

글로벌 한식당 운영 길라잡이

A Guidebook for Managing a Korean Restaurant in Qingdao



칭다오



「글로벌 한식당 운영 길라잡이」 발간사

「칭다오 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 칭다오의 외식산업의 현황과 상권 등 사업 환경에 대한 정보를 담고 있으며, 이어서 칭다오에서 한식당을 창업하실 때 어떤 것들을 고려하셔야 하는지와 마지막으로 한식당을 운영하실 때 점검사항 중 핵심만 묶어 보았습니다.

이 조사결과가 글로벌 거점도시에서 한식당을 운영 중이거나 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	11
1.3 음식문화	
1) 주식 및 식습관	14
2) 전통음식	16

2. 거시환경 분석

2.1 정책적 환경	
1) 경제 활성화 정책	18
2) 투자 정책	20
3) 이민 정책	22
4) 식품 및 외식산업 정책	22
2.2 경제적 환경	
1) 경제 규모	25
2) 외국인 투자 유치	26
3) 물가 상승률 변화	28
4) 가처분소득 변화 및 식음료 지출	29
5) 경제 동향	30

3. 외식시장 현황

3.1 시장에 대한 이해	
1) 외식시장 규모	32
2) 외식시장 트렌드	35
3.2 고객에 대한 이해	
1) 소비 특성	41
2) 외식소비 특성	44
3.3 경쟁자에 대한 이해	
1) 에스닉별 점유율	49
2) 주요 에스닉 식당 진출 현황	51
3) 주요 에스닉 식당 소개	54
3.4 외식상권에 대한 이해	
1) 주요 상권 특성	57

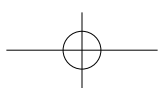
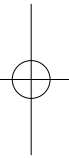
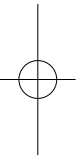
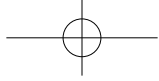
3.5 한식산업에 대한 이해

1) 한인사회 현황	70
2) 한식당 진출 현황	72

II. 한식당 설립 가이드

1. 한식당 설립 실무 정보

1.1 사업자 등록 절차	
1) 개인 사업자	77
2) 법인 사업자	77
1.2 설립 주요 실무 정보	
1) 인허가 요건 및 관련 법규	84
2) 임대차 계약 절차 및 관행	86
3) 영업시설의 공통기준	89
4) 노동법, 고용법 관련 유의사항	101
5) 세무 관련 정보	107
6) 수입/통관 관련 정보	111
1.3 기타정보	
1) 거주허가 비자	124
2) 금융 서비스	129
3) 지원기관 및 분야별 전문업체 정보	132



I. 칭다오(Qingdao) 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	11
1.3 음식문화	
1) 주식 및 식습관	14
2) 전통음식	16

2. 거시환경 분석

2.1 정책적 환경	
1) 경제 활성화 정책	18
2) 투자 정책	20
3) 이민 정책	22
4) 식품 및 외식산업 정책	22
2.2 경제적 환경	
1) 경제 규모	25
2) 외국인 투자 유치	26
3) 물가 상승률 변화	28
4) 가치분소득 변화 및 식음료 지출	29
5) 경제 동향	30

3. 외식시장 현황

3.1 시장에 대한 이해	
1) 외식시장 규모	32
2) 외식시장 트렌드	35
3.2 고객에 대한 이해	
1) 소비 특성	41
2) 외식소비 특성	44
3.3 경쟁자에 대한 이해	
1) 에스닉별 점유율	49
2) 주요 에스닉 식당 진출 현황	51
3) 주요 에스닉 식당 소개	54
3.4 외식상권에 대한 이해	
1) 주요 상권 특성	57
3.5 한식산업에 대한 이해	
1) 한인사회 현황	70
2) 한식당 진출 현황	72

1. 일반현황

1.1 도시개황

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

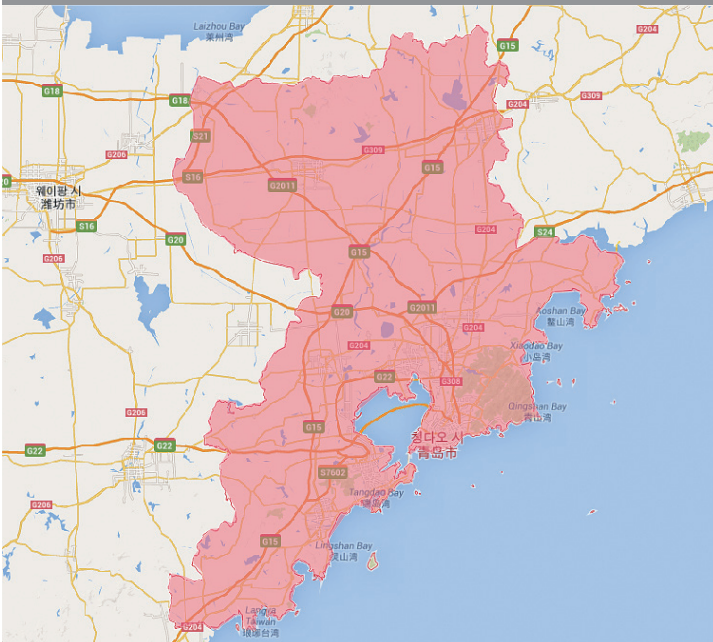
산둥성(山東省) 산둥반도 남쪽 자오저우만(膠川灣)에 위치하고 있으며 남쪽으로는 황해(黃海)와 접하고 있습니다.

총 면적은 10,654km²로 서울의 약 17.6배에 해당합니다. 농촌 지역을 제외한 시내 지역의 면적은 1,102km²로 전체 도시 면적의 10.34%를 차지합니다.

2013년 칭다오 인구는 산둥성에서 3번째로 많은 약 896만 명으로 중국 총 인구의 약 0.65%를 차지하고 있으며, 외국인 거주인구는 약 20만 명으로 도시 인구의 2.29%를 차지하고 있습니다.

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

그림 1-1 칭다오 지도



1.2 사회·문화적 환경

1) 인종 구성 및 언어

① 인종 구성

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

칭다오에서는 한족이 90% 이상의 비율을 차지하고 있으며, 소수민족 상주 인구는 367만 명으로 칭다오 인구의 0.41% 수준입니다.

② 언어

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

중국어는 한어(漢語)라고 불리기도 하지만, 1956년 공식적으로 지정된 표준어는 보통화(普通話)라 칭하고 있습니다.

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

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

민족자치구에서는 소수민족의 언어도 함께 사용하고 있습니다.



2) 종교적 배경

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

단, 외국인의 공개적 포교활동은 엄격히 통제되고 있습니다.

또한 정부는 개신교와 가톨릭의 경우 반드시 중국 기독교 삼자애국운동위원회 소속 교회와 중국 천주교 애국회 소속 성당에서만 예배와 미사를 하도록 의무화하고 있습니다.

중국은 다양한 민족으로 구성된 만큼 다양한 종교가 공존하고 있으며 주요한 종교로는 불교, 도교, 이슬람교, 기독교 등이 있습니다.

통계적으로는 도교가 21.9%, 불교가 18.2%, 기독교가 5.1% 순으로 가장 많습니다.

그림 1-2 중국 거주인구 종교구성		출처: CIA The World Factbook
종교	구성비(%)	
도교	21.9	
불교	18.2	
기독교	5.1	
이슬람교	1.8	
힌두교	0.1	
유대교	0.1	
기타	0.7	
무종교	52.1	

3) 사회·문화적 특성

① 인구통계학적 특성

중국의 2013년도 인구구성 현황을 살펴보면 총인구는 약 13억 6,072만 명에 달합니다.

이 중 농촌 인구가 약 6억 4,222만 명으로 전체의 47.2%를 차지하고, 도시 인구는 약 7억 1,850만 명으로 나머지 52.8%를 차지하고 있습니다.

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

칭다오(靑島) 전체 상주인구는 약 896만 명입니다. 도시 전체 인구의 50.1%(약 449만 명)가 여성으로 남성(49.9%, 약 447만 명)보다 많은 것으로 나타났습니다.

칭다오 내 문맹인구는 약 34만 명으로 칭다오 인구의 3.94%를 차지하고 있습니다.

② 소셜 네트워크 & IT 트렌드

온라인 동영상 재생이 가능한 스마트 TV가 소비자들의 거실에 등장하기 시작했습니다.



2013년 중국 온라인 동영상 전문사이트 러스왕(樂視網), 유명 스마트폰 업체 샤오미(小米) 등이 스마트TV를 출시했고, 중국 최대 포털사이트 바이두 산하의 동영상 사이트 아이치이(愛奇藝)는 중국의 유명 가전사 TCL과 협력해 TV+를 출시하는 등 중국 인터넷, IT기업의 스마트TV시장 진출이 활발합니다.

또한 기업들의 온라인 동영상사이트 인수가 활발합니다.

2013년 바이두가 온라인 동영상사이트 PPS를 인수했으며, 전자제품 유통업체 쑤닝(蘇寧)은 온라인 동영상사이트 PPTV를 인수했습니다. 또한 상하이미디어그룹의 자회사인 베스TV(BesTV)는 온라인 동영상사이트 핑싱왕(風行網)의 지분을 다수 보유하고 있습니다.

중국 최대 온라인 TV 운영업체인 요우펑푸러(優朋普樂)는 TV업체 창웨이(創維)와 제휴하여 '할리우드 직통' 등을 포함한 요우펑영상 시리즈를 고화질 동영상 서비스로 제공하고 있는데, 8개월간 사용자가 30만 명에 달할 정도입니다. 요우펑영상의 연간 서비스 비용이 360위안(약 63,155원)인 것을 고려하면, 이와 관련된 수입이 약 1억 위안(약 175억 4,300만 원)에 이를 것으로 보입니다.



그림 1-3 요우펑푸러, 창웨이가 제휴하여 제공하는 고화질 동영상 서비스

③ 한류의 인기

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

‘한류 헤어스타일’과 ‘한류 인테리어’ 등 한류를 전면에 내세운 홍보가 보편화되어 있으며 칭다오 대학교에는 한국어학과가 개설되어 있습니다.

중국 대표 외식경영전문지 <동방미식> 2011년 11월호에서 한국 외식산업을 주목하는 등 외식 산업에도 한류 열풍이 불고 있습니다. 칭다오 젊은 층이 즐겨 찾는 시내 중심가인 홍콩화원 상권, 미식가거리, 타이동거리에는 호황을 누리는 한국음식점이 다수 분포하고 있습니다.

외식뿐만 아니라 일반적인 식품 소비에도 한류가 영향을 미치며, 대형마트에선 눈에 잘 띄는 곳에 한국 상품이 진열되고 있습니다.

한국산 식품들은 현지 상품보다 비싼 가격임에도 불구하고 높은 판매량을 보이고 있습니다. 한류의 인기와 더불어 한국 식품은 깨끗하고 안전하다는 인식이 자리잡고 있기 때문입니다.

한국 드라마에서 볼 수 있는 한국의 생활 모습을 중국 현지 젊은이들이 모방하여 패션과 식생활에 영향을 미치고 있습니다.

한류의 출발점은 드라마와 아이돌 가수였지만, 현재 한류는 예능프로그램들의 포맷 수출과 드라마 OST 콘서트 등 다양한 문화 콘텐츠로 발전하고 있습니다.



사진 1-1 중국 우한에서 개최된 한국상품 판촉전(좌), 한류의 중심이었던 “별에서 온 그대”(우)

1.3 음식문화

1) 주식 및 식습관

중국인들은 주식으로 밥, 만두, 면, 탕 종류의 음식을 즐겨 먹습니다.

아침에는 대개 채소나 고기로 속을 채운 찐만두인 '바오쯔(包子)', 속이 없는 찐빵인 '만터우(饅頭)', 꼬배기 모양의 밀가루 튀김인 '여우타오(油条)', 한국의 콩국과 비슷한 '더우장(豆醬)' 등을 사 먹습니다.

점심은 직장의 구내식당이나 주변 식당에서 먹는데, 일반 서민들은 면이나 덮밥류 한 가지로 한 끼를 해결하는 경우가 많습니다.

저녁은 대체로 퇴근 후 가정에서 직접 만들어 먹습니다. 다소 간략했던 아침, 점심에 비해 저녁식사는 한상 가득 차려 먹으려는 경향이 있습니다.

대부분의 가정이 맞벌이를 하고 있기 때문에 남녀구별이 없이 집에 먼저 돌아온 사람이 식사 준비를 합니다. 1949년 사회주의 정권이 들어선 이래로 여성들은 남자들과 동등하게 직장 생활을 하므로 남자가 주방에 들어가 요리하는 것이 자연스럽게 받아들여집니다.

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

주식으로는 흔히 밥, 만두, 면 같은 것들이 제공됩니다. 탕은 한국의 국과 비슷하지만 국보다 훨씬 걸쭉한 경우가 많습니다.



사진 1-2 바오쯔(좌), 여우타오(우)

젓가락으로 요리를 심하게 뒤적이거나 소리내어 음식을 씹는 것은 한국과 마찬가지로 예의에 어긋난 행동입니다.

중국 사람들은 흔히 밥그릇을 들고 밥을 먹는데 이것은 한국과 달리 예의에 어긋난 행동이 아닙니다. 중국의 쌀은 대부분 찰기가 없는 데다, 젓가락으로만 밥을 먹기 때문에 자연스러운 식습관이라 할 수 있습니다. 숟가락은 탕을 떠먹을 때에만 사용합니다.

칭다오는 산둥반도 남쪽에 위치해 있기 때문에 산둥요리에 해당하는 전통 음식을 갖고 있습니다.

산둥요리는 짜고 신선한 맛이 주를 이루며, 파, 생강, 마늘을 자주 사용합니다. 불을 사용하는 기술이 발달해있는데, 데치기, 삶기, 맛탕요리 등이 산둥요리의 돋보이는 요리법입니다. 이 중 데치기는 불 사용에 따라 여러 가지로 나눌 수 있으며, 탕요리도 특화되어 있습니다.

산둥요리는 해산물을 주재료로 삼는 연해안 지역의 교동요리와 탕을 메인으로 하는 제남요리로 나눌 수 있습니다.

칭다오는 산둥요리 중에서도 교동요리에 속하며, 해산물이 주를 이룬 신선하고 시원한 맛이 특징입니다. 교동요리 중 으뜸이라 일컫는 요리에는 여우바오하이뤄라고(소라볶음, 油爆海螺), 간정자야지위(참돔요리, 干蒸嘉吉鱼), 짜리황(굴살볶음, 炸蛎黄) 등이 있습니다.



사진 1-3 간정자야지위 - 참돔요리(좌), 여우바오하이뤄라고 - 소라볶음(우)

2) 전통음식

① 스시완즈(四喜丸子)

중국인들에게 스시완즈는 한국의 잔치국수처럼 서로를 축복하는 행운의 음식으로 통합니다.

경사, 행복, 장수를 상징하는 길한 음식으로 중국인들에게 두루 사랑을 받아왔습니다. 스시위안즈, 스시룽딴, 허자탄위안 등의 이름으로도 불리며 중국인들의 잔칫상에 빠지지 않는 음식입니다.

스시완즈는 돼지고기, 파, 버섯 등을 잘게 썰어 반죽한 재료로 동그랗게 빚어서 만듭니다.



② 수차오인야(素炒银芽)

가격이 저렴한 데 비해 영양가가 높은 녹두나물 볶음인 수차오인야(素炒银芽)는 가정요리로 인기가 높습니다.

녹두나물은 중국 서민들 사이에서 흔히 볼 수 있는 채소로 많은 사랑을 받아왔습니다. 그 중에서도 녹두나물 볶음은 산동지역 서민들의 식탁에 가장 자주 등장하는 채소 요리입니다.



③ 탕추리위(糖醋鲤鱼)

탕추리위는 보양식으로 인정받고 있는 잉어요리로 한국인들에게 있어 삼계탕과 같은 요리입니다.

잉어요리는 궁중요리였지만, 송나라 시절부터 서민들의 식탁에도 오르기 시작했습니다.

갠 양념이 된 잉어는 그 맛이 고소하고 새콤달콤하며 씹었을 때 바삭한 식감을 느낄 수 있어 인기가 좋습니다. 귀한 손님을 접대할 때 나오는 요리로 인식되고 있습니다.



④ 양창탕(羊肠汤)

산동성에서 특히 유명한 양창탕(羊肠汤)은 겨울철 요리로 인기가 있습니다.

양고기 내장을 꼭 삶은 후 튀긴 고추를 갈아만든 고추기름을 넣고 그 위에 고수[1]를 썰어엮은 탕요리입니다.

80년대부터 산동성 곳곳에서 판매되기 시작했으며, 양이 풍부하고 저렴해 서민들에게 많은 인기를 얻고 있습니다.



[1] 고수: 미나리과에 딸린 한해살이풀입니다. 원산지는 동유럽이며, 중국어로는 향채(香菜), 영어로는 코리앤더(Coriander)라고 합니다.

2. 거시환경 분석

2.1 정책적 환경

1) 경제 활성화 정책

① 칭다오 시 한중무역합작구(韩中贸易合作区) 설립

2014년 8월, 칭다오 시는 한중무역합작구 설립을 발표했습니다.

이를 통해 무역 편의화를 새로운 한중 협력의 중심으로 부각시키고, 수출입 안전관리 우수공인업체(Authorized Economic Operator, AEO)에서의 상호 승인 및 금융 협력 등을 중점적으로 시행할 계획입니다.

또한 사람들의 자유롭고 편한 왕래를 위하여 회의와 박람회, 비즈니스, 여행편의, 면세, 환전, 자가용 여행 등의 내용을 토론을 거쳐 정책으로 발전시킬 계획입니다.

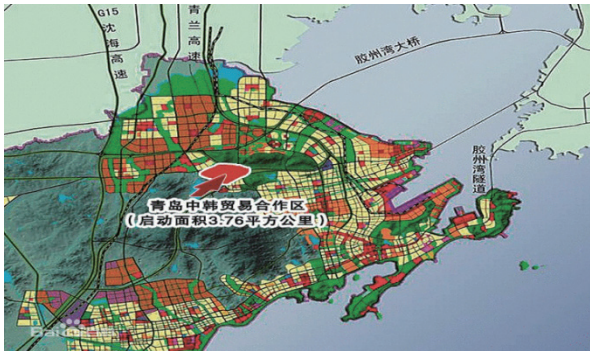


그림 1-4 칭다오 시 한중무역합작구 위치

② 내수 진작 및 경제성장의 원동력 강화

중국 정부는 주민 소득의 증대를 통해 소비력을 향상시키고, 소비를 촉진하는 정책을 마련하였습니다. 실버산업, 건강보건산업, 관광업, 문화산업 등 서비스 분야의 소비를 확대하고 유급 휴가제도를 실시하고 있습니다.

또한, 4,576억 위안(약 80조 원) 규모의 중앙정부 예산이 보장성 주택건설, 농업, 수리사업, 중서부 철도사업, 환경보호 등에 투입될 예정입니다. 서부 대개발, 동북지역 등 구(舊)공업기지의 부흥, 중부지역의 발전 등을 통해 지역경제의 성장도 도모할 계획입니다.

③ 블루경제구 건설 가속화

“산둥반도 블루경제구(山东半岛蓝色经济区)”가 국가전략으로 격상된 이후, 칭다오 시는 해양 발전 전략을 지속적으로 추진하고 있습니다. 이 전략은 산동성을 넘어 전국적인 해양 경제 선진 도시로 건설하는 것을 목표로 하고 있습니다.

칭다오 시 발전개혁위원회에 따르면, 칭다오 시는 해양산업, 해양 R&D 등 다양한 영역에서 우위를 가지고 있고 이는 향후 해양경제 건설의 토대로 작용할 것이라고 합니다.

더불어 칭다오 시는 해양 신항산업 육성과 연구성과 효율 제고, “해양 경제특구” 설립 등에 관심을 기울이고 있습니다.



④ 중국 금융 자유화 실험

중국 정부는 금융부문을 개혁하기 위해 ‘상하이 자유무역 시험구(上海自由贸易试验区)’를 설립하였습니다.

중국 정부는 이 지역을 통해 무역의 자유화, 절차의 최소화를 실험하며, 투자 항목 확대를 통해 투자 자유화, 금융 자유화를 실험할 계획이라고 밝혔습니다.

이외에도 국유기업에 민영기업이 참여하는 형태의 개혁 방향을 확인할 수 있습니다. 현재 중국 정부는 국가 소유인 국영기업의 지분을 ‘국가와 민영의 혼합소유’로 바꿔 투명한 관리체계를 이루는 것이 목표임을 대내외에 밝히고 있습니다.

2) 투자 정책

① 중국의 투자환경, '악화'가 아닌 '변화'

2014년 5월 29일, ECCC(The EU Chamber of Commerce in China)는 비즈니스 조사보고서를 통해 유럽기업들이 중국의 투자 환경에 대하여 비관적인 태도를 보이고 있다고 발표하였습니다.

보고서 내용에 따르면 2013년 한 해 영업소득이 증가한 기업의 비중은 59%에 그쳤습니다. 2010년 78%와 비교할 때 현저히 하락한 수치입니다.

조사에 참여한 유럽계 기업 중 46%의 기업이 '대(對) 중국 투자의 황금시대는 막을 내렸다'라고 판단하고 있습니다.

중국의 인건비 상승, 경제성장 둔화 등이 중국에 대한 투자 매력을 떨어뜨리고 있다는 것이 그들의 입장입니다.

하지만 컨설팅 회사 A.T Kearney가 발표한 2014년 외국인 직접투자 신심지수(FDIC)에는 글로벌 회사의 고위층이 여전히 중국 경제에 낙관적인 태도를 가지고 있다고 나타났습니다.

중국의 제조업은 이전에 비해 우세를 잃었지만, 첨단제조업 분야에서 외국기업들이 여전히 중국 시장에 적극적인 태도를 표하고 있다고 보기 때문에 ECCC와 상반된 보고가 이뤄졌습니다.

최근 중국은 인건비 상승, 운송원가 증가, 위안화 강세 등의 여러 요인으로 우세 산업이었던 제조업이 그 힘을 잃고 있습니다.

세계적으로 중국 투자에 대한 논쟁이 분분한 가운데 중국 정부는 중국의 투자환경이 '악화'가 아닌 '변화'의 단계에 직면한 것이라고 강조했습니다.

2013년 6월, 상무부는 중국의 외자 유치 목적이 자금부족 문제를 해결하기 위해서가 아니라 현재의 외자 규모 유지와 효율적인 활용에 있다고 밝혔습니다.

상무부의 야오지엔(姚掇) 대변인은 지난 30년간 중국의 경제성장 하에 최고의 수익을 올리던 외자기업들이 최근 중국의 경기둔화 및 로컬기업들의 경쟁력 상승 등으로 인해 경영실적이 상대적으로 악화되면서 중국의 투자환경을 비관적으로 느낄 수 있다고 밝혔습니다.

② 중국의 외국인 투자에 대한 규제 완화

중국 정부는 외국인 투자에 대한 심사 간소화, 일부 업종에 대한 외국인 투자규제 완화 등 외국인 투자환경을 개선하기 위한 정책을 펼치고 있습니다.

2014년 5월 30일, 중국 상무부는 홈페이지 공고를 통하여 2014년 8월 31일까지 '외국인 투자 심사 및 비준 규범화 시범업무 (規範化外商投資審批試點工作)'를 시행할 것을 밝히며 서류심사 간소화, 업무절차 투명화, 기업의 편리성 제고를 강조하였습니다.

또한 중국 국무원은 '2014년 의료개혁 심화 업무통지 (深化醫改2014年重點工作通知)'에서 중외합자의료기구에 대한 진입 기준 및 외국자본의 주식 보유 비중에 대한 규제 완화를 발표하였습니다.

③ 칭다오의 한국 자본

한국은 칭다오의 최대 외자투자 국가입니다.

2013년 한국이 칭다오에 투자한 항목은 226개입니다. 계약 자본은 10억 8천만 달러(약 1조 원)로 2012년 대비 13.4% 감소했지만, 실제 외국자본은 6억 9천만 달러(약 7,500억 원)로 22% 증가했습니다.

2013년 말까지 한국이 칭다오에 투자한 항목의 누적 수는 11,393개이며, 계약 자본은 236억 달러(약 26조 원), 실제 외국자본은 149억 달러(약 16조 원)입니다.



3) 이민 정책

중국은 원칙적으로 이민이 허용되지 않는 나라입니다. 목적에 따라 취업비자 또는 유학비자를 발급받아 계속해서 연장하는 방식으로 장기체류가 가능합니다.

취업비자와 관련하여 칭다오 시는 최근 '칭다오 시 인력자원사회 보장국 해외고급인재 업무거주증 발급법', '칭다오 시 외국인 해외고급인재 일회성 장려금 지급 세칙'을 잇따라 발표해 해외 전문인재 영입 의지를 강하게 내비쳤습니다.

이러한 정책들에 따르면 칭다오 시는 알맞는 조건을 갖춘 외국인 전문 인재에게 5년 이하의 '해외고급인재 업무거주증'을 발급하고, 장려금 조건에 부합하는 외국인에게는 50만 위안(약 9000만 원)의 장려금도 한 번에 지급할 계획입니다.

이처럼 해외 인재 영입을 위해 업무거주증, 장려금과 같이 파격적인 혜택을 제공하는 것은 중국 내에서 칭다오 시가 최초입니다.

4) 식품 및 외식산업 정책

① 끊이지 않는 식품 안전 사고로 관련 정책 강화

2014년 9월 초, 대만 최대 식용유업체인 창관(強冠)이 불량기름을 전통돼지기름(全統香豬油)으로 둔갑시켜 판매한 것으로 밝혀졌습니다. 창관에서 생산한 불량기름이 중국에 직접 수출되지는 않았지만, 이를 사용한 가공식품이 중국에 수출됐을 가능성이 크기 때문에 연관된 식품에 대한 불매 현상이 발생했습니다.

이전에도 대만 브랜드인 웨이첸, 통이, 광천(光泉)에서 항생제가 함유된 우유가 판매되었고(2013년 11월), 미국 1위 케첩회사 하인즈에서 만든 유아용 시리얼에 납 성분이 과다검출(2014년 8월) 되는 등 외국 유명 브랜드들의 식품 안전 문제가 연달아 발생했습니다.

이에 국무원은 중국 국민의 '혀끝안전(舌尖上的安全)'을 보장하기 위해 '2014년 식품안전 중점 사업계획'을 발표했습니다. 농산품, 영유아 분유, 가축 가공제품, 식용유, 농산품, 유아용 식품에 대한 관리를 강화하고, 학교 및 주변 판매식품 안전문제, 유통기간이 지난 제품문제, 불법첨가제 사용 식품문제, 불법 광고문제에 보다 엄격히 대응하기로 했습니다. 인터넷 식품 판매, 수출 및 수입제품에 대한 관리제도도 재정비하기로 했습니다.

② 건강기능식품의 허위, 과장 광고 제재

식품약품감독관리부에 따르면 2015년 중국 건강기능식품산업의 시장 규모는 1조 위안(약 174조 원)에 달할 것으로 전망되며, 20%의 성장률을 보일 것으로 예측됩니다.

이렇듯 높은 성장률을 보이는 데 반해, 허위 광고로 소비자를 기만하는 행위는 만연합니다. 중국소비자협회와 중국보건과학기술협회의 조사에 따르면 관련 법규를 위반한 광고는 73.5%에 달합니다. 위반 내용으로는 제품에 대한 과장 광고가 42.1%, 위생부 기준을 통과했다고 허위광고한 제품이 31.4%로 나타났습니다.

이에 중국 정부는 광고용어 제재 등 관련 법규를 제정해서 허위광고를 막기 위한 대책을 마련했습니다.

건강기능식품 광고 중 주의해야 할 용어 및 내용

- 제품의 효능을 지나치게 과장
- 대중이 이해하기 어려운 전문적인 용어 및 과학적인 용어로 제품의 기능을 묘사
- 학술문헌 등의 내용을 인용하는 표현은 과학적 합의를 하지 않은 사실과 부정확한 사실을 전달할 우려가 있으므로 타당성을 입증할 만한 객관적, 과학적인 근거자료에 의해 표현되어야 함
- 인체의 구조와 기능에 대해 생리학적 작용 등과 같은 보건용도에 유용한 효과에 대한 표현이어야 함
- 객관적, 과학적으로 인정된 근거 없이 자사 제품이 타사 제품보다 우수하다는 배타적, 절대적인 비교 표현 사용 금지
- '안전(安全)', '부작용 없음(无毒副作用)', '중독성 없음(无依赖)'과 같은 용어사용 금지
- '최신 과학 기술(最高科学), 선진화 기술(最先进制法)' 등의 극단적인 용어 사용 주의
- 완치율, 비교 평가, 수상여부 등의 내용 주의
- 신문보도 형식으로 보건식품을 광고할 수 없음
- 건강기능식품은 효능을 지닌 특수식품으로서 광고 중 사은품 증정 등의 행위를 할 수 없음

③ 블랙리스트 관리제도 실시(中國食品科技網)

칭다오 시는 식품제조 기업을 비롯해 음식서비스를 제공하는 기업을 포함한 모든 식품 유관 기업들을 대상으로 블랙리스트 관리제도를 실시한다고 발표했습니다.

식품안전기준을 위반하거나 첨가제를 남용한 기업이 관리대상이며, 2번 이상 블랙리스트에 등재되는 경우 관련 규정에 따라 조치되고 심한 경우에는 영업허가가 취소될 수 있다고 밝혔습니다.

반대로 최근 3년간 위반행위가 없고 우수한 기업은 '홍(紅)리스트'에 기록될 것이라고 밝혔습니다. 홍(紅)리스트는 식품안전홈페이지에 기업명단이 등재되며 유효기간은 1년입니다.



사진 1-4 식품유관 기업 검사

④ 산둥성 식품의약품감독관리국 설립

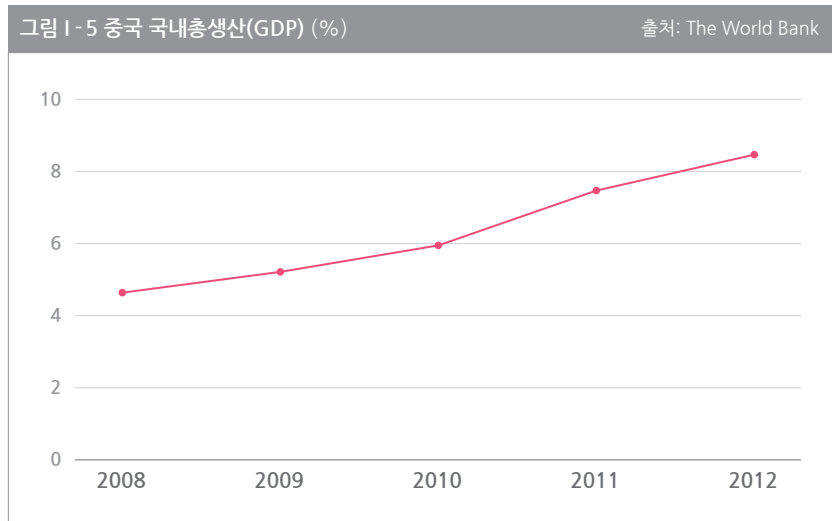
기존의 식품안전판공실 및 식품의약품감독관리국은 폐쇄되었으며, 식품안전 업무를 담당하던 상공국 식품유통감독관리처, 질량기술감독국 식품생산감독처 등은 새로 설립되는 산둥성 식품의약품감독관리국으로 통합하게 되었습니다.

식품의약품감독관리국의 주요업무는 식품, 의약품, 의료기기, 화장품의 생산·유통·판매 등 전 과정을 감독·관리하는 것입니다.

2.2 경제적 환경

1) 경제 규모

중국의 국내총생산(2013년 기준)은 전년 대비 9.54% 증가한 57조 위안(약 9,916조 원)입니다.



1인당 국내총생산(2013년)은 6,569달러로 약 717만 원 수준입니다.

2013년 기준, 국내총생산(GDP)의 산업별 구성은 3차 산업(서비스) 46.1%, 2차 산업(제조) 43.0%, 1차 산업(농업) 10.0% 순으로 이루어져 있습니다.

칭다오의 국내총생산 규모는 중국 전체의 약 1.4%를 차지하는 8천억 위안(약 140조 원)이며, 2014년 상반기 중국 내 도시별 GDP 순위에서 13위를 차지하고 있습니다.

2013년 기준, 칭다오 국내총생산의 산업별 구성은 3차 산업(서비스) 50.1%, 2차 산업(제조) 45.5%, 1차 산업(농업) 4.4% 순으로 이루어져 있습니다.

2) 외국인 투자 유치

2013년 중국의 신규 외국인 투자 기업은 22,773개로 전년 동기 대비 8.63% 감소했지만, 실행 투자금액은 1,175억 8,600만 달러(약 128조 원)를 기록해 5.25%의 증가율을 보였습니다.

2014년 상반기엔 외국인 투자 기업은 10,973개사로 전년 동기 대비 3.2% 성장했고, 실행 투자금액은 633억 3천만 달러(약 69조 원)를 기록하여 전년 동기 대비 2.2% 증가했습니다.

2011년부터 2014년 1분기까지 중국의 외국인 투자 기업은 감소세를 보였지만, 2014년 상반기부터는 중국의 외국인 투자 기업 수도 실제 사용 외자 금액과 함께 증가세를 보이고 있습니다.

최근 중국에 진출하는 외국 기업들은 중국 파트너를 찾거나 독자 형태로 기업을 설립하던 방식에서 탈피해, 기존 기업의 지분 일부 또는 전부를 인수하여 진출하는 M&A 방식의 투자가 활발해지고 있습니다.

중국 내 대기업 간 인수합병이 활발해지면서 중국 정부는 이를 관리하기 위한 규제방안을 마련하는 추세입니다.

그림 1-6 중국의 외국인 직접투자 유치 추이		출처: 중국 상무부, 중국투자지남
연도	실제 사용 외자 금액 (억 달러)	외국 투자 기업 (개)
2011	1,160.1	27,712
2012	1,117.2	24,925
2013	1,175.9	22,773
2014(상반기)	633.3	10,973

① 국가별 투자동향

2013년 대(對) 중국 외국인직접투자 10위권 국가의 신규 투자기업 수는 18,407개사, 실제 투자금액은 1025억 2,300만 달러(약 111조 원)로 각각 전년 동기 대비 -7.46%, 7.09%의 성장률을 기록했습니다.

미국, 유럽권 국가의 신규 투자기업 수는 모두 감소하였으나 실제 투자금액은 전년보다 증가하였습니다.

그림 1-7 2013년 국가별 FDI(외국인직접투자) 순위 출처: 중국 상무부, 중국투자지남

순위	2013년	
	국가명	실행액 (억 달러)
1	홍콩	783.0
2	싱가포르	73.3
3	일본	70.6
4	대만	52.5
5	미국	33.5
6	한국	30.6
7	독일	21.0
8	네덜란드	12.8
9	영국	10.4
10	프랑스	7.6

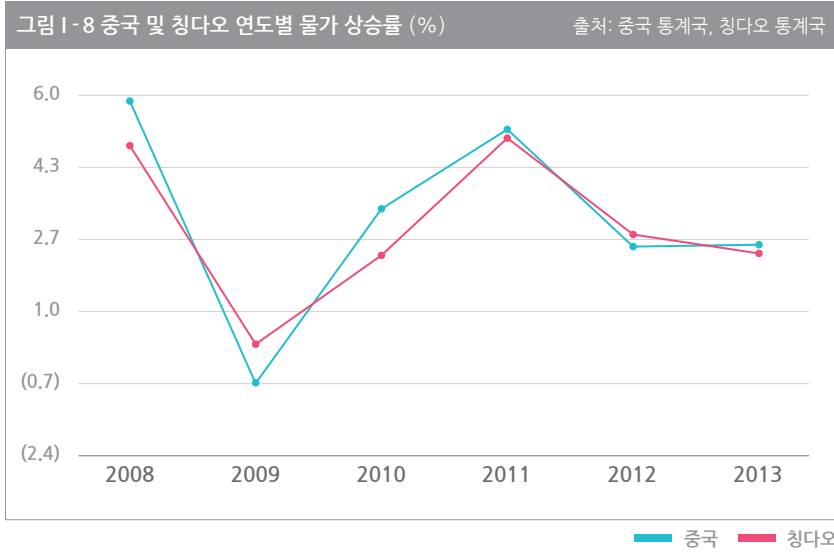
② 업종별 투자동향

'세계의 공장'이라는 명성답게 2002년 중국의 FDI는 제조업이 압도적으로 많은 비중을 차지했으나, 서비스 시장의 점진적 개방에 따라 서비스업 비중이 지속적으로 증가하기 시작했습니다.

2010년 이후 2차 산업과 3차 산업의 비중이 거의 같아졌으며, 2013년 3차 산업 규모는 처음으로 2차 산업 규모를 넘어섰습니다.

이 뿐만 아니라 2014년 1분기 2차, 3차 산업의 규모는 각각 5조 7,587억 위안(약 1천조 원), 6조 2,850억 위안(약 1,102조 원)을 기록하며 산업 전체 규모에서 3차 산업이 압도적인 점유율을 보였습니다.

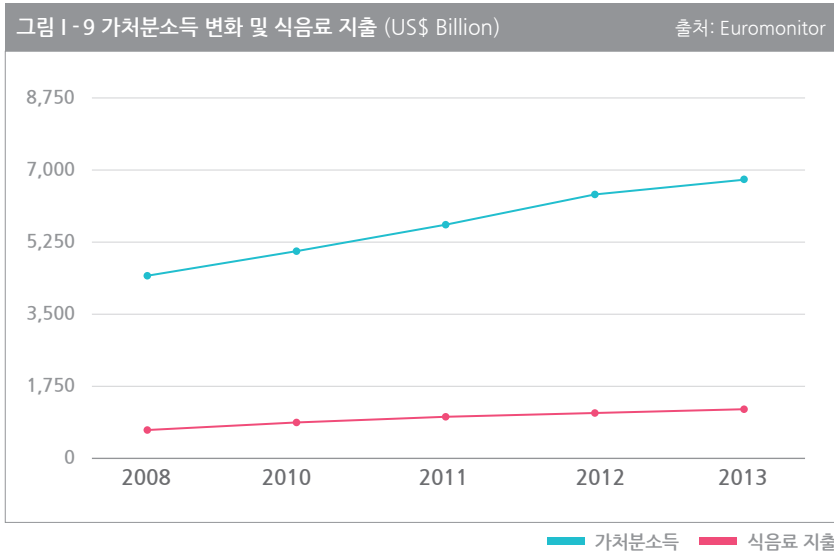
3) 물가 상승률 변화



중화인민공화국통계국에 따르면 2013년 중국의 소비자물가지수(CPI)는 2.6% 증가했으며, 주요 항목별 CPI는 식품류 4.7%, 곡식류 4.6%, 채소류 8.0% 증가한 것으로 나타났습니다.

칭다오 통계국에 따르면 2013년 칭다오 거주자의 소비자물가지수(CPI)는 2.5% 증가했으며, 주요 항목별 CPI는 전년 대비 식품류 5.3%, 계란류 3.7%, 채소류 12.2% 증가한 것으로 나타났습니다. 의류는 4.9% 증가했습니다.

4) 가처분소득 변화 및 식음료 지출



2014년 기준 중국 국민의 1인당 연 가처분 소득은 28,844위안(약 515만 원)입니다.

중국 국민의 연 가처분소득은 2014년 기준, 전년 대비 11.8% 상승한 6조 3,300억 달러(약 6,921조 원)입니다. 연 가처분소득의 증가와 함께 식음료 지출액도 늘어나는 추세입니다.

중국인은 타 국가에 비해 높은 식비 지출을 나타내고 있는데, 평균적으로 전체 가계 지출의 약 14%를 식비에 소비하고 있는 것으로 조사되었습니다.

* 해당정보는 국가별 자료로 도시별 정보는 추후 '글로벌 외식 및 한식산업 정보시스템'을 통하여 업데이트될 예정입니다.

5) 경제 동향

향후 중국 정부는 중·장기적 발전의 관점에서 민생 안전을 전제로 한 정치개혁, 금융개혁, 공기업 민영화, 산업구조조정, 기업회계 투명성 제고, 자본시장 개방 등을 지속할 것으로 보여, 성장을 둔화는 불가피한 상황입니다.

그러나 경착륙을 방지하기 위한 미니부양책, 신도시화 정책(철도, 도로 등 인프라 건설), 부동산 안정을 위한 저가형 주택공급 확대 정책, 환경보호시설 마련 정책 등 일정 수준의 투자가 계속되면서 관련 수요가 지속적으로 창출, 확대될 것으로 기대되고 있습니다.

특히 중국 정부 주도의 환경투자 확대와 녹색산업 육성으로 신재생자동차, 환경 관련 소비 등이 활발해질 전망입니다.

또한 2013년 11월 발표된 산아제한 완화정책인 ‘한 가정 두 자녀 정책’으로, 기저귀, 분유, 유아복, 학습지, 온라인 교육 등 아동 관련 소비가 단기적으로 증가할 것으로 보이고, 중·장기적으로는 라면, 음료, 과자 등 내수 소비 확대가 예상됩니다.



한편 최근 국무원이 발표한 ‘국 16조’ 정책의 대외무역 구조개선 방침에 따라 선진기술 설비 및 핵심부품, 고부가가치 상품을 중심으로 수입 환경이 개선될 것으로 보입니다.

국 16조는 2014년 5월 4일 발표된 ‘대외무역의 안정적 성장 지원에 관한 의견(關於支持外貿穩定增長的若干意見)’으로 5대 정책 16개 조항의 내용을 담고 있습니다.

5대 정책이란 대외무역 구조개선, 무역편리화 수준 제고, 용자서비스 개선, 수출환급제 가속화, 기업경쟁력 강화를 의미합니다.

중국 정부는 국 16조를 통해 대외무역 구조를 개선하고 향후 서비스 무역 발전을 더욱 적극적으로 지원할 방침입니다.

다만 시진핑 정부의 강력한 반부패 정책으로 명품, 사치품, 고급와인, 삭스핀 등과 같은 고가 상품의 소비가 한동안 위축될 것으로 예상됩니다.

또한 심화된 대기오염으로 인한 자동차 공급규제 확산 등은 경기 활성화에 잠재적인 위협요인입니다.

그림 1 - 10 국 16조 주요 내용		출처: KOTRA 베이징무역관
5대 방향	16조항 내용	
대외무역 구조개선	(1) 수입구조 개선 (2) 상품무역의 안정적 성장 유지 (3) 서비스무역 발전 촉진 (4) 대외투자 추진(走出去)	
대외무역 환경개선	(5) 무역 편리화 수준 제고 (6) 수출입 경영 질서를 규범화 (7) 무역 마찰에 대한 대응조치 강화	
정책적 보장 강화	(8) 인민폐 환율 시장화 시스템 구축 (9) 무역 거래에서 인민폐 집행 추진 (10) 용자 서비스 개선 (11) 수출신용 보험에 대한 지원 확대 (12) 수출 환급정책 완비	
대외무역 경쟁력 강화	(13) 각종 대외무역 기업의 발전 지원 (14) 다원화 무역 추진	
정부 관리 개선	(15) 인식 강화, 대외무역의 중요성 인식 (16) 정책 실행력 강화	

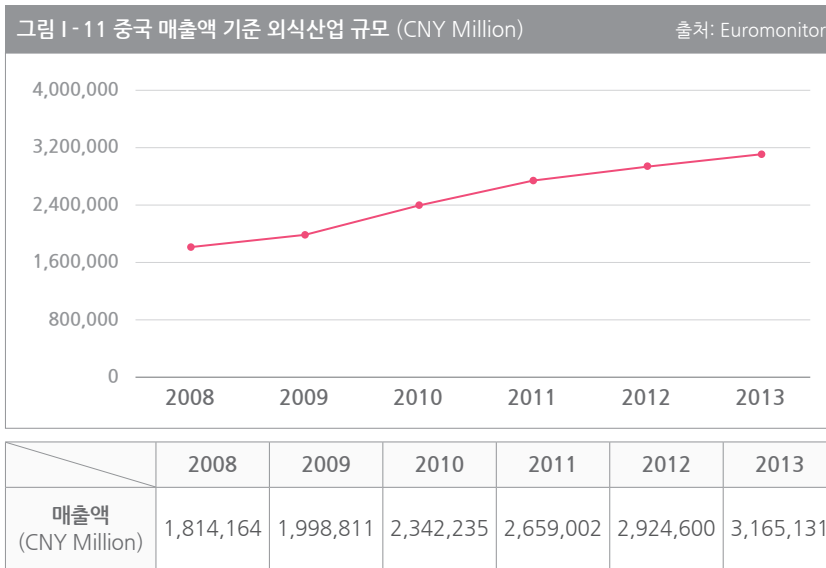
* 상무부는 2014년 5월 16일 브리핑을 통해 16개 조항을 다시 35개 추진과제로 세분화할 계획을 발표

3. 외식시장 현황

3.1 시장에 대한 이해

1) 외식시장 규모

① 외식산업 규모



중국의 외식산업은 매출액 기준 2008년~2013년 동안 연평균 14.9% 증가했으며, 2018년까지 연평균 5.1% 추가 증가할 전망입니다.

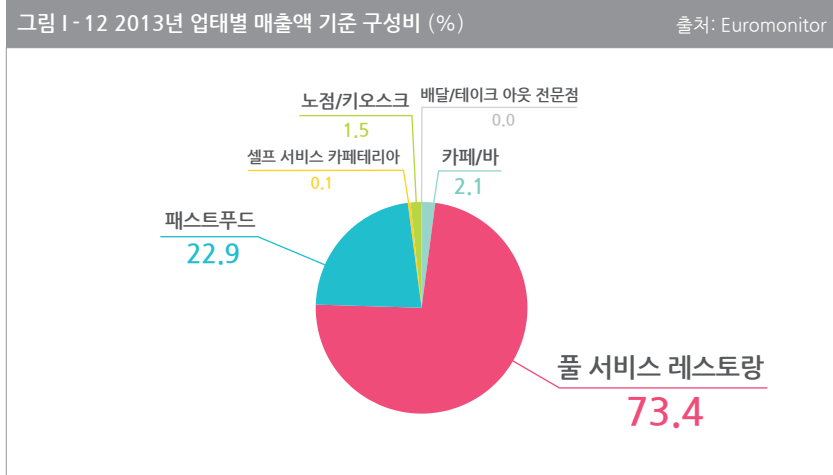
배달/테이크 아웃 전문점은 연평균 23.4%의 성장률을 보여 지난 5년간 가장 크게 성장했습니다. 셀프 서비스 카페테리아도 14.1%의 성장을 보이며 시장점유율을 유지했습니다.

반면에 풀서비스 레스토랑과 노점/키오스크는 각각 7.0%, 7.7%의 성장을 보이며, 시장 전체 성장률보다 낮아 시장점유율을 잃고 있습니다.

2018년까지의 전망 기간 동안, 배달/테이크 아웃 전문점은 연평균 18.0%의 성장률을 보이며 가장 크게 성장할 것으로 기대됩니다. 카페/바는 9.9%의 성장을 보이며 시장점유율을 높일 것으로 전망됩니다.

풀서비스 레스토랑과 노점/키오스크는 각각 3.0%, 2.6%의 성장률을 보일 것으로 전망됩니다.

② 업태별 현황



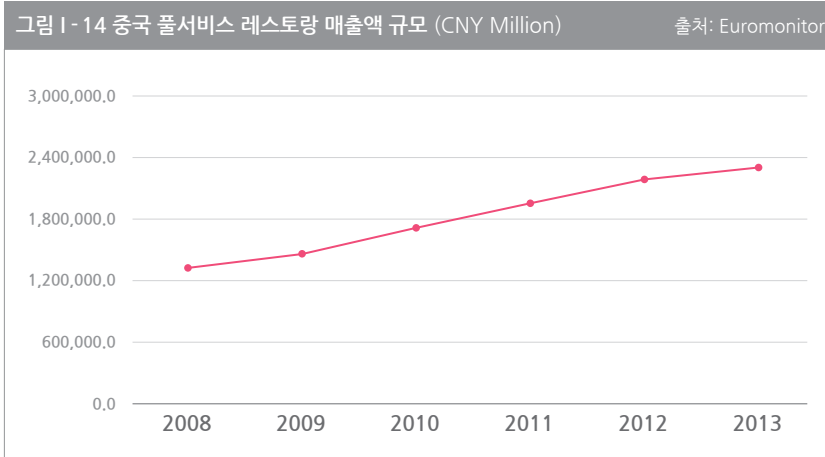
1. 시장환경

그림 1 - 13 외식산업 업태별 현황 - 매출액 기준 (CNY Million) 출처: Euromonitor

	2008	2013	
		CNY Million	CAGR (08~13)
외식산업	1,814,164	3,165,131	14.9
배달/테이크아웃 전문점	280	801	23.4
카페/바	36,629	66,581	12.7
풀서비스 레스토랑	1,320,300	2,321,700	7.0
패스트푸드	423,400	725,100	11.4
셀프 서비스 카페테리아	1,717	3,324	14.1
노점/키오스크	31,838	47,625	7.7

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

③ 풀서비스 레스토랑(Full-Service Restaurant) 시장



풀서비스 레스토랑의 2013년 매출액은 약 2조 3천억 위안(약 401조 원)을 기록하였습니다.

2008년~2013년 동안 외식산업 전체의 매출액은 연평균 14.9%의 성장률을 보였으나, 풀서비스 레스토랑은 연평균 7.0%로 외식 업체 중 최저 성장률을 기록하여 시장점유율이 감소하였습니다.

외식산업 전체의 규모는 2018년까지 매출액 기준 연평균 5.1%의 성장률을 기록할 전망이며, 풀서비스 레스토랑은 3.0%의 성장률을 기록하여 시장점유율이 지속적으로 감소할 전망입니다.

풀서비스 레스토랑 내에서는 Pizza Hut(Yum! Brands Inc.)이 8.5%, Xiao Wei Yang(Inner Mongolia Xiao Wei Yang Chained Food Service Co. Ltd.)이 3.8%, Little Sheep(Yum! Brands Inc.)이 2.4%의 시장점유율로 선두권을 형성하고 있습니다.

* 해당정보는 국가별 자료로 도시별 정보는 추후 '글로벌 외식 및 한식산업 정보시스템'을 통하여 업데이트될 예정입니다.

2) 외식시장 트렌드

① 건강식의 인기 상승

중국 소비자의 생활수준 향상 및 가처분소득 성장을 배경으로, 외식 시장에서 건강식이 주목을 받고 있습니다.

최근 중국인들 가운데 비만, 당뇨병, 고혈압 등의 건강 문제를 갖고 있는 사람들이 많아져, 건강식을 찾는 사람들이 증가하고 있습니다. 또한 많은 소비자들이 과도한 설탕, 고지방, 고칼로리 섭취의 부정적인 영향을 인식하기 시작했습니다.

이러한 요인을 고려하여, 외식업체들은 새로운 방향으로 소비자를 유치하기 시작했습니다. 예를 들어, 상하이에 위치한 카페, ‘Green & Safe’는 유기농 채소, 곡물 빵, 시리얼 요거트를 주요리로 제공합니다. 비록 가격대는 일반적인 카페보다 높지만, 정기적으로 방문하는 소비자들이 늘어나고 있습니다.

또한, 외식업체들은 건강식 메뉴 다양화를 위해 노력하고 있습니다. 패스트푸드점인 맥도날드(McDonald's)와 버블티 전문 체인점 코코(Coco)에서는 붉은 콩 두유와 곡물을 이용한 고단백질, 메뉴를 선보이고 있습니다.

이러한 건강식 열풍은 외식 시장의 새로운 트렌드를 만들어나가고 있습니다.

최근 큰 인기를 끌고 있는 식당인 ‘Céléb de TOMATO’의 메뉴 대부분은 토마토를 주 식자재로 사용하고 있습니다. 토마토는 건강과 피부에 좋은 리코펜 성분이 많아, 채식주의자뿐만 아니라 건강식을 원하는 소비자들에게도 환영받는 식당이 되었습니다.

또한 고기를 사용하는 메뉴를 채식 요리로 전환하여 제공하는 레스토랑들이 증가하고 있습니다. 유명 돼지고기 요리 및 생선요리를 고기 대신 두부와 버섯으로 만드는 등 새로운 방식으로 조리한 메뉴가 인기를 높여나가고 있습니다.

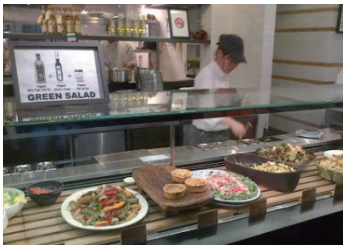


사진 1-5 ‘Green & Safe’ 식당 모습(좌), ‘Céléb de TOMATO’ 요리(우)

② 배달 서비스의 성장

중국 외식산업 내 배달 서비스는 독보적으로 성장하고 있으며, 중요성도 늘어나고 있습니다.

도시 거주자들의 바쁜 일상생활로 요리할 시간이 적어지면서 이러한 추세는 더욱 증가하고 있습니다. 배달 서비스는 저렴하고 빠른 식사를 원하는 사람들에게 알맞은 요리를 제공합니다.

소비자들의 수요에 맞추기 위해 패스트푸드부터 풀서비스 레스토랑까지 많은 외식업체들이 배달 서비스를 제공하기 시작했습니다. 이들이 적용한 배달 서비스에는 2가지의 방법이 있습니다.

먼저 KFC, 맥도날드와 같은 프랜차이즈 패스트푸드 업체들이 이용한 방법은 자체 배달 전문팀을 꾸리는 것입니다. 대부분의 주문이 배달로 이루어지고, 자체 배달 전문팀을 꾸릴 만한 자금력이 있는 업체의 경우 이 방법을 택합니다.

다른 방법으로는 온라인 기반의 배달 서비스를 이용하는 것이 있습니다. 개인사업자 및 신규 진입자들이 주로 이용하는 방법으로, 'Ele.me', 'Waimaichaoren.com'와 같은 온라인 기반의 배달 서비스와 협력하는 형태입니다. 컴퓨터나 스마트폰을 통해 해당 웹사이트를 방문하면, 협력하고 있는 식당들의 메뉴 확인과 주문이 가능합니다. 배달 서비스 업체는 식당에서 음식을 받아 배달하는 역할만 수행합니다.



사진 1-6 맥딜리버리(좌), 온라인 배달 전문점 'Waimaichaoren.com'(우)



사진 1-7 가정으로 배달되는 중국식 샤브샤브

③ 온라인을 통한 마케팅 전략 활성화

2013년 많은 중국 외식업체들은 마케팅 도구로 온라인 플랫폼을 활용했습니다.

그 중 'Beijing South Beauty Catering Co. Ltd.'와 'Xiabu Xiabu Catering Management Co. Ltd.'는 온라인 플랫폼을 활용하여 서비스를 제공한 가장 성공적인 기업입니다. 이들은 온라인을 통해 예약 및 주문, 소비자 피드백을 받는 등 소비자에게 편리한 이용 방법을 제공했습니다.

일부 외식업체들은 자체 모바일 앱을 개발하기도 했습니다. 이러한 앱은 평일에 야근이 많고, 주말에 집에서만 휴식을 취하고 싶어하는 도시의 화이트칼라 소비자들에게 인기가 많습니다. 소비자의 클릭 몇 번 만으로도 음식이 주문되며, 식당 예약도 가능합니다.



사진 1-8 Xiabu Xiabu(좌), 디안핑 모바일 앱(우)

소비자들뿐만 아니라, 외식업체 역시 모바일 앱의 혜택을 받고 있습니다.

모바일 앱을 통해 주문을 받으면서, 주문량의 기록과 예측이 편리해졌기 때문에 외식업체들은 알맞은 식자재 관리를 통하여 비용을 절감하고, 보다 정확히 예산을 통제할 수 있게 됐습니다. 무엇보다 모바일 앱을 통한 배달 주문이 늘어, 식당의 전체 매출이 크게 증가하고 있습니다.

일부 외식업체들은 'Dianping.com' 및 'Meituan.com'과 같은 공동 구매 웹사이트와 협력하여 온라인 할인쿠폰을 제공합니다.

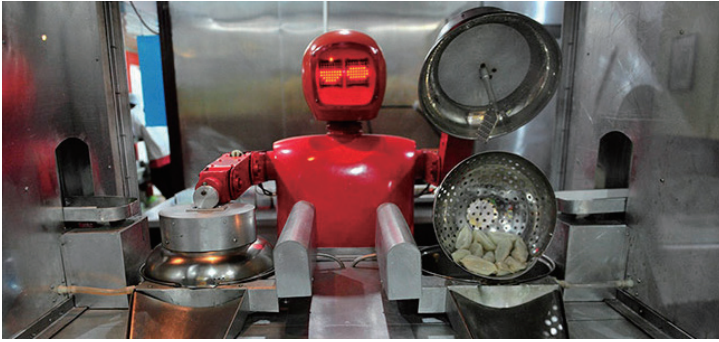
특히 많은 신규 식당들이 온라인 할인쿠폰을 통해, 할인된 가격으로 요리를 체험할 기회를 만들고 있습니다.

또한 외식업체들은 SNS를 통해 소비자와 지속적인 관계를 유지하며 할인 및 신상품에 관한 소식을 정기적으로 업데이트합니다.

④ IT 발전에 따른 새로운 기술

패스트푸드와 풀서비스 레스토랑 업체들은 심화되는 경쟁에서 살아남기 위해, 더욱 창의적인 방법으로 소비자들에게 접근하려 노력하고 있습니다.

일부 패스트푸드 업체들은 로봇 요리사를 고용하는 등 혁신적인 기술을 사업에 도입했습니다. 로봇 요리사는 메뉴를 보고 자동으로 요리 전 과정을 빠르게 완료합니다. 이처럼 빠른 음식 제공으로 식당의 거래량이 증가했으며, 요리의 품질과 맛의 일관성을 보장하게 되었습니다.



일부 풀서비스 레스토랑들은 아이패드(iPad)와 같은 전자 기기를 메뉴판으로 활용하고 있습니다.

태블릿 PC는 화려하고 생동감이 있는 요리 이미지를 제공하여 소비자의 식욕을 증가시킵니다. 또한 소비자가 태블릿 PC로 한 주문은 부엌으로 곧장 전송되어 대기 시간을 절약하는 데도 도움을 줍니다.

식사 후엔 태블릿 PC를 통해 소비자 설문조사를 부탁하여 소비자 만족도와 시장 조사 결과를 확인하기도 합니다. 설문조사가 완료 되자마자 그 결과는 본사로 전송되며, 설문조사에 참여한 소비자들에게는 할인 혜택 등의 보상을 제공합니다.



⑤ 개성있는 중·저가 식당 인기

최근 중국의 중·저가 일반 대중식당들은 줄을 서서 기다려야 할 정도로 호황을 누리고 있습니다.

이들은 개성있게 설정한 식당의 콘셉트를 실내환경과 메뉴에 적용하여 소비자로 하여금 재미를 느낄 수 있게 했습니다. 이러한 콘셉트 마케팅은 많은 관심을 불러 일으키고 있습니다.

이들 식당의 1인당 소비액은 60~80위안(약 10,000~14,000원), 혹은 90~110 위안(약 16,000~19,000원)으로 중간 가격대에 해당하며, 독특한 메뉴와 서비스로 인기가 점점 높아지고 있습니다.

그림 1-15 인기있는 중·저가 식당		출처: 大眾點評網, KOTRA 상하이 무역관
식당명	이미지	특징
와이퍼자		항저우요리 위주로 70여 가지 메뉴 취급 중저가 메뉴 대부분 대표 메뉴: 紅燒肉 손님이 많은 시간대에는 테이블에 앉기까지 2, 3시간 대기 필요
신상후이		쓰촨요리 전문 한 달에 한 번씩 메뉴를 갱신 형태로 소개. 현지인에 입맛에 맞도록 쓰촨요리의 상하이 현지화 추진 대표 메뉴: 水煮鯰魚, 籠嘴牛蛙, 土豆泥
치링허우판바 (70後飯吧)		'70허후'는 70년대에 출생한 사람을 뜻하는 말로, 복고풍 이미지를 강조 실내 환경이 아늑하며 1970년대 느낌이 나는 식기가 많음.
뤄차		항저우 요리 전문 빵 유혹, 생선머리 유혹 등 개성있는 메뉴
하이디라오		샤브샤브 전문 식당으로 서비스가 다채롭고 우수한 것으로 유명
시베이		중국 서북요리 전문 식당으로 양고기 메뉴 다양 갑곡으로 만든 중국 전통 떡과 직접 만든 요거트 인기

⑥ 부상하는 뷔페시장

90년대 중국의 뷔페시장은 주로 '훤귀(火鍋)'라 불리는 중국식 샤브샤브 전문점이 대부분이었으나, 점차 일식, 양식, 해산물, 종합 뷔페로 종류가 다양해졌습니다.

뷔페 음식점 가격대는 100위안(약 17,000원) 이하의 중저가 음식점부터 200~400위안(약 34,000~69,000원)에 달하는 고급 음식점까지 다양하게 분포하고 있어 소비층도 다양합니다.

현재 중국에서 인기를 끌고 있는 주요 뷔페 음식점으로는 다국적 요리와 다양한 주류를 맛볼 수 있는 골든재규어(金钱豹, 대만계), 고급 일식 뷔페 KITARA(喜多屋), 중저가 피자 전문 뷔페로 빠르게 시장을 확대해 나가는 Big Pizza(比格自助比萨) 등이 있습니다.

최근 '삼공소비(三公消費)'(관료사회의 예산낭비성 접대) 단속과 자원절약 열풍이 오히려 뷔페업계에는 호재로 작용하고 있습니다. 최근에는 기업 리셉션 등의 행사와 비즈니스 접대, 각종 연회에서도 뷔페가 각광받고 있습니다. 특히 결혼식 연회시장은 앞으로 발전 잠재력이 커서, 뷔페의 유망 시장으로 떠오르고 있습니다.

중국은 전통적으로 '많이 시켜서 많이 남기는 것'을 미덕으로 보기 때문에, 결혼식 등 중요한 행사에서는 주로 코스요리를 주문하여 대접하는 방식으로 음식 낭비가 심했습니다.

이러한 트렌드 때문에 일부 호텔에서는 결혼식 연회를 뷔페로 바꾸는 시도가 시작되었으며, 외국문화를 많이 접한 대도시 젊은 소비층으로부터 인기를 얻고 있습니다.



그림 I-16 골든재규어(좌), KITARA(우)

3.2 고객에 대한 이해

1) 소비 특성

① 친환경 신선식품 수요 급증

2013년부터 유기농, 건강 콘셉트를 내세운 신선식품 전자상거래가 매우 활발합니다.

유명 온라인 쇼핑몰인 텐마오(天貓), 이하오덴(一號店) 등은 신선식품 전문코너를 따로 마련했고, 유명 택배업체 순풍(順風)도 신선식품 전문 쇼핑몰을 오픈했습니다. 또한 일부 소비자들은 교외에 땅을 빌려 자체적으로 채소를 재배하기 시작했습니다.



그림 I - 17 텐마오(天貓)에서 판매중인 신선한 수산물

이외에도 글로벌 PC 기업 레노버가 과일 상품을 출시하는 등 비농업기업의 농산물 시장 진출이 늘고 있습니다.

레노버는 자워(佳沃)라는 브랜드를 출시, 블루베리, 키위 등을 직접 재배, 유통하고 기타 고품질의 과일, 찻잎, 와인을 취급하기 시작했습니다.

최근 시장에서는 따웨이즈쎈(大衛之選, David Choice, 이하 DC)이라는 고품격 식자재 브랜드가 큰 인기를 끌고 있습니다. DC는 고소득층을 대상으로 고급 식자재를 제공하며 가격대가 매우 비쌉니다.



그림 I - 18 레노버의 자워(佳沃)

② 복고열풍

‘언젠가 우리가 잃게 될 청춘(致我們終將逝去的青春)’, ‘중국 파트너’ 등의 청춘영화가 흥행하면서 ‘즈칭춘(致青春, 청춘에게)’이라는 단어가 화제가 되고 있습니다.

많은 소비자들은 SNS를 통해 청춘에 대한 여러 가지 추억을 공유하고 있습니다. 특히 사회주력층인 1970년대, 1980년대생들이 추억을 되새기는 여러 활동을 즐깁니다. 이들은 과거의 대표적 사물이나 사건을 회상하고 기억을 떠올리는 것을 즐기기 때문에 이를 활용한 마케팅을 펼치는 외식업체들이 증가하고 있습니다.

일례로, 상하이에는 1970년대를 테마로 한 치링허우판바(70後飯吧)라는 식당이 있습니다. 치링허우판바는 상하이 내에만 6개의 점포가 있고, 모든 지점이 항상 줄을 서서 기다려야 할 정도로 문전성시를 이룹니다. 그 인기에 힘입어 상하이 주변 도시에도 분점을 열고 있습니다.



사진 1-9 치링허우판바(70後飯吧)

③ 투하오와 경사치

‘투하오(土豪)’는 무식한데 돈만 많은 사람을 지칭하는 단어였으나, 최근에는 ‘표면적으로 부를 나타낸다’는 의미로 완화된어 사용되고 있습니다.

애플사가 아이폰5S를 삼페인골드 컬러로 출시하자, 중국 소비자들은 이 제품을 ‘투하오진(土豪金)’이라 부르며 관심을 가졌습니다. 이후, 투하오 소비라는 용어가 생겨나면서 투하오진 콘셉트의 의류, 화장품, 자동차, 가방, 육조, 피아노 등이 등장했습니다. 투하오 소비는 제품의 종류와 상관없이 주로 골드컬러의 고가품이라는 것이 특징입니다.

한편, 중산층과 젊은 세대는 투하오에 대한 반감이 강해 투하오 소비와 대립되는 ‘경사치(輕奢)’ 소비를 하고 있습니다. 경사치 소비족은 독특한 생활방식을 추구하며, 품질이 보증되며 합리적인 가격대의 문화적 의미를 지니고 있는 제품을 선호합니다.

④ 온라인 맞춤형 구매

온라인 쇼핑이 발전하면서 최근에는 온라인상에 자신이 원하는 제품의 스펙을 제시하고 맞춤형 제품을 구매하는 트렌드가 형성되고 있습니다.

이러한 트렌드에 발맞춰 중국 휴대폰 업체 칭청(青橙)은 사용자의 의견을 반영해 맞춤 제작하는 스마트폰 N1을 출시했습니다. 도안, 컬러, 하드웨어 장치, 유저인터페이스, 애플리케이션 등을 소비자가 원하는 대로 조합할 수 있어 많은 인기를 얻었습니다.



그림 1-19 칭청(青橙)의 스마트폰 N1

중국 유명 진공청소기 브랜드인 샤오거우(小狗)는 온라인 쇼핑몰 텐마오(天猫)를 통해 신제품의 컬러, 기능, 이름을 네티즌들이 정하는 맞춤형 행사를 대대적으로 진행했습니다. 이 행사를 통해 최종적으로 란둔(藍盾)이라는 진공청소기를 출시했고, 사흘 만에 2만여 대를 판매했습니다.



그림 1-20 샤오거우(小狗)의 란둔(藍盾)

2) 외식소비 특성

① 사회 변화에 따른 식품 소비 형태 변화

중국의 사회 현상을 고려해보면 중국인들의 식습관을 보다 잘 이해할 수 있습니다. 현재 중국은 가정에서 요리를 하는 일이 흔치 않으며, 1주일 동안 집에서 먹는 음식이 간식뿐인 가정도 많습니다.

특히 젊은 세대는 대학교와 사무실에서 보내는 시간이 많고, 가정에서 보내는 시간이 거의 없습니다. 그나마 가정에서 보내는 시간은 공부와 잠으로 이루어져있기 때문에, 요리를 포함한 다른 취미 생활을 즐길 시간이 없습니다.

중국 사람들은 가정에서 음식을 할 때, 당일 구입한 신선한 농산물을 이용하는 경향이 있습니다. 따라서 도시 지역에서도 시장은 여전히 인기가 많으며, 월마트(Walmart), 까르푸(Carrefour)와 같은 슈퍼마켓도 성장하는 추세입니다.



사진 1-10 까르푸(좌), 월마트(우)

하지만 최근 서양의 경향을 따라 식자재 구매가 주(週) 단위로 바뀌고 있습니다. 이러한 쇼핑 습관의 변화로 여러 제품을 취급하는 슈퍼마켓과 냉장고 시장이 성장하고 있습니다.

그럼에도 신선한 채소와 과일은 여전히 일상적으로 구입되고 있습니다.

젊은 소비자층은 긴 근무시간과 조리 경험의 부족으로 가공식품을 선호하고 있습니다. 이는 특히 중국의 거대 도시에서 흔히 볼 수 있는 소비 성향입니다.



② 소비자 입맛의 다양화

중국 소비자들의 입맛이 전통 음식에서 벗어나 색다른 메뉴들을 추구하면서, 중국 내에는 다양한 국적과 형태를 가진 식당들이 증가하고 있습니다.

중국은 자신들의 전통 요리를 매우 자랑스럽게 여기며, 세계 최고 수준의 에스닉 요리로 간주합니다. 따라서 중국인들은 그동안 여러 나라의 음식을 맛볼 기회가 없었으며, 덩달아 중국 요리의 성장세도 정체를 겪었습니다.

하지만 최근 중국 소비자들은 새로운 요리를 경험하고 싶어하는 추세를 보이고 있습니다. 특히 한국, 태국, 인도 등 근접 국가의 요리에 큰 관심을 두기 시작했습니다. 일본 회전문 레스토랑의 경우도 편의성과 건강식 이미지로 인해 젊은 중국 소비자 사이에서 인기가 많습니다.

새로 개점하는 식당들은 메뉴의 절반 이상이 외국 음식으로 되어 있으며, 특히 디저트 전용 메뉴가 있는 것이 특징입니다. 몇몇 글로벌 브랜드들이 이러한 형태를 취하며 중국으로 진출하고 있습니다.

하겐다즈와 던킨도너츠는 전문 아이스크림, 냉동 요구르트, 고급 벨기에 초콜릿 등을 이용한 메뉴로 성공을 거두고 있으며, 이는 중국인의 입맛이 진화하고 있다는 것을 보여줍니다.

이러한 트렌드 속에서 중식당은 주로 지리적인 특징을 살려 지역 특산 요리를 전문으로 정체성을 지켜나가고 있습니다.



③ 스낵 시장의 성장

글로벌 브랜드들의 공격적 마케팅으로 인해, 중국 내 스낵 시장은 점차 성장하고 있습니다.

전통적인 중국의 간식은 수박과 파인애플 같은 과일을 꼬치에 꿰서 튀기거나 구운 것이었습니다. 지금도 이러한 스낵은 여전히 인기있지만, 쿠키, 케이크와 같은 서양식 스낵이 젊은 층에서 큰 인기를 얻고 있습니다. 특히 감자칩과 초콜릿 제품은 소아 비만 증가의 요인으로 언급되어질 만큼 인기가 있습니다.



④ 식품 안전 중시

최근 중국 소비자의 주요 관심사는 식품 안전입니다.

유전자 변형 식품 표시는 아직 법적 요구사항이 아니기 때문에 중국인들은 유전자 변형 식품에 대한 구체적 정보 없이 섭취하는 일이 잦으며, 이외에도 식품 안전 관련 문제가 많습니다.

식품 안전 표준은 지역별로 다르며, 중국 정부는 국내 식품 및 음료 산업 유지를 위해 여러 가지 정책적 노력을 하고 있습니다. 그러나 부패한 기업들 때문에 중국인들은 국내 식품 기업에 대한 신뢰를 잃었습니다.

따라서 국내 기업보다 외국 기업 식품에 대한 소비자들의 신뢰도가 더 높습니다. 하지만 장기 보호무역 정책으로 외국 기업의 식품을 수입하는 것이 쉽지 않기 때문에, 중국 소비자들은 불법으로 수입된 외국 식품을 비싼 값에 구입합니다. 이들은 식품 안전 관련 의문점이 남아있는 한, 더 많은 금액을 지불하고서라도 외국 식품을 구입할 의사가 있다고 말했습니다.

⑤ 알코올 시장의 변화

중국에서 가장 인기 있는 알코올 음료는 맥주입니다. 소비자들은 국내, 해외 브랜드에 따라 구매를 결정하지는 않습니다. 맥주 자체에 대한 관심이 많아 현재 전국 대부분의 도시에서 맥주를 접할 수 있게 되었습니다. 최근에는 미국을 제치고 세계에서 맥주를 가장 많이 마시는 국가로 등극했습니다.



와인 문화에 대한 관심이 증가하고 있으나, 아직 와인 문화 정착은 미진한 실정입니다.

와인 시음 행사는 전국적으로 퍼지고 있으며, 엘리트층의 경우 종종 와인 클럽을 찾고 있습니다.

와인 문화가 아직 정착되지 않아 고급 바(Bar)에서도 보르도(Bordeaux) 와인을 콜라(Coke)나 테킬라(Tequila)와 섞어 마시는 모습을 볼 수 있습니다.



여성 음주자가 증가하고 있으며, 특히 젊은 전문직 여성들이 이러한 경향을 이끌고 있습니다.

알코올 음료 시장은 이러한 추세에 따라 저알코올 맥주, 과일주 등을 출시하며 여성 소비자들의 이목을 끌었습니다.

가정에서의 음주는 서양 국가만큼 발달되어 있지 않습니다. 가정 내에서 여가를 즐기거나, 집 밖에서의 사교 문화를 즐기기 때문입니다.

중국의 독특한 음주 문화 중 하나는 식당으로 소비자가 직접 알코올 음료를 가지고 가는 문화(Bring-Your-Own, BYO)입니다. 특히 증류주의 경우 이러한 일이 잦으며, 많은 식당들은 이러한 행동을 제지하지 않습니다.

서구식 문화가 반영된 바(Bar)는 늦은 저녁 음주를 위한 공간으로 점점 인기를 얻고 있습니다.

전통적으로 가라오케 시설이 늦은 밤 음주 문화의 중심이었지만, 젊은 층은 최근에 음악 바(Bar) 혹은 펍(Pub)에서의 사교 문화를 즐기고 있습니다.

⑥ 카페 문화의 성장

카페 문화는 젊은 성인과 청소년 사이에서 인기를 얻고 있습니다.

북경 커피 협회(Beijing Coffee Association)에 따르면, 중국 커피 시장은 최근 매출액 기준 15% 성장했으며, 세계 평균을 2%를 웃돌았습니다. 이는 스타벅스(Starbucks)와 퍼시픽커피(Pacific Coffee) 같은 대형 브랜드의 중국 진출 결과인 것으로 보입니다.



사진 I-11 중국 스타벅스(Starbucks)

3.3 경쟁자에 대한 이해

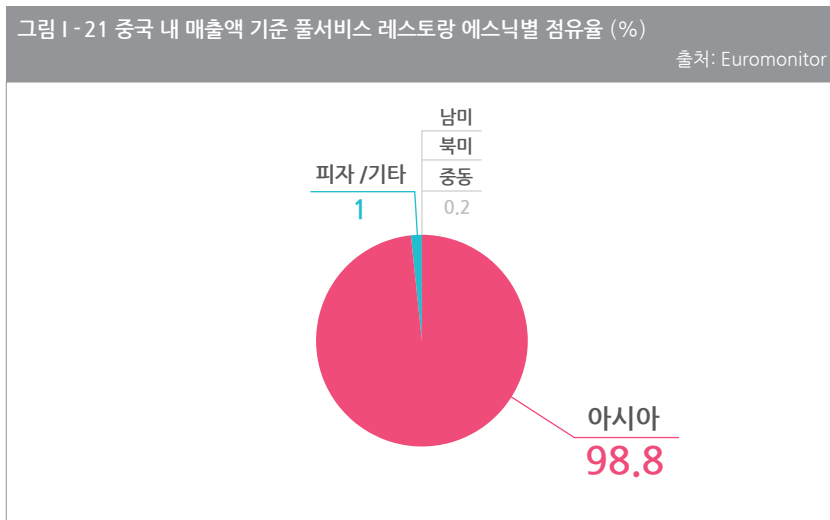
1) 에스닉별 점유율

① 중국 내 매출액 기준 에스닉별 점유율

중국 풀서비스 레스토랑의 매출액 기준 에스닉별 점유율을 살펴보면, 아시아 식당(Asian)이 98.8%로 가장 높은 점유율을 차지했고, 피자/기타(Pizza/Others)가 1.0%로 뒤를 이었습니다.

북미 식당(North American), 남미 식당(Latin American), 중동 식당(Middle Eastern)의 합은 약 0.2%로 매우 작은 점유율을 보였습니다.

유럽 식당(European)이 2018년까지 연평균 10.5%의 가장 높은 성장률을 기록할 것으로 전망되며, 아시아 식당(Asian)은 4.0%의 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.

* 해당정보는 국가별 자료로 도시별 정보는 추후 '글로벌 외식 및 한식산업 정보시스템'을 통하여 업데이트될 예정입니다.

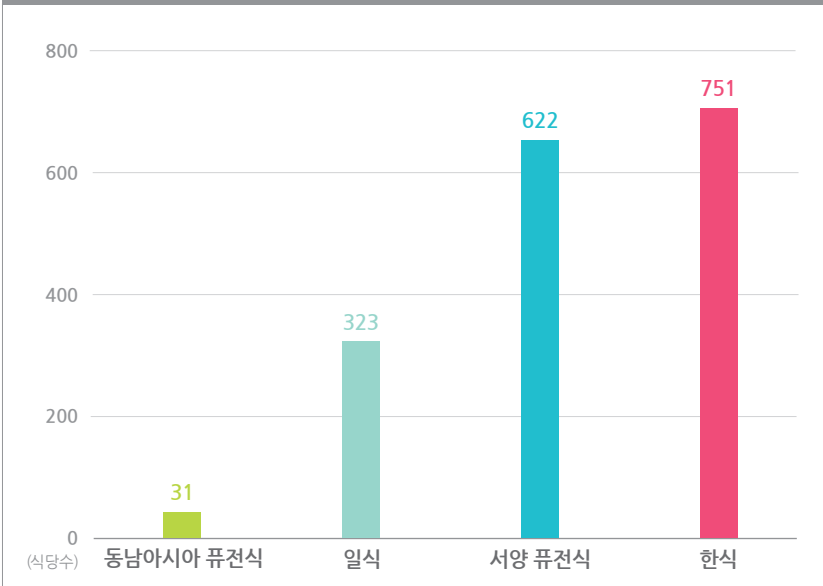
② 칭다오 에스닉 레스토랑 분포 현황(레스토랑 평가사이트 등록수 기준)

칭다오 에스닉 레스토랑 분포 현황을 살펴보면 한식당(Korean)이 751곳으로 가장 많았으며, 서양식 식당(Western)이 622곳으로 뒤를 이었습니다.

3순위로는 일식당(Japanese)이 323곳을 나타냈습니다. 한식당의 수와 일식당의 수로 미루어 봤을 때, 아시아 지역의 에스닉 레스토랑이 많음을 알 수 있습니다.

그림 1 - 22 칭다오 에스닉 레스토랑 분포 현황

출처: 레스토랑 평가사이트(대중점평(大众点评)) 등록 식당 기준



* 위 에스닉 식당 분류 및 현황은 대략적인 비교를 위하여 '대중점평(大众点评)'의 자료를 인용한 것으로 실제 현지에서 운영되는 현황과는 다소 차이가 있을 수 있습니다.

2) 주요 에스닉 식당 진출 현황

① 일식(Japanese) 진출 현황

칭다오 내에는 323개의 일식당이 있습니다.(레스토랑 평가사이트 등록수 기준)

날 것을 먹지 않던 중국의 전통적 식습관이 현대에 들어와 바뀌면서 일식의 회, 초밥은 부의 상징이 되었습니다.

역사적 갈등이 깊은 중국과 일본이기 때문에 외교적 마찰이 있을 때마다 일식당의 매출도 덩달아 피해를 입지만, 여전히 많은 수의 일식당들이 인기리에 운영되고 있습니다.

신선한 해산물을 사용해야 하는 메뉴의 특성상 비싼 가격대를 형성하고 있는 식당도 있으며, 중국 및 다른 아시아 요리를 결합한 퓨전 메뉴를 저렴하게 판매하는 일식당도 있습니다.



사진 I - 12 칭다오 내 일식당, 美佳日本料理

② 미국식(American) 진출 현황

저소득층이 새로운 외식소비 계층으로 부상하면서 패스트푸드 수요가 급증하고 있습니다.

이에 따라 미국 글로벌 패스트푸드 프랜차이즈 기업들은 현지화된 메뉴를 출시하고 서비스 품질을 제고하는 등 시장 공략에 박차를 가하고 있습니다.

특히 KFC에서는 중국인의 식성에 맞춰 아침식사로 ‘죽’ 메뉴를 출시하는 등 지속적으로 성장을 꾀하고 있습니다.



③ 서양식(Western) 진출 현황

칭다오 내에는 622개의 서양식 식당이 있습니다.(레스토랑 평가사이트 등록수 기준)

지난 3년간 글로벌 패스트푸드 프랜차이즈 기업들에서 식품과 관련된 안전 사건들이 연달아 발생했습니다. 이 때문에 2013년까지만 해도 공격적인 기세로 시장을 확장해나갔던 글로벌 패스트푸드 기업들이, 현재는 경영상의 어려움을 면치 못하고 있습니다.

그러나 글로벌 프랜차이즈가 아닌 중소규모의 서양식당들은 여전히 많은 현지인들의 사랑을 받고 있습니다. 특히 피자的人气가 높습니다.



3) 주요 에스닉 식당 소개

① The Canvas

주소: No.35 Zhangzhou 1st Road, Qingdao, China

전화번호: +86-152-6920-5247

현재 칭다오 내 규모가 큰 매장을 2개 갖고 있으며, 샐러드, 케사디아, 피자, 파스타 등 여러 종류의 서양 음식을 제공하고 있습니다.

스테이크를 제외한 메뉴들의 가격은 50~70위안(약 8,800~12,000원) 정도로 현지의 다른 식당들에 비해 가격대가 약간 높습니다. 하지만 깔끔한 실내 인테리어와 다양한 메뉴, 디저트 케이크까지 한 자리에서 즐길 수 있는 장점 덕에 많은 외국인들과 현지인들이 찾고 있는 장소입니다.



사진 I-13 'The Canvas' 매장 전경 및 대표 메뉴 피자(위), 케사디아(아래)

② 아지센 라멘(味千拉面)

주소: 128 Shandong Road, Shibei, Qingdao, Shandong, China

전화번호: +86-532-8508-3505

홈페이지: <http://www.ajisen.com.cn/>

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

그 뿐만 아니라 자체 공장에서 아지센 브랜드의 포장 생라면을 생산해 중국, 일본, 싱가포르, 호주 등지에 수출하고 있으며, 전 세계 각지에 8천여 개의 판매망을 갖고 있습니다.

평상시 저렴한 가격으로 식사를 간단히 해결하는 것을 선호하는 중국 외식 소비자들의 기호와 맞아 떨어지면서, 대표적인 일식 패스트 캐주얼(Fast Casual) 브랜드로 자리잡게 되었습니다.

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



사진 I - 14 '아지센라멘'의 대표메뉴 돈코츠라면

③ Dozo 요리미술관 (Dozo 料理美术馆)

주소: Donghai East Road, Laoshan, Qingdao, Shandong, China

전화번호: +86-532-8909-5999

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

바닷가 주변의 전망 좋은 곳에 입점해있으며, 고급스러운 실내 인테리어와 품격 높은 서비스로 고객들을 끌어모으고 있습니다. 또한 다양한 콘셉트의 개별 식사공간이 마련되어 있어 상황에 따라 분위기에 맞는 식사장소를 선택할 수 있습니다.

뷔페 가격은 평일/주말, 런치/디너가 각각 다르며 보통 178~228위안 (약 30,000원~40,000원) 정도로 비싼 수준입니다.



사진 I - 15 “Dozo” 요리미술관 음식 및 내부 전경

3.4 외식상권에 대한 이해

1) 주요 상권 특성

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

그림 1-23 칭다오 내 주요 상권 지도



① 향강중로(香港中路) 상권

향강중로(香港中路)는 한국의 '테헤란로'와 비슷한 분위기의 상권으로, 주요 관공서, 고층 오피스 빌딩, 최고급 호텔, 대형 쇼핑센터 등이 들어서 있는 칭다오 최대 변화가입니다.

칭다오 시청을 비롯한 주요 관공서와 고층 오피스 빌딩이 밀집해 있는 행정·비즈니스 지구가 형성되어 있어, 30~40대 전문직 종사자 유동인구의 유입이 많습니다.

인근 해변에는 대표적인 관광명소인 '오사광장(五四广场)', '올림픽 요트 공원(Qingdao Olympic Sailing Center)' 등이 위치하고 있어 여름철 성수기(7~8월)에 많은 관광객 인파가 몰려듭니다.





사진 I - 16 향강중로(香港中路)

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

주요 노선의 버스 정류장과 환승센터가 위치하고 있어 대중교통을 이용한 접근성 또한 우수한 편이며, 인근 호텔과 대형 쇼핑센터에 택시 전용 주차장이 마련되어 있어 택시를 이용하기에도 편리합니다. 또한 향후 지하철 4호선 주요 역이 들어설 예정(2017년 완공 예정)이라 접근성은 더욱 좋아질 전망입니다.

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



사진 I - 17 원샤오로(云 路) 미식거리

원샤오로(云霄路) 미식거리

향강중로(香港中路)와 동해서로(海西路)를 중심으로 주요 관공서 청사, 대형 오피스 빌딩, 은행 본점(한국계 은행 다수 위치) 등이 밀집한 행정·오피스 중심가가 발달되어 있습니다.

대부분의 직장인들은 인근 지하상가에 위치한 간이식당이나 대형마트에서 15위안(약 2,700원) 내외의 메뉴로 간단하게 점심을 해결하는 편입니다.

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

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

홍공화원(香港花园)

상가권 인근에 대형 쇼핑센터인 ‘타이구쇼핑센터(太古物中心)’와 ‘오션플라자’가 들어서 있어 쇼핑을 즐기러 오는 유동인구가 많습니다.

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

한인 타운에서는 꼬치요리 전문 주점인 ‘투다리(土大力)’가 비빔밥, 된장찌개, 떡볶이 등 다양한 한식 메뉴를 판매하고 있습니다. 특히 36위안(약 6,500원)정도의 한식 도시락 세트 메뉴의 인기가 높습니다. 주요 메뉴의 가격은 꼬치구이 세트가 38위안(약 6,800원), 비빔밥이 25위안(약 4,500원) 정도입니다.



사진 1-18 투다리(土大力)

② 타이동(台东) 상권

칭다오 시내 중심지에 위치한 타이동(台东)상권은 유동인구 통행량이 가장 많은 곳으로, 800m에 달하는 타이동3로(台东三路) 보행자 거리를 따라 대규모 쇼핑 상가권이 발달해 있습니다.

전통있는 변화가 상권으로 한국의 '명동'과 비슷한 분위기입니다.

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

타이동3로(台东三路), 타이동6로(台东六路), 타이동8로(台东八路)를 중심으로 외식 중심 상가권이 발달해 있습니다.





사진 1-19 타이동3로(台东三路)

칭다오 중심부를 가로지르는 연안로(延安路) 대로가 인접해 있어 차량을 이용한 접근성이 우수한 편이나, 상습 정체 구간이라 출·퇴근 시간대에 차량을 이용할 경우 많은 시간이 소요됩니다.

보행자 중심의 쇼핑거리인 타이동3로(台东三路)에는 중·저가 브랜드 상점이 주를 이루는 칭다오 최대 쇼핑 상가권이 발달해 있습니다. 최신 유행의 쇼핑과 다양한 먹거리, 영화 등을 동시에 즐길 수 있어 젊은 층의 대표적인 데이트 장소로 꼽히는 지역입니다.

칭다오 최대의 길거리 장터가 들어서는 밤 시간대에는 다양한 볼거리와 먹거리를 즐기기 위해 방문하는 현지인 방문객들과 외국인 관광객들로 인산인해를 이룹니다.



사진 1-20 타이동3로(台东三路)의 야간 모습



사진 I-21 타이동8로(台东八路)

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

대형 쇼핑센터와 백화점에는 'KFC', '맥도날드(McDonald's)', '피자헛(Pizza Hut)' 등과 같은 글로벌 패스트푸드 브랜드들이 입점해 있습니다.

타이동6로(台六路)와 타이동8로(台八路)에는 다양한 업종과 업태의 식당이 분포하고 있으며, 특히 타이동8로 인근에는 10여 개의 한식당이 영업 중입니다.

비빔밥과 찌개류를 판매하는 일반 한정식 식당과 춘천닭갈비 전문점이 영업 중이며, 특히 숯불구이 전문점의 비율이 높습니다.



사진 I-22 숯불구이 전문점 '박씨한식전통불고기(좌), 춘천닭갈비 전문점 '한상루'(우)

③ 라오산(嶗山) 상권

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

칭다오 시정부 차원에서 각종 우대정책을 시행하여 상업지구 개발을 추진하고 있습니다.

주요 기업의 본사 오피스, 최고급 호텔, 대형 쇼핑센터, 관광·문화·레포츠 편의시설 등이 들어서 있으며 대형 식당 위주의 외식 상가권이 발달해 있어 집객력이 우수합니다.

전시회장, 박물관, 영화관, 골프장 등이 들어서 있어 주말에 문화·레포츠 활동을 즐기기 위해 방문하는 고소득층 유동인구의 유입이 많습니다.

인근에 해수욕장이 위치하고 있어 여름철 성수기(7~8월)에 많은 관광인파가 몰려듭니다. 또한 칭다오 국제맥주축제가 개최되는 ‘칭다오 맥주 광장’에는 축제 기간 동안 전국 각지와 해외에서 수백만 명의 방문객들이 찾아옵니다.

그림 1-26 라오산(嶗山) 상권 지도





사진 I-23 대형 복합 쇼핑센터인 리다쇼핑센터(丽达购物中心)

칭다오 중심지로 이어지는 향강서로(香港西路) 대로가 인접해 있어 차량을 이용한 접근성이 우수한 편이나, 시내 중심가에서 차로 약 20분 정도 소요되는, 다소 먼 거리에 있습니다.

주요 고속도로와 인접해 있어 시내 외곽지역에 위치한 타 행정구로 이동하기 편리합니다. 주요 노선의 버스 정류장이 다수 위치하고 있어 대중교통을 이용한 접근성이 우수한 편이며 2017년에 지하철 4호선 주요 역이 들어설 예정입니다.

대형 복합 쇼핑센터인 리다쇼핑센터(丽达购物中心)와 칭다오 국제맥주축제가 개최되는 칭다오 맥주 광장(青岛啤酒激情广场)을 중심으로 외식 상가권이 발달해 있습니다.



사진 I-24 칭다오 맥주 광장(青岛啤酒激情广场)

[참고] 칭다오의 맥주축제

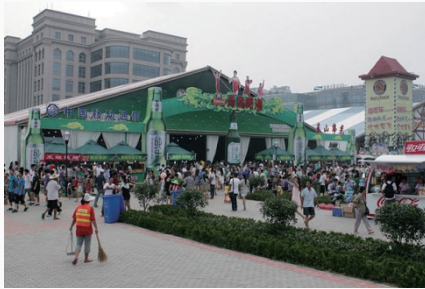
칭다오의 맥주축제(靑島國際啤酒節, Qingdao International Beer Festival)

중국 칭다오(靑島)의 국제맥주축제는 전세계적으로 명성이 자자합니다.

지역 관광 활성화 및 칭다오맥주 창립 100주년을 기념하기 위해, 칭다오 시는 1991년 8월 칭다오 국제 맥주 축제를 열기 시작했습니다.

맥주라는 이슈를 통해, 스포츠 행사, 문화 관광 등 다양한 연계 이벤트도 함께 열리는 문화종합축제라고 할 수 있습니다. 또한 칭다오 맥주만 있는 것이 아니라 전 세계의 다양한 맥주들이 있으며, 맥주와 어울리는 먹거리들도 많습니다.

아시아 최대의 맥주 축제이자, 세계 4대 맥주 축제로 인정받고 있습니다. 2015년 축제기간은 8월 8일부터 23일까지입니다.



④ 청양(城阳) 상권

청양(城阳)상권은 한국의 분당과 비슷한 분위기로, 거주지 중심 상권입니다. 고급 주택가와 아파트 단지를 중심으로 대규모 소평·외식 상가권이 발달해 있습니다.

청양상권은 각종 생활 편의시설과 기반시설이 잘 갖춰져 있어 발전 가능성이 매우 높은 곳입니다. 향후 칭다오 시내 중심지로 이어지는 지하철 1호선이 들어서면 상권이 더욱 성장할 것으로 전망됩니다.

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

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

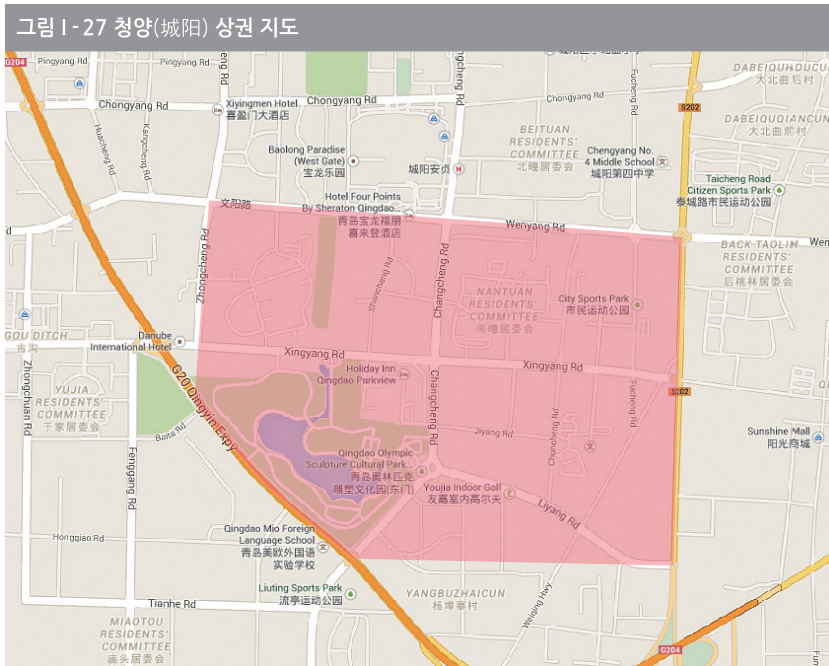




사진 1-25 칭다오 류팅 국제공항(青岛流亭国际机场)

칭다오 중심지로 이어지는 주요 고속도로 분기점이 인접해 있어 차량을 이용한 접근성이 우수한 편이나, 시내 중심가에서는 차로 약 50분이 소요되는 거리에 떨어져 있습니다.

청양 상권에서 차로 5분 거리에는 칭다오 류팅 국제공항(青岛流亭国际机场)이 위치하고 있으며 주요 노선의 버스 정류장이 다수 위치하고 있어 대중교통을 이용한 접근성이 우수한 편입니다.

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

복합 쇼핑센터에는 대형마트(롯데마트)와 명품 아울렛(Qingdao PCD Outlet)을 비롯하여 각종 상점, 식당들이 입점해 있습니다.



사진 1-26 웨라톤 호텔(좌), 롯데마트(우)

한글로 표기된 간판을 쉽게 찾아 볼 수 있을 정도로 한인 상점들이 밀집해 있습니다.

학원, 미용실, 안경점, 이불점 등 한인을 대상으로 하는 각종 상점이 밀집해 있으며, 다양한 업태의 한식당도 영업 중입니다.

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

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

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



사진 1-27 청양(城陽) 상권 내 한식당

3.5 한식산업에 대한 이해

1) 한인사회 현황

2014년 2월 기준, 칭다오에는 약 4만 5천여 명의 한국인들이 거주하고 있는 것으로 파악됩니다.

칭다오의 한인은 주로 청양구(城阳区)의 한인타운에 거주하고 있습니다. 특히 청양구(城阳区)에 위치한 천태성(天泰城)이라는 아파트 단지에 한인들이 많이 모여 살고 있습니다.

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

칭다오의 조선족 인구는 13만 명 이상으로 추정됩니다.

그림 1 - 28 재외동포현황(2013) 출처: 조선족 단체통계, 산둥성 공안청, 한인회 통계

	구 분	칭다오시 한국교민 총수	거주자격별				
			외국국적 한국동포 (시민권자)	한국교민			계
				영주권자	체류자		
			일반		유학생		
칭다오	남	97,680	70,000	0	9,300	1,896	11,214
	여	85,641	68,000	0	7,600	1,586	9,198
	계	183,321	138,000	0	16,900	3,482	20,412

한국의 대(對) 중국 투자는 1992년 한·중 수교 이후 큰 폭으로 증가하기 시작하여, 2002년부터는 중국이 미국을 넘어선 한국의 제1위 투자대상국으로 부상했습니다.

그림 1 - 29 2011-2014년(1분기) 연도별 대(對)중 투자 추이 (건, 천 달러) 출처: 수출입은행(2014. 6.)

연도	신고건수	신규법인 수	신고금액	송금횟수	투자금액
합계	48,957	23,570	62,460,845	89,054	45,926,704
2011	2,208	829	4,772,866	3,481	3,685,839
2012	1,854	721	6,527,821	2,824	3,613,421
2013	1,875	818	4,797,117	2,623	5,097,480
2014(1Q)	406	183	806,597	534	669,448

* 2007년 9월부터 업종분류 및 건수 기준 변경. 기존의 신고건수 및 투자건수를 세분화하여 신규법인 수, 신고건수 및 투자건수로 분류. 변경 전 신고, 투자건수는 변경 후 신규 법인 수. 현재 신고건수는 공동투자, 증액투자를 포함. 투자건수는 송금건수를 의미.

* 합계는 1988~2014년(1분기) 기준

[참고] 세브란스병원, 中 칭다오 진출

연세대 세브란스 병원이 중국 칭다오(靑島) 지역에 세브란스 브랜드로 1,000병상 규모의 종합병원을 세웁니다.

정남식 연세대 의료원장은 2014년 10월 칭다오에서 장젠화 중국 하이킹그룹 회장과 칭다오 건강시티 프로젝트 지구 내 종합병원 건축에 대한 합의각서(MOA)를 체결했습니다.

하이킹그룹은 중국 민영기업 500곳 중 187위, 칭다오 민영기업 중 2위에 올라있는 회사로 중국 내 다이아몬드 가공 및 교역시장 점유율 1위를 차지하고 있습니다. 섬유, 농수산물, 기계설비, 금융투자, 부동산 개발, 실버타운 개발 등의 사업을 하며 132개의 계열사를 두고 있습니다.

세브란스는 이번 합의각서 체결로 브랜드와 의료기술, 경영·정보기술(IT) 노하우를 제공하게 됩니다. 또한 세브란스의 의료전문가 파견을 지원하고 중국 의료진 교육 및 건축설계 자문을 맡습니다. 하이킹그룹은 종합병원 설립을 위한 자본·인프라를 제공하고 의료시설 및 장비 조달, 정부 인허가 문제 해결, 마케팅·광고 등을 담당합니다.

종합병원은 건립 후 확장을 거쳐 2018년까지 3,000병상을 갖춘 매머드급 종합병원으로 완공될 예정입니다.



2) 한식당 진출 현황

한식재단과 KOTRA의 조사(2012년, 해외 한식당 현황조사)에 의하면 칭다오에 있는 한식당은 447개로 확인됩니다.

한인 밀집 거주지역인 청양(城阳)구에 약 220여 개의 한식당이 성업 중이며, 칭다오 최대 변화가인 향강중로(香港中路)가 위치한 시남구에는 약 80여 개의 한식당이 분포하고 있습니다.

최근 중국 내에서는 한국 드라마로 인한 새로운 먹거리가 유행하고 있습니다. 떡볶이, 김밥과 같은 분식류나 치킨이 한식의 새로운 대표주자입니다. 따라서 칭다오 내에도 이러한 메뉴들의 창업이 증가하고 있는 추세입니다.

현지인들이 한국 드라마로 인해 이미 익숙하게 느끼는 메뉴들이기 때문에 별다른 현지화 없이, 한국에서의 맛 그대로 진출하기에 용이합니다. 또한 같은 브랜드의 가게라면 중국에서 오픈하는 것이 비용 면에서 더 유익하다는 창업주들의 반응이 나오면서, 한국의 프랜차이즈 브랜드를 개업하는 가게들이 많아지고 있습니다.



사진 1-28 칭다오에 첫 매장을 낸 박성광치킨

[참고] 한식당 진출 현황

1. 투다리(土大力)

1994년 국내의 점포, 메뉴를 그대로 적용하여 중국으로 진출하였으나 실패하고, 이후 현지 시장에 대한 조사를 철저히 하여 2004년 재진출에 성공했습니다.

한국에서는 작은 규모의 점포, 안주 중심의 메뉴를 특징으로 하고 있지만, 중국에서는 현지인들의 선호에 맞춰 큰 규모의 점포에서 식사 중심의 메뉴를 제공하고 있습니다.

매장 위치선정에 최대한 신경을 쓰는 편이라, 회전율이 빠른 쇼핑몰, 백화점 안에 입점하고 있습니다.

단순히 점포 수를 늘리기보다 기존에 있는 점포에 지원을 많이 하는 전략으로 내실있는 성장을 하였습니다.



2. 김가네

중국인들의 한국 관광이 잦아지면서 '김가네'라는 브랜드도 자연스럽게 알려지게 됐습니다. 어느새 익숙해진 브랜드 이름을 이용하여 중국에 진출한 경우입니다. 당초 해외시장 진출 계획은 없었지만, 현지상황을 완벽하게 알고 있는 현지의 한인 파트너를 만나 성공적으로 진출할 수 있었습니다.

메뉴 구성이 일식, 중식 등으로 퓨전화되어 있기 때문에 별다른 현지화를 하지 않고도 현지인들에게 친숙하게 다가갈 수 있었습니다.

원가가 비싸더라도 소스류를 제외한 나머지 식재료는 국내산을 고집하여 고급화 전략으로 운영하고 있습니다.



II. 칭다오(Qingdao) 한식당 설립 가이드

1. 한식당 설립 실무 정보

1.1 사업자 등록 절차

- | | |
|-----------|----|
| 1) 개인 사업자 | 77 |
| 2) 법인 사업자 | 77 |

1.2 설립 주요 실무 정보

- | | |
|---------------------|-----|
| 1) 인허가 요건 및 관련 법규 | 84 |
| 2) 임대차 계약 절차 및 관행 | 86 |
| 3) 영업시설의 공통기준 | 89 |
| 4) 노동법, 고용법 관련 유의사항 | 101 |
| 5) 세무 관련 정보 | 107 |
| 6) 수입/통관 관련 정보 | 111 |

1.3 기타정보

- | | |
|-----------------------|-----|
| 1) 거주허가 비자 | 124 |
| 2) 금융 서비스 | 129 |
| 3) 지원기관 및 분야별 전문업체 정보 | 132 |

[참고] 외식창업에 대한 이해

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 충당할 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 상권에서 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 운영 되어야 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

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

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

합자 또는 합작법인을 설립할 경우 중국파트너는 반드시 법인사업자여야 합니다.

* 해당정보는 국가별 자료로 도시별 정보는 추후 '글로벌 외식 및 한식산업 정보시스템'을 통하여 업데이트될 예정입니다.

2) 법인 사업자

① 투자준비

중국 투자 목적을 명확하게 정하고, 가장 유리한 투자 방식, 투자선, 대리인, 투자지역을 선정합니다.

일반적으로 선정과정에서 계획적인 의사결정보다는 친분 관계에 의해 결정하는 경우가 적지 않는데, 일정한 기준을 정하고 대상을 평가하여 확인 후 결정하는 것이 중요합니다.

② 의향서(意向書)

투자의향서는 중국 투자에 있어 문서화되는 최초의 서류로서, 중국에서는 반드시 작성해야 하는 기본 문서입니다.

중국 측 투자선은 의향서를 통해 투자자의 투자 의사를 확인하고 투자 내용의 대강을 파악합니다. 또한 의향서는 중국의 투자인가기관으로부터 투자사업 추진을 위한 구체적 조치에 착수하는 것을 허가받는 예비 허가신청의 근거 서류가 됩니다.

의향서는 정형화된 표준양식이 있는 것은 아니며, 그 내용 또한 제한이 없습니다.

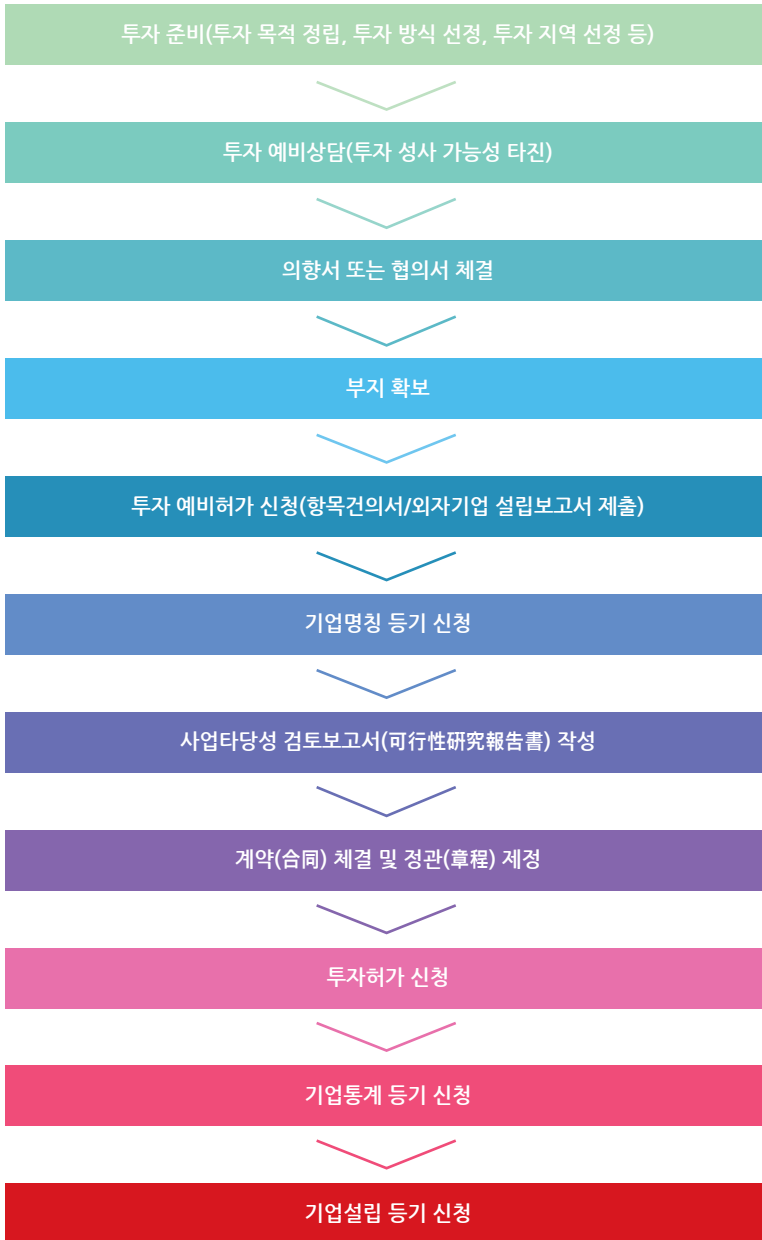


그림 II-1 청다오의 법인 설립 절차

③ 사전 검토보고서 작성

투자의향서를 작성한 이후에는 투자 예비허가 단계로 들어가게 됩니다.

중국에서 투자 예비허가는 항목입항(項目立項)이라고 하는데, 투자의향서 작성 후 중국 측 합자·합작선이 투자 프로젝트 건의서(또는 투자제안서, 중국어로는 항목건의서)를 작성합니다.

투자 프로젝트 건의서는 중국 측 합자·합작선 해당기업의 행정감독 주무부서에서 1차 심사를 거치고, 해당 주무부서가 승인하는 경우 외국인 투자허가 위임 범위에 따라 중앙정부 혹은 관할 지방정부의 투자 허가기관에 예비허가를 신청합니다.

④ 사업타당성 검토보고서(可行性研究報告書)

사업타당성 검토보고서는 중국 투자사업의 정식 허가를 위해 투자 허가 기관에 제출해야 합니다.

중국 투자허가 기관은 이 보고서를 근거로 투자사업의 투자효과를 판단하게 되므로 세심하게 작성해야 하는 중요한 서류입니다.

중국 투가허가 기관이 심사하는 주요 세 부분은 시장 조사, 기술 분석, 경영 관리 및 연구로 알려져 있습니다.

또한 투자사업의 이윤 미흡, 낮은 외환 가득액 창출 효과, 높은 차입금 사용 비율, 원자재 및 에너지 다량 사용, 과도한 공해 배출 등의 문제가 있으면 투자를 허가하지 않을 수 있으므로 주의해야 합니다.

한편 사업타당성 검토보고서는 한국 투자자가 한국에서 중국 투자 시에 제출해야 하는 사업계획서의 작성 근거도 되므로, 작성 시 필히 한국의 사업계획서상 항목들을 포함시켜야 합니다.

특히 보고서가 중국 측 합자·합작선이나 대리인에 의해 작성되더라도 그 내용은 반드시 사전에 충분히 협의·검토 과정을 거쳐야 합니다.

⑤ 계약 체결

앞 단계의 절차를 거쳐서 계약서와 회사 정관을 작성해, 다른 서류들과 함께 투자허가 신청 시 제출하게 됩니다.

실질적으로 외자기업이 중국에서 작성하는 서류 중 법적인 구속력을 갖는 서류는 계약서와 정관입니다.

중국에서는 계약을 ‘합동(合同)’이라 부르고, 계약서를 ‘합동서(合同書)’라고 합니다. 하지만 일반적으로는 합동과 합동서를 구분하지 않아 ‘합동’이라고 하면 계약과 그에 따른 계약서까지 함께 가리킵니다.

계약은 서명 당사자들에게 구속력을 발휘하는 법률 행위로서, 합자나 합작투자 쌍방이 합자 혹은 합작기업을 설립·경영하는 데에 따르는 권리와 의무의 구체적인 내용을 투자자 쌍방이 합의, 결정하여 그에 대해 서명하는 것입니다.

따라서 중국과 한국 금융기관의 허가(신고 수리)와 감독, 그리고 현지 설립 기업의 경영관리자와 투자자 쌍방 간의 분쟁 해결에 이르기까지 중국 투자의 모든 것을 규정하는 중요한 문서로서 신중을 기해 작성해야 합니다.

계약을 체결할 때 한국어와 중국어로 동일한 내용을 각각 2부씩 작성하여 투자자 쌍방이 확인 후 서명하며, 필요 시 공증을 받아 투자자 쌍방이 한국어와 중국어 계약서를 각 1부씩 가지도록 합니다.

중국 내에서 문제가 발생할 경우 별도 명시가 없는 한 중국어로 작성된 계약서가 주로 효력을 발휘하기 때문에 중국어로 작성되는 계약서가 제대로 투자계약 내용을 반영하고 있는지 점검이 필요합니다.



⑥ 정관 제정

중국에서는 회사 정관을 장정(章程)이라고 부릅니다.

중국에서 정관은 '법인 내부의 조직법이자 중요 사항의 규칙으로서 법인 구성원의 공동행위 준칙'으로 정의되고 있으며, 합작계약을 근거로 하고 계약 내용을 모체로 하여 제정합니다.

계약서가 투자 쌍방이 공동으로 제정한 문서라면, 정관은 투자 쌍방 명의로 아니라 기업 법인 명의로 제정한 것이라는 점에서 다릅니다. 계약서는 투자자 쌍방 간의 내부 문서이기 때문에 단독투자의 경우 필요가 없지만, 정관은 합자·합작·독자를 불문하고 필요한 것입니다.

⑦ 투자 허가 신청

중국 투자를 위한 의향서 작성, 투자 프로젝트 건의서 작성 등 일련의 과정을 거쳐 중국 측의 예비허가를 받고 정관이 제정되면, 비로소 투자허가 신청의 준비 작업이 일단락되었다고 할 수 있습니다.

단독투자의 경우 의향서를 작성하고, 외자기업 신청보고를 통해 중국 측의 예비허가를 얻습니다. 그리고 사업타당성 검토보고서와 정관을 제정하는 과정이 끝나면 투자허가를 정식으로 신청하게 됩니다.

따라서 지금까지의 과정은 모두 중국에서의 절차이며 이와 함께 한국에서도 해외투자 절차를 진행합니다.

⑧ 각종 등기 신청

한국과 중국의 투자 허가기관에서 각각 투자신고 수리 또는 허가를 취득하고 나면, 다음 단계로 중국 관할 지방정부의 통계국과 공상행정관리국에 각각 중국 현지 투자기업의 통계등기와 설립등기를 해야 합니다.

통계등기를 하려면 관할 지방정부 통계국에서 지정한 양식에 따라 다음을 작성하여 관할 지방정부 통계국에 보고해야 합니다.

- 주요경제지표 월간 보고표 (獨立核算工業企業主要經濟指標月報)
- 생산경영현황 월간 보고표 (外商投資企業生產經營情況月報表)
- 월간 수출통계보고표 (外商投資企業輸出商品統計月報表)
- 월간 수입통계보고표 (外商投資企業進口商品統計月報表)

그림 II-2 현지법인 설립 절차 1			출처: KOTRA
단계	필요서류	연락기관	연락처
1	기업명 사전신청 - 외국인투자기업 명칭 - 사전 신청서(투자자 서명) - 투자자신분증, 비자사본 - 위탁대리인 증명서 (위탁대리인이 대신 신청할 경우)	공상행정 관리국	+86-532-8575-3968
2	프로젝트 인허가 - 프로젝트 신청보고서 - 투자자들의 기업등록증(한국 영업허가증) - 감사필 재무제표 - 자금신용증명서, 은행의 용자의향서 - 환경영향평가 의견서 - 프로젝트 지역선정 의견서 - 프로젝트 용지 예비 허가 의견서 등 - 투자자의향서(증자, 인수인 경우의 회사 및 이사회 결의서)	국가발전 개혁위원회	+86-10-6850-2114
3	설립신청 (투자허가 신청) - 외국인투자기업 - 설립신청서(투자자 서명) - 사업타당성보고서 - 계약서(합작, 합자) - 장소임대 계약서, 재산권 증명서, 정관 - 자산증명서(은행잔고 증명서, 출자자금 증명서) - 투자자의 사업자등록 - 증명서, 신분증 사본(공증, 인증필요) - 기업대표 임명서(신분증 사본) - 이사회 명단, 감사 및 총경리 위임장 - 수입설비 명세서 - 법률문서 송달 위임장 - 기타 요구서류	대외경제 무역합자국	+86-532-8899-7561
4	통계등기 - 기업통계등기표(지정양식) - 외국인 투자기업 설립 허가서	통계국	+86-592-8591-2255
5	설립등기 - 외국인 투자기업 신청 등기표 - 외국인 투자기업 설립 - 허가서(비준 증서) (영업일 기준) - 기업명칭 예비허가 통지서, 정관 - 투자자의 사업자등록 증명서, 신분증 사본 - 기업대표 임명 서류, 신분증 사본 - 동사, 감사, 경리 임명서류 및 신분증 사본 - 회사주소 증명서(부동산 권리증, 임대차계약서 등) - 법률문서 송달 위임장 - 회사 대표 사진 2매 - 기타 요구서류	공상행정 관리국	+86-532-8575-3968
6	영업 허가증 신청 (영업 집조) - 기업 설립 등기와 동시에 진행	공상행정 관리국	+86-532-8575-3968
7	인감제작 - 투자허가부서(또는 공안국)의 소개 서신 - 인감제작신청 및 설명서(인감양식 첨부) - 영업허가증(원본, 사본) - 수권위임서 및 대리인 신분증(원본, 사본: 대리인 신청 시)	공안국	+86-532-6657-0085
8	기업번호 등기 (기업코드 신청) - 기업번호(기업코드) 신청서(대표인 서명 및 인감 날인) - 외국인투자기업 설립 허가서(비준 증서) - 영업허가증(원본, 사본) - 법정대표 신분증 사본 - 수권위임서 및 대리인 신분증 사본(대리인 신청 시) - 기타 요구서류	기술감독국	+86-532-8309-5555

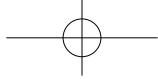
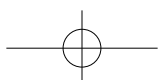


그림 II - 3 현지법인 설립 절차 2

출처: KOTRA

단계	필요서류	연락기관	연락처
9	외환등기 - 외국인투자기업 - 기본현황 등기표(외환관리국 지정 양식) - 외국인투자기업 설립 허가서(비준증서 원본, 사본) - 영업허가증(원본, 사본) - 정관(원본, 사본), 계약서(합자, 합작) - 기업번호증서 및 기타 요구 서류	외환 관리국	+86-532-8689-8415
10	은행계좌 개설 - 계좌개설 신청서 - 영업허가증(원본, 사본) - 기업번호 증서(원본, 사본) - 수탁위임서 및 대리인 신분증(원본, 사본: 대리인 신청 시) - 세무등기증, 외환등기증	은행	-
11	세무등기 - 외국인투자기업 세무 등기표(기업 인감 날인) - 영업허가증(원본, 사본) - 정관(원본, 사본), 계약서(합자, 합작) - 외국인투자기업 설립 허가서(비준증서 사본) - 기업번호 증서(원본, 사본) - 기업대표, 재무담당자, 세금담당자(회계사) - 세무국이 요구하는 기타 필요 서류	세무국	+86-532-8393-1000
12	세관등기 - 영업허가증 사본 - 세무등기증서 사본 - 은행 계좌 증명서 사본 - 기업번호(코드) 등기증 사본 - 통관업체 상황 등기표, 통관 업체관리자 상황 등기표 - 기업정관 사본	세관	+86-532-8295-5112
13	재정등기 - 외국인 투자기업 설립 허가서(비준증서 원본, 사본) - 영업허가증(원본, 사본) - 기업번호 증서(원본, 사본) - 정관 원본, 사본 혹은 계약서 원본, 사본(합자, 합작) - 사업타당성 검토보고서 및 승인서 사본 - 재무등기표	재정국	+86-532-8585-5808
14	취업 허가증 - 외국인 투자기업 설립 허가서(비준증서 사본) - 영업허가증 사본 - 외국인 고용 신청표, 외국인 이력서 - 고용 의향서, 외국인 고용 사유 - 관련 자격증서 - 건강검진서	인력자원 및 사회보장국	+86-532-8591-1281
15	거류증 - 외국인 거류신청표(지정 양식) - 신청인 여권, 비자(단기 Z비자는 취업허가증 취득 후 한국에 있는 중국 대사관(영사관)에서 처리) - 건강증명서(건강검진서) - 외국인위업증 - 주재원사진 2매 - 고용계약서(또는 임명장) 사본	공안국	+86-532-6657-0085
16	복수비자 (Z비자) - 고용주의 비자발급통지서 - 외국인 취업허가증 - 건강증명서(건강검진서) - 비자신청표, 여권, 주재원사진 2매	공안국	+86-532-6657-0085

* 해당정보는 국가별 자료로 도시별 정보는 후후 '글로벌 외식 및 한식산업 정보시스템'을 통하여 업데이트될 예정입니다.



1.2 설립 주요 실무 정보

1) 인허가 요건 및 관련 법규

① 인허가 요건

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

- 소비자에게 제공하는 식품의 품종과 수량에 상응하는 식재료의 처리·가공·저장 장소는 청결함을 유지해야 하며 유해 장소 및 오염원으로부터 일정 간격을 유지해야 합니다.
- 소비자에게 제공하는 식품의 품종과 수량에 상응하는 설비를 갖추어야 하며, 소독실·탈의실·세척실·채광·조명·통풍·냉동냉장·먼지 방지·해충 방지 및 폐수 처리시설·쓰레기 보관시설을 구비해야 합니다.
- 식품안전 관련 교육을 수료한 식품안전관리요원이 있어야 하며, 해당 영업장에 상응하는 식품안전제도가 구비되어 있어야 합니다.
- 영업장이 합리적인 구조로 배치되어 있어야 합니다.
- 식품약품감독관리국이 규정한 기타 조건을 만족해야 합니다.

② 인허가에 필요한 라이선스

공공장소 위생 허가증(公共场所卫生许可证)^[1]

2011년 5월 1일부로 ‘공공장소 위생 허가증(公共场所卫生许可证)’을 취득하지 못할 경우 식당 영업을 개시할 수 없습니다.

식당의 업주는 종업원으로 하여금 매년 건강검진을 받도록 하고 건강합격증명을 취득한 자에 한하여 고용합니다.

제출 서류: 위생허가증 신청양식, 법정 대표인 또는 책임자의 신분증, 해당 공공장소의 지리적 위치 도면 및 평면도와 위생시설 평면배치도, 해당 공공장소 위생 검사 또는 평가 보고서, 해당 공공장소 위생 관리제도 등 해당 지역을 관할하는 위생 행정부서가 요구한 기타 서류

[1] 중국에서는 식당(레스토랑)은 공공장소에 포함됩니다.

환경평가 보고(环评报告)

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

평가 대상에는 식당은 물론 해양 건설물, 도로 건설물 등 환경에 영향을 끼치는 모든 인공 조성물을 포함합니다.

환경평가 보고(环评报告)는 다음과 같은 목차로 구성되어 있습니다.

- 건설 항목 개황
- 건설 항목 주위 환경 현황
- 건설 항목이 주위 환경에 영향을 끼칠 가능성 분석
- 예측 및 평가
- 건설 항목의 환경보호 시설 및 기술
- 건설 항목이 환경에 미치는 경제적 손실 분석
- 건설 항목에 대한 환경검측 진행 건의
- 환경 영향 평가의 결론

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

③ 인허가 절차 및 구비서류

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

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

접수-서류심사-현장심사-심사-비준-발급까지 약 14일(휴일 제외)이 소요됩니다.

* 해당정보는 국가별 자료로 도시별 정보는 추후 '글로벌 외식 및 한식산업 정보시스템'을 통하여 업데이트될 예정입니다.

2) 임대차 계약 절차 및 관행

소규모의 사업을 운영하려면 일단 투자 지역을 선택한 후 점포 등 경영 장소를 정하게 됩니다.

점포 등 부동산을 임대할 때 가장 중요하게 점검해야 할 점은 바로 해당 건물에 대한 소유권의 확인입니다. 소유권에 대해서 다음 항목들을 점검해야 합니다.

첫째, 식당을 설립할 건물을 임대할 때, 반드시 영업집조(사업자등록증)가 발급될 수 있는 건물이어야 합니다.

불법 건축물이거나 주택용 건축물이라면 사업자등록증을 취득할 수 없습니다.

건물의 소유증(방산증)을 확인해 영업집조를 취득한 건물인지, 그렇지 않다면 최소한 상업용 건물인지 주택용 건물인지를 확인해야 합니다.

일부 사례의 경우, 건물주들이 비상업용 건물을 영업집조 취득이 가능한 건물이라고 속이고 외국인 임차인에게 임대하기도 합니다. 이들은 보증금과 첫 달치 임대료를 받은 후 숙인 사실을 부인하기 때문에 각별히 주의해야 합니다.



둘째, 임대계약 체결 시 임대인이 건물주인지를 확실히 알아야 합니다.

건물의 1차 임차인이 또다시 2차 임대를 하는 경우 1차 임차인의 계약기간이 얼마 남았느냐에 따라 계약기한이 제한되며, 실제 건물주의 동의 없이 2차 임대를 하는 경우 임대계약이 무효가 되는 위험이 있습니다.

실제로 광동성에서 2차 임대로 손실을 본 한국인들이 적지 않습니다. 이미 임대 계약을 완료한 후에야 건물주와 1차 임차인 사이에 소송이 진행되고 있다는 사실을 알게 돼 수백만 위안의 손실을 입은 한국인의 사례도 있습니다.

셋째, 중국 법에 따르면 외국인이 개인사업자가 될 수 없기에 외국인은 사업 점포 구매 시 중국인의 명의를 빌리는 경우가 많습니다.

이때 명의자인 중국인이 직접 그 점포에서 일하는 경우가 많은데, 사업이 번창하면 명의자가 해당 점포에 대한 소유권을 주장하거나 점포를 담보로 대출받고 잠적하는 등의 사례가 발생하기도 합니다.

따라서 중국인의 명의를 빌려 점포 혹은 공장을 구매할 때에는 신뢰할 수 있는 명의자인지 매우 신중히 판단해야 하며, 다음과 같은 사항을 반드시 점검해야 합니다.

① 이름을 빌리는 중국인(명의자)과 이면계약을 반드시 작성해야 합니다.

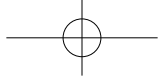
또한, 변호사 사무소를 찾아 계약서에 한국인이 중국인의 명의를 빌리며, 실질적인 투자와 경영은 한국인이 하고 그 권리와 의무도 한국인이 이행한다는 내용을 포함해야 합니다.

물론 이 계약서 자체가 법의 강제조항을 위반했기에 무효가 될 수도 있지만, 최소한 실질적인 주인이 누구인지는 증명할 수 있습니다.

② 명의자인 중국인은 되도록 근로자 혹은 책임자로 고용하지 않도록 합니다.

명의자가 명의 대여를 넘어 기업 운영 및 근로에 참여하면 업체 운영 상황에 대해 쉽게 파악할 수 있게 되고, 따라서 추후에 본인이 실질적인 주인이라고 주장하기도 쉬워지기 때문입니다.

* 해당정보는 국가별 자료로 도시별 정보는 추후 '글로벌 외식 및 한식산업 정보시스템'을 통하여 업데이트될 예정입니다.



[참고] 버블 붕괴 조짐의 中 부동산 시장

산둥(山東)성 칭다오(靑島)에서 유명 부동산 개발업자가 야반도주를 하는 등 중국 부동산 시장의 상황이 심각합니다. 일각에선 부동산 시장의 잔치는 끝났으며 거품이 곧 터질 것이란 진단도 나오고 있습니다.

칭다오 부동산업체 권리hao(君利豪)그룹의 왕리(王莉) 회장은 2014년 4월 야반도주를 했으며, 결국 권리hao 그룹은 파산했습니다.

왕리는 칭다오에서 부동산 개발사업을 벌여왔습니다. 지난 2006년에는 미국산 호화요트를 200만 달러(약 21억 원)에 매입해 화제를 모으며 ‘투hao(土豪·졸부)’로 불리기도 했습니다.

권리hao 그룹은 파산 시 확인된 부채만 해도 12억 위안(약 1,970억 원)에 달했으며, 3개 국영은행에 각각 1억 위안(약 177억 원) 이상의 대출을 받은 상태였습니다. 이 밖에도 여러 민간 금융회사와 개인들에게 많은 빚을 지고 있었습니다.

여기에 권리hao 그룹에게 돈을 받지 못한 인력회사들과 하청업체들까지 포함하면 부채 규모가 70억 위안(약 1조 1,500억 원)에 달합니다.

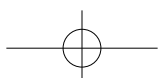
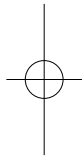
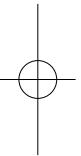
부동산 업체 사장들이 부채를 이기지 못해 잠적하는 사태는 칭다오뿐만 아니라 다른 대도시에서도 이제 흔한 일이 됐습니다. 건물을 짓기만 하면 날개 돋친 듯 분양된다는 신화는 이미 빛이 바랜 지 오래입니다.

이에 따라 중국 부동산 시장의 미래에 비관적인 견해가 확산되고 있습니다.

노무라(野村)증권은 보고서에서 “중국 부동산 시장의 조정은 이미 시작됐다”면서 “문제는 붕괴가 얼마나 심각할지의 여부”라고 강조했습니다.

부동산은 중국 경제성장의 지주입니다. 부동산이 중국 국내총생산(GDP)에서 차지하는 비중은 16%, 정부 총수입에서 차지하는 비중은 39%에 달합니다.

노무라증권의 중국 담당 수석 이코노미스트인 장즈웨이(張智威)는 “부동산 시장의 거품이 붕괴되면 중국 경제 전체가 뒤흔들릴 가능성이 매우 높다”고 우려했습니다.



3) 영업시설의 공통기준

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

식품 안전사고가 발생하거나 식품 안전문제가 있을 경우, 식품 위생과 관련된 위법행위가 발각되었을 경우, 감독관리부에 의해 상담이 필요하다고 여겨질 경우, 해당 업체의 식품안전책임자는 상담제도에 참여해야 합니다. 식품안전감독관리부가 상담업무를 진행하고, 상담 후 5일 이내에 상담 부분에 대한 개정 사항을 서면형식으로 보고받습니다.



그림 II-4 외식업 서비스 허가증(餐饮服务许可证)

① 음식위생 규정

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

식품경영자가 식품을 개별포장 및 저장할 경우 저장위치에 식품의 명칭·생산일시·보존기한·생산자 명칭·연락방법 등의 내용을 명기해야 합니다.

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

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

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

식품첨가제의 신제품과 식품관련제품 신제품을 생산/경영하기 위해서는 국무원 위생행정부서에 관련제품의 안전성 평가 자료를 제출해야 합니다.

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

생산/경영하는 식품에 약품을 첨가해서는 안 되나 전통적인 중국의학 재료이면서 식품인 물질은 첨가할 수 있습니다.

합리적인 설비배치와 공법공정을 행하고, 가공 대기식품과 직접 섭취하는 식품·원료와 완제품의 교차적 오염을 방지하며, 식품이 유독물, 불결한 물질과의 접촉하지 않도록 해야 합니다.

외식업서비스 허가를 취득한 종사자는 해당 외식업서비스 장소에서 당사자가 조리한 가공식품을 판매할 경우 식품생산과 유통허가를 취득할 필요가 없습니다.

② 외식업체와 단체 급식 배달 업체의 위생규범

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



그림 11-5 위생이 중요시 되는 외식업체

③ 위생관리 조사

가공 영업장소의 위생조건

영업장소 선정 시 오염에 노출되기 쉬운 지역은 피해야 하며, 지형이 안정적이고 배수처리 및 전기공급 시설이 구비되어 있는 곳을 선정해야 합니다.

오수 처리장, 쓰레기장 등의 오염원로부터 25m 이상의 거리를 유지해야 하며, 분진·유해기체·방사성 물질·기타 확산성 오염원의 영향 범위 밖의 지역을 선정해야 합니다.

이와 더불어 국가 발전계획과 환경보존, 소방안전 등의 조건에 부합하는 곳이어야 합니다.

건축의 구조물·구조·배치·구분·면적 등 위생조건

건축 구조물은 견고하고 내구성이 있어야 하며 보수와 청결유지에 용이해야 합니다.

식품처리구역은 식재료의 진입·식재료 처리·초벌조리·완제품 공급의 이동 경로에 따라 합리적으로 설계해야 하며, '날 것은 들고 익은 것은 내보낸다.'는 조리의 흐름에 맞게 배치해야 합니다.

완제품을 위한 통로·출구, 식재료를 위한 통로·입구, 식사 후의 식기를 위한 통로·입구는 균등하게 분리하여 배치해야 합니다.

시설 위생조건

[지면 및 배수 위생조건]

식품위생처리구역의 지면은 무독·무항무취·방수·묵은 때가 잘 쌓이지 않는 재료를 이용해 설비해야 하며 평평하고 균열이 없어야 합니다.

식기 세척, 초벌조리 등 물을 자주 이용하는 구역의 지면은 청소가 용이하고 미끄럼 방지가 되어 있어야 하며, 반드시 1.5% 이상의 배수경사와 배수시스템이 구비되어 있어야 합니다.

배수구는 경사가 있어야 하며 막힘이 없고 청소가 용이해야 합니다.

[벽면과 출입구 및 창문의 위생조건]

식품처리구역의 벽면은 무독·무항·무취에 방수가 되며 평평하고 매끄럽고, 청소가 용이한 옅은 색의 재료로 설비해야 합니다.

벽면과 벽면 사이, 벽면과 기둥 및 지면 사이, 벽면과 천장 사이에는 반드시 청소용이하고 때가 쌓이는 것을 방지하는 곡률반지름 3cm 이상의 일정한 호도가 있어야 합니다.

식기 세척 및 초벌조리 등 물을 자주 이용하여 쉽게 축축해지는 구역의 벽면에는 방수가 되고 내구성이 좋아 청소용이한 옅은 색의 자재(예: 타일, 합금자재)를 이용하여 1.5m 이상의 징두리를 설치해야 합니다.

[천장의 위생조건]

식품 가공 및 경영 장소의 천장은 청소용이하고 해충 은닉과 먼지의 축적을 방지할 수 있으며 곰팡이 및 건축자재가 벗겨져 떨어지는 등의 상황을 방지할 수 있게 설계해야 합니다.

식품처리구역의 천장은 무독하고 해충과 먼지 축적을 방지할 수 있어야 합니다.

조리구역의 천장은 지면으로부터 2.5m 이상의 높이에 있어야 하며 2.5m보다 낮을 시 환풍기를 이용하여 환기량이 JGJ64 <음식건축설계규범>의 요구에 부합해야 합니다.

[서빙 준비 공간 위생조건]

조리가 완료된 음식이 고객에게 서빙되기 이전에 음식을 장식하고 준비하는 공간이 필요합니다. 이러한 서빙 준비 공간에는 각종 도구를 세척할 수 있는 소독시설과 공기 소독시설이 구비되어 있어야 하며 온도는 25℃보다 낮아야 하고 별개로 독립된 에어컨을 설치해야 합니다.

자외선등으로 공기를 소독하는 경우 자외선등(파장 200~275nm)은 출력이 1.5W/m보다 작아서는 안 되며, 반사갯을 설치하여 세기가 70μW/cm보다 크게 유지해야 합니다.

지면으로부터 2m 이하의 거리를 유지해야 합니다. 서빙 준비 공간의 면적은 식사공간의 면적, 최대 수용가능 인원수와 상응해야 합니다.

[손 세척 및 소독 시설 위생조건]

식품처리구역 내부에는 충분한 수의 손 세척 시설이 있어야 하며, 이 시설은 종업원이 이용하기에 편리한 위치에 배치해야 합니다. 손 세척 시 이용하는 배수구에는 역류방지, 유해생물 침입, 악취를 방지할 수 있는 장치를 설치해야 합니다.

손이 아닌 발로 조종 가능하거나 움직임을 감지하는 자동 수도꼭지가 설치되어 있어야 합니다.



사진 II-1 자동 수도꼭지가 달린 손 세척 시설

[통풍배연시설 위생조건]

식품처리구역은 항시 통풍시설을 양호하게 유지해야 하며 습하고 혼탁한 공기를 신속하게 제거해야 합니다.

조리공간은 배기기계를 이용해야 하고, 유연을 유발하는 설비 위쪽에는 배기기계에 유연여과배기 장치를 부가적으로 설치해야 합니다.

대량의 수증기를 유발하는 설비 위쪽에는 배기기계를 부가적으로 설치하여 이슬이 맺히거나 김이 서리는 것을 방지해야 합니다.

배기구는 세척이 용이하고 쉽게 부식하지 않아야 하며 유해 생물의 침입을 방지할 수 있도록 그물망을 설치해야 합니다.



[화장실 위생조건]

화장실을 식품처리구역에 배치해서는 안 되며, 벽면·지면·변기 등은 방수가 되고 청소용이하여 먼지 축적을 방지할 수 있는 재료로 설비해야 합니다.

화장실 내부의 손 세척 시설은 출구 부근에 배치해야 하며 효과적인 배기장치·적절한 조명 시설과 청소용이한 방충망이 있어야 합니다. 또한 외부와 통하는 문, 창문은 밀폐가 가능해야 합니다.

화장실의 오물 배출관은 식품가공장소의 배수관과 구분하여 설계하고 악취를 방지할 수 있도록 밀봉된 화장실 오물 배출관을 구비해야 합니다.

[식기 세척소독 및 청결유지 시설 위생조건]

식기는 열에너지를 이용하여 소독해야 하며, 식기의 재질 및 사이즈 등의 이유로 이와 같은 소독이 불가능한 경우는 제외합니다.

싱크대는 스테인리스강 재질 또는 타일을 이용한 것이어야 하며 청소가 용이해야 합니다.

화학소독을 이용하는 경우 싱크대는 적어도 3개를 설치해야 하며 싱크대에 각각의 용도를 분명하게 표시해야 합니다.

자동 식기 소독설비를 이용하는 경우 설비에 온도계를 부착하고 살균소독제 자동 주입 장치를 설치해야 합니다.



[창고 위생조건]

식품과 비식품의 보관 창고는 각각 별도로 설계해야 합니다.

[급수시설 위생조건]

급수는 가공의 필요성을 보장할 수 있어야 하며 수질은 GB5749<생활음용위생표준>규정에 부합해야 합니다.

식품과 접촉하지 않는 비음용물(냉각수, 오수 혹은 폐수 등)의 파이프시스템과 음용물의 파이프시스템은 다른 색상을 이용하여 분명하게 구분해 완전히 분리하고 역류 또는 교차되어서는 안 됩니다.

[탈의실]

탈의실과 식품가공경영장소는 모두 한 건물에 있어야 하나 별도의 독립적인 공간으로 떨어져 있어야 하며, 탈의실 내부에 손을 세척할 수 있는 설비가 구비되어 있어야 합니다.

[채광조명 시설 위생조건]

식품가공경영장소는 자연채광 또는 인공조명이 충분해야 합니다. 식품처리구역의 조명은 2,201ux보다 낮으면 안되고, 기타 장소는 1,101ux보다 낮아서는 안 됩니다.

조명은 음식의 천연 색상에 변화를 주면 안 됩니다.

[폐기물 임시보관 시설 위생조건]

식품처리구역 내에서 폐기물 또는 쓰레기가 생기는 곳에는 모두 폐기물 보관용기를 두어야 합니다.

폐기물 보관용기는 덮개가 있어야 하며 견고하고 악취 및 오물이 흘러 넘치는 것을 방지할 수 있어야 합니다.

④ 설비 및 도구 위생조건

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

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



⑤ 가공 및 조작 규정의 제정과 시행

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



⑥ 조리가공 위생조건

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

⑦ 서빙 위생조건

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

⑧ 위생관리기구와 인원의 요건 (종업원)

영업장 내에는 위생 관리원이 있어야 하며, 특히 식품가공장소의 면적이 1,500㎡ 이상인 음식점, 레스토랑 식당은 전임 식품위생관리원을 두어야 합니다.

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

식품위생관리원은 고졸 이상으로 식품 위생관리 경험이 있고 식품위생관리원 연수를 수료한 후에 시험에 합격해야 하며 각종 건강합격증명서를 지니고 있어야 합니다.

전임 식품위생관리원의 주요 업무는 사내에서 종업원을 대상으로 식품위생 연수를 진행하고 사내의 위생관리 체도를 만들며 그것을 실시·감독·관리하는 것입니다. 또한 종업원의 위생 관리 파일 정비, 행정 위생 부문과의 정보 교류 등을 책임져야 합니다.

⑨ 식재료 구매 위생조건

중독 등 중대한 사고가 발생한 경우 영업정지가 될 수도 있습니다. 음식조리에 사용하는 원재료, 식품, 음료, 알코올 등의 조달에 있어서는 '식품위생법'에 따라 식재료의 공급자에게 제품합격증명(검험합격증 또는 화학분석표)을 제출하라고 요구해야 합니다.

음식점은 품질보증기한이 지나거나 부패, 변질된 식재료 등 위생기준에 미달하는 식재료, 식품을 사용해서는 안 됩니다. 또한 냉채는 전문적으로 다루는 전임자가 지정되어 전용 조리실과 도구, 전용 소독설비, 냉장서랍을 사용해 가공해야 합니다.

⑩ 종업원 관리

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

⑪ 종업원 개인 위생조건

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

⑫ 종업원 작업복 관리

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



⑬ 옥외광고물 설치

설치하고자 하는 옥외광고물은 도시의 전체적인 개발계획에 부합해야 하며, 해당 도시의 풍경을 해쳐서는 안 됩니다. 또한 해당 구역의 환경 및 도시건설 발전과 조화를 이뤄야 합니다.

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

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



⑭ 메뉴 가격 표시

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

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

종업원은 팁을 따로 요구해서는 안 되며, 이를 가격표 또는 메뉴에 명시하고 소비자에게 사전 고지해야 합니다.

패스트푸드 이외의 외식업은 소비자에게 입출금 명세서를 발급해줘야 합니다.

⑮ 소방안전 관련 규정

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



그러므로 건물에 입주하기 전에 미리 건물의 소방허가 취득 여부를 잘 알아보아야 합니다. 건물 전체에 대해 소방허가가 나지 않은 건물의 경우, 그곳에서는 사업을 영위할 수 없기 때문입니다. 많은 한국인들이 소방허가를 받지 않은 건물을 임대했다가 낭패를 보거나, 본인 임의로 장치를 한 후 다시 소방허가를 받으려고 했다가 불허돼, 장치를 전부 폐기하는 사례가 종종 발생하곤 합니다.

소방안전 검사를 신청하기 위해서는 다음과 같은 서류를 지참해야 합니다.

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

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

* 해당정보는 국가별 자료로 도시별 정보는 추후 '글로벌 외식 및 한식산업 정보시스템'을 통하여 업데이트될 예정입니다.

4) 노동법, 고용법 관련 유의사항

① 인력 채용 및 관리 시 유의사항

비중국 국적인을 고용하는 경우

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

외국인 고용 계약기간은 5년을 초과하지 못하며 고용기간을 연장할 경우에는 기한 만료 전 30일 내에 노동행정부문에 연장을 신청해야 합니다.

외국인을 고용하고자 하는 기업은 그 외국인을 대신해 취업허가증을 신청하여 취득해야 합니다. 외국인이 종사하는 업무가 특수하여 중국에 적격자가 없고, 국가 관련 규정에 위반되지 않는 경우에 한하여 가능합니다.

외국인은 다음 조건을 모두 갖추어야 중국에서 취업이 가능합니다.

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

다음 조건 중 하나에 부합하는 외국인은 취업허가증 취득을 면제합니다.

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

기타 유의사항

중국 정부는 외국투자기업이 중국노동법상의 근로규정을 위반할 경우 이를 고발하는 사람에게 벌금의 일정 비율을 상금으로 지급하여 근로규정을 위반하는 기업에 대한 감시를 강화하고 있습니다.

외국투자기업 노동관리규정(外商投资企业劳动管理办法)을 위반하여 종업원을 모집했을 경우, 월 평균임금의 5~10배에 해당하는 벌금을 납부해야 하며 종업원 방출 명령을 받을 수 있습니다.

외국투자기업이 종업원을 모집할 때에는 중국 내에서 중국종업원을 모집해야 하며, 외국인 및 대만, 홍콩, 마카오 지역의 종업원을 채용할 때에는 현지 노동행정 부서의 동의를 받은 후에 가능합니다.

근로계약은 기업과 개인이 직접 또는 기업과 노동조합이 단체계약 형식으로 체결하며, 계약체결 후 1개월 내에 해당지역 노동부문에 보고해야 합니다. 노동행정부서가 접수일로부터 15일 내에 이의를 제기하지 않으면 효력이 발생합니다.

근로계약은 임금, 근로시간과 휴가, 보험, 복지 등의 사항을 포함하여야 합니다.

근로계약이 만기되었거나 쌍방이 약정한 종결요건이 발생했을 때에는 근로계약이 종결되며, 쌍방이 동의하면 근로계약을 새로 체결할 수 있습니다.

근로계약을 변경할 때에는 쌍방의 협상, 동의를 거쳐야 하고 변경수속을 밟아야 합니다.



② 인건비 및 복리후생

급여

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

임금이 합의된 경우에 합의내용을 7일 내에 노동부문에 보고하여 심사를 받아야 하며, 합의서 접수 후 15일 안에 이견이 없을 경우 효력이 발생합니다.

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

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

근무시간

중국은 주 5일 근무제를 1995년에 제도화하였으며, 실질적으로는 1997년부터 시행했습니다.

근로시간은 법으로 규정되어 지역별로 차이가 없이 대동소이합니다.

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

시간외 근무는 1일 3시간, 월 36시간을 초과할 수 없습니다.

- 평일의 시간외 근무수당: 통상임금의 150% 지급
- 휴일근무 시간외 근무수당: 통상임금의 200% 지급 (대체휴가 없음)
- 법정공휴일근무 시간외 근무수당: 통상임금의 300% 지급
- 만약 고용인이 이 규정을 어길 경우 규정에 따라 미납분을 피고용인에게 주어야 하며 벌금으로 미납금의 25%를 더 지불해야 함

피고용인의 수습기간은 최장 6개월을 초과할 수 없습니다.

최저임금

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

2004년 3월에는 최저임금 규정(最低工资规定)이 제정됐습니다. 규정은 최저임금 기준을 2년에 1회 검토하여 인상하는 것으로 정하고 있습니다.

그림 II - 6 중국 성별 최저임금표준비교 (2013년 1월 기준) 출처: 중국경영망(中国经营网)

순위	월 최저임금 수준 (위안)		시간당 최저임금 수준 (위안)	
1	선전	1,500	베이징	15.2
2	저장	1,470	신장	13.4
3	상하이	1,450	선전	13.3
4	베이징	1,400	톈진	13.1
5	신장	1,340	산둥	13.0
6	짱수	1,320	허베이	13.0
7	허베이	1,320	푸젠	12.7
8	톈진	1,310	상하이	12.5
9	산둥	1,240	산시	12.3
10	푸젠	1,200	저장	12.0
11	네이멍구	1,200	장쑤	11.5
12	후난	1,160	후난	11.5
13	헤이룽장	1,160	산시	11.5
14	산시	1,150	쓰촨	11.0
15	산시	1,125	닝샤	11.0

사회보장

양로보험

한국의 국민연금에 해당하는 강제보험입니다.

임금총액의 약 25%~30% 요율로 회사 측이 약 20%~25%를 부담하며, 나머지 5%는 근로자가 자신의 급여에서 원천 공제하는 방법으로 부담합니다.

양로보험금의 수납, 관리는 각 지방에서 지정한 보험공사에서 합니다. 중국의 양로보험은 각 지방의 재정에 따라 조금씩 그 적용 요율에 차이가 있습니다.

본래 양로보험금은 정규직에게만 적용되었으나, 최근에는 임시직을 포함한 모든 근로자에게 포괄적으로 적용합니다.

실업보험

강제보험으로, 정액 또는 정률로 계산된 보험료를 회사 측과 근로자가 분담해 납부하며 임금 총액의 약 3%를 차지합니다.

수납기관은 양로보험과 동일하며 노동관에서 인정하는 실업 상태의 근로자가 수혜를 받을 수 있습니다.

공상보험

한국의 산재보험에 해당하며 업종에 따라서 임금총액의 0.2%~0.8% 요율을 적용하는 강제보험입니다.

의료보험

의료보험요율은 급여총액의 최고 10% 정도이며 회사 측과 근로자가 일정비율로 부담합니다.

해고 및 퇴직 규정

노동계약 해지 가능

- 수습기간 중에 채용조건에 부합하지 않는 것이 증명된 경우
- 고용기업의 규정 및 제도를 심각하게 위반한 경우
- 직무상의 중대한 과실, 사리(私利)추구와 부정행위로 고용인에게 중대한 손해를 끼친 경우
- 피고용인이 동시에 다른 고용인과 노동관계를 맺음에 따라 본 고용인의 작업임무 완수에 심각한 영향을 미치거나 또는 고용인이 지적해도 시정을 거부하는 경우
- 본법 제 26조 제 1항 제 1호에 규정된 상황에 의거, 노동계약이 무효가 되는 경우
- 법에 의거 형사책임을 추궁 받는 경우

노동계약 해지 불가

- 작업에 종사하는 피고용인이 직업병에 걸렸음에도 이직 전에 건강검진을 받지 않았거나, 또는 유사 직업병 환자로 진단 또는 의학관찰 기간 중인 자
- 고용기간 중 직업병을 앓거나 또는 산업재해로 인해 노동 능력을 상실, 일부 상실한 것이 확인된 경우
- 질병 또는 비업무상 부상으로 규정된 치료기간 내에 있는 경우
- 여성 피고용인이 임신기, 출산기, 수유기인 경우
- 연속 근무기간이 만 15년 이상이고 법정 퇴직연령까지 5년 미만의 기간이 남아있는 경우
- 법률, 행정 법규에 규정되어 있는 기타 상황

피고용인의 해고조치는 개인의 신상에 관련된 매우 민감한 문제입니다.

고용인은 노동계약서에 피고용인의 해고에 대한 조항을 명시해 놓았다 하더라도 피고용인을 해고할 때는 사전에 해당 피고용인에게 반드시 서면으로 통보해야 하고, 만약 노동조합(工會)이 있다면 노동조합에도 서면으로 통보하여 동의를 구하는 것이 바람직합니다.

직원채용 등기제도를 실시하는 지역에서는 최종적으로 소재지 관할 지방정부의 노동국 또는 노동인사국에 해고조치 사실을 보고해야 합니다.

외국기업의 해고조치에 대해 해당 피고용인이 불복할 경우 피고용인은 소재지 관할 지방정부 노동중재위원회에 대해 중재를 요청할 수 있고, 관할 인민법원에 소송을 제기할 수 있습니다.

* 해당정보는 국가별 자료로 도시별 정보는 추후 '글로벌 외식 및 한식산업 정보시스템'을 통하여 업데이트될 예정입니다.

5) 세무 관련 정보

① 사업형태에 따른 세금유형

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

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

② 세무등기

세무등기 제도란 세법에 따라 납세자가 설립(영업집조 수령 후 30일 이내)·변경·종료 시에 소재지 세무기관에 등기를 하고 이를 근거로 세무기관은 납세자에 대해 세무관리를 하는 것을 말합니다.

중국에서 회사를 설립하는 경우 약 45일 이내에 비준증서, 영업집조, 도장, 기업코드번호증서(组织机构代码证) 등을 수령하여 다음의 절차를 따릅니다.

- 소재지 세무기관에서 세무등기증 발급
- 3일 내에 지방세무국과 담당자에게 통지를 하여 온라인에서 세무신고(지방세: 매월)를 할 수 있는 비밀번호 발급
- 출자금이 납입된 후에 국가세무국과 담당자에게 통지를 하여 온라인상에서 세무신고(국세: 분기별)할 수 있는 비밀번호 발급

필요 서류

- 영업집조 복사본, 기업코드번호증서 복사본, 비준증서 복사본
- 회사 정관 복사본(합자, 합작기업일 경우 계약서 사본 포함)
- 임대차계약서
- 법인대표 여권사본
- 세무등기표(비치양식에 한함)
- 기타 요구 서류

③ 세금계산서의 구매, 발행, 취득

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

일반 납세자가 증치세(부가가치세)전용 세금계산서를 구매하는 경우

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



그림 II-8 세금계산서(稅單)

소규모 납세자가 일반 세금계산서를 구매하는 경우

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

④ 기업소득세(企业所得稅)

기업 및 기타 소득을 취득한 조직은 기업소득세의 납세자로 규정에 근거하여 기업소득세(법인세)를 납부해야 합니다.

그림 II - 9 기업 소득세율		출처: KOTRA
적용 세율	적용 기준	
25%	보통 세율	
20%	소규모 기업	
15%	국가가 중점적으로 육성하고 있는 하이테크놀로지 기업 (특별 세율)	

⑤ 영업세(營業稅)

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

영업세와 증치세는 과세 대상을 분류하고 있기 때문에 하나의 행위에 대해 영업세, 증치세 양자가 동시에 과세되는 경우는 없습니다.

영업세 면제 대상

- 월 영업액 200~800위안(약 3만 5천~14만 원) 이하
- 유치원, 탁아소 등의 부양 및 양육 서비스, 혼인 소개, 장례 서비스
- 교육 서비스

업종별 영업세율

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

⑥ 방산세(房产税)

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

⑦ 증치세(增值稅)

증치세(增值稅)란 중국의 주요 간접세로 한국의 부가가치세 개념에 해당합니다.

증치세는 기본적으로 최종 소비자가 부담하는 세금이라는 것이 특징입니다. 중국의 증치세 징수 방법은 한국과 마찬가지로 거래 징수 방식을 채택하고 있습니다.

즉 과세대상인 재화를 공급하는 사업자나 기업체가 납세의무자가 되는데, 실제 증치세를 징수하는 방식은 그 재화를 생산하기 위하여 원자재 등을 매입할 때 거래 상대방에게 증치세(매입증치세)를 지급하고 매입하거나, 생산한 재화를 판매할 때 그 재화의 매입자로부터 증치세(매출증치세)를 징수하여 과세 기간 동안의 매출 증치세와 매입증치세의 차액을 세무국에 납부하는 방식을 취하고 있습니다.

중국의 증치세율은 일반 세율이 17%로 한국의 10%보다 매우 높습니다.

그림 II - 10 증치세의 세율		출처: KOTRA
증치세율	품목	
17%	기본 세율	
13%	식량, 식용식물유, 스팀, 냉기, 가스, 석유액화가스, 천연가스, 메탄가스, 소비자용 석탄 제품, 도서, 신문, 잡지, 사료, 화학비료, 농약, 농업기기, 국무원이 정한 기타 재화	
0%	재화 수출	

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

일반 납세자는 매입세액을 공제받을 수 있으나, 소규모 납세자는 매입세액을 공제받지 못합니다.

즉 일반납세자의 경우 기납부한 매입세액을 공제받은 후의 잔액이 납부할 증치세액이 되나, 소규모 납세자에게는 해당 사항이 없습니다.

* 해당정보는 국가별 자료로 도시별 정보는 추후 '글로벌 외식 및 한식산업 정보시스템'을 통하여 업데이트될 예정입니다.

6) 수입/통관 관련 정보

① 공급자의 선정

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

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

식품을 공급받기 이전에 반드시 공급자의 허가증과 식품합격증명 문건을 확인해야 합니다.

② 수송

식품 운송 전문 차량만을 이용하여 식품을 운송해야 하며, 운송 차량 내의 식품용기는 청결해야 합니다.

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

식품을 운송 차량에 실은 이후에는, 잠금장치가 있는 경우를 제외하고 담당자가 차량을 비워서는 안 됩니다.

운송하는 과정에서 먼지와 곤충을 예방하고 오염되는 것을 방지하며 직사광선을 피해야 합니다.

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

식품 운송 이전에 반드시 식품품질검사를 실시해야 하며 식품의 라벨과 로트번호, 화물이 모두 부합하는 경우에만 운송 가능합니다.

운송 증빙서류의 모든 항목에 상응하는 내용을 정확하게 기재해야 합니다.

③ 추적성

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

항상 공급자에게 영수증 등과 같은 식재료 공급 증빙서류를 요구해야 하며 구매기록을 해야 합니다.

식재료 수송 이전에 식재료 상의 라벨과 로트번호 등의 증빙서류 확인도 필요하며 서면 기록을 남겨 만일의 경우를 대비합니다.

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

식품의 수입과 판매기록은 당연히 사실만을 기록해야 하며 보존기한은 2년 이상입니다.

④ 상품의 판매 중단 및 리콜

〈찬음업과 집단용 식품배송 단위 위생규범〉에 따라 중국 정부는 육류에 대한 병리검사, 그 외의 식품에 대한 농약 및 위생검사를 의무화하고 있고, 각 지방 정부의 식품약품 감독관리국은 식재료를 제공하는 식품 제조업체와 공급자를 검사합니다.

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

〈중화인민공화국식품안전법〉 제53조에 따르면 식품경영자는 취급하는 식품이 식품안전표준에 부합하지 않음을 발견한 경우 즉시 경영활동을 중지하고 관련자와 소비자에게 통지해야 하며 아울러 경영활동의 경지상태와 통지상황을 기록해두어야 합니다.

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

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

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

1급 리콜

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

2급 리콜

- 식원성(食源性) 질병 등 인체에 위해를 가하나 그 위해의 정도와 유통 범위가 비교적 작아 사회에 미칠 영향이 작은 불안정한 식품의 리콜
- 2일 이내에 판매자에게 알려 판매를 중단하고 소비자에게 알려 소비를 중단시켜야 함
- 5일 이내에 해당 도시의 질량감독부를 통해 성급 질량감독부에 리콜 계획을 제출해야 함

3급 리콜

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



사진 II - 2 2014년 리콜당한 하인즈(Heinz)의 영유아 이유보충식

⑤ 식재료 수입 관련 절차

중국 정부는 2011년 9월부터 수입식품에 대한 중국어 라벨 부착 여부를 집중적으로 단속해 제품을 압수하거나 벌금 행정처분을 내리는 등 수입식품에 대한 관리감독을 강화했습니다.

〈수출입식품 안전관리방법〉에 따르면 식품을 수입하려는 상인이나 그 대리인은 다음과 같은 서류를 구비해야 합니다.

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

〈중화인민공화국식품안전법〉에 따르면 수입하는 예비포장식품은 중국어 표시 및 중국어 설명서가 있어야 합니다.

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

⑥ 수입허가신청 절차

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

국무원 위생행정부서는 〈식품안전법〉 제44조의 규정에 의거하여 허가 여부를 결정하며, 아울러 적시에 상응하는 식품안전국가표준을 제정합니다.

입국 동식물 검역 허가수속이 필요한 수입식품은 〈중화인민공화국 입국 동식물 검역허가증〉을 취득해야 수입 가능합니다.

㉞ 검역

<수출입식품 안전관리방법>에 따르면 식품을 수입하는 상인 또는 대리인은 다음의 서류를 구비하여 세관 신고한 지역의 검험검역기구에 검역 신고를 해야 합니다.

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

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

통상적으로 검험검역 절차는 세관신고 자격을 구비하고 있는 대행업체나 세관신고 인원에게 위임하여 진행합니다.

㉟ 통관심사

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

세관통관 시 필요한 서류로는 수출입물품 세관신고서, 송장, 무역계약서, 포장리스트, B/L, 적하목록, 세관신고대행 권한위임장, 수출입 관련 허가증서 등이 있습니다.

일반적으로 통관절차는 세관신고 자격을 구비하고 있는 대행업체나 세관신고 인원에게 위임하여 진행되기 때문에, 향후 구체적인 수입지역을 정한 후에 문의하는 것이 바람직합니다.



사진 II-3 중국 출입국검사 검역기구

* 해당정보는 국가별 자료로 도시별 정보는 추후 '글로벌 외식 및 한식산업 정보시스템'을 통하여 업데이트될 예정입니다.

[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.

한식당 업태별 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(홀직원 인건비, 지급임차료, 수도광열비, 신용카드 수수료 등), 영업외 비용(지금 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.

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, 파트타임 인건비, 각종 수수료, 수도광열비)로 구분

④ 추정 손익계산서 사례

항목별 작성 방법에 따라 추정 손익계산서를 작성한 사례는 아래와 같습니다.

그림 II-12 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 $\text{순이익} = \text{매출액} - \text{총비용}$

손익분기점이란 ‘순이익 = 0’이 되는 기점이므로

② $\text{매출액} = \text{총비용}$

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

③ $\text{매출 수량} \times \text{단위당 가격} = \text{변동비} + \text{고정비}$

다시 변동비는 단위당 변동비에 매출 수량을 곱하여 구할 수 있으므로

④ $\text{매출 수량} \times \text{단위당 가격} = (\text{단위당 변동비} \times \text{매출 수량}) + \text{고정비}$

위 식을 매출 수량 기준으로 다시 정리하면 다음과 같습니다.

⑤ $\text{매출 수량} \times (\text{단위당 가격} - \text{단위당 변동비}) = \text{고정비}$

⑥ $\text{매출 수량} = \text{고정비} / (\text{단위당 가격} - \text{단위당 변동비})$

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

⑦ $\text{손익분기 매출 수량} = \text{고정비} / \text{단위당 공헌이익}$

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 순현재가법을 계산해내기 쉽지는 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 - 13 사업타당성 판단 기준 예시		출처: 김영갑 외, 『외식창업론』, 2011
사업성 판단 기준	투자수익률/월 ^[1]	투자비 회수기간
매우 양호	4% 이상	2년 이내
양 호	3% 이상	3년 이내
보 통	2% 이상	4년 이내
불 량	2% 미만	4년 이상

투자수익률은 순이익(매출-비용)을 투자금액으로 나누어 산출되는 결과치로, 1억원을 투자하여 월 순이익 400만원을 달성하면 월 투자수익률은 4%가 됩니다.^[2] 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.^[3]

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 간소화된 월 투자수익률법이나 회수기간법을 활용하는 것이 효율적입니다.

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

한국 국민이 중국으로 입국할 때에는 목적에 따라 아래와 같은 비자를 발급받을 수 있습니다.

- X 비자: 중국 내에서 단기(단, 6개월 이상)-장기언어연수 및 학업 목적
- L 비자: 여행 목적(단수 30일 혹은 90일 또는 복수 30일)
- F 비자: 중국의 기업이나 단체로부터 초청받아 방문하는 목적
- Z 비자: 지사, 자회사, 주재사무소 등에 파견근무 목적
- D 비자: 중국 내 정착하여 장기거주 목적
- J 비자: 신문·방송사 등 각 언론매체에서 파견근무 목적

② 단기 체류

방문(F), 관광(L), 통과(G), 승무원(C), 일시 취재(J-2) 등 중국에서 단기간(6개월 미만) 체류할 수 있는 비자를 소지한 경우, 거류증 수속은 필요 없으나 비자상에 명시된 기한 내에만 체류할 수 있습니다.

단수 비자를 복수 비자로 잘못 알거나 입국허용 기한을 체류가능 기간으로 혼동하여 벌금을 내는 경우가 많으므로 유의해야 합니다.

중국 비자에는 입국허용 기한과 체류가능 기간이 명시되어 있어 비자소지자는 입국허용 기한 내에 입국하여 체류가능 기간 동안만 체류할 수 있습니다. 복수 비자를 소지한 경우에도 입국 후 체류가능 기간 동안만 체류할 수 있습니다.

체류 중 비자기한이 만료되어 비자를 연장해야 할 경우, 체류지 관할 공안국에서 비자 연장 수속을 해야 합니다.

③ 장기체류

유학(X), 취업(Z), 취재(J-1), 정착거주(D) 등 장기비자 소지자는 입국 후 30일 이내에 체류지 관할 공안국에 신고해야 합니다.

거주 지역에서 타 지역으로 이주할 때에는 전입 지역 공안국의 전입증명 허가를 받아 전출 지역 공안국에 이주 등기수속(여권 및 거류증 제시)을 해야 하며, 전입 지역 도착 10일 이내에 동 지역 공안국에 전입 등기수속을 해야 합니다.

중국에 체류하는 외국인인 공안의 요청이 있을 경우 여권을 제시할 의무를 가지고 있으나, 공안을 포함해 어떤 개인 또는 기관도 여권을 압수할 수는 없습니다.

중화인민공화국 외국인취업허가증 발급신청

관할지의 인력자원과 사회보장 행정부처에 이하 서류를 제출하고 ‘중화인민공화국 외국인취업허가증서(外國人就業許可證)’ 발급을 신청합니다.

- 외국인의 고용취직신고서
- 부임예정자(이하 본인이라 칭함)의 이력서 및 관련 증명서류
- 동 기업과 본인의 고용의향서
- 외국인을 고용하는 이유설명서, 본인의 자격증명서
- 법률 및 법규가 규정한 기타 서류(기업의 영업허가증, 정관 등)
- (지역에 따라) 건강증명서

외국인취업허가증은 신청일부터 수령까지 5~15일이 소요되며, 외국인취업허가증서는 발급일부터 발효하여 유효기간은 6개월입니다.

최근 취업허가 신청자 본인의 나이가 60세를 초과할 경우, 부총경리(副總經理) 이상의 직급 또는 특별기능을 소유하고 있는 자 이외에는 허가되지 않은 사례가 있기 때문에 유의가 필요합니다.

비자발급허가통지서 신청

현지 기업은 외국인취업허가증서를 수령한 후, 해당 지역의 대외경제무역부서 등에 비자발행허가통지를 신청합니다.

현지기업은 취득한 비자발행허가통지서 및 외국인취업허가증명서 원본을 파견기업에 송부해야 합니다.

신청자는 다음과 같은 절차를 밟습니다.

- 중국에 입국한 후 15일 내에 허가증에 기초하여 현지 기업과 노동계약서를 타결하고 관할지의 인력 자원과 사회보장 행정부처에 ‘외국인 취업증’ 발급을 신청
- 신청서류는 외국인취업허가증, 여권, 건강진단서, 고용계약서 사본, 외국인 취업등록증, 사진 등이 필요
- 건강검진은 중국에 입국한 후 관련 부처가 지정한 병원에서 발급

외국인 거주증명서의 신청

취업증을 취득한 후, 중국 입국 30일 이내에 기업소재지의 공안기관에 '외국인 거주증명서'를 신청합니다.

제출 서류는 여권, 건강진단서, 외국인 취업증, 사진, 중국기업의 영업허가증, 외국인 거주신청서(거주증 발급은 업무일 기준으로 15일 소요됨) 등입니다.

유의점

위에서 언급한 바와 같이 현지 취직을 위해서는 여권, 취업증명서, 외국인거주증명서의 취득이 필요합니다.

여러 신청 절차에 필요한 서류도 많고 상당한 시일이 소요되므로, 현지 기업과 파견기업 및 직원은 관할지로부터 필요한 정보를 수집하고 적절하게 신청절차를 밟는 것이 효율적입니다.

과거에는 비자 없이 혹은 F비자로 중국에 입국한 후 Z비자로 변경할 수 있었지만, 새로운 중국 출입국관리법이 시행되면서 취업비자를 신청하는 것이 필수가 되었습니다.

비자 연장

2013년 7월 1일부로 비자 연장에 관한 법이 개정되었습니다. 구체적인 개정 사항은 아래와 같습니다.

그림 II - 15 비자 연장 관련 개정 사항		출처: KOTRA
구분	개정전	개정안
체류비자연장 (F비자, L비자)	만료일 이전 연장 신청 가능	만료 7일 전 연장 신청 필요
거류비자연장 (Z비자, X비자, 가족동반비자)	만료일 이전 연장 신청 가능	만료 30일 전 연장 신청 필요

불법체류에 대한 행정처벌

외국인이 불법출입국, 불법체류, 여행규정 위반, 출입국 관련서류 위·변조 등의 불법행위를 한 경우 중국 공안당국은 외국인 출입국관리 법규 및 치안관리 처벌조례에 따라 경고, 벌금, 구류, 기한 내 출국, 강제추방 등의 행정처벌을 가할 수 있습니다.

벌금, 구류 등의 처분을 받은 외국인이 해당 처분에 불복할 경우 처분 통보일로부터 15일 이내에 상급 공안기관에 재심을 요청할 수 있으며, 상급 공안기관의 결정에 불복할 경우 결정일로부터 5일 이내에 법원에 제소할 수 있습니다. 경고, 기한 내 출국, 강제추방 등의 처분을 받은 경우 재심을 청구할 수 없습니다.

2013년 7월 1일부터 새로 시행된 '중화인민공화국출입경관리법(中華人民共和國出入境管理法)' 제78조에 따르면 불법 체류한 외국인은 처음에는 경고가 주어지지만, 사안이 심각한 경우 비자 유효기간이 지난 날로부터 1일당 5백 위안(약 9만 원), 최고 1만 위안(약 180만 원) 이내의 벌금을 부과하거나 5~15일의 구류에 처합니다.



* 해당정보는 국가별 자료로 도시별 정보는 추후 '글로벌 외식 및 한식산업 정보시스템'을 통하여 업데이트될 예정입니다.

2) 금융 서비스

① 중국에서의 대출

중국에서의 대출은 외채 대출, 국내외화 대출, 국내위안화 대출로 구별됩니다.

‘외채관리잠행방법(外債管理暫行弁法)’ 제2조에 따르면 외채 대출이란 중국 내 기업이 중국 비주민에 대해 부담해야 하는 외국 화폐로 표시된 채무를 말하며, 차입 전에는 반드시 외환관리국에 등기해야 합니다.

국내외화 대출은 중국에 소재한 은행이 중국 내 법인에 대출해주는 것을 뜻합니다.

2004년 6월 26일을 기준으로 외국계 은행이 취급하는 외화 대출도 국내외화 대출로 간주되어 외채 등기가 불필요합니다.

② 대출 방법

중국에서 대출을 받으려면 통상적으로 그에 대응하는 담보를 제공해야 하는데, 현지의 부동산을 담보로 활용할 수 있습니다.

일반적으로 담보만 제공하면 대출이 가능할 것으로 생각하기 쉬우나, 은행은 기업의 신용 상태와 수익 전망 등을 감안하여 대출 여부를 결정합니다.

은행에서 기업이 요건을 충족한다고 판단하면, 은행업 감독 관리위원회의 상업은행 내부 리스크 관리 지침에 따른 각 은행 자체의 대출 심사 기준에 의해 대개 감정가액의 50~70% 이내에서 대출을 해줍니다.



다음은 본사의 보증, Stand-by L/C 개설 등을 활용하는 방법입니다.

본사 보증의 경우 본사의 보증 한도에 여유가 있어야 합니다. 설비를 증설하는 등 시설 자금을 위한 대출이라면, 본사의 보증만으로도 대출을 받을 수 있습니다. 더 나아가 신용도가 우수한 기업이라면 본사가 먼저 보증을 서고, 나중에 현지 담보를 조건으로 대출을 해줍니다.

세 번째로 수출입 금융을 활용하여 대출받는 방법이 있습니다.

사전에 은행으로부터 수출입 금융 여신 한도를 부여 받은 후, 그 한도 내에서 수출 환어음을 매입하거나, L/C를 개설했을 경우 대출받는 방법입니다.

이외에도 매출대금으로 받은 은행 인수어음을 할인하는 방법으로 저리의 자금을 확보할 수 있습니다.

참고로 해외 부동산 취득은 국내 송금액 기준 미화 100만 달러(약 11억 원) 이내인 경우에 가능합니다. 예를 들어, 취득가액이 미화 200만 달러(약 22억 원)인 주택의 경우 국내 송금 100만 달러(약 11억 원)와 현지 대출 100만 달러(약 11억 원)로 매입이 가능합니다.

대출 서류를 모두 제출하면 대출까지 1~4주 정도 소요되며, 은행에 따라 승인 기간이 더 길어질 수도 있습니다.

구분	한국계 은행	중국계 은행
신용대출	- 대기업인 경우 일부 신용부 가능 - 중소기업은 대부모회사 보증부로 취급	- 일부 한국계 대기업에 Global Credit Line, 본사 보증부, 현지 신용부 여신 제공 - 일반 중소기업의 현지 법인에 대해서는 신용대출 취급이 거의 없음.
담보대출	실적이 우수하거나 우수매출처를 확보한 기업에 대해 선별적으로 제공	

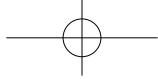


그림 II - 17 대출 시 필요서류

출처: KOTRA

공동서류	기타 서류
<ul style="list-style-type: none"> • 차입신청서(대출금액, 자금용도, 기간 등 기입) • 영업허가증, 투자허가증서, 정관 • 최근 자산검사(驗資)보고서 • 대출카드(인민은행 발급) • 기업 번호증(代碼證) • 이사회 구성원 명단 및 이력서 • 차입에 대한 이사회 결의서 • 과거 회계감사 보고서 • 당해 연도 최근 월 B/S, I/S • 신용조사자료(은행양식) 	<ul style="list-style-type: none"> • 설비대비인 경우(설비명세서, 구매계약서, Invoice 등) • 신설법인 혹은 설비대비인 경우(사업 계획서, 필요한 경우 매출 채권, 매입 채무명세, 여신 신청과 관계 있는 수주 계약서, 기업 소개 자료 등)

③ 대출 시 유의사항

투자 기업의 중국 내 외화 대출은 원재료 수입이나 설비 수입의 결재 자금 용도와 같은 경상 항목 지출과 대출 상환/승인을 받은 자본 항목 지출로만 가능합니다.

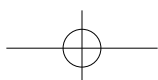
대출금을 인민폐로 사용하기 위해 환전할 수 없습니다. 즉, 인민폐 대출 상환을 목적으로 하는 외화 대출, 인민폐 대출을 위한 외화 담보 등은 중국에서 금지되고 있다는 점을 유의해야 합니다.

한편 대출을 받으려는 회사가 한국에 모회사가 없는 신설 법인이라면 사업 실적을 증명하기 어렵고, 면세 설비 담보의 경우도 실제로 담보가치가 없어서(면세 설비의 담보 제공은 세관의 승인을 받아야 하고, 보통 5년 동안 세관의 관리를 받음) 현지 대출이 쉽지 않습니다.

중국 투자법인이 대출 거래를 조금이라도 쉽게 진행하려면 재무구조를 최대한 개선하는 것이 좋습니다.

많은 현지법인이 한국 모기업과의 이전가격 조정을 통해 현지에는 이익이 거의 남지 않는 것으로 기록하는 경우가 많습니다. 그러나 이러한 경우 기업의 재무구조가 열악해지므로 자체 신용으로 현지 차입을 하는 것이 어려워집니다.

* 해당정보는 국가별 자료로 도시별 정보는 추후 '글로벌 외식 및 한식산업 정보시스템'을 통하여 업데이트될 예정입니다.



3) 지원기관 및 분야별 전문업체 정보

① 정부기관, 공공부분, 비영리 단체

기관명	연락처
중화인민공화국상무부 (中華人民共和國商務部)	www.mofcom.gov.cn
중화인민공화국해관총서: 세관 (中華人民共和國海關總署)	www.customs.gov.cn
중국인민은행: 중앙은행 (中國人民銀行)	www.pbc.gov.cn
국가통계국 (國家統計局)	www.stats.gov.cn
중화인민공화국중앙인민정부 (中華人民共和國中央人民政府)	www.gov.cn

② 금융기관, 투자회사

기관명	연락처
중국인민은행 (中國人民銀行)	www.pbc.gov.cn
중국공상은행 (中國工商銀行)	www.icbc.com.cn
중국은행 (中國銀行)	www.boc.cn
중국평안보험공사 (中國平安保險公司)	www.pingan.com.cn
중국인민보험공사 (中國人民保險公司)	www.picc.com.cn
신안만국증권 (申銀萬國證券)	www.sywg.com.cn

③ 기타 참고 홈페이지

기관명	연락처
주중 대한민국대사관	http://www.koreaemb.org.cn/
중국한국상회	http://www.korcham-china.net/
한국무역협회 중국 비즈니스 포탈	http://china.kita.net/
재중중국인회	http://www.koreac.org
농수산식품유통공사 청다오지사	http://qingdaoat@at.or.kr

[참고] 한식당 운영 실무 정보

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 경갈하게 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 가까이 좋은 질의 사진과 같은 시각자료를 배치합니다. 이것은 음식을 홍보하는 가장 효과적인 방법입니다.



사진 II-4 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 것보다 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 알아봐야 합니다. 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 능력에 영향을 미칩니다. 이런 부분에 있어서, 직원에게 도움을 줄 수 있는지 확인하거나 배려해 주는 것은 직원들에게 감동을 주는 원인이 됩니다.



6. 채용에 SNS를 이용하는 Tip

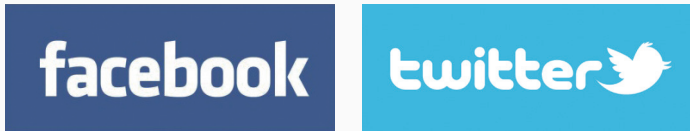
많은 사람들이 이용하는 대표적 SNS인 'Facebook(페이스북)' 페이지에 채용 관련 내용을 공지합니다.

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 충족 할 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 수행등), 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 시간대 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

주요지표	세무 관련 정보	107
면적	8 노동법 관련 유의사항	101
인구수	8 보건/위생 관련 유의사항	89
1인당 GDP	25 수입/통관 관련 정보	111
GDRP/GDP(명목)	25 수익성 분석	116
물가상승률	28 금융 서비스	129
가처분소득	29 상권현황	57
외국인투자	26 집객시설	58
에스닉별 점유율	49	
식음료지출	29	
한식당 수	72	
재외동포수	70	
산업정보		
경제 동향	30	
외식산업 정책	22	
식품산업 정책	22	
경제 활성화 정책	18	
투자 정책	20	
이민 정책	22	
인종 구성	9	
주식 및 식습관	14	
전통음식	16	
언어	9	
날씨	8	
종교	10	
외식산업 규모	32	
외식산업 업태별 현황	33	
주요 에스닉 식당 진출 현황	51	
외식시장 트렌드	35	
한식산업 규모	72	
한식당 진출 현황	72	
외식 소비자 특성	41	
외식 소비 특성	44	
한류	13	
실무정보		
사업자 등록 절차	77	
인허가 요건 및 관련 법규	84	
부동산 관련 유의사항	86	

글로벌 한식당 운영 길라잡이 [칭다오]

A Guidebook for Managing a Korean Restaurant in Qingdao

발행월 | 2015년 6월

발행 | 한식재단

연구수행기관 | 언스트앤영 어드바이저리

디자인 | 은다로미

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

전화 | 02-6300-2071

팩스 | 02-6300-2055

홈페이지 | www.koreanfood.net / www.hansik.org

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