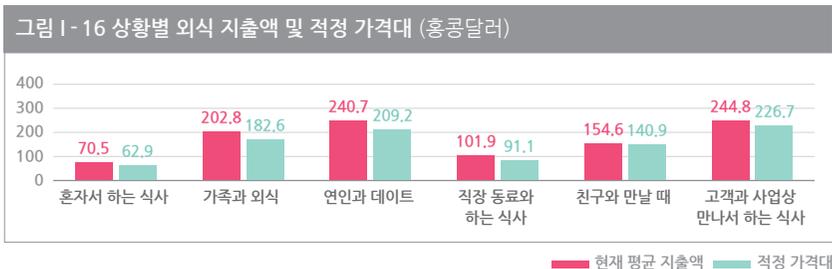
그림 I - 14 상황별 식당 선택 기준 Top5

	혼자	직장동료	고객(사업)	가족	연인	친구
1	맛 (51.2%)	맛 (27.0%)	분위기 (26.4%)	맛 (39.4%)	분위기 (37.8%)	맛 (34.4%)
2	가격 (26.2%)	가격 (24.8%)	맛 (21.0%)	가격 (23.2%)	맛 (25.0%)	가격 (21.0%)
3	청결/위생 (8.0%)	집과의 거리 (9.0%)	청결/위생 (9.2%)	청결/위생 (6.6%)	동행인 선호 (9.6%)	분위기 (8.6%)
4	영양 (3.2%)	위치 (8.2%)	식당 이미지 (8.6%)	분위기 (4.2%)	가격 (8.4%)	음식의 양 (5.2%)
5	위치 (2.4%)	분위기 (7.2%)	가격 (7.4%)	위치 (4.2%)	청결/위생 (5.4%)	위치 (5.0%)

#### ② 외식하는 상황<sup>1)</sup>



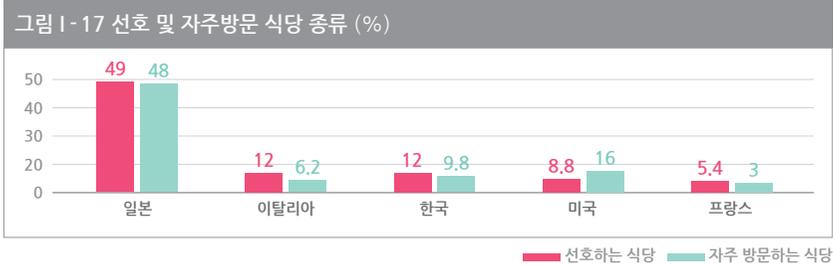
#### ③ 상황별 외식 지출액 및 적정 가격대



[1] 상황별 식당 선택 기준 질문에서 모두 '해당없음' 항목을 선택한 응답자 제외 (N=499)

#### ④ 식당 종류

홍콩 소비자들이 선호하는 에스닉 및 자주 방문하는 에스닉은 모두 '일본 식당(Japanese)'이 가장 높은 비중을 차지하였습니다.



#### ⑤ 식당 형태

선호하는 식당 및 자주 방문하는 식당 중 가장 높은 비율을 차지하는 것은 '일반식당'으로 조사되었습니다.

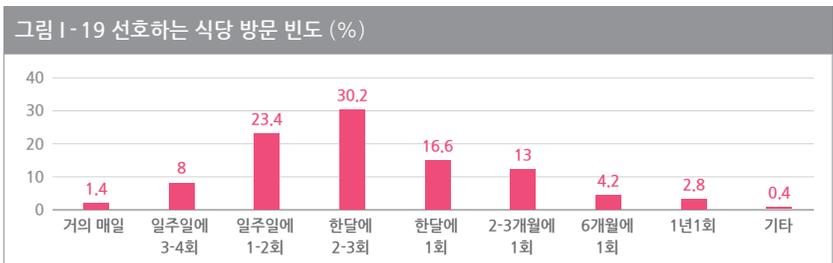
그림 1-18 식당 형태별 '선호하는 식당 형태' 및 '자주 방문하는 식당 형태' (%)

	일반 식당	고급 식당	패스트 푸드점/퀵서비스	테이크아웃/배달전문점	카페 테리아/푸드코트	커피숍/주점	기타
선호 %	36.2	25.0	19.4	4.8	13.0	1.6	-
자주 방문 %	37.8	24.8	16.8	7.0	12.2	1.2	0.2

\* 위 식당유형은 한식재단에서 실시한 '2014 해외 외식 및 한식산업조사'에 따라 분류하였습니다.

#### ⑥ 선호하는 식당 방문 빈도

선호하는 식당 방문 빈도는 '한 달에 2~3회'가 30.2%로 1순위를 차지하였습니다.



### 3.3 경쟁자에 대한 이해

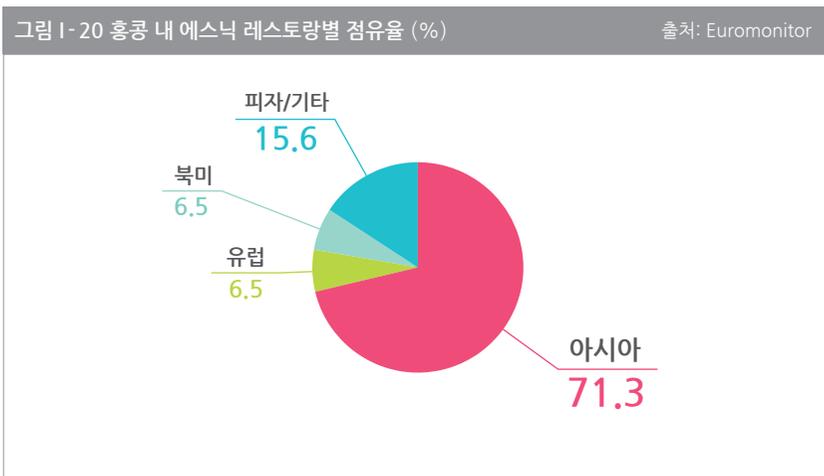
#### 1) 에스닉별 점유율

##### ① 홍콩 내 매출액 기준 에스닉별 점유율

홍콩 풀서비스 레스토랑의 에스닉별 점유율을 살펴보면 아시아 식당(Asian)이 71.3%로 가장 높은 점유율을 차지했고, 피자/기타 식당(Pizza/Others)이 15.6%로 뒤를 이었습니다.

유럽 식당(European)과 북미 식당(North American)은 각각 6.5%로 비슷한 비중을 차지하고 있습니다.

피자/기타 식당(Pizza/Others)이 2017년까지 4.3%의 가장 높은 성장률을 기록할 것으로 전망되며, 반대로 아시아 식당(Asian)은 마이너스 1.6%의 가장 낮은 성장률을 기록할 것으로 나타났습니다.



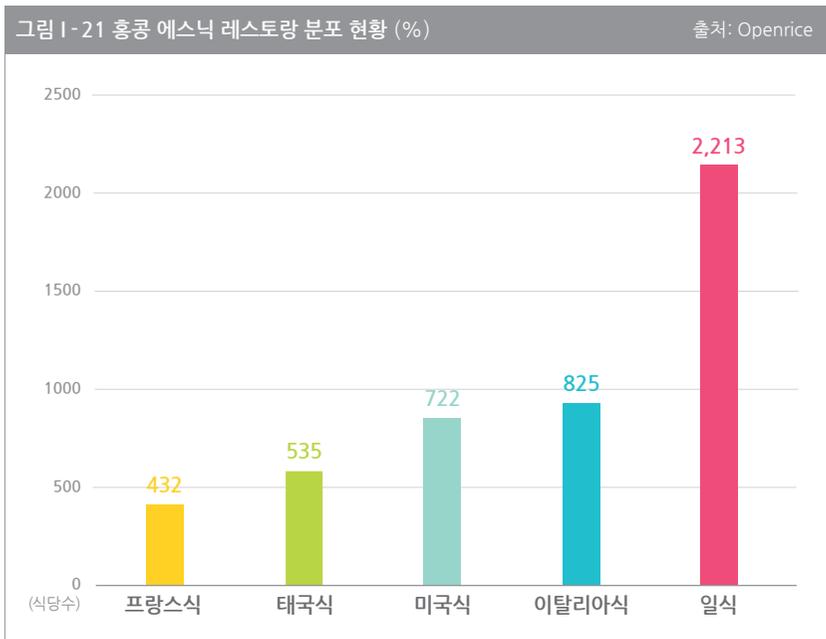
\* 위 에스닉 식당 분류 및 현황은 'Euromonitor'의 조사 카테고리에 의한 분류로 실제 현지에서 운영되는 현황과는 다소 차이가 있을 수 있습니다.

② 홍콩 에스닉 레스토랑 분포 현황(레스토랑 평가사이트 등록 수 기준)

홍콩 에스닉 레스토랑 분포 현황을 살펴보면 일식당(Japanese)이 2,213곳으로 가장 많았으며 이탈리아 식당(Italian)이 825곳으로 뒤를 잇고 있습니다.

미국 식당(American)은 722곳이 있었고 태국 식당(Thailand)은 535곳, 프랑스 식당(French)은 432곳 순으로 많습니다.

한식당(Korean)은 309곳이 있어 에스닉 식당 가운데 나름의 입지를 굳히고 있는 것으로 파악됩니다.



\* 위 에스닉 식당 분류 및 현황은 대략적인 비교를 위하여 'Openrice'의 자료를 인용한 것으로 실제 현지에서 운영되는 현황과는 다소 차이가 있을 수 있습니다.

## 2) 주요 에스닉 식당 진출 현황

일본 레스토랑은 홍콩에 수년 전부터 입점하기 시작했습니다.

일본 음식은 생선요리, 스시, 달궜진 철판에 나오는 음식 등으로 유명합니다. 홍콩에 있는 대부분의 일식당들은 일본 스타일로 인테리어가 되어 있으며 고객들에게 일본 문화를 체험할 수 있는 좋은 기회를 제공하고 있습니다.

일본 레스토랑의 성공 요인으로는 프리미엄 이미지를 구축했고 주요 타깃층을 확실하게 지정했으며 현지화시켜야 할 부분과 지켜야 할 부분을 분명하게 구분했다는 점이 있습니다.



사진 I - 13 CoCo Ichibanya 전경

예를 들어 일본식 카레라이스 체인점인 'CoCo Ichibanya'는 의도적으로 최고의 입지에 출점하여 프리미엄 이미지를 굳히고, 고객 타깃층을 기존의 남성이 아닌 여성으로 설정하여 이에 맞게 인테리어와 마케팅을 펼쳤습니다.

일본식 주점 체인 'Watami'는 현지 스텝에게 철저히 일본식 매너를 교육시켜 고객들에게 일본식 서비스 경험을 제공하고 있습니다.

또한 진한 돼지뼈 수프로 인기를 얻은 일본식 라멘가게인 'Shigemitsu'는 식재료 공급과 품질 관리는 본사가 담당하고, 출점 계획과 마케팅은 현지에 맡겼습니다. "지켜야 하는 맛은 확실히 지키고, 맡길 것은 맡긴다"는 방침인 것입니다.

이러한 해외 진출 전략에 힘입어 일본 레스토랑은 홍콩 내에서 폭발적인 인기를 누리고 있습니다.

이탈리아 음식은 홍콩 음식과 유사한 부분이 있기에 홍콩에서 인기가 많습니다.

면 요리를 좋아하는 홍콩 사람들처럼 이탈리아 사람들도 파스타, 마카로니 등의 면 요리를 즐깁니다. 또한 ‘라비올리(이탈리아식 만두)’와 같은 만두 요리를 즐기는 것 역시 비슷합니다. 이를 반영하듯 홍콩에는 이탈리아 레스토랑이 많으며 특히 침사추이와 센트럴 상권을 중심으로 밀집되어 있습니다.



사진 I - 14  
이탈리아식 만두 라비올리

홍콩은 높은 품질의 음식은 여지없이 성공하는 곳이기에 맛에 자신있는 이탈리아인 셰프들이 모여드는 지역입니다.

남중국 모닝포스트(South China Morning Post)에 의하면 유럽의 금융위기 이후 수많은 이탈리아 요리사들이 홍콩으로 이주하여 음식점을 냈습니다. 맛에 대한 기준은 까다롭지만 이를 충족시키기만 하면 열려있는 기회의 땅으로 인식되고 있기 때문입니다.

홍콩에는 미술랭 스타를 받은 이탈리아 레스토랑인 토스카(Tosca), 앰버(Amber), 미라몬티 랄트로(Miramonti L'Altro) 등이 있으며, 세계에도 얼마 없는 미술랭 3스타 레스토랑인 오토 에 메조 봄바나(8 ½ Otto E Mezzo Bombana)가 센트럴 상권에 자리하고 있습니다.



사진 I - 15 Otto E Mezzo Bombana 전경

### 3) 주요 에스닉 식당 소개

#### ① 이탈리아 식당 Amaroni's Little Italy

Amaroni's Little Italy는 1998년 오픈한 이탈리아인 레스토랑입니다.

이곳은 '리틀 이탈리아'라는 이름에 맞게 일반 가정집과 같은 따뜻하고 포근한 분위기를 제공합니다. 남부 이탈리아식 조리 방법을 사용하여 풍부한 맛을 구현하는 레스토랑으로 가족이나 친구들과 찾기 좋은 곳으로 소문이 나 있습니다.

Amaroni's는 SNS를 적극 활용하는 홍콩 사람들의 성향에 맞추어 페이스북에서 고객들과 다양한 방식으로 소통하고 있습니다. 계절메뉴 홍보, 이벤트 개최, 메뉴에 대한 피드백 등을 페이스북 계정을 통해 받고 있습니다.

이곳은 전통적인 이탈리아 조리법을 사용하지만 홍콩 사람들의 입맛에 맞도록 일부 식재료를 변경한 요리들이 많습니다.

일례로 가끔류를 즐기는 홍콩 사람들의 입맛에 맞추어 개발한 요리인 로즈마리 로스트 치킨(Rosemary Roast Chicken)이 유명합니다. 또한 해산물을 즐기는 사람들을 위해 레몬과 아이롤리 소스를 끼얹은 연한 게 튀김(Soft Shell Crabs with Lemon-thyme Aioli) 역시 특색 있는 요리로 알려져 있습니다. 디저트류 가운데서는 티라미수가 매우 유명하여 반드시 먹어야 하는 '머스트 해브' 디저트로 인식되고 있습니다.



사진 1-16 Amaroni's 내부(좌), 로즈마리 로스트 치킨(우측 상단), 티라미수(우측 하단)

**Amaroni's의 서비스는 우수한 편입니다.**

생일인 고객이 방문할 시 브레드 푸딩과 같은 서비스를 제공하기도 하며, 평소 서빙하는 웨이터들도 친절한 것으로 알려져 있습니다.

식전 빵의 양도 푸짐하여 많은 사람들이 먹기에 부족하지 않습니다.

**Amaroni's는 홍콩관광진흥청으로부터 품질관광서비스 인증서(Quality Tourism Services Scheme)를 받은 우수 레스토랑입니다.**

MTR 코즈웨이베이 역에서 가깝고 Lee Gardens One 쇼핑몰 내부에 입점해있기에 접근성이 좋습니다. 일주일 내내 영업하며 오전 11시부터 자정까지 오픈합니다. 가격대는 약 201~400홍콩달러(약 29,000원~51,000원)에 형성되어 있습니다.

**② 일본 레스토랑 Tonkichi Tonkatsu Seafood**

**Tonkichi Tonkatsu Seafood는 수많은 수상 경력이 있는 일본식 돈카츠 식당입니다.**

2008년~2010년, 2013년 '최고의 일본 레스토랑(Best Japanese Restaurant)'상을 수상했으며 '코즈웨이베이의 최고의 식당(Best Restaurant in Causeway Bay)'으로도 2008년부터 2011년까지 수상했습니다.

**일본식 돈카츠로 유명하며 '판코 브레딩'을 제대로 하는 맛집으로 알려져 있습니다.**

'판코'란 도우에 전기를 통과시키는 방식으로 구워 만든 빵가루로 크러스트가 없는 것이 특징입니다. 판코는 기름을 덜 흡수하여 훨씬 바삭하고 가볍습니다.

Tonkichi의 판코 브레딩은 미식가들에게 수준급으로 평가되고 있으며 눈 입자에 비견될 정도로 고운 바삭한 식감으로 호평을 받고 있습니다.



사진 I - 17 Tonkichi Tonkatsu Seafood 전경

이 레스토랑은 일식당이지만 채소와 밥에 추가 비용을 받지 않습니다.

보통 일식당들은 밑반찬이나 밥과 같은 사이드 메뉴에 비용을 청구하나, Tonkichi Tonkatsu는 무료로 리필을 제공하고 있습니다. 일반적으로 나오는 채 썬 양배추에도 두 가지 드레싱(김 드레싱, 자몽 드레싱)을 제공하여 고급스러운 느낌을 줍니다. 식사를 마치고 나면 디저트로 우롱차와 수박이 나옵니다.

Tonkichi Tonkatsu는 World Trade Center 건물 내에 입점해있어 접근성이 좋습니다.

또한 와인 등을 가져와 마실 수 있으며(Bring Your Own Wine), 기념일 같은 날 케이크 커팅을 허용하는 등 편안한 분위기를 주는 음식점입니다. 10%의 봉사료를 받고 있으며 가격대는 201~400홍콩달러(약 28,000~51,000원)에 형성되어 있습니다.



사진 I - 18 Tonkichi Tonkatsu Seafood 메뉴

### ③ 일본 레스토랑 Ichiran

Ichiran은 코즈웨이베이 상권에 위치한 유명한 라멘집입니다.

코즈웨이베이 역 C번 출구에서 도보 5분 거리에 있어 접근성이 좋으며 찾기 좋은 곳에 위치하고 있습니다.

내부에 들어서면 독서실처럼 칸막이가 쳐져있어 1인 1석으로 구성되어 있습니다. 홀로 식사하기 편한 곳이라 혼자서도 찾는 사람들이 많습니다. 주문한 라멘이 나오면 칸막이별로 발을 내려주어 더욱 편하게 식사할 수 있는 분위기를 조성합니다.

Ichiran은 좌석이 30여 개로 적은 편이라 사람들이 줄을 서서 식사하는 경우가 많습니다.



사진 I - 19 Ichiran 전경

Ichiran의 주문 시스템은 독특한 편입니다.

먼저 밖에서 줄을 서서 기다리면 종업원들이 원하는 맛에 대한 주문서를 나누어줍니다. 이 주문서에는 염도, 기름진 정도, 마늘, 파, 차슈 등을 넣을 것인지 여부를 체크하게 되어 있으며, 개개인의 입맛에 맞는 옵션을 선택할 수 있습니다. 주문서는 광둥어를 이해하지 못하는 외국인을 위해 다양한 언어로 되어 있습니다.

이 주문서를 작성하고 내부로 들어서면 자판기로 메뉴 티켓을 구매합니다. 그리고 좌석으로 안내된 후 티켓을 접시 위에 올려두고 있으면 종업원들이 가져가 원하는 맛의 메뉴를 가져다줍니다.



사진 I-20 주문서와 메뉴 자판기

Ichiran의 라멘은 진한 맛이 특징이며 반숙 계란을 넣어 먹는 사람들이 많습니다.

가격대는 90~110홍콩달러(약 13,000원~16,000원) 사이에 형성되어 있으며 부가세가 없고 현금으로만 결제 가능합니다.



사진 I-21 Ichiran의 라멘

### 3.4 외식상권에 대한 이해

#### 1) 주요 상권 특성



홍콩의 상권은 화려한 쇼핑몰과 다채로운 식당을 중심으로 형성되어 있습니다.

홍콩을 찾는 관광객들은 구매력이 높아 명품 브랜드숍이 성업 중입니다. 또한 식도락을 즐기는 사람들을 위한 외식 명소들이 많으며 대부분의 상권에 대형 쇼핑몰이 여럿 입점해 있습니다. 노점들이 물려있는 거리를 중심으로 발달한 상권도 있습니다.

럭셔리한 쇼핑가인 침사추이 상권, 세계에서 가장 임대료가 비싼 지역으로 꼽히는 코즈웨이베이 상권, 금융센터의 중심지인 센트럴 상권, 베드타운이자 쾌적한 쇼핑센터가 입점해있는 사틴 상권, 홍콩에서 가장 혼합한 쇼핑지구인 몽콕 상권까지 총 다섯 곳의 주요 상권이 파악되고 있습니다.

① 침사추이(Tsim Sha Tsui) 상권

침사추이 상권은 홍콩의 화려한 항구를 배경으로 노점과 상점, 시장, 쇼핑몰 등이 빽빽하게 들어선 지역입니다.

네이던 로드와 그 주변에서는 과거 발리우드 테마의 흔적들, 상하이 양복점들, 고급스러운 레스토랑들, 우아한 보석과 장신구들, 고급 카메라들, 그리고 세계적인 브랜드의 상점들과 아시아인 라벨 아이템을 파는 부티크들을 구경할 수 있습니다.





사진 1-22 칸톤 로드 전경

일명 ‘골든 마일’이라 불리는 이 지역의 복잡한 분위기에서 벗어나고 싶다면, 아이스퀘어, 더원, K11 등과 같은 널찍한 쇼핑몰 안으로 들어가면 됩니다.

럭셔리한 디자이너 제품들로 유명한 칸톤 로드, 홍콩 최대 규모의 쇼핑몰인 거대한 하버시티와 1881 헤리티지 쇼핑몰도 침사추이에 위치하고 있습니다.

침사추이는 럭셔리한 쇼핑가와 역사적인 공간이 공존하는 매력적인 상권입니다.

침사추이에서는 네이던 로드와 칸톤 로드를 벗어나서도 쇼핑을 계속 이어갈 수 있습니다. 동쪽으로는 침사추이 센터와 엠파이어 센터가 자리하고 있으며, 항구 쪽에는 아외 바와 레스토랑들도 있어서 분위기가 좋은 명소로 꼽힙니다.



사진 1-23 네이션 로드(좌), 침사추이 전경(우)

## ② 코즈웨이베이(Causeway Bay) 상권

코즈웨이베이는 홍콩에서 가장 활기가 넘치는 곳이자 임대료가 세계에서 가장 비싼 지역 가운데 하나입니다.

코즈웨이베이에서는 모든 유용한 공간마다 상점들이 들어서 있고 소비가 활발하게 이뤄지고 있습니다. 이곳에는 쇼핑몰과 백화점, 부티크, 시장, 노점 등 다양한 형태의 상업시설들이 끝없이 늘어서 있습니다. 한국의 명동, 미국의 피프스 애비뉴에 비견되는 세계적인 쇼핑가입니다.

그림 1 - 24 코즈웨이베이 상권 지도

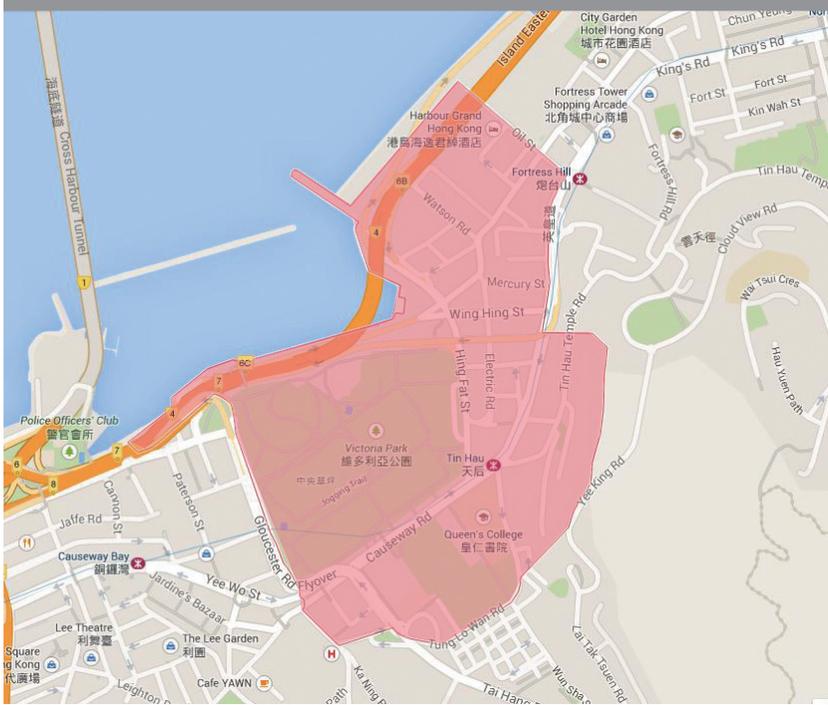




사진 1-24 코즈웨이베이 전경

Lee Gardens One&Two와 하이산 플레이스, 리 극장, 타임스 스퀘어, 패션워크에서 하이패션을, SOGO백화점과 WTC(World Trade Center)에서는 중저가 브랜드와 럭셔리 상품을, 미로처럼 이어진 비벌리 센터와 Jardine's Crescent에서는 저가 브랜드들을 만나볼 수 있습니다. 신발, 전자제품, 컴퓨터, 화장품, 스낵, 인테리어 용품까지 다양한 제품들을 구매할 수 있습니다.

**코즈웨이베이에 입점해있는 타임스 스퀘어는 젊은 층을 겨냥한 복합 쇼핑몰입니다.**

타임스 스퀘어의 입구에 위치한 광장은 약속 장소로 유명해 저녁이면 더욱 혼잡해집니다. 패션 의류, 액세서리 상점과 함께 음식점, 영화관 시설까지 잘 갖춰져 있어 쇼핑과 유희 공간으로 인기가 높습니다.

타임스 스퀘어는 지하 2층부터 지상 13층까지 있습니다. G/F~1/F에 명품 매장과 레인 크로포드 백화점이 들어서 있고, 그 외에는 저렴하면서 감각적인 매장이 대부분입니다. 10층에서 13층까지 이어져 있는 푸드 포럼에서는 세계 각국의 요리를 맛볼 수 있습니다.



사진 1-25 타임스 스퀘어 내 스쿨푸드

타임스 스퀘어 식당가에는 중식당을 비롯하여 다양한 아시아와 서양 요리를 선보이는 고급식당 20곳이 들어서 있습니다.

타임스 스퀘어는 한국식 분식 전문점인 스쿨푸드가 첫 매장을 낸 곳이기도 합니다. 한국의 맛과 매장 콘셉트를 그대로 이용했음에도 맛집 평가 사이트 오픈라이스 등에서 1위를 차지한 적이 있을 정도로 이국적인 맛에 대해 수용도가 높은 곳입니다.

### ③ 센트럴(Central) 상권

센트럴 상권은 시청을 비롯해 세계적인 은행의 본사, 홍콩에서 가장 높은 건물인 IFC 건물 등이 몰려 있는 홍콩의 심장부입니다.

이곳에는 퍼시픽 플레이스나 랜드마크와 같은 최고급 쇼핑몰, 특급 호텔 등의 초고층 빌딩들이 있습니다. 또한 익스체인지 스퀘어, 중국 은행 빌딩과 홍콩 은행 빌딩 등의 대리석 건축물도 찾아볼 수 있습니다. 거리에는 멋진 바와 레스토랑들이 많은데, 영화 <중경삼림>의 촬영 장소로 유명한진 샌드위치 가게도 있습니다.





사진 I-26 센트럴 상권 전경

센트럴 상권은 쇼핑하기 좋은 지역으로도 잘 알려져 있습니다.

센트럴 상권에는 큰 쇼핑몰뿐 아니라 소규모의 상점들도 많아 이곳을 찾는 관광객들이 많습니다. 경사가 심한 지역이어서 이동하기 위해서는 미드레벨 에스컬레이터를 이용하는 것이 편리합니다. 미드레벨 에스컬레이터는 세계에서 가장 긴 옥외 에스컬레이터로 할리우드 로드와 캣 스트리트, 만모사, 소호 등을 지나고 있습니다.



사진 I-27 퍼시픽 플레이스

센트럴 상권의 명소인 퍼시픽 플레이스는 미국의 쇼핑몰을 모델로 만든 곳으로 홍콩 공원 옆에 있습니다.

넓게 구성되어 있는 매장 내부에는 레인 크로포드, 세이부, 맥스&스펜서 등 3개의 백화점과 극장, 레스토랑 등이 입점해 있습니다. 그 밖에도 명품매장이 다수 있으며 층마다 카페가 있어 쇼핑을 즐기다 잠시 쉬기에 좋습니다.

퍼시픽 플레이스의 지하 1층과 1층에는 고급 식당가가 형성되어 있습니다.

식당가는 매우 고급스러운 콘셉트이며 가격대가 높게 형성되어 있습니다. 이 지역에서는 한식당을 거의 찾아보기 어려우나, 센트럴 내부에 '이화원'이라는 유명 한식당이 운영되고 있습니다.

#### ④ 샤틀 상권(Satin)

샤틀은 쇼핑몰의 규모를 기준으로 할 때 신계 지역에서 가장 변화한 상권입니다.

이 상권에는 주말만 되면 신계 주민들이 모여들어 넓은 쇼핑 공간이 발 디딜 틈 없이 붐빕니다. 피크시간 때에는 음식점도 30분 이상의 대기시간을 가져야 합니다.

샤틀 상권은 홍콩 중심가의 집값이 너무 비싸지면서 북쪽에 형성된 거주 지역입니다.

이곳은 한국의 신도시처럼 홍콩 도심으로 출퇴근하는 사람들이 모여 사는 베드타운의 기능을 지니고 있습니다.

그림 1-26 샤틀 상권 지도

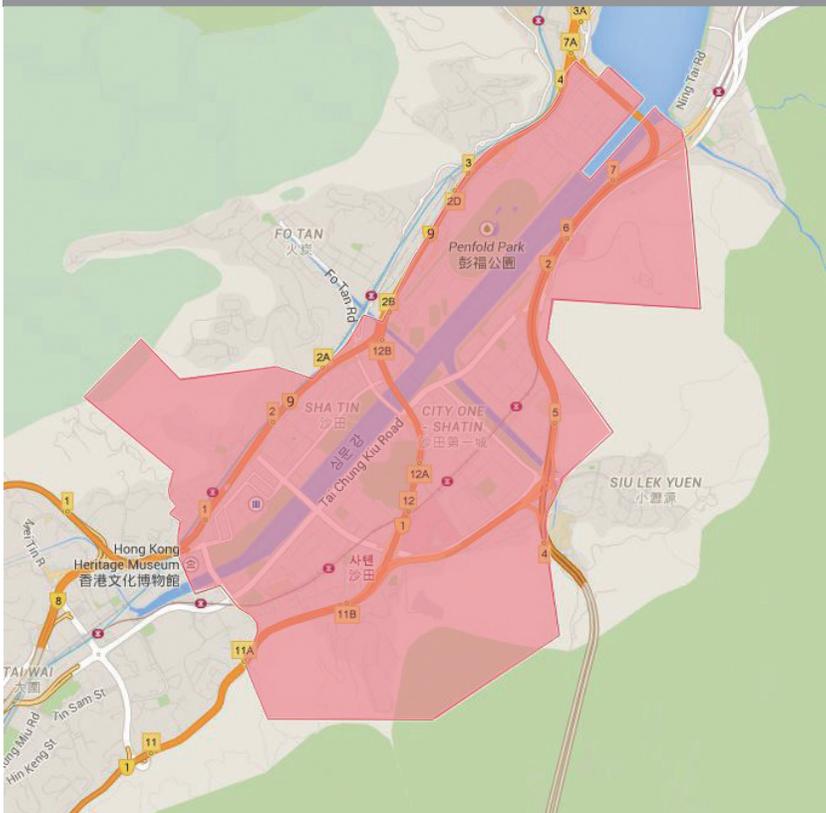




사진 I - 28 샤틀 상권 전경

뉴타운 플라자(New Town Plaza)는 신계 지역에서 가장 큰 규모의 쾌적한 쇼핑센터입니다.

샤틀 역과 바로 연결되어 접근성이 매우 좋으며, 뉴타운 플라자 1, 2, 3으로 구역이 나뉘져 있을 정도로 규모가 큼니다. 또한 시티링크 플라자와 연결되어 있어서 명품 브랜드, 로컬 브랜드부터 다양한 맛집까지 모두 경험할 수 있습니다. 올림픽 역에 있는 올림픽 1, 2, 3과 비슷하지만 더 큰 규모입니다. 샤틀 역 5분 거리에 있는 홈스퀘어 건물은 홍콩에서 가장 큰 규모의 이케아(IKEA) 매장을 비롯하여 각종 실내 인테리어와 소품매장들이 모여있어 구경하기 좋습니다.



사진 I - 29 뉴타운 플라자에 입점한 일식당 IKI(좌), June Sushi(우)

뉴타운 플라자의 식당가에는 비첸향의 육포 같은 간단한 간식거리부터 중식, 양식 등의 다양한 유명 식당들이 여러 층에 걸쳐 자리잡고 있습니다.

현재 뉴타운 플라자 내에 입점한 아시아 에스닉 식당의 대부분은 일식당입니다. 스시 전문점, 철판요리 전문점 등 다양한 메뉴들이 뉴타운 플라자에 입점해 있습니다. 또한 중식당의 경우 '크리스탈 제이드', '딘타이펑' 등의 프랜차이즈 업체들이 많이 입점해 있습니다.

### ⑤ 몽콕(Mong Kok) 상권

몽콕은 홍콩에서 가장 혼잡한 쇼핑 지구이자 거주 지역입니다.

이 지역에는 홍콩의 가장 인기 있는 시장 중 하나인 레이디스 마켓이 있고 이외에도 중국 남부의 영향을 받은 수많은 쇼핑 거리가 분포되어 있습니다.

이러한 쇼핑 거리들은 같은 아이템을 파는 상점들이 하나의 거리에 모여 있다는 점이 특징입니다.

몽콕 곳곳에는 금붕어, 꽃, 새, 운동화, 주방용품, 웨딩드레스 등을 파는 쇼핑 거리들이 있습니다.





사진 I-30 몽콕 상권 전경

몽콕에서는 가정용품부터 고급스러운 보석까지 모든 것이 사고 팔리며 흥정이 이뤄지기도 합니다.

사이영초이 스트리트에서는 전자제품, 화장품, 옷 등이 판매되고 산통 스트리트와 던다스 스트리트에서는 일본과 서양의 최신 패션 아이템과 액세서리를 구경할 수 있습니다. 랭함 플레이스와 같은 쇼핑몰에서는 에어컨 시설이 갖춰진 환경 속에서 편안하게 쇼핑을 즐길 수 있습니다.

본래 거리 이름은 통초이 스트리트(Tung Choi Street)이지만 레이디스 마켓(Ladies' Market)으로 더 유명한 시장입니다.



사진 I-31 레이디스 마켓 입구

여성 관련 상품을 주로 취급해서 붙은 애칭만큼 레이디스 마켓에선 여성류류, 액세서리, 화장품, 신발 등을 주로 판매하고 있습니다.

그 외에 아동복, 기념품, 전통의상 매장을 찾아볼 수 있습니다. 무엇보다 저렴한 가격과 흥정이 가능하다는 점이 관광객들에게 매력적으로 작용하고 있습니다.

레이디스 마켓은 시장이다보니 길거리 노점상들이 매우 많습니다.

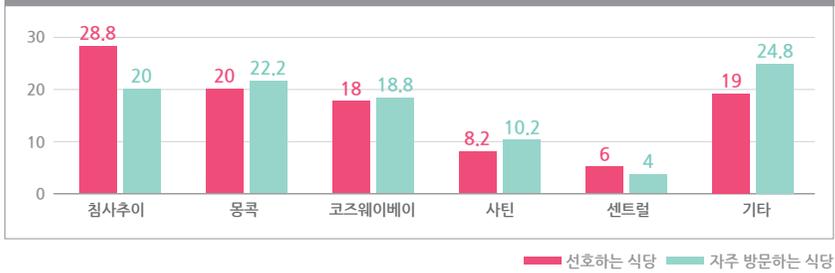
사진 I-32  
노점 음식과 금붕어 시장

## 2) 상권별 유동인구 특성

### ① 식당 위치 상권

홍콩 소비자들이 선호하는 식당은 ‘침사추이’(28.8%), ‘몽콕’(20.0%) 등에 주로 분포하는 것으로 조사되었습니다.

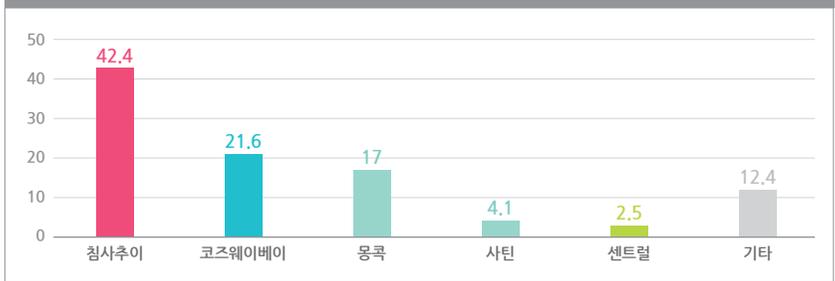
그림 1-28 선호 및 자주방문 식당 위치 상권 (%)



### ② 한식당 위치 상권

홍콩 소비자들이 방문한 한식당의 위치는 ‘침사추이 일대’가 42.4%로 타 지역에 비해 가장 많이 분포하는 것으로 나타났습니다.

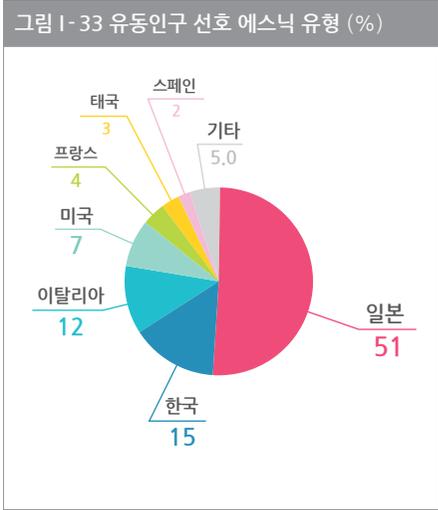
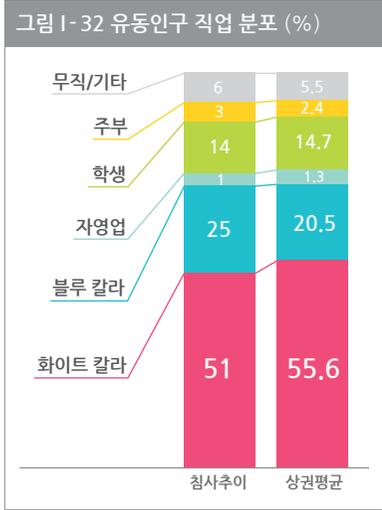
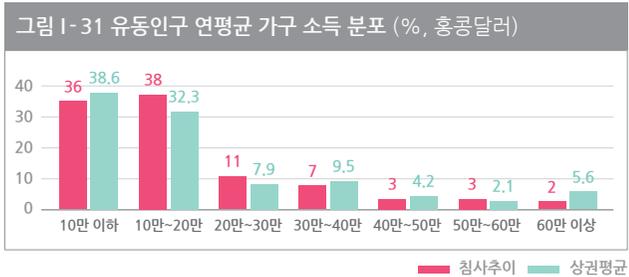
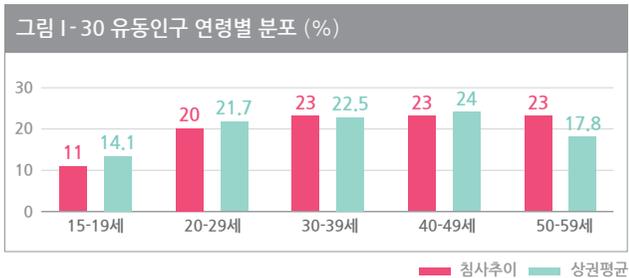
그림 1-29 방문 한식당 위치 상권 (%)



③ 유동인구 특성

침사추이

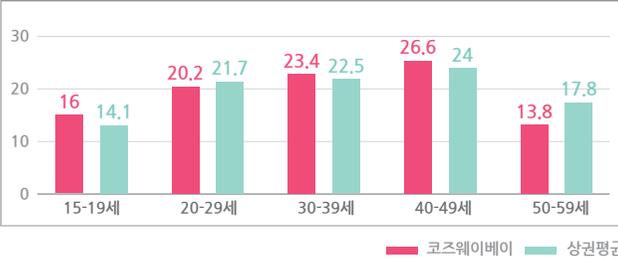
침사추이 상권의 유동인구 특징 조사 결과 30~39세, 40~49세, 50~59세 연령층, 연평균 가구 소득 10만~20만 홍콩달러의 소득층, 화이트칼라 종사자 비중이 가장 높은 것으로 나타났습니다. 해당 유동인구의 선호 에스닉은 '일식당(Japanese)'이 51.0%로 1위를 차지하였습니다 (한식: 15.0%, 2위).



코즈웨이베이

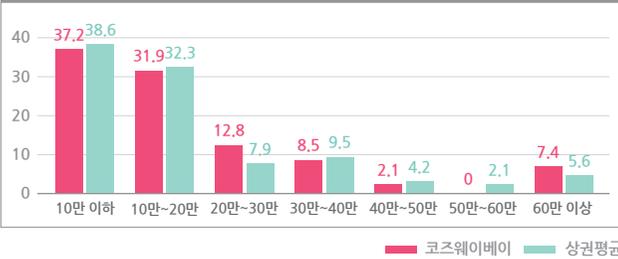
코즈웨이베이 상권의 유동인구 특징 조사 결과 40~49세 연령층, 연평균 가구 소득 10만 홍콩달러 미만의 소득층, 화이트칼라 종사자 비중이 가장 높은 것으로 나타났습니다. 해당 유동인구의 선호 에스닉은 '일식당(Japanese)'이 47.9%로 1위를 차지하였습니다 (한식: 8.5%, 4위).

그림 1-34 유동인구 연령별 분포 (%)



40~49세 인구 비율이 전체의 26.6%로 가장 높게 나타났으며, 타 상권 대비 50~59세 인구 비율이 낮은 것으로 조사되었습니다.

그림 1-35 유동인구 연평균 가구 소득 분포 (% , 홍콩달러)



연평균 가구 소득 10만 달러 미만의 소득층 비율이 전체의 37.2%로 가장 높게 나타났습니다.

그림 1-36 유동인구 직업 분포 (%)

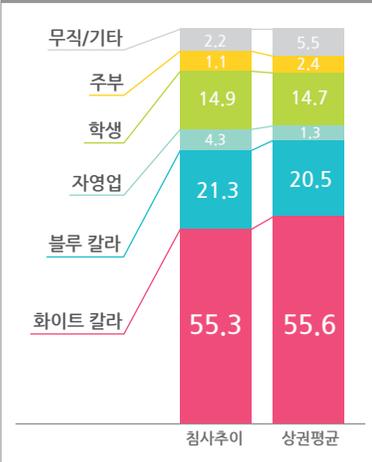
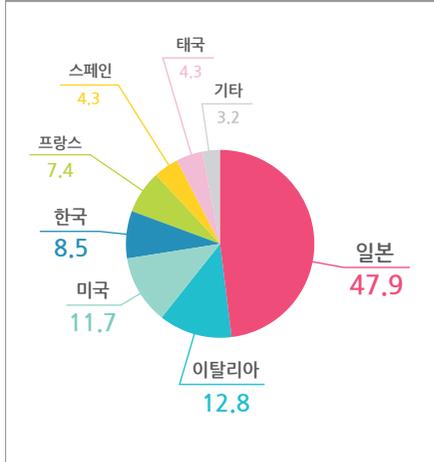
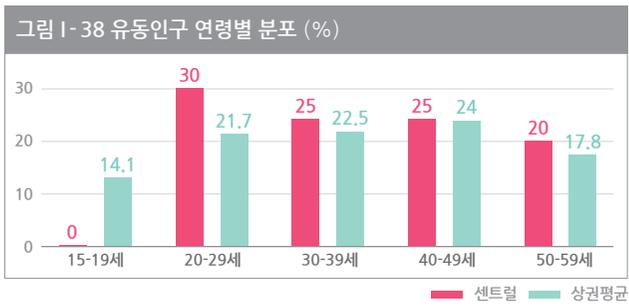


그림 1-37 유동인구 선호 에스닉 유형 (%)

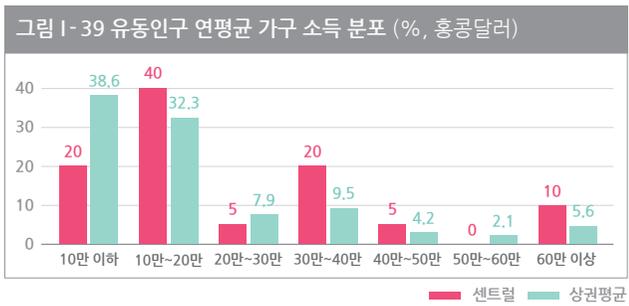


센트럴

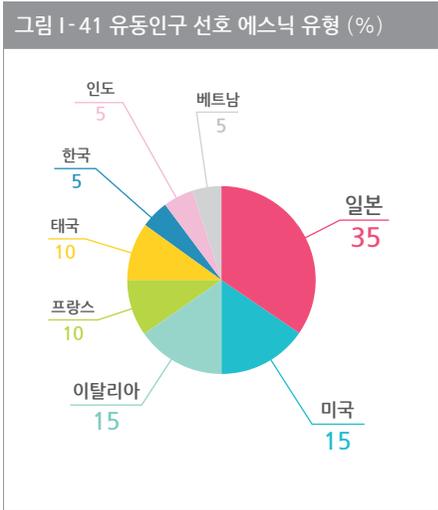
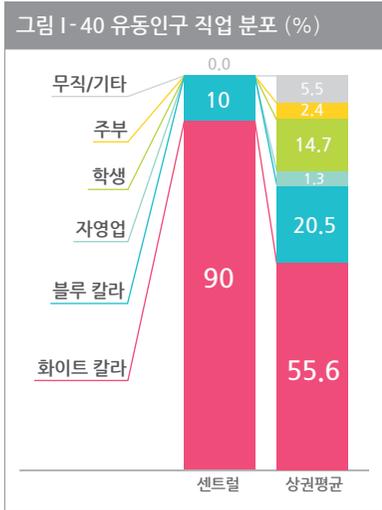
센트럴 상권의 유동인구 특징 조사 결과 20~29세 연령층, 연평균 가구 소득 10만~20만 홍콩달러의 소득층, 화이트칼라 종사자 비중이 가장 높은 것으로 나타났습니다. 해당 유동인구의 선호 에스닉은 '일식당(Japanese)'이 35.0%로 1위를 차지하였습니다 (한식: 5.0%, 공동 6위). \* 유동인구 분석 사례수가 30 미만으로(20) 해석 시 유의해야 합니다 \*



20~29세 인구 비율이 전체의 30.0%로 가장 높게 나타났으며, 타 상권 대비 15~19세 인구 비율이 낮은 것으로 조사되었습니다.

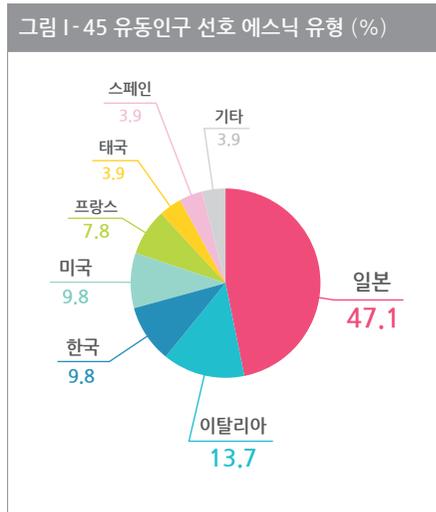
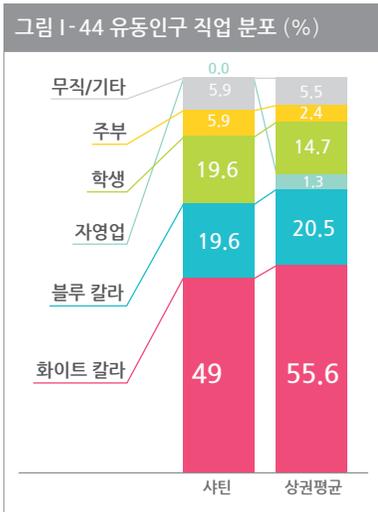
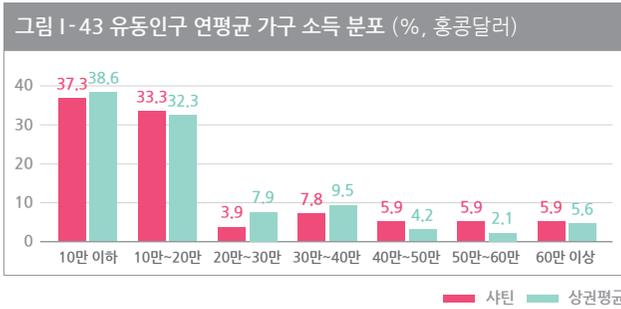
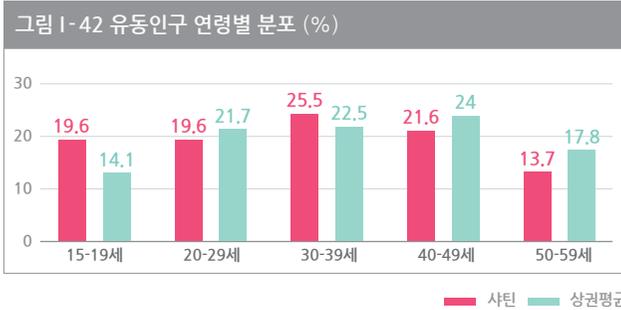


연평균 가구 소득 10만~20만 홍콩달러의 소득층 비율이 전체의 40.0%로 가장 높게 나타났습니다.



샤틴

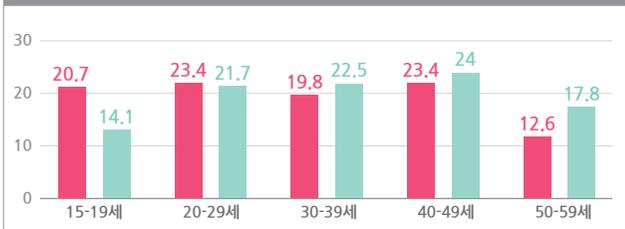
샤틴 상권의 유동인구 특성 조사 결과 30~39세 연령층, 연평균 가구 소득 10만 홍콩달러 미만의 소득층, 화이트칼라 종사자 비중이 가장 높은 것으로 나타났습니다. 해당 유동인구의 선호 에스닉은 '일식당(Japanese)'이 47.1%로 1위를 차지하였습니다 (한식: 9.8%, 공동 3위).



몽콕

몽콕 상권의 유동인구 특징 조사 결과 20~29세, 40~49세 연령층, 연평균 가구 소득 10만 홍콩달러 미만의 소득층, 화이트칼라 종사자 비중이 가장 높은 것으로 나타났습니다. 해당 유동인구의 선호 에스닉은 '일식당(Japanese)'이 46.8%로 1위를 차지하였습니다 (한식: 12.6%, 3위).

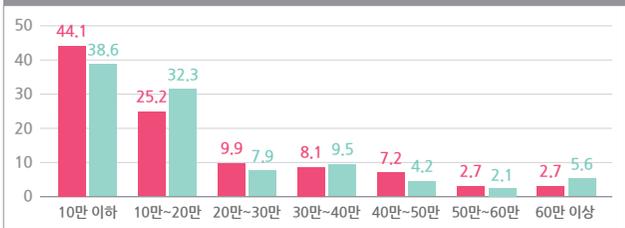
그림 I-46 유동인구 연령별 분포 (%)



20~29세, 40~49세 인구 비율이 각각 전체의 23.4%로 가장 높게 나타났으며, 타 상권 대비 50~59세 인구 비율이 낮은 것으로 조사되었습니다.

■ 몽콕 ■ 상권평균

그림 I-47 유동인구 연평균 가구 소득 분포 (% , 홍콩달러)



연평균 가구 소득 10만 홍콩달러 미만의 소득층 비율이 전체의 44.1%로 가장 높게 나타났습니다.

■ 몽콕 ■ 상권평균

그림 I-48 유동인구 직업 분포 (%)

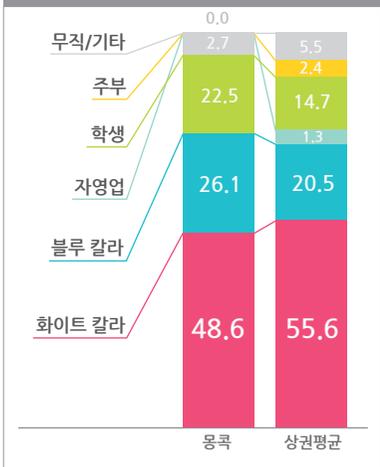
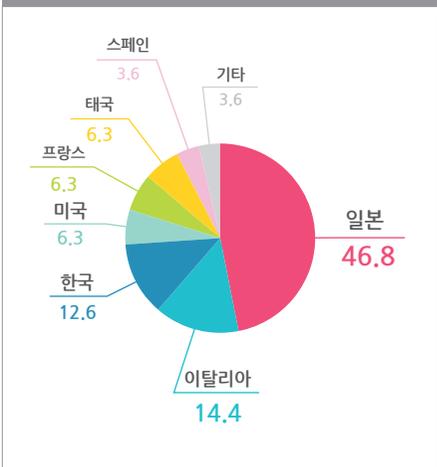


그림 I-49 유동인구 선호 에스닉 유형 (%)



### 3.5 한식산업에 대한 이해

#### 1) 한인사회 현황

외교부에서 집계한 2013년 홍콩의 교민 수는 12,273명으로 2011년의 13,607명보다 약 10% 감소했습니다.

한국인이 홍콩에 살게 된 것은 1945년 8월 15일 제2차 세계대전이 막을 내리며 일본에게서 해방되고 난 이후부터였습니다.

중국에서 살던 동포들 중 고국으로 돌아가기 위해 홍콩으로 나온 사람들과, 중국 내전이 격렬해짐에 따라 홍콩으로 피난 온 사람들이 머무르면서부터였는데, 이들 중 일부는 귀국했으나 약 40여 가구가 남아서 사업 활동을 하면서 한인사회가 형성되었습니다. 홍콩 교민들은 한국 정부 수립 이후 '홍콩 한국 교민회'의 창립총회를 통해 한국 교민증을 발급해, 이민국으로부터 대한민국 국민으로서의 거주 허가를 받았습니다.

1953년 한국은행 홍콩지점이 설치되고 그 뒤 해운공사도 진출했습니다.

1962~63년에는 처음으로 몇 개 상사의 지사가 홍콩에 설치되었습니다. 당시 동포 인구는 250명 정도였으며 동포 2세의 한글 교육을 위해 홍콩한국토요학교가 시작돼 오늘날까지 지속되고 있습니다.

1970년 대한무역협회가 코리아센터를 설립하여 한국 상사의 진출을 도우며 동포 인구가 빠르게 늘기 시작했습니다.

1970년대와 1980년대 한국의 경제개발로 교역이 늘면서 홍콩한인상공회가 조직됐고 많은 주재 상사가 진출했습니다. 또한 현지 근무 중 퇴직해 자영업을 하는 사람도 많아져 한인회의 주축을 이루게 됐습니다.

1980년대와 1990년대에 이르러서는 국내 경제발전에도 따라 많은 금융기관과 상사가 진출했습니다.

1988년에는 소규모이지만 정규 학교인 홍콩한국학교가 설립됐습니다. 이후 한국국제학교가 지어졌으며 현재는 유치원부터 고등부까지 운영되고 있습니다.



사진 I-33 홍콩 한인회 문화축제

홍콩 한인회는 다른 어느 나라 동포 못지않은 굳건한 단결력을 자랑하고 있습니다.

한인회는 동포 단결을 도모하고 현지 불우이웃을 돕기 위해 매년 장터, 자선음악회 등 여러 행사를 개최하고 있습니다.

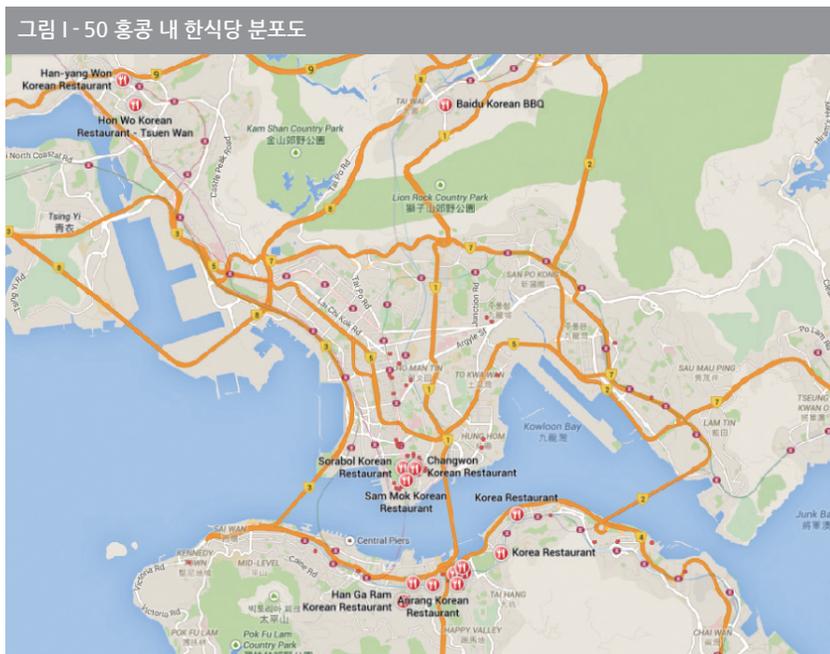
또한 다음 세대의 한글교육을 위해 토요학교를 운영하고 있으며 유치부부터 고등부까지 체계적인 교육 커리큘럼을 갖고 있습니다.

2013년 11월 기준, 홍콩한국토요학교(교장 김종국)는 정원수가 600명이 넘어, 1960년 개교 이래 최대의 학생 수를 자랑하고 있습니다.

2014년 기준 약 200여 개의 한국 기업들이 홍콩에 진출해 있으며 진출 중인 기업들은 제조업, 도소매 유통업, 금융업 등 여러 업종에 고루 걸쳐 있습니다.

## 2) 한식당 진출 현황

한식재단과 KOTRA의 조사(2012년, 해외 한식당 현황조사)에 의하면 홍콩에 있는 한식당은 63개로 확인됩니다.



홍콩 내 한식당은 주로 침사추이 상권과 코즈웨이베이 상권 인근 지역에 분포하고 있습니다.

한식당은 그동안 주로 침사추이나 홍콩섬의 어두운 뒷골목과 오래된 건물에 조그맣게 자리해왔습니다. 그러나 K-POP과 드라마가 인기를 얻으며 시작된 홍콩의 한류 열풍은 한국 음식, 뷰티, 관광 붐으로 번져갔습니다.

최근에는 빅토리아 하버가 한눈에 내려다보이는 초고층 쇼핑몰 아이스퀘어(iSquare)와 홍콩 최대 명품 쇼핑몰인 하버시티(Harbour City) 등으로 한식당이 진출해있을 만큼 홍콩 내 한식의 위상이 높아졌습니다.



사진 1-34 드라마 『상속자들』과 된장찌개

초기 한식은 '대장금' 열풍을 통해 급격하게 인지도가 상승했으며, 계속되는 한류의 영향으로 이미지가 좋아지고 있습니다.

대장금 방영 이후 동일 점포 매출이 30% 이상 증가할 정도로 한류는 현지인들에게 한식 취식 욕구를 유발하는 촉매제가 되었습니다.

실제로 현지인들의 한식당 선호도에 '한국 드라마'에 관한 선호가 큰 영향을 미치는 것으로 나타났고, 'K-POP'에 대한 선호도 또한 높은 영향력을 지니는 것으로 드러났습니다.

최근에는 드라마 『상속자들』, 『별에서 온 그대』의 선풍적인 인기가 한식 매출을 견인하고 있습니다. 드라마 속에 나온 '치맥' 때문에 한국식 후라이드 치킨이 호황을 누리는 것입니다. 도심 지역에서는 한국 스타일의 치킨을 먹기 위해 줄을 2~3시간씩 서야 하는 현상까지 벌어지고 있습니다.

홍콩 현지인들이 관심을 가지는 한식은 몇 가지에 국한되어 있지 않습니다. 전통 한국 음식 전반에 대한 관심이 나타나고 있으며, 특히 고추장을 대표로 한 매운 맛과 강한 향 등이 한식의 주요 경쟁력으로 작용하고 있습니다.

홍콩에서 성업 중인 한식당에는 '서라벌(Sorabol)'이 있습니다.

서라벌은 한우리 외식산업과 연계해서 운영하고 있는 정통 한식당으로, 신라의 수도였던 경주의 옛 이름이자 서울의 어원입니다.

이곳은 홍콩의 많은 공식기관을 통해 널리 알려져 있습니다. 홍콩 위생국에 의해 '최고의 위생적인 레스토랑'에 선정되었으며, 홍콩관광협회에서 지정하는 모범 음식점으로 선정되었고, 2011년 및 2013년 미술랭 가이드에도 등재되었습니다.

또한 매년 개최되는 현지 언론사 주최 음식 경연대회에 참가하여 2009년에는 '궁중 갈비찜', 2012년에는 '전주비빔밥'으로 금상을 수상했습니다.

서라벌은 중국 남부의 기후 등 여러 가지 여건상 한국 고유 농산물 수급에 많은 어려움을 겪었으나, 이를 해결하기 위해 자체 농장을 조성했습니다.

한국에서 직송되는 한국의 농산물 및 식자재와 중국 헤주의 산골 서라벌 농장에서 재배되는 유기농 채소로 한국인 셰프가 직접 요리하여 한국 정통의 맛과 품질을 유지하는 것을 원칙으로 하고 있습니다.



사진 1 - 35 서라벌 전경(위), 제공 음식(아래)



서라벌은 영업전략이 뛰어나다고 평가받고 있습니다.

서라벌은 고급스러운 콘셉트의 메뉴와 서비스를 제공하고 있으며 회원제로 운영되고 있습니다. 회원들에게 발급하는 쿠폰이 성공 비결로 꼽히기도 합니다. 이러한 영업전략에 힘입어 침사추이점은 예약을 하지 않으면 자리가 없을 정도로 늘 대기 인원이 많습니다.

공식 홈페이지에 의하면 전채요리 9가지, 구이요리 14가지, 별미음식 10가지, 찌개 및 전골 8가지, 식사류 12가지가 구비되어 있습니다.

그 중 인기 메뉴로는 양념갈비, 생갈비 등이 있으며 돌솥비빔밥, 제육볶음 등도 많이 찾고 있습니다. 반찬은 김치, 나물, 감자조림, 멸치조림 등이 제공되며 다른 식당보다 가지 수가 많은 편은 아니지만 깔끔하게 나오며 리필이 가능합니다.

서라벌은 침사추이, 코즈웨이베이의 소핑몰, 홍콩 국제공항 제2청사에 지점을 두고 있으며 중국 본토의 소핑몰에서도 지점을 운영하고 있습니다.

### 3) 한식소비 심층분석

\*2014 해외 외식·한식산업 소비자 조사(홍콩 거주 소비자 500명을 대상으로 한 온라인 설문조사) 결과를 기준으로 작성함\*

#### ① 한식 인지 및 경험

홍콩 외식소비자 중 한식을 알고 있는 사람들은 95.6%이며, 이 중 한식 취식 경험이 있는 사람은 92.3%로 조사되었습니다.[1]

한식을 알고 있는 사람들을 대상으로 알고 있는 한식 메뉴, 앞으로 취식하고 싶은 한식 메뉴, 자주 먹거나 선호하는 한식 메뉴, 먹는 방법을 몰라 불편함을 겪었던 한식 메뉴에 대한 조사 결과는 아래와 같습니다.

그림 1-51 한식 인지 및 경험 조사 결과		
알고있는 메뉴[2]	취식 경험이 있는 메뉴[3]	앞으로 취식하고 싶은 메뉴[4]
비빔밥 (92.1%)	비빔밥 (88.2%)	전 (33.1%)
불고기 (80.1%)	불고기 (72.3%)	갈비탕 (30.5%)
삼계탕 (78.5%)	삼계탕 (64.8%)	삼겹살 (29.7%)
떡볶이 (77.2%)	떡볶이 (60.7%)	냉면 (28.5%)
김치(찌개) (77.0%)	김치(찌개) (53.4%)	갈비 (22.6%)
냉면 (53.1%)	냉면 (37.0%)	삼계탕 (21.5%)
삼겹살 (46.2%)	삼겹살 (32.3%)	김치(찌개) (17.6%)
전 (44.1%)	전 (31.4%)	불고기 (16.7%)
갈비 (35.6%)	갈비 (20.5%)	떡볶이 (15.7%)
갈비탕 (29.7%)	갈비탕 (16.4%)	비빔밥 (10.5%)
		기타 (6.7%)
자주 취식하는 메뉴[5]	가장 선호하는 메뉴[6]	먹는 방법을 몰라 불편함을 겪었던 메뉴[7]
비빔밥 (70.5%)	비빔밥 (40.9%)	삼계탕 (12.7%)
불고기 (49.5%)	불고기 (29.3%)	갈비 (11.6%)
떡볶이 (26.8%)	삼계탕 (7.7%)	삼겹살 (10.9%)
삼계탕 (24.5%)	떡볶이 (7.0%)	불고기 (9.1%)
김치(찌개) (16.6%)	김치(찌개) (2.7%)	전 (7.9%)
삼겹살 (8.6%)	삼겹살 (2.3%)	갈비탕 (7.5%)
냉면 (7.7%)	냉면 (1.8%)	비빔밥 (5.9%)
전 (7.3%)	전 (1.1%)	김치(찌개) (5.4%)
갈비 (3.6%)	갈비 (0.9%)	냉면 (5.0%)
갈비탕 (0.5%)	갈비탕 (0.2%)	떡볶이 (4.8%)
기타 (0.9%)	기타 (0.2%)	기타 (1.4%)

\* 설문 응답 시에 김치와 김치찌개를 혼동하여 답을 했을 가능성 존재하므로 해석 유의바랍니다.

[1] 외식 한식 메뉴를 하나 이상 아는 사람들 ‘한식 인지자’로 정의함

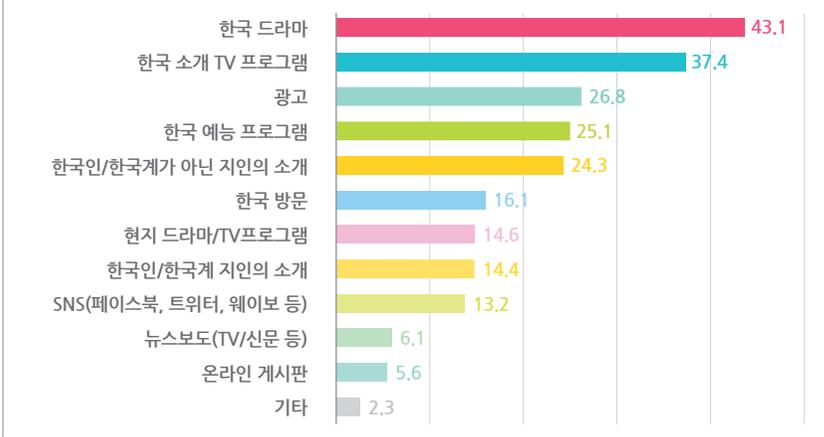
[2], [4] BASE: 한식 인지자(N=478), 복수응답

[3], [5], [6] BASE: 한식 인지자 및 한식 취식 유경험자 중 주요 한식 10가지 메뉴(김치(찌개)~삼겹살) 알고 있는 응답자(N=440), 복수응답

[7] BASE: 한식 인지자 중 한식 취식 유경험자(N=441), 복수응답

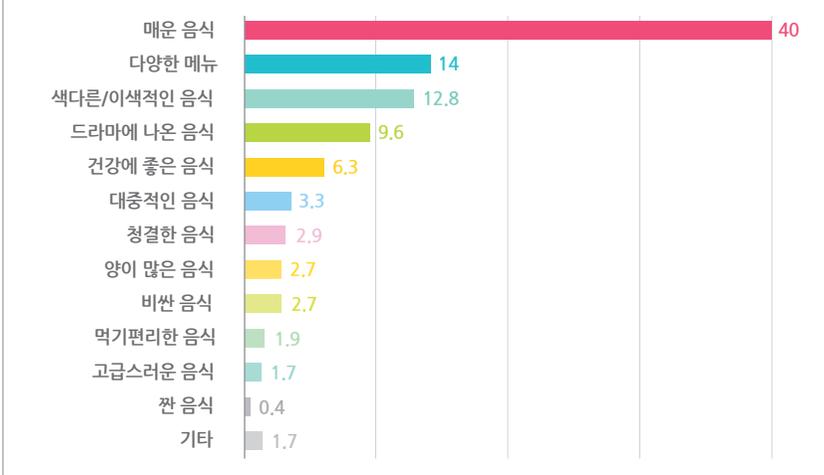
홍콩 소비자들이 한식을 알게 된 주요 경로는 '한국 드라마'가 43.1%로 가장 높은 비중을 차지하였습니다.

그림 I-52 한식 인지 경로<sup>[1]</sup> (%)



한식 이미지에 대해 '매운 음식'(40.0%)이라는 응답이 가장 많았고, 이어, '다양한 메뉴'(14.0%), '드라마에 나온 음식'(12.8%), '색다른/이색적인 음식'(9.6%) 등의 순으로 조사되었습니다.

그림 I-53 한식 이미지<sup>[2]</sup> (%)

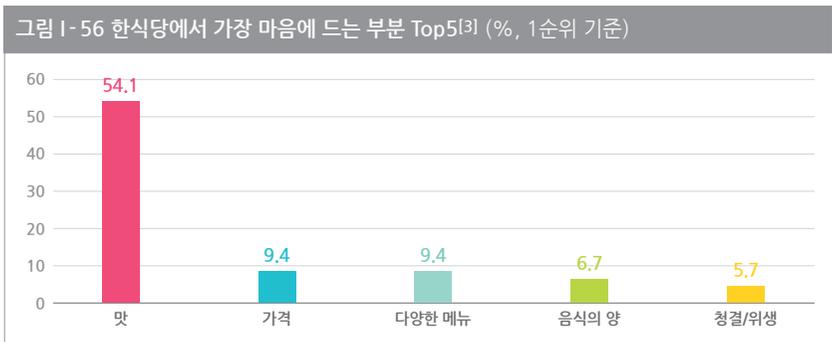
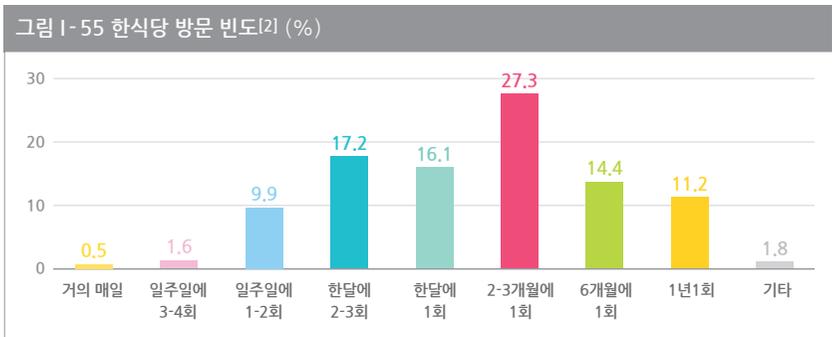
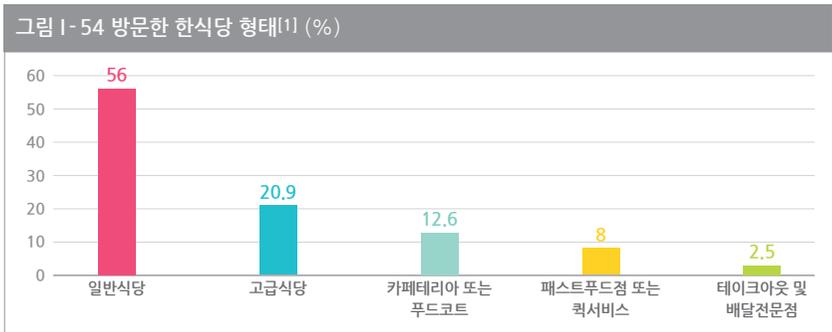


[1],[2] BASE: 한식 인지자(N=478), 복수응답

② 한식당 이용 실태

한식을 알고 있고, 한식당에 방문한 경험이 있는 홍콩 소비자들을 대상으로 방문한 한식당의 형태를 조사한 결과, '일반식당' 형태가 56.0%로 가장 높은 비중을 차지하였습니다.

한식당 방문 빈도는 '2~3개월에 1회'가 27.3%로 가장 높은 비중을 나타내었으며, 한식당에서 가장 마음에 드는 부분은 '맛'이 54.1%로 1위를 차지하였습니다.



[1], [2], [3] BASE: 한식 인지자 및 한식당 방문 유경험자(N=436)

한식당 1회 방문 시 평균 지출액은 179.1홍콩달러(약 25,943원)로 조사되었으며, 51.4%의 소비자가 한식당에서의 지출액이 '적당한 수준'이라고 응답하였습니다.

그림 I-56 한식당 방문 시 지출액<sup>[1]</sup> (%)

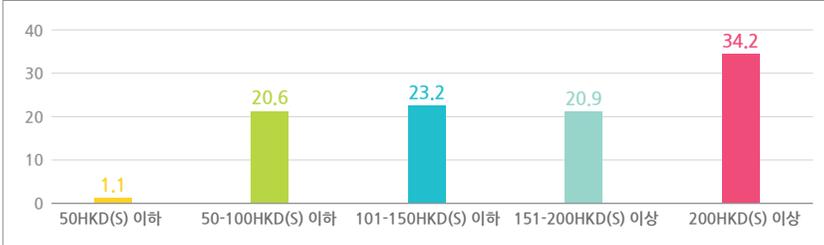
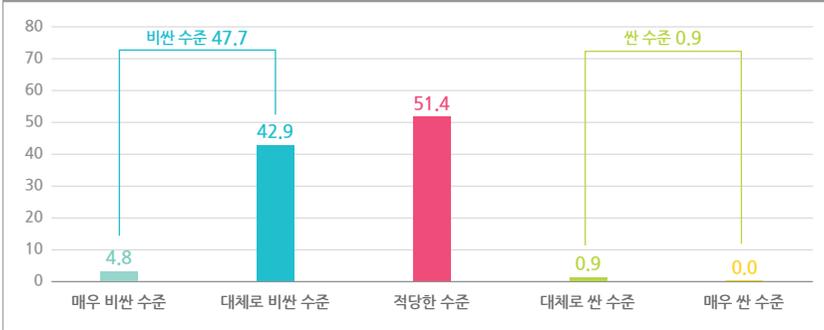
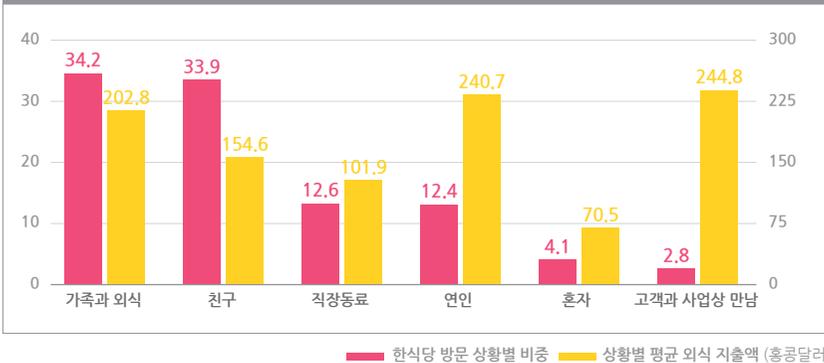


그림 I-57 한식당 방문 시 지출액의 적정성<sup>[2]</sup> (%)



한식당 방문 시 '가족과 외식'하는 경우가 34.2%로 높은 반면, '고객과 사업상 만남'(2.8%)의 경우는 상대적으로 낮은 수준으로 나타났습니다.

그림 I-58 한식당 방문 상황별 비중<sup>[3]</sup> (%)



[1], [2], [3] BASE: 한식 인지자 및 한식당 방문 유경험자(N=436)

방문한 한식당에 대하여 만족하는 이유로는, ‘음식 맛이 다양하고 질리지 않음’(43.6%), ‘식당이 전문적이고 신뢰감 있음’(18.3%), ‘음식에 대해 전반적으로 만족함’(14.9%) 등이 주로 제시되었습니다.

그림 I-60 한식당 만족 이유<sup>[1]</sup>

이유	%	이유	%
음식이 맛이 다양하고 질리지 않음	43.6	직원이 친절함	1.2
식당이 전문적이고 신뢰감 있음	18.3	고객서비스 향상을 위해 늘 변화하고 노력함	1.2
음식에 대해 전반적으로 만족함	14.9	해당 국가 문화를 좋아함	1.2
가격이 합리적이고 적절함	9.5	음식의 양이 적절함	0.8
서비스가 우수하고 적극적임	5.8	좋은 식재료를 사용함	0.8
가족/지인들이 좋아하는 음식임	4.6	방문 시 좋았던 기억이 있음	0.8
메뉴가 다양하고 차별성 있음	3.7	매운 맛의 음식을 선호함	0.8
식당이 깔끔하고 쾌적함	2.9	식당에 대해 전반적으로 만족함	0.8
지역적이고 민속적인 특색을 보여줌	2.9	개인적으로 해당 국가 음식을 좋아함	0.8
방문한 식당에서 특정 음식이 맛있었음	2.5	포장/배달이 간편함	0.4
음식이 건강식이고 영양가 높음	2.1	인테리어가 고급스럽고 이색적임	0.4
음식 품질이 전반적으로 좋음	2.1	주변 사람들과 시간을 보내기 좋은 장소임	0.4
분위기가 편안하고 아늑함	1.7	주변 환경이 깨끗하고 경관이 좋음	0.4
교통이 편한 곳에 식당이 위치함	1.2	한국인을 좋아함	0.4

방문한 한식당에 대하여 불만족하는 이유로는, ‘맛이 없음’(20.0%), ‘음식 가격이 적절하지 않음’(15.0%) 등이 제시되었습니다.

그림 I-61 한식당 불만족 이유<sup>[2]</sup>

이유	%
맛이 없음	20.0
음식 가격이 적절하지 않음	15.0
음식 맛이 지나치게 강함(맵거나 짠)	10.0
서비스가 불만족스러움	10.0
식당이 고급스럽지 않음	5.0
음식의 질이 떨어짐	5.0
없음/모름/무응답	35.0

[1] BASE: 한식당 만족하는 응답자(N=241) \* 오픈 문항의 특성상 응답 수치의 합이 100%를 넘을 수 있음

[2] BASE: 한식당 만족하지 않는 응답자(N=20)

한식당을 재방문하는 이유에 대해, '색다른/이색적인 음식이 있었다'(28.3%)가 1순위로 조사되었으며, 재방문하지 않는 이유에 대해서는 '가격이 비쌌다'(24.0%)가 1순위로 나타났습니다.

그림 I-62 한식당 재방문/재방문하지 않는 이유 (Top5)	
순위	한식당 재방문하는 이유 <sup>[1]</sup>
1	색다른/이색적인 음식이 있었다 (28.3%)
2	음식이 내 입맛에 잘 맞았다 (26.3%)
3	메뉴가 다양했다 (16.3%)
4	가격이 비싸지 않았다 (10.4%)
5	식당이 청결했다 (4.6%)
순위	한식당 재방문하지 않는 이유 <sup>[2]</sup>
1	가격이 비싸다 (24.0%)
2	음식이 내 입맛에 맞지 않았다 (20.0%)
2	색다른/이색적인 음식이 없었다 (20.0%)
4	방문하기에 접근성이 나빴다 (12.0%)
5	메뉴가 다양하지 않았다 (8.0%)

한식당을 방문하지 않은 소비자들을 대상으로 해당 이유를 조사한 결과, '주변에 한식당이 없어서'(40.5%), '입맛에 맞지 않아서'(26.2%) 등이 주된 이유로 나타났습니다.

그림 I-63 한식당 방문하지 않는 이유 (Top5)	
순위	한식당 방문하지 않는 이유 <sup>[3]</sup>
1	주변에 한식당이 없어서 (40.5%)
2	입맛에 맞지 않아서 (26.2%)
3	주변 사람들이 추천하지 않아서 (11.9%)
4	한식을 먹어본 적이 없어서 (7.1%)
4	가격이 비싸서 (7.1%)

[1] BASE: 한식 인지도자 및 한식당 방문 유경험자 중 한식당 재방문 의향 있는 응답자(N=240)

[2] BASE: 한식 인지도자 및 한식당 방문 유경험자 중 한식당 재방문 의향 없는 응답자(N=25)

[3] BASE: 한식당 방문 무경험자(N=42)

[참고] 홍콩으로 뻗어가는 빙수 전문점, 설빙



사진 I-36 설빙 대표메뉴 망고치즈빙수와 MOU 체결 현장

2015년 2월 한국 디저트 카페 설빙이 중국 상해아빙식품무역유한공사와 MOU(Memorandum of Understanding, 어떠한 거래를 시작하기 전에 쌍방 당사자의 기본적인 이해를 담기 위해 진행되는 협약)를 체결했습니다.

서울 가락동에 위치한 설빙 본사에서 진행된 이번 MOU는 설빙 정선희 대표, 상해아빙식품무역유한공사 남성길 대표가 참석한 가운데 진행됐습니다.

해당 협약은 상해 지역에 대한 마스터프랜차이즈 MOU로 상해 지역에서 2015년 4월 중 2개 매장을 시작으로 2017년까지 150개 매장을 오픈한다는 내용이 담겨져 있습니다.

또 상해를 시작으로 광둥성, 장수성, 지린성 등을 기준으로 마스터 프랜차이즈를 전개할 계획이며, 이미 중국 전역에 걸쳐 프랜차이즈 문의가 쇄도하고 있어 설빙의 해외진출이 급물살을 탈 것으로 보입니다.

이외에도 홍콩, 마카오와 마스터 프랜차이즈 가계약을 완료했고 올해 안에 동남아시아에도 진출할 예정입니다. 설빙은 앞으로도 한국의 맛을 알릴 수 있는 메뉴 개발에 힘써 아시아를 넘어 전 세계인에게 사랑받도록 노력하겠다는 포부를 밝혔습니다.

이처럼 설빙은 한국 전통의 디저트 메뉴를 활용하여 해외로 진출하는 패거를 거두었습니다.

## II. 홍콩(Hong Kong) 한식당 설립 가이드

### 1. 한식당 설립 실무 정보

---

#### 1.1 사업자 등록 절차

- 1) 개인 사업자 83
- 2) 법인 사업자 84

#### 1.2 설립 주요 실무 정보

- 1) 인허가 요건 및 관련 법규 88
- 2) 임대차 계약 절차 및 관행 90
- 3) 영업시설의 공통기준 95
- 4) 노동법, 고용법 관련 유의사항 98
- 5) 세무 관련 정보 103
- 6) 수입/통관 관련 정보 113

#### 1.3 기타정보

- 1) 거주허가 비자 124
- 2) 금융 서비스 130
- 3) 지원기관 및 분야별 전문업체 정보 131

### 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 좌석 수, 좌석 회전시간, 영업시간, 예상되는 객단가, 재료비, 노무비, 기타 원가 및 비용 등과 같은 요소를 통해서 예측 가능합니다.

### 2. 운영자금을 충분히 확보해야 합니다.

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

### 3. 오픈 방법을 결정해야 합니다.

음식점을 개점하는 방법 중에는 성대한 개점식 없이 조용한 오픈을 하는 ‘소프트 오픈’이 있습니다. ‘소프트 오픈’ 기간에는 방문하는 손님들의 이름을 기억하고 내부의 정보를 충분히 알려 준 후 그들의 의견을 청취합니다. 또한 무형의 서비스를 유형의 것으로 만들 수 있는 일종의 기념품을 고객들에게 제공합니다. 이러한 방식의 오픈은 잠재 고객들이 개점하는 식당을 어떻게 생각하는지 알 수 있는 기회가 됩니다. 반면 ‘그랜드 오픈’을 광고하는 것은 검증된 개념을 활성화시키는 방법 중 하나입니다. 새로운 콘셉트로 그랜드 오픈을 하는 것은 효과적인 촉진수단이지만 때로는 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. 시장 안에 너무 많은 음식점이 있어서 수익을 내는 것이 어려운 상황에서는 할인 경쟁이 불가피할 것이고, 그로 인하여 수익성이 악화되어 거의 이익을 내지 못하는 상황이 발생할 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 사람을 필요로 합니다. 이 사람은 음식을 따뜻하고 빠르게 제공하면서도 수익성도 맞추는 방법을 알고 있는 사람입니다.

이 사람이 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 요리 하는 것과 상이하다는 사실을 알아야만 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 계산대에서 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)를 통제할 수 있어야 합니다.

원가(손실)를 통제하기 위해서는 재료비와 인건비(노무비)를 계획해야 합니다.

따라서 음식점 경영자는 메뉴와 주방을 능숙하게 관리해야만 합니다. 그래야 음식(상품)이 최소의 주방인력으로 완성될 수 있습니다. 주방은 표준 레시피(조리법)로 운영되어야 표준원가가 적용될 수 있습니다.

다음과 같은 예방책으로 손실을 줄일 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

## 1. 한식당 설립 실무 정보

### 1.1 사업자 등록 절차

#### 1) 개인 사업자

개인회사(Sole Proprietorship)는 자본금, 주식발행이 불가능하며 회사 대표자가 무한책임을 지는 형태의 회사입니다.

개인 회사는 대표자의 책임 하에 모든 영업행위를 할 수 있습니다. 은행 계좌 개설 및 수표 발행, 무역 신용장 개설 등의 금융활동이나 동산, 부동산의 임대 및 취득에도 아무런 제약이 없습니다.

개인회사에는 회사명에 “Limited” 등 유한책임을 시사하는 단어 사용이 금지됩니다.

회사의 모든 의무, 채무에 대해 개인 자신이 무한책임을 지게 되므로 회사의 경영 악화 및 배상, 소송 등으로 인한 파산 가능성도 고려해야 합니다.

개인회사는 일반 법인과는 달리 별도의 법인 등기 절차 없이 사업자 등록만으로 설립이 가능해 설립 및 유지관리 비용이 저렴하고, 회사설립이 신속하다는 장점이 있습니다.

개인회사는 법인회사(유한공사)와 같이 매년 회계결산관리의 의무가 있으나 회계감사의 의무는 없습니다.

그러나 연간 순수익이 50만 홍콩달러(약 7,069만 원) 이상이고 간이 신고 이상일 경우에는 법인회사와 마찬가지로 정식 결산보고서를 준비해야 합니다.

#### 개인회사 설립 신청 시 필요 서류

- ① 회사 이름(Company 단어 사용): 회사 이름에 사용 불가능한 단어에는 Ltd, Inc. Corporation 등이 있습니다.
- ② 신청인(대표자)의 여권 사본
- ③ 영문주민등본(3개월 이내 발부)
- ④ 홍콩 내의 대리인 지정(당사대행)



## 개인회사 설립 절차

- ① 필요 서류를 홍콩 기업등록국에 제출하고 회사설립진행비용 송금 후 설립서류를 발송
- ② 신청자의 서명 후 당사에 우편발송하면 신청서류 접수 당일 사업자등록증(BR) 수령 가능
- ③ 사업자등록증 수령 후 은행구좌 개설 가능
- ④ 기타 서류 발급

## 2) 법인 사업자

### 투자형태별 법인 분류

#### ① 현지 법인(Limited Company)

현지 법인 설립의 경우 현지 법인체가 모든 법적 재무상의 책임을 집니다. 모든 형태의 법인 설립 시 사업 개시 한 달 이내에 사업등록(Business Registration)이 필요합니다.

사무 여건을 조성한 후 사업자 등록을 신청하는 한국과 달리 홍콩에서는 사업자 등록 없이는 회사의 전화신청이나, 임대차 계약, 회사 은행 구좌개설 등의 대다수 서류계약 체결이 불가능합니다.

법인을 설립하는 데 있어 자격 요건은 없으나 이사의 결격 사유 여부가 중요합니다. 즉, 홍콩 내 사업 관련 미해결 사항이 있으면 되지 않습니다. 간혹 2~3년간의 은행 신용보증을 원하는 경우도 있습니다.

#### ② 해외 모기업의 현지 지점(지사, Branch office)

지사 설립은 본사가 홍콩에 본사의 영업점 혹은 지점(Branch)을 설치하고 본사의 이사진, 본사의 정관, 법인등기부본 등을 현지 기업 등록국에 그대로 등록하는 방식이며, 외국기업의 홍콩 내 등록을 통한 사업형태(Registration of a Non-Hong Kong Company)입니다. 법적 분쟁이 발생할 경우 본사 또는 모기업이 지사의 영업활동에 대한 모든 법적, 금전적 책임을 지게 됩니다.

지사가 홍콩 법률에 의거해 수행한 현지 판매제품의 소비자 보상, 반품 정책, 에이전트 고용과 관리, 노동법상의 문제 발생 시 모기업/본사에도 연대책임이 있으며, 지사의 채무에 대한 책임도 본사가 공동책임을 가집니다.

현지 법인의 과세표준은 홍콩에서의 영업으로부터 발생한 이익을 기준으로 계산되나, 지사의 경우 지점의 영업활동에서 발생한 이익과 본사의 전체이익을 홍콩 지점의 매출액으로 일정하게 나누는 금액 중 택일하여 계산 가능합니다.

홍콩 지사가 해당연도에 소득을 창출하지 않아 법인세 면제를 희망할 경우 한국 본사의 결산 보고서를 영문으로 번역 공증하여 홍콩 세무국에 제출해야 합니다. 회계기간 중 지사에서 창출한 소득에 대해서는 홍콩 지사의 결산 보고서만 홍콩 세무국에 제출하면 됩니다.

한국 본사의 영문 상호가 그대로 사용되며 홍콩 지사의 이사 또한 한국 본사의 이사진이 그대로 등기됩니다.

지사는 현지 법인과 동일하게 영업활동이 가능하며, 회사 간사 또한 임명해야 합니다. 한국 본사의 임원진 변동이나 주소지 변경, 자본금 변경이 발생할 경우 이러한 본사의 모든 변경사항을 홍콩 정부에 보고해야 합니다.

## 투자주체별 법인 분류

### ① 단독회사

내외국인 모두 100% 자기자본으로 유한회사, 개인회사 등을 설립하여 사업 활동을 영위할 수 있습니다.

### ② 합자회사

개인회사이며 합자회사일 경우 대표자는 1인 이상 등록이 가능합니다. 개인회사 및 합자회사 모두 단독 회사 설립 절차와 동일합니다. 유한회사는 하단에 안내되어있는 법인 설립 절차에 따라 법인자격을 취득할 수 있고, 합자회사 역시 홍콩 세무국에 합자회사 신청서를 접수하는 것으로서 영업활동을 시작할 수 있습니다.

홍콩은 원칙적으로 회사설립에 있어 외국인과 내국인의 차별이 없고 외국인 투자 지분 제한 비율 또는 스폰서 등에 대한 규제도 존재하지 않습니다.

## 법인 진출 형태

홍콩에서 일반적으로 선호되는 법인 진출 형태는 개인 유한기업(Private limited companies), 해외기업의 지점(Branch offices of overseas companies)입니다.

특히 외국 기업의 경우 비공개 유한회사 형태를 선호하는 경우가 많습니다. 이는 설립절차의 용이함과 연간 사업내용(이사 명부, 주소지의 위치 및 인원수 등)에 대한 보고 의무가 없기 때문입니다.

홍콩의 법인설립은 절차가 간단하고 세율이 낮은 것으로 유명합니다. 최단 설립 소요기간은 6일, 최저 소요금액은 1,000홍콩달러(약 140,000원) 이하입니다.

외국 기업이 홍콩에 법인을 설립하는 이유에는 여러 가지가 있습니다.

중국시장 진출 시 유리한 지리적 조건을 얻을 수 있고, 법인세율이 16.5%로 낮으며, 아시아 물류 및 금융 허브 역할을 하고 있다는 점 등이 매력적으로 작용하고 있습니다.

교통, 통신 시설 등의 우수한 인프라, 자유로운 경제 환경, 언론의 자유를 통한 원활한 정보 유통망 또한 홍콩의 투자 매력도를 높이는 요인입니다. 그 밖에도 숙련된 인력 시장 및 조화로운 노사 관계, 청렴하고 투명한 정부 경영, 국제 수준의 문화 및 여가 시설이 있어, 홍콩은 법인 활동에 최적화된 지역으로 꼽히고 있습니다.

그림 II-1 신규법인 설립절차						출처: KOTRA
순서	단계	기관	소요비용	소요기간	필요서류	비고
1	상호명 확인	홍콩 기업 등록국	무료	실시간 확인 가능		홍콩 기업등록국의 홈페이지에서 원하는 사명의 영문/중문 실시간으로 사용 가능 여부 확인 가능
2	홍콩 법인 설립 신청서 등록	홍콩 기업 등록국	- 회사 등록 비용 (HKD1,730) - 인지세 - 수권자본금의 0.1% (Max. HKD 30,000)	6~8 영업일	FormNC1 - 정관 - 등기이사, 주주의 여권사본 및 영문 거주지 증명서(주민 등록초본 영문판) - 한국 본사의 현지 법인일 경우 한국 본사의 영문 사업자 등록증 - 회사 간사의 HK ID 혹은 법인 간사 사업자등록증	홍콩 법인 설립 신청서 접수 후 6~8영업일 이후 홍콩 기업등록국에서 법인 설립증서 (Certificate of Incorporation)를 발급받고 법인 설립 절차가 완료
3	홍콩 법인 사업자 등록증 신청	홍콩 세무국	- 연 단위 갱신용 사업자등록증 비용(HKD 2,600) - 3년 단위 갱신용 사업자등록증 비용(HKD 7,000)	- 인편 접수: 접수후 30분  - 우편 접수: 2영업일	Form 1(b)	홍콩 기업 등록국에서 발행된 certificate of Incorporation과 Form1(b)를 홍콩 세무국에 제출하면 홍콩 법인의 사업자 등록증 발급을 받을 수 있으며 1개월 이내에 의무적으로 발급 받아야 함

그림 II-2 지사 설립절차				출처: KOTRA		
순서	단계	기관	소요비용	소요시간	필요서류	비고
1	상호명 확인	홍콩 기업 등록국	무료	실시간 확인 가능		홍콩기업 등록국의 홈페이지에서 본사의 영문명이 등록되어 있는지 확인 필요
2	홍콩 지사 등록 신청서 접수	홍콩 기업 등록국	- 외국회사 등록 비용 (HKD 1,720) 지사 등록이 거절되었을 경우 HKD 1,425는 환불 가능 - 서류 건당 등록 비용 (서류당 HKD 20)	22~30 영업일	- Form NI - Form MI(홍콩 지사가 홍콩 내 자산 매입에 따른 대출이 있을 경우에만 제출) - 본사의 정관 한글본 1부 - 변호사 영문 공증본 1부 - 본사의 법인 등기부등본 한글본 2부 및 변호사 영문 공증본 2부 - 본사의 최근 감사보고서 한글본 1부 - 변호사 영문 공증본 1부 - 홍콩 지사장의 여권사본 및 주민등록본 영문판	지사등록서류 접수 후 22~ 30영업일 이후 홍콩 기업등록국에서 지사 등록증 (Certificate of Registration of Non-HongKong Company) 을 발급받으면 지사 등록 절차 완료
3	홍콩 지사 사업자 등록증 신청	홍콩 세무국	- 1년 단위 갱신용 사업자등록증 비용(HKD 2600) - 3년 단위 갱신용 사업자등록증 비용(HKD 7000)	- 인편 접수: 접수 후 30분  - 우편 접수: 2 영업일	Form 1(b)	홍콩 기업 등록국에서 발행 된 Certificate of Registration of Non Hong Kong Company 와 Form 1(b)를 홍콩 세무국에 제출하면 홍콩 지사의 사업자등록증을 발급받을 수 있으며 사업 개시 1개월 이내에 사업자 등록증을 의무적으로 발급받아야 함

그림 II-3 개인회사&합자회사 설립절차				출처: KOTRA		
순서	단계	기관	소요비용	소요시간	필요서류	비고
1	홍콩 개인 & 합자 회사 신청서 접수	홍콩 세무국	- 1년 단위 갱신용 사업자등록증 비용(HKD 2600) - 3년 단위 갱신용 사업자등록증 비용(HKD 7,000)	- 인편 접수: 접수 후 30분  - 우편 접수: 2영업일	- Form1(a) - Form IRBR177 - 대표자의 여권사본 및 영문 거주지 증명서 (주민등록 초본 영문판)	Form 1(a) & Form IRBR177을 홍콩 세무국에 제출하면 사업자등록증 30분 이내로 발급 가능

## 1.2 설립 주요 실무 정보

### 1) 인허가 요건 및 관련 법규

홍콩에서 신규 사업을 개업하는 과정은 엄격한 사업 심의, 규정, 안전 및 소방 설비 점검 등을 거쳐야 하므로 매우 까다로운 편입니다. 또한 영업 허가 라이선스를 획득해야 하는데, 이 역시 매우 까다로운 요구조건과 오랜 심의기간이 소요되므로 취득이 쉽지 않습니다.

홍콩에서 음식과 음료를 판매하는 식당을 개업하려면 홍콩 식품환경위생국(FEHD, Food and Environmental Hygiene Department)이 발급하는 '일반 레스토랑 면허'(General Restaurant License)를 취득해야 합니다.

사업 면허 승인 전에 위생국에서 건물 내부 검사를 실시하기 때문에 면허 신청 전 사업 장소를 미리 확정해야 합니다. 홍콩에서 기존 업체를 인수하거나 신규개업을 할 경우 개업에 따른 법률적 절차는 비교적 간단한 편이나 식당운영에 관한 라이선스 취득은 필수조건입니다.

홍콩은 기본적으로 면, 분식 라이선스와 레스토랑 라이선스가 구분되어 있는데, 각 라이선스별로 판매할 수 있는 아이템이 제한됩니다. 면, 분식 라이선스 취득 시에는 해당 음식만 판매할 수 있지만, 레스토랑 라이선스 취득 시에는 면류도 함께 판매할 수 있습니다.

주류 라이선스의 경우 신규로 발급받기 위해서는 3~6개월 정도가 소요되며, 현지인 및 영주권자만이 취득할 수 있습니다.

부가적으로 국내에서처럼 술을 이용한 구이 전문점의 경우, 마카오에서는 가능하지만 홍콩에서는 식당 내에서 술보 사용이 금지되어 있어 술을 이용한 업종은 홍콩에서 운영이 불가능합니다.

#### 레스토랑 면허 발급처(Address of License Issuing Offices)

- Hong Kong & Islands License Issuing Office  
8/F, Lockhart Road Municipal Services Building, 225 Hennessy Road, Wan Chai, Hong Kong  
Tel. no.: 2879 5710
- Kowloon License Issuing Office  
4/F, Pei Ho Street Municipal Services Building, 333 Ki Lung Street, Sham Shui Po, Kowloon  
Tel. no.: 2729 1964

<p>Step 1.</p>	<p>아래 서류를 홍콩 식품환경위생부에 접수합니다.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 일반 레스토랑 면허 취득 신청서(FBHB94)</li> <li>2. 공식 인증을 받은 주방, 재료 준비실, 서빙 홀, 화장실, 창고 등이 그려진 레스토랑의 설계 계획 도면 3장(미터 유닛)</li> <li>3. 사업 등록증 원본/사본, 법인 등록증, 회사 설립 계약서</li> <li>4. 사업 등록된 회사 상황 보고서 사본(Notice of Situation of the Registered Office)</li> <li>5. 회사 최근 연차보고서</li> <li>6. 회사 대표가 면허를 신청한다는 이사회 결의안</li> <li>7. 주택/건물/토지 차용 합정서</li> </ol> <p>신청서 접수와 동시에 홍콩 식품환경위생부는 건물부(Building Department)와 화재 서비스부(Fire Service Department)로부터 승인을 받기 위하여 접수한 레스토랑 설계 계획 도면을 보냅니다.</p>
<p>Step 2.</p>	<p>홍콩 식품환경위생부는 접수된 레스토랑 배치 계획이 기본 필수조건을 충족시키는데 대한 사전 스크리닝을 실시합니다. 스크리닝 결과는 10일 정도가 소요됩니다.</p>
<p>Step 3.</p>	<p>홍콩 식품환경위생부, 건물부, 화재 서비스부 각각 따로 현장점검을 실시합니다.</p>
<p>Step 4.</p>	<p>3개 부서와 지원자는 현장점검 10일 내로 Application Vetting Panel Meeting을 하게 되며 문제가 되는 부분, 개선이 필요한 부분, 건축/데코레이션 프로그램 등이 중점적으로 논의됩니다.</p>
<p>Step 5.</p>	<p>건물부, 화재 서비스부에서 받은 피드백을 바탕으로 홍콩 식품환경위생부는 '면허 발급 필수 충족요건'(letter of licensing requirements)을 발송합니다.</p>
<p>Step 6.</p>	<p>신청자는 '면허 발급 필수 충족요건'에 명시된 부분을 6개월 내로 충족시킨 후 증명서를 제출해야 합니다.</p>
<p>Step 7.</p>	<p>신청자가 제출한 증명서를 바탕으로 마지막 상업부지 점검을 합니다.</p>
<p>Step 8.</p>	<p>모든 충족 요건이 만족되고 규정된 라이선스 비용 입금이 확인되면 7일 내로 일반 레스토랑 면허를 발급합니다.</p>

## 2) 임대차 계약 절차 및 관행

홍콩 상가 임대 시 알아야할 상식에는 다음과 같은 것이 있습니다.

먼저 보증금은 일반적으로 월 임대료의 3배이고 경우에 따라서는 4배 혹은 그 이상인 경우도 있습니다.

월세는 보통 선불입니다. 계약 시에 3달치의 보증금과 3달치의 관리비, 1달치 임대료를 선불로 지불해야 합니다.

관리비는 건물관리비와 에어컨 비용 등을 포함합니다.

임차인은 이 모든 비용을 임대인에게 내야 합니다. 이때 관리비나 재산세는 임대료에 포함되지 않습니다.

임대기간은 보통 2년에서 3년까지 보장되며 계약 기간 안에는 계약을 해지할 수 없는 조건으로 계약될 때가 많습니다.

장사가 잘 되지 않아 계약 기간 전에 나오려면 계약 만료일 이전까지 남은 기간의 임대료를 다 내야 합니다.

중개 수수료는 매매 시에는 거래 금액의 2%(매도자 1%, 매수자 1%), 임대 시에는 월 임대료의 100%(주인 50%, 세입자 50%)로 법으로 규정되어 있습니다.

임대료 상승은 계약할 때 정하기 나름인데 임의로 정하기보다 시장 내에 형성되어 있는 시세(Market Price)를 따릅니다.

주의해야 할 점은 홍콩에서는 사업자 등록증(Business Registration, BR)이 있어야 가게를 얻을 수 있다는 점입니다.

사업자 등록과정은 적어도 1달 정도 걸리기에 일정 계획에 이러한 부분을 감안해야 합니다. 상가를 확보한 후에 내부 인테리어를 하면서 식당 라이선스도 신청해야 합니다.

통상적인 임대 기간은 임대인과 협상하기 나름이나 일반적으로 1년~3년 정도이며 1~3년 정도의 옵션 기간을 둘 수 있습니다.

다만 실내 장식 비용이나 상가 이동에 따른 번거로움을 감안하면 2년 정도가 최소 기간이라고 보면 좋습니다. Grade A 빌딩의 경우는 임차기간을 3년으로 규정화하고 있고 특별한 경우에 2년 임차를 허용합니다.



### 임대계약 절차

#### ① 잠정 계약

마음에 드는 상가를 선택한 뒤 임대료 등의 제반 조건을 협상하여 합의가 되면 즉시 체결하는 것이 잠정 계약입니다.

통상 임대료 1개월~2개월치를 지불하고 계약을 체결합니다. 이때 계약서는 통상적으로 부동산 중개인이 사용하는 Offer Letter를 사용합니다.

임차 개시 기간이 촉박한 경우에는 3개월치 보증금을 내서 법적 구속력이 있는 잠정 계약을 체결하고 장소를 넘겨받기도 합니다.

#### ② 본 계약(Formal Tenancy Agreement)

본 계약은 통상 잠정계약 체결 후 임대건물 인수 이전에 쌍방의 변호사를 통하여 체결하는 계약입니다. 이때 임대 보증금 잔여분 및 첫 달 임대료 등 총 3개월치를 지급합니다.

#### ③ 공증 및 등록

본 계약이 이루어지면 바로 중개인 또는 변호사를 통해 계약서에 도장을 찍습니다 (Stamping).

임대인이 개인이고 자산에 대한 신뢰가 떨어질 경우 토지 대장에 임대 계약서를 등록하는 것이 좋습니다.



### 계약 조건 중 주요 협의 사항

#### ① 계약 개시 일자(임대건물 인수 일자)

임대건물 임차 시 가장 주의해야 할 사항으로 계약 개시 일자를 확인하는 일이 있습니다. 사무실 이전에 대한 전체적인 계획이 수립되지 않은 상태에서 무작정 계약하게 되면 실내 디자인, 업체 선정, 실내 장식 공사, 사무용 가구 납기 등의 일정이 꼬여서 낭패를 당할 수도 있으므로 사전 계획이 아주 중요합니다.

#### ② 무상 임차 기간(Rent Free Period)

전체적인 임대 조건에 따라 좌우되지만 통상적으로 무상 임차 기간을 0개월에서 3개월까지 받습니다. 이 기간은 공실율과 건물 소유주에 따라서 차이가 큼니다.

#### ③ 임차료 지급 방법

첫 달 및 무상 임차 기간 등에 따른 임차료 계산방법을 점검해야 합니다.

#### ④ 인수 상태

천정, 바닥, 출입문, 전기 배선, 에어컨 장치 등의 인수 조건을 점검해야 합니다.

#### ⑤ 반환 상태

인수 조건만큼 중요한 것이 반환 조건입니다. “현재 있는 그대로(As-is condition)” 반환하는 것으로 명기해두는 게 중요합니다.

#### ⑥ 건물의 하자 등에 대한 책임 소재 확인

#### ⑦ 건물 보험 조건 확인

## 임대차 계약서 서명 시 주의할 점

### ① CR109 양식(CR109 Form) 등록

CR109 양식은 집주인이 임대차 계약 서명 후 정부에 보고하는 양식입니다. CR109가 등록되지 않으면 임대차 재계약 시 월세 분쟁이 생겨도 정부가 중재해주지 않습니다.

### ② 유리창 파손에 대한 책임 소재 확인

홍콩은 태풍이 자주 불어 아파트 유리창 파손위험이 많습니다. 임차인의 고의나 무지로 인해 유리창이 파손되는 것 외에는 모두 임대인이 파손된 유리창을 갈아주어야 한다고 명시하는 것이 좋습니다. 통상적인 계약서에는 유리창에 대한 비용은 임차인이 항상 책임지는 것으로 되어있습니다.

### ③ 은행 담보

만약 아파트가 은행에 잡혀있다면 임대차 계약 전에 반드시 은행의 허가를 받아야 합니다. 보통 이자율이 0.5% 오르기 때문에 임대인은 은행에 보고하기를 싫어합니다. 그러나 임차인은 반드시 은행허가를 받아놔야 은행에서 아파트를 차압하더라도 임대기간을 끝까지 마치고 나갈 수 있게 됩니다.

### ④ 사진 증거

홍콩의 임대인들은 임차인의 보증금을 돌려주지 않는 사례가 많습니다. 실제로 주재원이 귀국할 때쯤 온갖 수리비용을 핑계로 들이밀며 2개월치 보증금을 돌려주지 않는 사례가 빈번하게 일어났습니다. 따라서 임차인은 이사를 오기 전 시설 및 벽, 화장실, 바닥, 전기, 문 등을 낱짜가 들어가는 비디오나 사진을 찍어 보관해놓으면, 사후에 분쟁 발생 시 도움이 될 수 있습니다.

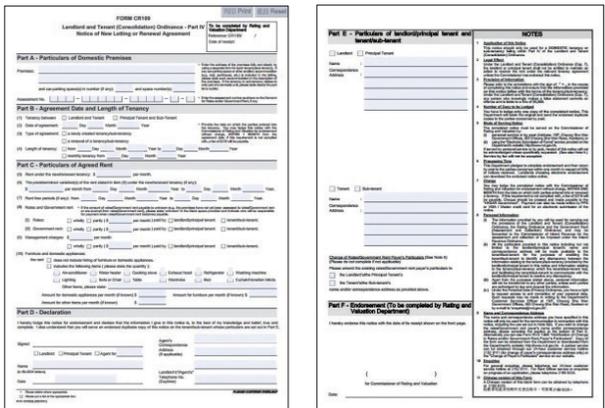


그림 II - 5 CR109 양식  
출처: 홍콩 차항물업고가서

## 기타 주의 사항

### ① 홍콩의 비싼 주택가격

홍콩의 주택가격은 세계에서 가장 비싼 편에 속합니다. 따라서 기업과 주민들의 가장 큰 애로사항이 주택이라고 해도 과언이 아닙니다. 특히 홍콩 섬의 주택 가격은 한국의 강남을 능가하며, 현재 약 25평 규모의 주택은 약 7억~8억 원 수준에 있습니다.

### ② 사전 협의의 중요성

임대차 계약과 절차는 많은 위험성이 있고 비용에 큰 차이가 발생할 수도 있으므로, 반드시 사전에 협의를 하고 진행을 하는 것이 좋습니다.

### ③ 원만한 절차 진행을 위한 시간적 여유

계약 만기 또는 사무실 오픈 6개월 이전부터 작업을 진행해야 모든 절차가 원만하게 마무리됩니다.

### ④ 임대인의 임대차 관계 해지권

홍콩에서는 2004년부터 법률 개정으로 인해 계약 기간 내에도 임대인이 임차인에게 점포를 비워줄 것을 요구할 수 있게 되었습니다.

### ⑤ 자산세 및 관리비 책임소재 명확화

계약 체결 시 정부에 내는 자산세(rates)와 관리비(Management Fee)를 누가 부담하느냐를 분명히 하는 것이 좋습니다.

### ⑥ 서비스 아파트 활용

연 단위 임대차 계약이 불가한 경우에는 서비스 아파트를 활용할 수 있습니다. 서비스 아파트는 호텔 및 부동산 개발업자들이 직접 운영하는 경우가 많으며 최소 계약은 한 달로 월 단위의 임대가 가능합니다.

### ⑦ 임대차 계약서의 보관

임대차 계약서는 2부를 작성해 임대인과 임차인 쌍방이 각 1부를 보관합니다.

### 3) 영업시설의 공통기준

#### 식품 취급 공간(Food Room) 관련 사항

##### ① 최소 식품 취급 공간 확보

레스토랑들은 내부 공간 설계 시 다음의 기준에 맞추어 식품 취급 공간을 확보해야 합니다.

그림 II-6 연면적에 따른 최소 식품 취급 공간		출처: 홍콩 의약성
부지 연면적	최소 식품 취급 공간(Minimum Food Room)	
100㎡ 이하	8㎡ 이상이며 연면적의 25%	
100㎡~150㎡ 이하	25㎡ 이상이며 연면적의 22%	
150㎡~250㎡ 이하	33㎡ 이상이며 연면적의 19%	
250㎡~500㎡ 이하	48㎡ 이상이며 연면적의 16%	
500㎡~1,000㎡ 이하	80㎡ 이상이며 연면적의 13%	
1,000㎡ 초과	130㎡ 이상이며 연면적의 10%	

영업 허가 기준에서의 연면적이란 지붕 밑의 공간으로 레스토랑의 영업을 위해 사용되는 공간입니다. 여기에는 식품 취급 공간, 냉장 창고, 직원 탈의실, 사무실, 공조실, 엘리베이터, 계단 등이 포함됩니다.

##### ② 식품 취급 공간의 위치

레스토랑의 내부 공간 배치 시 식품 취급 공간이 위생에 영향을 줄 수 있는 부분(배수구, 쓰레기, 화장실 등)과 가까이 있지 않게 해야 합니다. 배수구의 위치를 바꿀 시 건설국의 허가를 받아야 합니다.

고객이 화장실에 갈 때 식품 취급 공간을 지나쳐 가도록 설계되어선 안 됩니다. 또한 식품 취급 공간에서 고객이 식사하는 홀까지 요리가 서빙되는 길에 개방된 공간이 있어서는 안 됩니다. 단, 테라스나 가든 테이블과 같이 홍콩 의약성에 의해 허가받은 수용공간은 예외입니다.

이러한 요구조건을 충족시키지 못하는 레스토랑은 허가받을 수 없습니다.

## 화장실 관련 사항

최대 수용 고객의 수에 따른 화장실 관련 필수 기준은 다음과 같습니다.

그림 II-7 화장실 필수 기준		출처: 홍콩 의약성
최대 수용 고객 수	화장실 필수 시설 구비	
25명 이하	(남녀 공용) 세면대 1대 (남성용) 소변기 1대 (여성용) 변기 1대	
25명 초과 100명 이하	(남성용) 변기 1대, 세면대 1대, 소변기 1대 (여성용) 변기 1대, 세면대 1대	
101명 초과 200명 이하	(남성용) 변기 1대, 세면대 1대, 소변기 2대 (여성용) 변기 2대, 세면대 1대	
201명 초과 300명 이하	(남성용) 변기 2대, 세면대 2대, 소변기 3대 (여성용) 변기 3대, 세면대 2대	

각 변기칸의 공간은 700mm x 1,200 mm보다 커야 합니다. 남성용 소변기에 칸막이가 설치될 경우, 각 칸막이의 공간은 1,000mm x 500mm보다 커야 합니다.

## 부엌 시설 관련 사항

음식을 취급하는 사람들은 언제나 손을 깨끗하게 씻어야 합니다. 음식이 취급되는 모든 공간에는 최소 하나의 세면대와 싱크대가 있어야 합니다.

만약 종업원의 수가 많다면 종업원 20명당 최소 1개의 세면대를 준비해야 합니다.

세면대와 싱크대는 내부 반경이 각각 350mm, 450mm 이상이어야 합니다. 식당 운영자들은 적합한 수의 세면대와 적절한 규모의 공간을 준비해야 합니다.

## 냉장 시설 관련 사항

냉장고는 부패할 수 있는 음식들의 저장을 위해 구비되어 있어야 합니다. 부패 가능한 모든 음식들은 냉장고 및 냉동고에 각각 4°C와 -18°C 이하에서 보관되어야 합니다. 각 냉장고들에는 온도계가 구비되어 음식이 몇 도에서 보관되고 있는지 나타내야 합니다.

대형 냉장고나 저장창고에는 열쇠 없이 안에서 열 수 있는 장치가 설치되어 있어야 합니다. 대형 냉장고의 바닥은 매끈한 물질로 된 비흡수면이어야 하며 내부 벽면은 천장부터 바닥까지 코팅되어 있는 타일이나 비투과성의 물질로 덮여있어야 합니다.

### 멸균 관련 사항

사용된 조리기구는 세척 후 멸균되어야 합니다. 이를 지키지 않으면 식품 사업법(Food Business Regulation) 위반으로 간주됩니다.

설계 제안서에 멸균기의 위치가 나와있어야 합니다. 이때 끓여서 멸균하거나, 멸균기를 사용하거나, 허용된 살균제를 사용해도 좋습니다. 허용되고 있는 살균제의 종류는 홍콩 의약성(<http://www.fehd.gov.hk>)에서 확인 가능합니다.



### 조리기구의 보관

식품 사업법에 따르면 조리 과정 및 취식 시 사용되는 모든 조리기구는 다시 사용되기 전 세척되고 살균되어야 합니다. 또한 이후 바로 사용되는 것이 아니라면 선반에 보관해야 합니다.

보관하는 선반은 먼지, 벌레, 기생충 등이 들어가지 않는 곳이어야 합니다. 권고되는 선반 공간은 음식 취급 공간 1㎡당 0.02㎡입니다.

### 탈의실 관련 사항

식품 사업법에 따르면 개인적인 옷들이나 소품을 식품 취급 공간에 두는 것은 위법입니다. 음식을 오염시킬 위험이 있기 때문입니다.

많은 수의 종업원들이 있는 대규모 레스토랑에는 탈의실을 구비하는 것이 권고됩니다.

소규모의 레스토랑의 경우 피고용인들이 개인 소지품들을 보관할 수 있는 락커가 구비되어 있어야 합니다. 락커룸은 식품 취급 공간 내에 있어서는 안 되며 제안 설계도에 그려져 있는 위치에 설치해야 합니다.

## 4) 노동법, 고용법 관련 유의사항

### 직원 채용 관련 사항

#### ① 구인 광고

홍콩 고용 시장의 특징은 승진 및 급여 상승의 이유로 이직이 매우 빈번하게 이루어지며, 평생직장이라는 개념이 없다는 점입니다. 또한 전문분야 경력을 중요하게 생각하기 때문에 구직 시 경력 개발에 중점을 두는 경우가 많습니다.

직원 채용의 방법은 크게 3가지로 나눌 수 있습니다. 인터넷 구인 사이트에 등재하거나, 인력 채용 에이전트를 이용하거나, 인력채용 잡지에 광고하는 것입니다.

인터넷 구인 사이트는 JobsDB, Classified Post, Recruit, Careertimes 등이 유명합니다. 인력채용 에이전트는 Michealpage, Robertwalters, Manpower 등이 유명하며, 인력채용 잡지나 신문으로는 South China Morning Post의 Classified Post와 Jiujiu, Recruit 등이 있습니다.

#### 참고 웹사이트(인터넷 구인 사이트)

- [www.jobsdb.com.hk](http://www.jobsdb.com.hk)
- [www.classifiedpost.com](http://www.classifiedpost.com)
- [www.careertimes.com.hk](http://www.careertimes.com.hk)

최근에는 홍콩의 고용 시장이 불완전고용 상태이기 때문에 인터넷에 구인 광고를 등재하면 수많은 이력서를 받아볼 수 있습니다.

JobsDB의 경우, 한 달간 등재할 경우 약 1,200홍콩달러(약 17만 원)의 비용이 소요되며, 총 네 번 구인 광고를 등재할 수 있습니다. 이력서는 JobsDB홈페이지 MyPage에 등록되거나 게재된 이메일로 송부됩니다.

처음 인력을 채용하는 기업이라면 인력채용 사이트를 이용하는 것이 수월합니다. 임시 용역을 채용할 경우 시간당 50 홍콩달러(약 7,000원) 정도에 전문대학 졸업생을 고용하는 것이 일반적입니다.

#### ② 면접과 선발

이력서가 접수되면 서류 심사를 거쳐 선발된 후보자들을 대상으로 면접을 봅니다. 홍콩 이력서는 경력과 학력, 경험 등에 초점을 맞추어 작성됩니다.

최종 사원으로 선발 작업이 끝나면, 해당 피고용인과 급여 및 복리후생 수준에 대해서 구체적으로 합의를 하고 계약서를 작성합니다.

### ③ 계약 관리

홍공의 계약은 서면 확정된 정보를 중시하는 서양 방식을 따르는 경향이 강하기에 계약서 작성 시 주의를 기울여야 합니다.

계약서에는 근무시간, 수습기간, 휴가, 병가, 보너스, 급여, 급여일, 계약 파기 조건 등을 명확히 해야 합니다. 계약서 작성이 완료되면, 피고용인에게 1부 복사해주고, 원본은 보관합니다.

#### 계약서의 필수 기재 사항

- 급여(보너스, 초과근무수당, 연말수당)
- 급여 지급 기간(시급, 주급, 월급 구분)
- 계약 완료 조건(통보 기간)
- 근무시간

#### 계약 전 요구해야 할 필수 서류

- 이력서
- 최종 학력 졸업증명서 사본
- HongKong ID 사본
- 증명사진
- 각종 경력 및 자격 증명서

#### 휴가제도

홍공의 유급 휴가 제도는 근속 연수에 따라 누진 방식이 적용됩니다.

회사에 따라 휴가에 대한 수당 지급 여부는 각각 다르며, 유급 휴가는 정상적 급여는 지급되나 식비와 같은 일부 수당 등은 공제되는 경우도 있습니다.

일반적 연차는 연간 10일에서 20일 사이이며, 법적으로 지정된 최소 연차는 7일입니다.

그림 II-8 근속 연수에 따른 연간 유급휴가									출처: 홍공 노동청
근속 연수	1	2	3	4	5	6	7	8	9년 이상
연간 유급휴가(일)	7	7	8	9	10	11	12	13	14

유급 병가는 적합한 병원 증명서를 제출하였을 경우에만 가능하며 피고용인은 병가를 적립할 수 있습니다. 첫 해는 2일, 다음 해부터는 4일씩 적립할 수 있으며, 최대 120일까지 적립할 수 있습니다.

## 종업원 복지보험(Employee Benefit Insurance)

### ① 의무보험

#### - 퇴직보험(Retirement Scheme)

퇴직보험 제도는 매달 피고용인 급여의 일정액(약 5%)을 피고용인 및 회사에서 보험사에 적립하여, 회사 퇴직 또는 사직 시 근속 연수에 따라 회사적립금을 차등 지급하여 줌으로써 피고용인의 퇴직 후를 보장하고, 동시에 장기근속을 유도하기 위한 제도입니다.

정년퇴직이나 사고로 인한 사직 시에는 본인과 회사 적립금 및 투자 이익 전액을 지급합니다. 기타 사유로 사직 시에는 본인적립금과 투자이익금은 전액 지급하나 회사 적립금은 근속 연수에 따라 최저 30%(3년 이상 근속 시)부터 매년 10%씩 증가하여 10년 이상 근속 시에는 100% 전액 지급됩니다.

#### - 단체 상해/생명보험(Group Personal Accident/Life Insurance)

단체 상해보험은 피고용인의 각종 상해/사망 사고에 대한 보험으로, 고용인은 의무적으로 가입해야 합니다.

보험료는 피고용인들의 급여수준에 따라 책정됩니다. 단체 상해보험은 Uni-world Service 및 각종 보험에서 취급하고 있습니다.

### ② 비의무보험

#### - 단체의료보험(Group Medical Insurance)

단체 의료보험은 비의무보험으로 고용인이 반드시 피고용인을 위해 가입해 주어야 하는 보험은 아닙니다.

하지만 대부분의 기업들은 일정 부분의 단체의료보험을 가입해주고 있으며, 홍콩인들은 회사 선택 시 의료보험 수혜 범위를 고려하기도 합니다. 단체 의료보험은 피고용인의 병원 입원치료비 및 통원치료비를 보상해 줍니다.

한국과는 달리 개인보험회사가 보험인수를 하고 있으며, 회사마다 보상내용이 상이하며 보상 내용에 따라 보험료에도 차이가 납니다. 단체 의료보험은 피고용인 수가 최소 5명 이상이어야 가입이 가능합니다.

홍콩은 한국에 비해 의료수가가 비싼 편으로 한국 주재원의 경우 4인 가족 기준 연간 보험료가 15,000홍콩달러(약 212만 원)에서 22,000홍콩달러(약 311만 원) 정도입니다.

한국과 달리 출산 관련 경비 및 치과치료 경비는 높은 의료수가 때문에 일반 의료보험으로 보상받을 수 없습니다.

## 급여 관련 사항

홍콩에서는 직장에 따라 급여의 편차가 상당히 큰 편입니다. 초과근무수당도 회사에 따라 편차가 있습니다.

대부분의 경우 홍콩 근로자들은 초과근무를 하지 않는 것이 일반적이나 계약서에 초과근무수당을 언급한 경우에는 지급해야 합니다.

2011년 통계에 따르면 직종별 월평균 급여가 가장 높은 직업군은 금융 및 보험 분야였습니다.

그림 II-9 업종별 급여현황(2012년 기준) (HKD)		출처: 홍콩 통계청
주요산업		2012
제조		11,506
수출입 및 도소매		15,961
운송		16,538
숙박 및 외식업		11,473
금융 및 보험		19,360
부동산 임대, 보수 및 관리		11,354
전문 및 비즈니스 서비스		9,258
개인 서비스		14,999
<b>전체</b>		<b>13,437</b>

홍콩 정부는 2013년 5월부터 최저임금을 30홍콩달러(약 4,200원)로 인상했습니다. 이에 따라 홍콩의 한 달 최저 임금은 12,300홍콩달러(약 174만 원)가 되었습니다.

## 해고절차와 조건

홍콩에서의 해고는 고용 계약을 기준으로 하며, 별도 갱신이 없는 경우 같은 조건을 연장해서 이행하는 것으로 간주합니다.

특별한 하자 등이 생겼을 경우의 해고는 고용인의 신청에 의해 가능하나, 피고용인 측이 이에 반발할 경우 노사심재처의 심의를 거치게 됩니다. 기본적으로 홍콩 사람들의 이직은 매우 잦은 편이며, 대부분은 피고용인들의 자발적인 이직입니다.

구분		계약기간 명시여부	공지 기간	수당
수습기간	한 달 이전	계약서 명시 무관	즉시	없음
	한 달 후	계약기간을 명시한 경우	동의 하에 7일 전	근무일까지
		계약기간을 명시하지 않은 경우	7일 전	근무일까지
수습기간 종료 후	계약기간을 명시한 경우		동의 하에 7일 전	근무일까지
	계약기간을 명시하지 않은 경우		한 달 전	한 달

출처: 홍콩 노동청

### 퇴직금 수령 조건 및 산정 방법

퇴직금 수령 조건은 2년 이상 연속 계약 근무자여야 한다는 것입니다.

퇴직금 산정방법은 “(이전 달 월급 × 2/3) × 계산가능 근무 연수”입니다. 이때 1년 이하의 근무일수는 일할 계산합니다. 예를 들어 근무일수 300일은 0.82년이 됩니다.

또한 (이전 달 월급 × 2/3)의 값은 15,000홍콩달러(약 212만 원)를 넘어서는 안 됩니다. 직원은 지난 12개월간 평균 월급을 기준으로 이를 계산할 수 있습니다.

### 노조 활동 보장

홍콩에서 노조의 활동은 법률로 보호되고 있습니다. 하지만 홍콩의 노동조합 가입률은 약 60%에 불과합니다. 홍콩인들은 파업이 경제에 손실을 입힌다는 부정적 관념을 가지고 있기 때문입니다. 이 때문에 홍콩의 근로자들은 일반적으로 장기파업 및 시위 등의 과격한 노동쟁의를 하지 않습니다.



사진 II-1 홍콩의 노동조합

## 5) 세무 관련 정보

홍콩의 조세제도는 비교적 간단한 편입니다.

홍콩에는 부가가치세나 영업세와 같은 간접세가 없으며 직접세만을 부과합니다. 세목에는 소득세(Income Tax), 급여소득세(Salaries Tax), 사업소득세(Profit Tax), 자산소득세(Property Tax), 유산상속세(Estate Duty), 인지세(Stamp Duty), 관세와 기타 수수료(Duties, Fees and Charges) 등이 있습니다.

홍콩 정부는 세원확보를 위해 5%의 판매세(Goods and Services Tax)를 도입하려 하였으나 무효화한 바 있습니다. 그러나 홍콩의 세원이 좁은 만큼 판매세 도입은 지속적인 이슈가 되고 있습니다.

외국인 투자에 대한 법인세 감면이나 공제와 같은 특혜가 없으며, 홍콩 법인은 모두 동등한 대우를 받고 있습니다.

### 법인세

홍콩 정부는 기업 활동을 활성화시키고 외국인투자를 유치하며 국민들에게 재정흑자분을 분배하기 위해, 2008년 2월부터 법인세를 기존 17.5%에서 16.5%(비법인인 15%)로 1% 인하했습니다.

홍콩의 법인세는 다른 나라와 비교해서 매우 낮은 수준이라 투자 매력도가 높습니다.

홍콩에서 사업을 수행하는 개인은 홍콩에서 발생된 이윤에 대해 사업소득세를 납부해야 합니다.

외국 원천소득은 홍콩으로 송금되더라도 과세 대상에서 제외됩니다. 그러나 이러한 영토 개념의 적용은 납세의무자와 세무국 간에 많은 논쟁을 일으켜왔습니다.

과세 소득은 기업회계에서 계상된 이윤이나 손실과 세무조정을 통해 계산됩니다. 이 세무조정은 전형적으로 회계 상 감가상각 총당금의 불공제와 세무상 공제 가능한 자본적 지출을 포함합니다.

항공, 선박, 보험 사업의 과세소득은 세무조례에 있는 방식을 통해 계산됩니다. 배당 소득은 일반적으로 소득세나 원천징수세가 없습니다.

### ① 홍콩원천 간주 사업소득

홍콩원천 간주 사업소득은 영화나 TV필름, 테이프 또는 음향녹음의 전시나 사용으로 인한 수수료, 홍콩에서의 지적 자산의 사용권 또는 로열티, 홍콩에서 수행된 사업과 관련된 증여, 보조금 또는 그와 유사한 재정보조, 홍콩에서 동산 사용에 대한 임대료, 홍콩에서 수행된 사업으로부터 금융기관에 발생한 이자수입, 개인의 비사업 수행으로 인한 것을 제외한 홍콩원천 이자수입, 개인의 비사업 수행으로 인한 것을 제외한 정기예금 증서의 처분/할인 및 만기상환/환어음으로부터의 홍콩원천 수입이자 및 처분이익, 자산소득을 받을 수 있는 재산의 권리를 양도하여 주는 대가로 받는 보수를 의미합니다.

### ② 손금산입 항목

과세소득을 창출하는 비용은 영토의 제한 없이 손금산입이 허용됩니다.

대출과 관련된 법률 자문료, 인지세 등 기타 비용과 함께 과세소득 창출 목적으로 차용한 대출이자 비용에 대해 인정을 받기 위해서는 다음의 경우 중 하나여야 합니다.

- 과세소득을 창출하기 위하여 점유된 건물이나 토지의 임대료
- 과세 대상 수입으로 계상되었던 채권이나 일반사업 수행 중 발생하였던 대여금의 대손상각
- 과세 대상 수입으로 계상되었던 채권이나 일반사업 수행 중 발생하였던 대여금에 대하여 세무당국을 만족시킬 수 있는 정도의 대손충당금
- 자본적 자산의 세무회계 감가상각비(최초 & 연간)와 재건출 비용
- 과세소득을 창출하는 데 사용되는 기계장비, 건물 및 비품 등의 수리비용
- 과세소득의 창출에 사용되는 상표, 도안 특허권 등록비용
- 과세소득의 창출에 사용되는 도구, 용구 및 비품의 대체 비용, 과학연구 조사 특정 지출, 연구기관 특정 지출, 특정 특허권과 노하우의 구매비용, 인가된 자선 기부금

이 조건들은 납세자가 이자비용을 사업소득세 납세 의무를 줄이는 수단으로 사용하는 것을 막기 위하여 고안된 반조세 회피 규칙입니다.

한편 투자자산 건설목적의 재정조달로 발생한 이자비용은 일반적으로 자본적 지출로 인정되어 손금 인정이 되지 않습니다.

### ③ 결손금

세무회계상의 손실은 당해 과세연도에 발생한 각 사업연도 소득에서 공제되며 사용되지 않은 잔액은 이월되어 기간에 제한 없이 차기 각 사업연도 소득에서 공제됩니다.

#### ④ 징수

당해 과세연도의 소득세 징수는 납세의무자가 실제로 소득세 신고서를 제출하고 그 해의 최종 소득세 평가를 받기 전에 추계 소득세를 지급하는 방식이 전형적입니다.

지급하는 추계 소득세는 전년도에 평가된 최종 평가 소득세에 근거하여 계산되며, 이미 지급한 추계 소득세는 당해 연도에 평가되는 최종 평가 소득세에서 상계됩니다. 추계 소득세가 최종 평가 소득세를 초과하면 이 초과분은 다음해에 지급할 추계 지급 소득세에 상계됩니다.

#### ⑤ 자본적 지출의 공제

세무 회계상의 감가상각비 공제는 공업용 건물과 구조물의 건설, 상업용 건물의 건설, 무역과 사업용도의 설비와 기계류의 준비, 호텔 개방 등에서 발생한 자본적 지출에 허용됩니다.

산업용 건물에 대해 20%의 초기 상각 공제는 적합한 무역업의 목적으로 점유된 공업용 건물이나 구조물의 원가(대지의 원가는 제외)에 대해 유효합니다. 이는 제분소, 공장 혹은 이와 유사한 장소에서 수행되는 무역업을 포함하며 4%의 순수 자본적 지출의 연차 공제가 주어집니다.

### 소득세

세무국 조례(The Inland Revenue Ordinance)는 홍콩에서의 고용으로 인한 소득이나 연금에 급여소득세를, 홍콩에서의 무역이나 기타 사업으로 인한 소득에는 사업소득세를, 홍콩 내 부동산으로 인한 소득에는 자산소득세를 각각 부과하고 있습니다.

개인소득에 포함되는 항목은 급여 외에 보너스, 생계비, 커미션, 스톡옵션, 고용인이 지급하는 부수입 등이 포함됩니다.

이 목록에 포함되지 않는 소득은 과세 대상이 아닙니다. 홍콩은 영토 기준으로 소득세를 부과합니다. 즉, 소득이 홍콩에서 발생하거나 홍콩으로부터 유래된 경우에만 과세합니다.



급여소득세에는 다음의 항목들이 포함됩니다.

### ① 기초세무

개인의 거주지, 주소, 시민권은 개인 급여소득세 납세 의무와는 무관합니다.

개인은 홍콩 원천의 고용소득, 홍콩에서 운영되는 사무실에서의 소득, 홍콩연금에 대하여 급여소득세를 납부해야 합니다. 한편 비 홍콩 고용으로부터의 소득은 이 소득이 홍콩 원천으로 간주되어, 홍콩에서 제공되는 서비스로 인한 소득에 한해 홍콩에서 과세됩니다.

모든 서비스가 홍콩 밖에서 제공되는지 여부를 결정할 때, 과세연도의 기본 일수인 60일을 초과하지 않는 방문기간 동안 홍콩에서 제공된 서비스는 계산되지 않습니다.

회사 이사 수수료 원천은 이 보수를 지급하는 회사가 운영되고 통제되는 지역에 의해 결정됩니다. 고용인과 피고용인의 관계를 가장하려는 서비스 회사의 사용은 법적으로 금지되어 있으며, 세무국 사례 주석에 회사 소유주나 파트너에 의해 조정되는 서비스 회사의 운용 수수료의 비용 지출에 관한 부분을 언급하고 있습니다.

#### - 세율

고용으로 인한 개인소득은 공제 가능 비용, 즉, 자선 기부금과 인적 공제가 공제된 후 아래의 누진율로 급여소득세가 부과됩니다. 최대 과세액은 공제비용과 자선 기부금 공제 후 고용으로 인한 개인소득의 15% (2008년 2월부터 적용)의 표준세율로 과세됩니다.

#### - 면세와 특권

만일 피고용인에 대한 여러 종류의 혜택이 현금으로 전환되지 않거나 피고용인의 부채로 추정되지 않으면 과세되지 않습니다. 이 면세는 보통 과세되는 피고용인의 자녀교육 혜택에는 해당되지 않습니다. 고용인의 주식옵션으로부터의 차익 또한 과세됩니다. 휴가 현금 수당과 개인 목적의 휴가여행 수당은 같은 목적으로 사용되는 범위까지는 면세됩니다.

#### - 실업보상

실업보상은 과세되지 않으며 피고용인에 의해 과거에 공헌한 서비스와 관련되어 지급하는 과세 대상인 해고 위로금과는 구별됩니다. 해고 위로금은 과세대상이며 급여 소득세 목적으로 고용기간의 마지막 3년 동안 분할하여 소득신고를 할 수 있습니다.

#### - 기혼자

과세소득이 각자 있는 부부는 일반적으로 개별 과세 또는 합산 소득신고를 선택할 수 있습니다. 일례로 합산 소득 과세보다 개별 과세가 높을 경우 합산 소득 과세를 선택할 수 있습니다. 기혼자 공제는 남편이나 부인 중 한 사람이 과세소득이 없는 경우, 기혼 부부가 합산 급여소득세 신고를 선택하였을 경우, 개인소득 평가를 선택하였을 경우에 가능합니다. 기혼부부는 어느 배우자가 자녀 공제를 받을 것인지를 선택해야 합니다.

**- 징수**

고용인은 피고용인에게 지불한 급료로부터 급여소득세를 원천 징수할 의무가 없으나, 피고용인이 홍콩을 떠나려는 특정 상황 하에서는 원천 징수가 가능합니다..

**- 공제**

산정 소득을 결정할 때 전년도 산정에서 이월된 손실, 자가 지출 교육비, 노인 양로비, 주택 대출금 이자, 연금, 자선단체 기부금 등의 항목은 공제됩니다.

**- 한국기업 직원 급여소득세**

한국에서 파견을 나와 홍콩에서 근무하는 직원의 경우, 한국에서 세금을 납부한다면 이중과세 방지협정에 의거해 홍콩에서 급여소득세를 납부할 의무가 없습니다. 하지만 한국인이 홍콩에 있는 회사에 취직한 경우는 홍콩 정부에 급여소득세를 납부해야 합니다.

**② 자산소득세**

자산소득세는 홍콩 내에 있는 토지나 건물의 소유자에게 표준세율(15%)로 토지나 건물의 순 평가가치에 과세됩니다.

**- 면세와 구제**

자산소득세는 정부와 영사관 자산에는 부과되지 않습니다. 사업소득세 과세대상인 법인은 사업소득세가 부과되는 소득을 창출할 목적으로 회사에 의해 점유된 자산에 관해서는 자산소득세의 면제를 서면으로 신청할 수 있습니다.

**- 평가가치**

토지나 건물의 부동산 평가 과세액은 그 토지와 건물의 사용권리에 대해 소유주에게 생기는 수입에 의해 결정됩니다. 소유주에 의해 지불된 수리비는 토지나 건물 평가가치의 20%까지는 법정 공제가 허용되나, 수리나 유지비에 쓰이는 실제 비용은 공제되지 않습니다.

**- 징수**

자산소득세는 부동산에 처음 임대가 이루어질 때 소유주가 신고한 추계 자산소득세 청구를 통해 징수됩니다. 납세된 추계 자산소득세는 당해 최종 부동산 결정세액에서 상쇄되고 초과액은 다음해 지불된 추계 부동산 소득세에서 상쇄되며 초과 예납 세액은 환급됩니다.

그림 II - 11 소득세 적용세율

출처: 홍콩 세무국

구분	급여구간	적용세율
급여구간에 따른 적용 세율	HKD 0~HKD 40,000	2%
	HKD 40,001~HKD 80,000	7%
	HKD 80,001~HKD 120,000	12%
	HKD 120,001초과	17%
	평균 적용세율 15%초과 불가	
가족관계에 따른 공제액	미혼자	HKD 120,000
	기혼자	HKD 240,000
	1명~9명의 아이가 있는 가족	1명~9명의 아이 출생 HKD 63,000 다음부터 HKD 63,000
	60세 이상 노부모 봉양 가족	HKD 38,000
	55세~59세 노부모 봉양 가족	HKD 19,000
	형제나 자매 동거	HKD 33,000
	장애인 동거	HKD 66,000
공제한도액	교육비용	HKD 60,000까지
	주택모기지이자	HKD 100,000까지
	노부모 봉양 비용	HKD 76,000까지
	MPF공제	HKD 14,500까지
	기부금	급여의 35%까지

## 인지세

인지세는 홍콩 내의 부동산 판매와 홍콩 증권의 판매, 그리고 홍콩 무기명 증서의 발행에 연관된 서류에 부과되는 세금입니다.

인지세는 리스 기간별로 각각 다른 세율로 부과되는데, 리스가 1년 초과 3년 미만이면 연평균 리스 임차료의 0.5% 세율이 부과됩니다. 리스가 3년을 초과하면 인지세율은 연평균 리스 임차료의 1%입니다.

서류 원본에 인지가 붙어있지 않을 경우, 사본이나 과세 대상물에 부과됩니다.

인지세는 위에서 설명한 분류에 속하는 서류에만 부과되며 홍콩 내의 부동산이나 홍콩 주식이 시장가격보다 낮게 양도되면 인지세는 양도일자의 시장가격을 기준으로 결정됩니다.

홍콩 정부가 2010년 말 시행한 특별인지(SSD, Special Stamp Duty)는 2010년 11월 19일 이후 구매한 주택에 적용됩니다. 단기간에 주택을 재판매 시 추가적 인지세를 부과하여 주택 투자를 억제하려는 정책입니다.

이 정책에 따르면 6개월 내에 주택 재판매 시 15%의 인지세가 추가로 부과되며, 6-16개월 내 판매 시 10%, 12-24개월 내 판매 시 5%가 추가 부과됩니다.

### ① 부동산 인지세(Stamp Duty on Sale of Immovable Property)

부동산을 구입하고 6개월 이내에 전매할 경우 20%의 인지세(stamp duty)를 부과하며, 1년 이내에 전매할 경우 15%, 1년에서 3년 이내 전매할 경우 10%의 인지세를 부과합니다.



그림 II - 12 부동산 인지세율

출처: 홍콩 세무국

부동산 가치(홍콩달러)		요율
초과	이하	
-	2,000,000	\$100
2,000,000	2,351,760	\$100 + 2백만\$ 초과금액의 10%
2,351,760	3,000,000	1.5%
3,000,000	3,290,320	\$45,000 + 3백만\$ 초과금액의 10%
3,290,320	4,000,000	2.25%
4,000,000	4,428,570	\$90,000 + 4백만\$ 초과금액의 10%
4,428,570	6,000,000	3%
6,000,000	6,720,000	\$180,000 + 6백만\$ 초과금액의 10%
6,720,000	-	3.75%
20,000,000	21,739,120	\$750,000 + 2천만\$ 초과금액의 10%
21,739,120	-	4.25%

그림 II - 13 특별인지세(Special Stamp Duty) 개정 현황

출처: 홍콩 세무국

보유기간	개정 전 특별인지세 (2010.11.26~2012.10.26)	개정 후 특별인지세 (2012.10.27~)
6개월 이하	15%	20%
6개월 초과~1년 이하	10%	15%
1년 초과~2년 이하	5%	10%
2년 초과~3년 이하	해당 없음	10%

② 외국인 대상 인지세(Buyer's Stamp Duty)

2012년 10월 27일부터 외국인 및 외국법인이 부동산 매입 시 매입 가격의 15%를 세금(Buyer's Stamp Duty) 명목으로 부과하는 정책이 발효되었습니다.

모든 부동산 자산에 15%의 균일한 비율로 적용되며 현존하는 인지세와 특별인지세에 우선하여 적용됩니다. 15%의 인지세(Buyer's Stamp Duty)는 부동산의 보유기간이나 금액에 상관없이 동일하게 적용됩니다.

그림 II-14 인지세		출처: 홍콩 세무국
임대기간		세율
규정되지 않거나 확실하지 않은 경우		0.25% × 연간 또는 연평균 임대금액
초과	이하	
	1년	0.25% × 임대기간 동안 지급할 임대금액
1년	3년	0.5% × 연간 또는 연평균 임대금액
3년		0.1% × 연간 또는 연평균 임대금액
임대계약서상의 보증금, 건축비 등		상당금액의 4.25%(임대 외의 계약은 부동산 거래 계약 상의 세율을 따른다)
부분이나 사본 등		각 \$HK5

### ③ 면세

조세회피방지(anti-avoidance) 규정의 대상으로 관계회사 간 부동산의 지분 양도나 주식 양도에는 인지세가 면제됩니다. 주력기업이 다른 기업의 발행주식 자본의 최소 90%를 소유하거나 제3자가 발행주식 자본의 최소 90%의 지분소유자일 때, 각각 이 회사들은 관계회사로 규정되어 인지세 면제 대상이 됩니다. 인지세는 특정주식 대여 계약 하에 주식에는 1년 동안 부과되지 않습니다. 헤지 옵션 거래목적으로 시장형성인(Market Makers)들에 의한 특정 주식거래나 시장형성인으로서 직접 옵션거래에 참여했을 경우에는 인지세가 면제됩니다.

### 기타 수수료

#### ① 법인등록세율: 0.1%

#### ② 사업자 등록비: 사업등록비 + 연간 징수액(중소기업은 감면)

- 사업자 등록비 + 1년: 2,600홍콩달러(약 37만 원)
- 사업자 등록비 + 3년: 7,000홍콩달러(약 99만 원)

참고: 홍콩 정부는 2012년 2월 예산안 발표를 통해 1년간 법인등록세 감면을 발표하였으며, 2012년 4월 1일 발효되었습니다. 정부는 4월 1일 이후 법인등록을 신청하는 기업에게는 법인등록세 2,000홍콩달러(약 28만 원)를 지원하고 있습니다. 홍콩 법인 등록자격에는 1년과 3년 기한의 두 종류가 있는데, 1년 자격의 경우 기존의 2,000홍콩달러(추가비용 제외)가 면제되어 첫해 등록비용이 무료가 되는 셈입니다. 3년 자격의 경우 기존의 5,200홍콩달러(약 74만 원, 추가비용 제외)에서 2,000홍콩달러를 제한 3,200홍콩달러(약 45만 원)가 등록비용이 됩니다.



## 6) 수입/통관 관련 정보

### 통관 일반

홍콩은 일반 상품 수입에 대해서는 자유방임적 정책을 펴고 있어 일반 수출입 화물이나 환적 화물의 세관절차는 없습니다. 그러나 소수 품목에 대해서는 수입허가증 제도를 실시하고 있습니다.

일반적으로 대 홍콩 수출의 경우 수출 후 14일 이내에 수출입 신고서를 내면 통관절차가 끝나게 됩니다. 수입물품인 경우 일부 통관상 시간을 필요로 하는 검사물품이 있는데, 이런 경우 수입업자 또는 대리인이 홍콩세관의 지시사항을 따라 진행하면 됩니다. 관련 절차에 대해서는 선사나 운송사, 관할 세관 등에 문의하면 됩니다.

그림 II-15 선적 절차		출처: 홍콩 세관
순서	절차	
1	선적	
2	수출입 신고서 제출 (수출 후 14일 이내)	
3	화물 도착 통지	
4	관세사나 통관 에이전트를 선정하여 통관 대행 (필요 시)	
5	수출완료	

통관 시에는 Bill of Entry(관세사나 통관 에이전트 작성), 상업 송장, 선하증권, 원산지 증명서(필요 시), 화물검사 증명서(필요 시)가 기본적으로 요구됩니다.

수출입 물품신고가 필요 없는 품목은 환적화물(일부 품목 필요), 자동차를 제외한 개인 휴대품, 4,000홍콩달러(약 57만 원)미만의 우편물, 견본품, 광고목적의 1,000홍콩달러(약 14만 원)미만의 수입품, 전시품, 스포츠 경기 참가용품, 증정품, 빈 중공 컨테이너, 인가된 배에 의한 포획어류 등입니다.

기본적으로 홍콩의 특성상 97% 이상이 비과세 물품으로 B/L 등의 증빙서류를 지참하면 화주의 직접 화물 수취가 가능합니다.

그 중 수입허가증 발급대상 품목의 경우는 각각 수출입규정, 비축 물자 규정 등에 의해 홍콩 도착 7일 내에 수입허가증을 발급 받아야만 통관이 가능하도록 되어 있습니다.

대부분 상품은 신청 후 3~7일 내 자동적으로 수입허가증이 발급됩니다. 거의 모든 품목의 수입은 자유이며 일부 품목에 대해서만 사전 수입허가가 필요합니다. 수입 허가 품목을 수입하는 경우는 화물도착 4일 이전에 신청을 해야 합니다.

낮은 관세율과 간단한 수출입절차는 홍콩무역의 장점이며, 편리한 인프라시설로 수출입이 비교적 용이한 편입니다.

### 수입허가증 발급대상 품목

수입허가증 발급대상 품목을 수입할 경우에는 수입을 위한 수입자 자격증 및 유통을 위한 도소매 자격증이 요구됩니다. 예를 들어 인삼 등의 한약재는 허가 받은 수입자만이 취급할 수 있습니다.

그림 II-16 수입허가증 발급대상 품목		출처: KOTRA
마약류	광학디스크기기	
의약품	복사기	
동물	화학약품	
살충제	멸종위기 동식물	
폭발물	무기	
쌀	섬유	
냉동육	가금류	
오존파괴물질	라디오운송장비	
좌측 운전용 차량	방사성 물질 및 기기(X-ray 장치 등)	
엔진(111.9kw 초과)	전략물자(메모리칩, 광섬유, 핵무기 관련물질 등)	

## 항구와 공항

### ① 항구

카이청(KWAI CHUNG) 항은 신계에 소재한 컨테이너 전용 부두로 홍콩 전체 물동량의 약 60% 이상을 처리하고 있습니다. 빅토리아항은 홍콩 섬과 홍콩 반도 사이에 있는 빅토리아만 양쪽 해안의 크고 작은 부두를 통칭하며 홍콩 전체 물동량의 30~40%를 담당하고 있습니다.

한편, 한국에서 홍콩을 경유, 중국으로 운송할 경우 반드시 환적에 따르는 비용과 추가 소요기간(약 1~2일)을 감안해야 합니다.

2009년 4월 기준 순수한 컨테이너 비용(서울, 인천 → 홍콩)은 20ft의 경우 8,000홍콩달러(약 113만 원), 40ft의 경우 14,000홍콩달러(약 198만 원)입니다.

### ② 국제공항

Hong Kong International Airport(홍콩국제공항 또는 첵랍콕 공항)는 홍콩섬과 구룡반도 서쪽에 위치한 란타우섬 북쪽에 자리합니다.

이 공항은 1998년 7월 6일에 개항하였으며 24시간 운영합니다. 전 세계 약 90개 항공사가 입주해 있으며, The International Air Transport Association(IATA)에서 세계 최고의 공항(the Best Airport Worldwide)으로 선정되었습니다.

공항의 전체 면적은 런던 히드로 공항과 비슷한 378만 평(1,255ha)으로 구 카이탁 공항의 4배이며 인천국제공항(335만 평)보다 약간 큼니다.

매시간 49편의 항공기 이착륙이 가능한 세계 3위 규모이며 연평균 4,500만 명의 여객이 있으며 360여 만 톤의 화물 처리가 가능합니다.



사진 II - 2 카이청항(좌), 첵랍콕 공항(우)

## [참고] 식당 수익성 분석 방법

수익성 분석이란 점포의 매출액(수익)과 지출(비용)을 추정하여 이익(수익-비용)까지 계산하는 정량적 분석을 의미합니다.

매출액을 추정하고 비용을 산정한 후 최종적으로 이익을 계산하는 활동은 회계학 지식을 필요로 하므로 사전에 충분한 학습과 조사를 통해 계정과목을 익히고 손익계산서 작성방법을 연습해야 합니다.

식당 수익성 분석은 해외에 진출하고자 하는 사업 주체의 의사결정을 지원하는 도구로 활용합니다.

또한 투자 예산과 회수 기간을 고려하여 진출 가능한 도시와 도시 내의 상권 후보군을 식별하기 위한 의사결정 도구로도 활용 가능합니다.

레스토랑 창업을 고려하는 사업 주체가 개업 시에 필요한 초기 투자 자금의 규모와 추구하는 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 있습니다.

본 길라잡이에서는 투자 타당성 분석을 위한 모델을 제안하고 사례를 통해, 그 활용방안을 제공하는 것에 목적이 있으며 실제 해외 특정 도시에 진출하고자 하는 사업 주체는 추가적인 시장 조사를 통해 변수값에 대한 정확한 추정치를 확보하여 본 분석 모델을 정교화 할 수 있습니다.

수익성 분석에 임할 때는 다음과 같은 내용을 고려합니다.

- 보수적, 현실적으로 추정합니다.
- 추정손익 및 손익분기점(Break Even Point)을 파악합니다.
- 투자대비 경제성(투자수익률법, 회수기간법)을 파악합니다.
- 사업의 장기비전을 분석합니다.

### ① 매출액 추정

수익성 분석을 위해 가장 먼저 해야 할 일은 매출액을 추정하는 일입니다.

월 매출액은 영업 가능 일수를 감안하여 산출해야 하며, “총매출=음식 매출+주류 및 음료 매출” 또는 “총매출=현금 매출+카드매출”등으로 구분됩니다. 경쟁업체 등을 대상으로 한 현장조사를 통해 추정이 가능합니다.

### ② 비용 추정

비용을 추정하기 위해서는 점포 운영에 소요되는 비용항목을 손익계산서(기업회계기준) 항목기준으로 산출하는 것이 필요하며 이를 좀 더 구체적으로 살펴보면 다음과 같습니다.

비용항목은 구체적으로 매출원가(식재료비, 조리인력 인건비), 판매비와 일반관리비(출직원 인건비, 지급임차료, 수도광열비, 신용카드 수수료 등), 영업외 비용(지급 이자) 등으로 구분됩니다.

일반적으로 레스토랑 운영 시에는 주요 비용항목을 식재료, 인건비, 임차료, 기타경비 등으로 구분합니다.

또한 손익 분기점 분석을 위해 세부항목을 고정비와 변동비로 구분할 수 있어야 합니다.

고정비는 매달 변동이 없는 금액을 뜻하는 말로서 급여, 복리후생비, 보험료, 광고선전비 등이 해당됩니다.

매월 똑같이 얼마가 나간다는 것을 미리 알고 있기 때문에 손익분기점을 보기에 도움이 되고 경영상 계획을 세울 때도 고정되어 있는 비용이기 때문에 결과 도출이 쉬운 편입니다.

변동비는 매달 예측하기 어려운 금액을 뜻하며, 메뉴 제조에 소요되는 식재료 및 음료 등이 속합니다.

변동비는 매월 변동폭이 커서 예측하기 힘들기 때문에 손익분기점을 계산할 때 고정비보다 변동비에 포커스를 맞추어 계산하므로 변동비용의 정산이 더욱 중요합니다.

### ③ 추정 손익계산서 작성

손익계산서를 작성하기 위해서는, 매출액 및 매출원가 외에도 법인세 등의 다양한 항목을 고려해야 합니다. 손익계산서 작성 시 필요한 항목 및 항목별 작성 방법은 아래와 같습니다.

그림 II - 17 추정 손익계산서 작성법	
출처: 김영갑 외, 『외식창업론』, 2011	
항목	내용
매출액①	- 월 매출액은 영업가능 일수를 감안하여 산출하되, “총매출=음식 매출 +주류 및 음료 매출” 또는 “총매출=현금 매출+카드 매출” 등으로 구분 - 경쟁업체 등을 대상으로 현장조사를 통해 추정 가능
매출원가②	- 메뉴 제조에 소요되는 식재료(양념류 포함), 주류, 음료 원가 - 통상 음식점의 매출원가율은 30% 내외가 적절함
매출이익③ (=①-②)	- (매출액-매출원가)
판매비와 일반관리비④	- 영업이나 관리에 소요된 모든 비용은 판매비와 일반관리비 - 임차료, 급여(인건비), 감가상각비, 연구개발비, 광고선전비, 수도광열비(수도, 가스, 전기료), 통신비(전화, 유선), 소모품비, 수선비, 각종 수수료 등 - 최근에는 신용카드매출이 많기 때문에 카드수수료를 반드시 비용으로 고려 - 부가가치세는 매출액의 약 7%로 가정 (비전문가의 타당성 분석을 위한 편의상 부가가치세 납부액을 판매비와 일반관리비로 가정하여 처리함)
영업이익⑤ (=③-④)	- (매출이익-판매비와 일반관리비)
영업 외 수익⑥	- 영업활동 이외의 수익으로 이자수익 등이 해당됨 - 음식점에서 발생할 항목은 거의 없음
영업 외 비용⑦	- 차입금액에 대한 이자비용
경상이익(세전이익)⑧ (=⑤+⑥-⑦)	- (영업이익+영업 외 수익-영업 외 비용)
법인세⑨	- 법인은 법인세, 개인은 종합소득세
월 당기순이익⑩ (=⑧-⑨)	- (경상이익-법인세)
참고사항	- 음식점의 업종과 업태에 따른 이익률의 차이가 매우 크므로 통계청 자료나 기타 현장조사 등을 통해 이익률을 확인함 - 신용카드 수수료와 부가가치세 납부세액이 손익계산 시 반드시 고려되어야 함. 일반적으로 프랜차이즈 본부는 사업타당성을 높여 보여주기 위해, 추정 손익에서는 제외하는 경우가 많음 - 손익분기점 분석을 위해 모든 비용을 고정비(임차료, 정규직원 인건비)와 변동비(식재료비, 파트타이머 인건비, 각종 수수료, 수도광열비)로 구분

#### ④ 추정 손익계산서 사례

항목별 작성 방법에 따라 추정 손익계산서를 작성한 사례는 아래와 같습니다.

그림 II-18 추정 손익계산서 예시				
구분		금액(원)	비율(%)	비고
매출액①	합 계	50,000,000	100.00	
	현 금	10,000,000	20.00	
	카 드	40,000,000	80.00	
매출원가②	합 계	27,500,000	55.00	
	식재료비	17,500,000	35.00	
	인건비	10,000,000	20.00	- 경영자 인건비 포함
매출 총이익③		22,500,000	45.00	
판매비와 일반관리비④	합 계	15,370,000	30.74	
	지급임차료	5,000,000	10.00	
	감가상각비	3,300,000	6.60	- 투자비 2억 원 가정 (인테리어 등 점포 공사비) - 5년(60개월)으로 상각하는 금액
	수도광열비	2,500,000	5.00	- 관리비 포함
	소모품비	5,000	0.01	
	수선비	400,000	0.80	
	통신비	5,000	0.01	
	복리후생비	1,250,000	2.50	- 회식비, 고용보험 등
	광고선전비	500,000	1.00	
	신용카드 수수료	110,000	0.22	- 카드 매출액의 2.7%
	부가가치세 예수금	2,000,000	4.00	
	보험료	150,000	0.30	- 화재보험료
	잡 비	150,000	0.30	- 기자재 렌트 비용, 세무사 비용 등
영업이익⑤		7,130,000	14.26	
영업 외 이익⑥	수입이자	0	0.00	
영업 외 비용⑦	지급이자	0	0.00	
경상이익⑧		7,130,000	14.26	
법인세⑨		2,139,000	4.28	- 일반 법인세 30% 가정
월 당기순이익⑩		4,991,000	9.98	- 투자수익률(ROI): 2.50%

\* 투자수익률(ROI) = 4,991,000원(월 당기순이익) / 200,000,000(투자액) X 100 = 약 2.50%

\* 위 손익계산서 내 금액들은 예시를 위하여 임의로 기입한 내용으로 참조 시에 혼동이 없으시길 바랍니다.

[참고] 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 매출 수량을 의미합니다. 이를 다시 표현하면 매출액과 음식점의 총비용이 같아지는 지점을 말합니다.

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

① 순이익 = 매출액 - 총비용

손익분기점이란 '순이익 = 0'이 되는 기점이므로

② 매출액 = 총비용

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

③ 매출 수량 X 단위당 가격 = 변동비 + 고정비

다시 변동비는 단위당 변동비에 매출 수량을 곱하여 구할 수 있으므로

④ 매출 수량 X 단위당 가격 = (단위당 변동비 X 매출 수량) + 고정비

위 식을 매출 수량 기준으로 다시 정리하면 다음과 같습니다.

⑤ 매출 수량 X (단위당 가격 - 단위당 변동비) = 고정비

⑥ 매출 수량 = 고정비 / (단위당 가격 - 단위당 변동비)

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

⑦ 손익분기 매출 수량 = 고정비 / 단위당 공헌이익

아래와 같은 정보가 주어진다면, 이를 기초로 손익분기 매출 수량을 계산해 봅니다.

- \* 메뉴 판매가격(단위당) = 8,000원
- \* 메뉴당 변동원가(단위당) = 3,000원 (식재료비, 판매비와 일반관리비 등)
- \* 레스토랑 고정원가(1개월) = 7,000,000원 (임차료, 인건비, 지급이자 등)

계산을 위의 순서대로 따라하면,

- ③ 매출 수량 A개 X 8,000 = 3,000A + 7,000,000
- ④ 매출 수량 A개 X 8,000 = (3,000 X A개) + 7,000,000
- ⑤ 매출 수량 A개 X (8,000 - 3,000) = 7,000,000
- ⑥ 매출 수량 A개 = 7,000,000 / (8,000 - 3,000)
- ⑦ 매출 수량 A개 = 1,400개

즉, 레스토랑은 한 달에 1,400개의 메뉴를 판매하면 손익분기점에 도달하게 됩니다.

다음과 같은 방법으로, 더 빠른 계산이 가능합니다.

단위당 공헌이익은 5,000원(8,000원-3,000원)이 됩니다.

따라서, 손익분기 매출 수량은

$$\textcircled{7} 7,000,000 / 5,000 = 1,400$$

손익분기점의 매출 수량은 한 달에 1,400개로 위에서 계산한 것과 같은 수가 나옵니다.

또한, 여기에 단위당 가격을 곱하면 손익분기 매출액을 구할 수 있습니다.

$$1,400\text{개} \times 8,000\text{원} = 11,200,000\text{원}$$

즉, 한 달에 11,200,000원의 매출을 올려야, 최소한 손실은 면할 수 있다는 의미입니다.

[참고] 투자수익률법과 회수기간법

매출액 및 비용 추정, 이익 산출, 투자금액 산출 결과를 통해 예비창업자는 투자안의 선택을 위한 타당성 분석을 다양한 방법으로 수행할 수 있습니다.

일반적으로 기업들이 주로 사용하는 타당성 분석기법은 복잡하고 개인이 계산하기에 어려운 부분이 많습니다.

대부분의 분석기법은 투자수익률을 계산한 후, 자신이 목표로 하는 수익률보다 높은지 여부에 따라 사업의 실행 여부를 결정하는 방법입니다.

물론 이러한 계산과정에는 복잡한 재무관련 지식이 필요하므로 전문지식이 없는 사람이 실제로 내부수익률과 순현재가치를 계산해내기는 쉽지 않습니다. 하지만 다음과 같은 계산법이 있음을 알고있으면 도움이 될 것입니다.

투자안을 선택하기 위한 타당성 분석 기법은 회수기간법(Payback Period Method), 평균회계이익률법(Average Return on Book Value Method), 순현재가법(NPV Method), 수익성지수법(Profitability Index Method) 등 다양합니다.

다양한 타당성 분석 기법 중 소규모 외식사업을 고려하는 창업자는 월 투자수익률이나 투자비 회수기간 등을 통해 간단하지만 명료한 사업타당성 분석을 할 수 있습니다.



아래의 표를 통한 사업타당성 판단 기준 사례는 예비창업자의 사업진입 여부를 결정하는데 참고가 될 수 있을 것입니다.

그림 II-19 사업타당성 판단 기준 예시		출처: 김영갑 외, 『외식창업론』, 2011
사업성 판단 기준	투자수익률/월 <sup>[1]</sup>	투자비 회수기간
매우 양호	4% 이상	2년 이내
양호	3% 이상	3년 이내
보통	2% 이상	4년 이내
불량	2% 미만	4년 이상

투자수익률은 순이익(매출-비용)을 투자금액으로 나누어 산출되는 결과치로, 1억원을 투자하여 월 순이익 400만원을 달성하면 월 투자수익률은 4%가 됩니다.<sup>[2]</sup> 월 투자수익률이 4%일 경우 1년으로 환산하면 48%가 되므로, 2년이면 96%의 투자수익률을 달성합니다. 이런 상황이라면 모든 투자비를 회수한다고 가정할 수 있으므로 투자비 회수기간은 2년 이내가 되는 것입니다.<sup>[3]</sup>

소규모 외식업에서는 일반적인 점포임대차 계약이 2년이며, 음식점들의 수명이 2년임을 감안하면, 월 4%라는 높은 투자수익률을 가정할 수밖에 없습니다.

또한, 건물주가 2년 이후에 연장계약을 해주지 않을지도 모른다는 최악의 상황을 고려한 투자수익률입니다. 만약 점포를 임차하는 조건이 아니고, 매입하여 창업을 하는 경우라면 월 투자수익률을 자신의 상황에 적합하도록 조정하면 됩니다.

5년 이내에 투자금 회수가 이루어지는 상황이 우수하다고 판단하면, 자신의 인건비를 비용으로 간주하고, 월 2%의 투자수익률만 얻을 수 있어도 안정적입니다.

[1] 투자수익률(%)/월 = 월 당기순이익 / 총 투자금액 X 100

[2] 소규모 음식점의 경우 감가상각비를 고려하지 않고 간소화한 월 투자수익률법이나 회수기간법을 활용하는 것이 효율적입니다.

[3] 전문성이 요구되는 화폐의 시간적 가치 계산도 간편화를 위해 고려치 않습니다.

## 1.3 기타 정보

### 1) 거주허가 비자

#### 홍콩의 무비자 입국 및 영구거류권 발급

한국 여권 소지자는 무비자로 홍콩에 3개월간 체재할 수 있습니다.

단 입경 시 여권의 유효기간이 입경일로부터 “1개월 + 체재일수분”만큼 없으면 입경할 수 없기 때문에 입국 전에 여권의 유효기간을 확인해야 합니다.

취업이나 유학을 목적으로 홍콩에 오는 경우, 원칙적으로 한국의 중국 대사관에 있는 취업처나 유학처의 학교(홍콩 정부기관의 인가가 있는 학교)를 보증인으로 하는 자료를 제출하고, 홍콩 특구정부 입경사무처로부터 취업 비자 혹은 유학 비자를 취득 후 입국하게 되어 있습니다.

그러나 실제로는 무비자로 홍콩에 입국하고 나서 비자 면제 기간에 취업처를 결정해 취업 비자로 변환을 하는 사람도 적지 않습니다.

단, 취업 비자나 유학 비자를 취득하기 전에 취업하거나 통학하는 것은 위법입니다.

또, 취업 비자를 신청하는 중에 비자 면제 기간이 지나 버리는 경우는 일단 출국해야 합니다. 출국과 재입국 시에는 비자 신청 중임을 증명하는 이민국 통지서를 소지하면 좋습니다.

**홍콩 정부는 170여 개 국가 국민에게 7~180일간의 무비자 방문을 허용하고 있습니다.**

대한민국 여권소지자에게는 90일의 여행자 비자 체류가 허가됩니다.

방문자가 취업, 취학, 거주를 목적으로 체류 기간 연장을 희망하는 경우 이민국의 요건을 충족하는 경우에 한하여 최초 허가된 무비자 기간이 만료되는 날로부터 4주 전의 기간 동안 체류 연장을 신청할 수 있습니다.

180일 이상 홍콩 체류가 허가된 방문자는 도착한 날짜로부터 30일 이내에 홍콩 신분증(Identity Card)을 신청하여야 합니다.

홍콩 거주기간이 만 7년이 되면 홍콩 거류권(Right of Abode)을 신청할 수 있으며, 심사 후 홍콩 영구성 거민 신분증(영구거류권, Hong Kong Permanent Identity)을 발급해 줍니다.

홍콩 영구거류권 소지자는 정치 참여는 물론 공무원도 될 수 있으며, 해외에 체류하는 외국 국적 인사의 경우에도 1년에 한 번 홍콩에 귀국해야 하는 번거로움이 없을 뿐 아니라 이민국 통과 시에도 여권 제시가 필요 없습니다.

단, 유학생이나 외교관들은 7년 이상 홍콩에 체류하더라도 영구비자를 취득할 수 없습니다.

### 체제 목적에 따른 비자 종류

홍콩에 체재하려는 외국인인 목적에 따라 취득해야 하는 비자의 종류가 다릅니다. 취업 비자나 유학 비자 등은 반드시 비자의 스폰서가 필요합니다.

홍콩에는 ‘입경사무처 허가를 받지 않고 취업할 수 없다’는 규정이 있습니다. 이를 위반하면 국외 퇴거를 명령받거나 ‘벌금 5만 홍콩달러(약 706만 원)와 징역 2년’에 처한다는 규정이 있습니다.

따라서 홍콩에서 취업하는 경우 취업이 인정되는 사증을 취득해야 합니다.

#### ① 취업 비자(Employment Visa)

홍콩에서 취업한 기업을 스폰서로서 신청할 수 있는 비자로 홍콩에서 장기 근무 시 반드시 취득해야 합니다. 신청자의 과거 경력이나 홍콩에서 유용한 인재인지 또 기업이 스폰서로서의 조건에 충분하지 등을 심사합니다.

비자의 유효기간은 일반적으로 첫 해에 1년, 다음 해에 2년, 그 다음 신청 시 3년으로 길어지는 경우도 있습니다. 이직 등으로 비자 스폰서를 변경했을 경우, 신속하게 이직처에 스폰서 변환 수속을 해야 합니다. 기업도 입경사무처에 이직을 통지해야 합니다.



## ② 가족 비자(Dependent Visa)

주재원 등 홍콩에서 취업 비자를 가진 사람의 부양가족(아이는 18세 미만)이나 홍콩인을 배우자로 둔 사람이 신청하는 비자입니다. 2006년 5월부터 가족 비자 소지자도 다시 취업이 인정되고 있습니다.

가족 비자의 연장 신청 시, 신청일을 기준으로 비자 스폰서가 1년 동안 6개월 이상 홍콩을 떠나있는 경우는 연장할 수 없습니다. 홍콩을 거점으로 중국에서 일하는 사람 등은 주의가 필요합니다.

## ③ 학생 비자(Student Visa)

홍콩 특구정부 입경사무처가 인가한 학교에 다니는 학생의 비자로 입학 허가증 등의 자료가 필요합니다. 단, 아르바이트나 취업은 할 수 없습니다.

## ④ 투자 비자(Investment Visa)

홍콩에 회사를 설립해 홍콩 법인의 주주(오너)가 된 사람이 신청하는 비자입니다. 회사의 자산이나 경영 상태, 구체적인 비즈니스 플랜 등을 세세하게 심사하고, 투자자로서 오피스 임대나 현지직원의 고용 등 홍콩에 대한 공헌을 증명해야 합니다.

원칙적으로 매년 결산서를 제출한 후 투자 비자의 연장 수속 심사를 받아야 합니다. 취업 비자를 가진 주재원이 체제 중 회사를 설립하면 입경사무처가 투자 비자로 변환을 요구할 경우도 있어 주의가 필요합니다.

## ⑤ 연수 비자(Trainee Visa)

주로 업무상의 연수를 목적으로 하는 사증입니다. 상세한 연수 계획, 연수지 확정이 전제가 되며 실질적으로는 최장 12개월 정도까지만 인정됩니다. 기간 연장이나 고용 사증 등으로 비자 상태(Visa Status)변경이 인정되지 않으므로 주의해야 합니다.

## ⑥ 기타

이외에 여행 패스(Travel Pass)나 '자본 투자자 입경 계획'이 도입되어 신청 전 6개월 이내에 650만 홍콩달러 이상을 투자한 사람(만 18세 이상)에게 거류권을 주고 있습니다. 투자 대상에는 부동산, 은행 저축, 주식 구입 등이 있습니다.

## 비자 종류에 따른 비자 발급 방법

비자 사증은 홍콩 입국 전에 취득하는 것이 원칙입니다. 신청 사증의 종류에 따라 심사기간이 약 3~6주 소요됩니다. 단, 서류가 미비하거나 정보가 갖추어지지 않은 경우 심사에 걸리는 시간이 길어질 수 있으니 사전 준비를 확실히 하는 것이 바람직합니다.

주의할 점은 비자를 받아 홍콩 입국 시에는 반드시 비자 라벨이 붙어있는 페이지를 입경사무소 창구직원에게 보여 주어야 한다는 점입니다. 만일 이를 잊으면 단순한 방문 비자로 간주되어 3개월 이후 재출국해야 합니다.

### ① 고용 비자

고용 비자 신청자는 한국에 거주한 채로 소정의 신청 서류 등을 홍콩의 고용지(비자의 스폰서) 경유로 홍콩 입경사무처에 제출합니다. 신청 후 2주 내에 비자신청 접수번호가 스폰서 앞으로 우송되어 옵니다.

추가 서류 등이 필요없으면 신청 후 4~6주 후에 비자 승인 통지가 스폰서에게 송부됩니다. 스폰서는 비자 라벨을 입경사무처로부터 인수한 다음 한국의 신청자에게 우송합니다.

신청자는 라벨을 자신의 여권에 붙이고 홍콩에 들어와 공항 등 입국 카운터에서 취업 사증 스탬프를 받음으로써 비자 수속이 완료됩니다.

### ② 가족 비자

가족 비자는 통상 부임 직원의 가족이 취득하기 때문에 세대주(고용 비자의 소유자)가 가족의 체재 비자의 스폰서가 됩니다. 따라서 스폰서의 비자가 나온 후 신청 가능합니다.

가족 관계를 증명하기 위해서는 호적등본을 영문으로 번역 후 홍콩의 한국 총영사관에서 공증 받아 세대주의 홍콩 재직증명서 등 서류와 함께 홍콩 입경사무처에 제출해야 합니다.

### ③ 학생 비자

홍콩 입경사무소가 인정한 홍콩에 있는 교육기관(대학)의 입학 허가증을 취득하는 것이 전제가 됩니다. 유학을 할 대학 교무과 등이 스폰서로 신청 수속을 해주는 경우도 있으므로 확인해야 합니다.

일반적으로 학기 단위(3개월 정도)로 비자 발급이 되기 때문에 수시로 갱신 수속을 해야 합니다. 홍콩 내 학생 비자에서 고용 비자로 비자 상태(Visa Status)를 바꾸는 것은 곤란하므로 주의해야 합니다.

## 홍콩에서의 비자 신청

### ① 시간적 여유가 없는 경우

일반적으로 비자는 한국에서 신청한 후 입국하지만, 한국에서 비자를 신청할 시간적인 여유가 없는 경우 홍콩 입경사무처에 직접 비자를 신청할 수 있습니다. 이 경우, 방문 비자에서 상태 변경을 해야 하기 때문에 한국에서 신청하는 경우와 수속 방법이 다릅니다.

입경사무처의 접수창구에 신청 양식과 신청에 필요한 서류 설명서가 있습니다.

필요 서류에는 스폰서가 되는 회사의 연보나 대표의 서명, 신청자의 이력서와 스폰서가 왜 신청자를 필요로 하는지에 대한 영문레터나 추천서, 신청자의 사진 등이 필요합니다.

신청서류 제출 시 우선 접수창구에 서류를 제출하고 번호가 불릴 때까지 기다립니다. 심사관이 서류의 미비가 없는지 체크하고 부족한 서류에 대해서 추가 제출을 요구할 수 있습니다.

심사에 걸리는 시간은 4~6주 정도 소요되나 비자의 종류와 서류 제출, 신청자 수, 심사시간 중 공휴일 등에 따라 달라질 수 있습니다.

심사가 끝나면 통지서가 우송되는데 여권을 가지고 통지서에 써있는 창구로 가서 비자발행 비용 135홍콩달러(약 2만원)를 지불하면 여권에 비자의 스티를 붙여 줍니다.

그러나 홍콩 비자신청은 거주국에서의 신청을 전제로 하고 있기 때문에 홍콩 이민국이 비자 라벨을 발부한 후 자국이나 인근국으로 출국 후 다시 들어오라고 요구하는 경우가 많습니다.

이 때 라벨은 반드시 출국 전이 아닌 출국하고 나서 들어올 때 붙여야 한다는 점을 유의해야 합니다.



## ② 취업 비자

취업비자 신청은 먼저 90일짜리 여행자 비자를 받아 입국한 후 할 수 있습니다.

취업 비자 신청은 홍콩 이민국 홈페이지(<http://www.immd.gov.hk>)에서 워킹 비자 ID 428B 양식을 다운받아 작성합니다.

신청은 우편, 방문, 팩스를 통해 할 수 있으며, 통상적으로 이민국 7층에 직접 찾아가 신청합니다.

준비 서류로는 회사 사업자 등록증, 신청서, 고용 계약서, 영문 이력서, 여권 원본 등이 있습니다.

배우자와 아이가 있는 경우 “Declaration of sponsor, Statement of sponsor’s family background, Declaration of dependant applicant” 등의 서류를 홍콩 이민국 홈페이지에서 다운받아 작성하고, 주민등록등본 영문판을 함께 제출합니다.

또한 처음 회사를 설립한 경우, 협력사 또는 로펌으로부터 스폰서를 받아야 합니다.

신청을 완료하면 홍콩 이민국에서 서류 검토 후 인터뷰 날짜를 지정하여 서면으로 통보합니다.

인터뷰 내용은 왜 홍콩에 왔고, 어떤 일에 종사하며, 언제까지 있을 예정인지 등입니다. 인터뷰를 통과하면 약 3주 정도 후에 여권을 갖고 홍콩 이민국을 방문하라는 서신이 옵니다.

서신에 지정된 날에 홍콩 이민국을 방문하면 1년짜리 취업 비자를 발급해 주며 비용은 160홍콩달러(약 23,224원)입니다.

### 홍콩 이민국 연락처

- 전화번호: (852) 2824-6111
- 홈페이지: [www.immd.gov.hk](http://www.immd.gov.hk)
- 주소: Immigration Tower, 7 Gloucester Road, Wanchai, HK

## 2) 금융 서비스

### 홍콩에서의 대출

홍콩에서 신용대출을 받기 위해서는 장시간의 기업활동을 통해 축적된 신용으로 각 은행별 대출 심사기준에 부합할 필요가 있습니다.

일반적으로 홍콩에서 대출을 받기 위해서는 상응하는 담보를 제공해야 합니다. 담보 이외에도 각 기업의 영업 및 신용상태를 확인하고 있습니다.

현지 법인의 형태로 진출해 있는 대부분의 한국 기업의 경우, 한국계 은행 해외 지점 및 현지 법인 금융기관을 통해서 한국에 있는 부동산이나 예금들을 담보로 대출을 받을 수 있습니다.

한국 본사에 지급보증 및 Stand-by LC(보증신용장)를 개설함으로써 홍콩 진출 초기에 필요한 자금을 현지에서 조달할 수 있습니다.

한국 본사에서 지급보증 및 LC개설을 통한 대출을 위해서는 독립법인의 형태로는 불가능하고 한국 본사의 지분율이 최소 10% 이상을 취득하고 있어야 하며 한국 본사의 보증한도에 여유가 있어야 가능합니다.

### 한국계 은행 이용

현재 홍콩에 진출해 있는 한국 은행들은 주로 기업금융을 취급하고 있으나, 최근 들어 은행들이 소매금융도 시작하고 있습니다. 기존 외환은행을 비롯하여 우리은행, 중소기업은행 등이 소매금융을 시작했습니다.

한국계 은행은 ATM을 사용할 수 없는 단점이 있으나, 여권과 한국 신분증으로 간단하게 구좌개설이 가능하다는 장점이 있습니다.

은행에 따라서는 홍콩 ID카드가 없으면 여권 외에도 주소를 증명하는 영문 주민등록등본을 요구하기도 합니다. 따라서 사전에 문의하여 준비하는 것이 좋습니다.

### 3) 지원기관 및 분야별 전문업체 정보

#### ① 공공기관

기관명	연락처
홍콩 총영사관	주소: Consulate General of the Republic of Korea Far East Finance Centre, Harcourt Road, HK 전화번호: (852) 2529 4141
KOTRA 홍콩 무역관	주소: Rm. 3102, Central Plaza Building, 18 Harbour Road, Wanchai, HK 전화번호: (852) 2545 9500 Fax: (852) 2815 0487
홍콩 이민국	전화: (852) 2824-6111
농수산식품유통공사 홍콩지사	주소: Room 705, 7F Jubilee Centre, 18 Fenwick Street, 46 Gloucester Rd, Wanchai, Hong Kong 전화번호: (852)2588-1625

#### ② 한인부동산

기관명	연락처
대한부동산	(852) 2541-1673/9058-5421
찬미부동산	(852) 2886-5080/6170-0501
엠파부동산	(852) 2884-1778

#### ③ 금융기관

기관명	연락처
국민은행	(852) 2530 3633
기업은행	(852) 2521 1398
수출입은행	(852) 2810 0182

④ 회계/법률

기관명	연락처
아이리컬 캐피탈	(852) 3541 9629
일신회계법인	(852) 2528 9899
WAT & CO. 김정용 변호사	(852) 3621 0043

⑤ 식품

기관명	연락처
서울식품	위치: 침사추이 김벌리로드 전화: (852) 2367-5025
목포식품	위치: 성완 마카오페리 선착장 건너편 전화: (852) 2545-7117
부산식품	위치: 구룡공원(구 하얏트호텔) 근처 전화: (852) 2376-0533

⑥ 한인회

기관명	연락처
홍콩 한인회	주소: Unit 1212, 12/F, Cosco Tower, Grand Millennium Plaza, 193 Queen's Rd Central, HK 전화번호: (852)2543 9387
홍콩 한인여성회	주소: Unit 1212, 12/F, Cosco Tower, Grand Millennium Plaza, 183 Queen's Road Central, HK 전화번호: (852) 2907 6182
홍콩 한인상공회	주소: Room 302, 3/F, Blissful BLDG, No. 243-247 Des Voeux Rd, Central, HK 전화번호: (852) 2544 1713
홍콩한인 외식업협의회	전화번호: (852) 2907 6182 이메일: neohan888@gmail.com

식당을 운영하는 도중 생길 수 있는 여러 어려움들에 대처할 수 있도록 미국 레스토랑협회(NRA)에서 제안하는 조언들을 소개해드립니다. 해당 내용은 일반적인 외식경영관련 조언이며, 도시별로 상이할 가능성이 존재하므로 해석 유의바랍니다.

### 1. 경영주의 목표에 직원들을 잘 따르게 하는 Tip

① 고용 초기 단계부터 직원에게 명확히 원하는 바를 알립니다.

고용 초반에 시간을 들여서 경영주가 원하는 업무 방식 및 기준에 대해서 직원과 명확히 소통해야 합니다. 그러면 나중에 발생할 문제를 줄일 수 있을 것입니다.

② 글로 적는 습관을 들입니다.

직원이 알아야 할 정보를 적어 놓으면 불필요한 의심을 없앨 수 있고, 또한 직원들에게 메뉴얼 및 핸드북을 숙지하라고 적극 권하는 계기가 될 수 있습니다.

적어놓은 것들은 모든 직원에게 간단한 가이드북이 될 수 있고 경영주가 추구하는 목표에 대한 증거가 됩니다. 회의 때 적어놓은 노트들도 무엇을 지시했는지에 관한 혼란을 줄일 수 있습니다.

③ 직원들이 지켜할 규칙들은 경영주도 지켜야 합니다.

직원들이 경영주의 적절치 못한 행동을 목격하면, 그때부터 경영주의 지시는 효력을 잃게 됩니다. 직원들은 경영주의 행동을 가이드처럼 여기고 있으므로 적절하게 대처하고 행동해야 합니다.

④ 직원들에게 피드백을 제공합니다.

직원 스스로는 자신의 행동에 대한 파악을 할 수 없습니다. 따라서 직원의 행동에 대해 경영주가 지속적으로 피드백을 주어야 합니다.

긍정적인 피드백으로 직원은 자신의 행동이 경영주의 기대치에 부응했다는 것을 알 수 있게 됩니다.

건설적인 비판은 직원들의 어떤 부분이 발전해야 하는지를 정확히 알려줍니다. 경영주의 피드백은 직원들의 업무 능력 향상을 위한 필수 요소입니다.

## ⑤ 직원과 대화를 합니다.

직원들이 혼날 수 있다는 두려움이 없이 경영주에게 편하게 질문하고, 상담할 수 있는 환경을 만듭니다.

## 2. 식당 평가 사이트에서 좋은 평가를 받는 Tip

최근에는 인터넷 매체가 외식 시장에 미치는 영향이 크기 때문에, 경쟁력 있는 식당이 되기 위해서는 온라인 리뷰들을 관리하여야 합니다.

최근에 작성된 긍정적인 온라인 리뷰들이 많을수록 고객들이 식당을 선택할 가능성이 높아집니다.

새로운 고객들을 유치하고, 단골 손님들 호평을 수집 하기 위해서 경영주는 적극적으로 온라인 평가에 대한 관리를 할 필요가 있습니다.

식당 평가 사이트에서 좋은 평가를 받는 5가지 tip은 다음과 같습니다.

- ① 고객이 계산할 때 영수증과 함께 리뷰 작성 방법이 적힌 인쇄물을 건넵니다. 고객들이 어떤 웹사이트에서 리뷰를 쓸 수 있는지 안내해주고 그들이 리뷰를 작성하면 서비스를 제공합니다. (리뷰 작성 후 방문 시 10% 할인 또는 무료 디저트 제공 등)
- ② 테이블 위의 소품에 QR코드를 붙여서 고객들이 식사 중에 리뷰를 작성할 수 있는 기회를 제공합니다.
- ③ 운영 중인 식당의 소개 페이지를 최대한 많은 평가 사이트에 작성합니다. 식당의 정보가 보다 많은 리뷰 사이트에 노출 될수록, 고객들은 식당을 더욱 쉽게 찾고 더욱 쉽게 리뷰를 올릴 수 있을 것입니다.
- ④ 식당의 SNS에 식당 평가 사이트를 링크합니다. 페이스북과 같은 식당의 SNS는 지인들이나 단골 손님들이 리뷰를 작성해 줄 수 있는 가장 좋은 통로입니다. 리뷰를 남겨준 단골 손님이나 지인들에게는 감사의 말을 꼭 하는 것이 좋습니다.
- ⑤ 모든 부정적인 리뷰에 답변하고, 관련된 문제점을 고칩니다. 부정적인 리뷰들을 무시하거나 지우는 것은 식당의 온라인 평가에 부정적인 영향을 끼칠 수 있습니다.

### 3. 메뉴 디자인을 통해 고객들의 시선 끌기

메뉴판을 잘 만드는 것도 식당의 성공을 이끄는 하나의 방법이 될 수 있습니다. 메뉴판은 고객과 직접적으로 소통하는 하나의 도구이고, 메뉴판에 의해 고객들의 선택이 달라질 수 있을 정도로 매우 중요한 역할입니다.

또한 메뉴판이 고객의 판매 욕구를 끌어올리는 역할을 잘 해야, 홀 직원들이 판매에 신경을 덜 쓰고 음식을 정갈하게 서빙하는 것에 집중 할 수 있습니다.

효과적인 메뉴판을 만들기 위해서는 그 디자인이 식당의 전체 이미지와 통일되어야 합니다. 메뉴판도 식당 정체성을 나타내는 일부로 생각하고, 그 통일성을 지키며 디자인해야 합니다.

좋은 메뉴판을 만들기 위해서는 가장 먼저 타겟 고객층을 생각해야 합니다. 그들이 선호하는 것이 무엇인지 정확히 파악하고 그 선호에 맞추어 디자인해야 더 많은 고객들의 선택을 받을 수 있습니다.

다음은 메뉴판 디자인 할때의 4가지 tip입니다.

#### ① 색상

색상은 사람에게 심리적인 영향을 미치기 때문에 보다 더 많은 공을 들여서 선택해야 합니다. 알맞은 색상은 매장의 분위기, 개성을 느끼게 해주며 고객의 식욕을 돋우고, 음식에 집중할 수 있도록 해줍니다.

#### ② 시각자료

가장 판매하고 싶은 메뉴의 설명 가까이에 좋은 질의 사진과 같은 시각자료를 배치합니다. 이것은 음식을 홍보하는 가장 효과적인 방법입니다.



사진 II-3 매장과 메뉴판의 색상을 일치 시킨 맥도날드

### ③ 글자체

글자체를 선택할 때는 타겟 고객층을 고려해야 합니다.  
예를 들어, 주 고객이 노년층이라면 큰 글씨를 선호할 것입니다.

메뉴의 글자체는 너무 멋을 낸 것 보다는 읽기 쉬운 것이 좋고, 한 메뉴판에서 3개 이상의 글자체가 쓰이는 것은 좋지 않습니다.

### ④ 배치

신문의 기사문 배치처럼 메뉴 역시 중요도에 따라 배치하는 것이 중요합니다.

일반적으로 가장 많이 주문 받는 위치는 제일 앞장의 오른쪽 윗 부분입니다. 그 다음으로 주문을 받을 수 있는 곳은 각 페이지의 가장 윗부분과 가장 아랫부분입니다.



#### 4. E-mail 활용 Tip

E-mail을 통한 홍보는 고객들과 관계를 유지하고, 수익을 올리는 가장 효과적인 방법 중 하나입니다.

다음은 경영주들이 E-mail 마케팅을 기획할 때 참고하면 좋을 8가지 tip입니다.

① 고객에게 이익이 되는 내용이 되도록 본문을 작성합니다.

고객에게 특별 서비스를 제공한다는 안내 메일이 가장 대표적인 예입니다. 다른 매체를 통해서 제공하는 VIP 서비스 등과 같은 혜택을 E-mail을 통해서만 제공하는 것입니다.

② 창의적으로 내용을 작성합니다.

흥미로운 소식 및 행사 등에 대한 내용으로 고객들의 이목을 끌어야 합니다.

최근에는 E-mail을 통한 홍보물들이 많아서, 고객 메일함의 수많은 메일 중 눈에 띄는 E-mail이 되는 것이 중요합니다. 특별한 날이나 공휴일에 식당에 올 수 있도록 특별한 프로모션을 진행하는 것도 좋은 방법입니다.

③ 이용하기에 편하고 좋은 서비스를 제공하고 있는 E-mail 배포자를 찾습니다.

E-mail 홍보에서 배포는 가장 중요한 부분이므로 이 과정을 간과해서는 안됩니다. 배포자가 우수업체에 포함되어 있는지 알아봐야합니다. 우수업체가 아닐 경우, 홍보 E-mail이 스팸 메일함에 들어갈 수 있습니다.

④ 온라인과 오프라인 채널을 결합합니다.

식당의 E-mail 홍보에 대해서 고객들이 알 수 있도록 매장, 지역 행사, 홍보지, 온라인 등에서 E-mail 홍보를 알립니다.

직원들이나 고객들에게 E-mail 홍보를 알리면 인센티브를 주는 등의 방법들도 효과적입니다. 이렇게 여러 매체를 통합하여 E-mail 홍보를 알리면 홍보 효과가 더욱 증진됩니다.

⑤ E-mail의 신빙성을 높입니다.

E-mail의 신빙성을 높여, 포함된 내용들이 모두 사실임을 명확히 전달합니다. 이것 역시 식당의 홍보 E-mail이 스팸 메일함에 들어가는 것을 방지합니다.

⑥ 발신자를 명확히 합니다.

모든 E-mail에서 식당의 연락 정보와 브랜드를 명시합니다.

고객들은 발신자가 알고있는 식당인 것을 인식했을 때 더욱 친숙하게 느낄 수 있습니다. 또한 고객이 E-mail에서 소개한 서비스에 대한 문의 사항이 생겼을 때 본문에 적힌 연락 정보는 유용히 쓰입니다.

⑦ 회사의 E-mail 관련 규정을 설명합니다.

고객들이 이해하기 쉽게 회사의 E-mail 규정 설명을 삽입합니다. 이것은 고객들이 E-mail을 더욱 신뢰할 수 있게 하는 요인이 됩니다.

⑧ E-mail 발송 빈도를 관리합니다.

홍보 E-mail을 너무 자주, 혹은 너무 가끔 보낸다면 고객이 홍보 E-mail 주소를 삭제할 수 있습니다. 한달에 한번이나 두번 정도가 적당한 빈도입니다.



## 5. 효과적인 직원 동기부여 Tip

직원 동기부여는 직원의 장기 근속에 중요하고 또한 고객들에게 좋은 외식 경험을 제공하는 데에도 중요합니다.

효과적인 직원 동기부여를 위한 4가지 tip은 다음과 같습니다.

### ① 참여를 장려합니다.

식당의 개선을 위한 아이디어를 공유하며 문제 해결 방법을 함께 나눕니다. 식당의 성공을 함께 고민하는 직원들은 식당에 대한 애착을 키울 수 있고, 더욱 열심히 일할 것입니다.

### ② 책임을 공유합니다.

상호 책임을 증진하여 '우리는 동료'라는 생각을 키웁니다. 맛있는 요리를 만드는 것부터 사소한 청소업무까지 똑같이 가치가 있고 모든 업무가 식당의 궁극적인 목표를 위한 절차라는 것을 강조하면, 직원들은 자신의 업무의 목적을 깨닫고 열정을 키울 수 있을 것입니다.

### ③ 투명하고 공정해야 합니다.

모순적인 태도와 편애는 직원의 사기를 죽일 수도 있습니다. 모든 직원들을 똑같이 대우하고, 그들한테서 무엇을 기대하고 있는지 알리는 것이 중요합니다.

### ④ 도움을 줍니다.

육아 및 가정 문제 등 업무 외의 문제 또한 직원의 능률에 영향을 미칩니다. 이런 부분에 있어서, 직원에게 도움을 줄 수 있는지 확인하거나 배려해 주는 것은 직원들에게 감동을 주는 원인이 됩니다.



## 6. 채용에 SNS를 이용하는 Tip

많은 사람들이 이용하는 대표적 SNS인 'Facebook(페이스북)' 페이지에 채용 관련 내용을 공지합니다.

특히 지원 사이트로 링크를 거는 것이 아닌, '페이스북' 페이지를 통해 지원을 할 수 있도록 하여 지원자들의 번거로움을 줄이는 것이 중요합니다.

또한, '페이스북' 광고를 이용하여 채용하고자 하는 지역 근처 사용자들에게 집중적으로 홍보를 하는 것도 효과적입니다.

통계학적으로 사람들이 온라인 상에서 보내는 시간의 70%가 SNS 사이트이며, 특히 온라인에서 보내는 시간의 15% 이상을 페이스북에 사용하기 때문에 SNS를 통한 채용 공고는 보다 많은 구직자들에게 노출될 수 있습니다.

채용 공고를 올릴 '페이스북' 페이지에는 업무 설명 및 연락 가능한 번호/이메일 주소를 남기는 것 또한 중요합니다. 그 중에서도 지원자들이 궁금한 사항을 바로 물어볼 수 있고, 이력서도 보낼 수 있는 이메일 주소는 가장 중요합니다.



## 7. 면접 시 꼭 물어봐야 할 질문과 피해야 할 질문

면접 시 잘못된 질문은 해당 국가 및 도시의 반 차별법에 의하여 면접관에게 불이익이 갈 수도 있습니다.

그러므로 업무와 관련된 내용만 질문하고 불필요한 정보는 요구하지 않는 것이 중요합니다.

다음은 잘못된 질문은 피하면서 원하는 정보를 얻어내는 방법의 4가지 tip입니다(단, 국가와 지역의 법에 따라 차이가 있을 수 있음).

### ① 장애

- 질문할 것: 지원자에게 직무 내용 및 절차를 설명하고 각 절차에서 필요한 신체적 요건에 대해 명확히 설명합니다.
- 질문하지 말 것: 지원자에게 장애 유무를 직접적으로 물어보지 않습니다.

### ② 가족관계

- 질문할 것: 지원자에게 업무 시간에 대해 설명하고 특별한 경우가 아닌 이상 업무 시간을 변경할 수 없으며, 이러한 요구 사항을 충족할 수 있는지 물어봅니다.
- 질문하지 말 것: 결혼 여부, 자녀의 수 등에 대해 질문하지 않습니다.

### ③ 시민권/국적

- 질문할 것: 지원자에게 해당 국가에서 일 할 자격이 되는지 물어보며 자격 증명서 제시를 요구합니다.
- 질문하지 말 것: 지원자가 어디에서 태어났는지 물어보지 않습니다.

### ④ 범죄/체포 기록

일반적으로 범죄 기록 관련 질문은 피하는 것이 좋습니다. 하지만, 지원자의 범죄 경력이 작업 수행 시, 문제를 일으킬 수 있다고 생각되면 (돈과 관련된 업무 수행 등), 경범죄 또는 사소한 교통위반 이외의 범죄 행위를 행한적이 있는지 물어봅니다.

또한, 지원자의 대답이 지원 자격을 박탈하는 것이 아니라 단지 고려요인 중 하나라는 것을 강조합니다. 과거에 체포된 적이 있는지는 물어보지 않는 것이 좋습니다.

## 8. 피크타임이 아닌 시간대에 매출 올리는 방법

피크타임이 아닌 시간대에 매출을 올리고 싶다면, 기존 고객을 감소시키지 않으면서 사람들의 소비심리를 자극하기 위한 노력을 해야 합니다.

다음은 피크타임이 아닌 시간대에 새로운 수요를 창출해낼 수 있는 방법에 대한 3가지 tip입니다.

### ① 아침과 이른 오후

아침시간에 매출을 올리고 싶다면 생과일, 견과류 스낵, 베이글과 같은 작은 음식들을 파는 것이 좋습니다. 아침식사 대용으로 좋은 이런 음식들은 영양보충을 위해 점심 전후에도 먹을 수 있기에 판매가 용이합니다.

점심과 저녁 중간 시간도 매출 증가에 활용 할 수 있습니다. 많은 경영주들이 오후 2시를 간식 파는 시간대로 활용하고 있으며, 많은 패스트 캐주얼 레스토랑은 오후 2시와 4시 사이의 시간대에 할인 메뉴를 제공하고 있습니다.

### ② 해피아워(Happy Hour)

많은 식당 경영주들은 '해피아워 (보통 오후 5시부터 7시 사이)' 또한 중요한 영업 시간으로 활용하고 있습니다. 해피아워는 고객들이 비용을 아끼면서 외식 할 수 있는 기회를 제공합니다. 보통 할인된 가격의 칵테일, 에피타이저 등이 해피아워에 제공되는 메뉴입니다.

또한 해피아워는 저녁식사 타임과 연결하는 다리역할을 하기도 합니다. 경기가 안좋을 때 손님들은 여러 가게들을 다니기 보다 한 곳에서 오래 시간을 보내는 경우가 증가합니다.

### ③ 늦은 밤

저녁시간 이후의 늦은 밤에 방문하는 고객들이 무엇을 원하는지 파악하는 것이 가장 중요합니다. 예를 들어, 늦은 밤에 식사하러 오는 사람들 중에는 파티나 떠들썩한 술자리 이후 새로운 분위기를 즐기기 위해 오는 젊은이들이 많을 수 있습니다.

이러한 그룹에게는 즐겁고 활기찬 분위기의 식당이 좋을 것입니다. 메뉴 역시 보통 저녁시간에 나오는 정찬보다 여러 명이 나눠먹을 수 있는 간단한 미니버전으로 준비하는 것이 효과적일 수 있습니다.

# INDEX

<b>주요지표</b>	식당 운영 형태	42
면적	8 외식시장 트렌드	31
인구수	8 한식산업 규모	70
실업률	24 한식당 진출 현황	70
1인당 GDP	20 한식당 형태	75
GDRP/GDP(명목)	20 외식 소비자 특성	35
물가상승률	22 외식 소비 특성	75
가처분소득	23 식당 선택 기준	41
외국인투자	21 식당 만족 이유	41
식당 유형별 구성비	42 외식 소비 인기 메뉴	42
에스닉별 점유율	43 한식 소비 특성	75
식당 방문 빈도	42 한식당 선택 기준	77
외식 지출액	41 한식당 만족 이유	77
외식 적정가격대	41 한식당 불만족 이유	77
식음료지출	23 한식 인지 및 경험	73
한식당 유형별 구성비	75 한류	70
한식 인지도	73 <b>실무정보</b>	
한식당 방문 빈도	75 사업자 등록 절차	83
한식 지출액	76 인허가 요건 및 관련 법규	88
한식 적정가격대	76 부동산 관련 유의사항	90
재외동포수	68 세무 관련 정보	103
<b>산업정보</b>	노동법 관련 유의사항	98
경제 동향	24 보건/위생 관련 유의사항	95
외식산업 정책	18 수입/통관 관련 정보	113
식품산업 정책	18 수익성 분석	116
경제 활성화 정책	15 금융 서비스	130
투자 정책	16 유동인구	62
이민 정책	17 식당 위치 지역	62
역사	8 한식당 위치 지역	62
인종 구성	9 상권현황	51
주식 및 식습관	13 집객시설	52
전통음식	14	
언어	9	
종교	10	
외식산업 규모	28	
외식산업 업체별 현황	29	
주요 에스닉 식당 진출 현황	45	
식당 종류	42	

## 글로벌 한식당 운영 길라잡이 [홍콩]

A Guidebook for Managing a Korean Restaurant in Hong Kong

---

발행월 | 2015년 6월

발행 | 한식재단

연구수행기관 | 인스트앤영 어드바이저리

디자인 | 온다로미

주소 | 서울특별시 서초구 강남대로 27 (양재동 232) aT센터 1306호

전화 | 02-6300-2071

팩스 | 02-6300-2055

홈페이지 | [www.koreanfood.net](http://www.koreanfood.net) / [www.hansik.org](http://www.hansik.org)

이 책에 실린 모든 저작물과 관련 정보들은 '해외 외식 및 한식산업 정보시스템' 및 '한식포털([www.hansik.org](http://www.hansik.org))'을 통하여 보다 상세히 확인하실 수 있으며, 해당 내용의 일부 또는 전부를 재사용하려면 반드시 저작권자의 동의를 얻어야 합니다.