

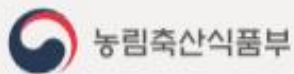
발간 등록 번호
11-1543000-002506-01



해외 주요국 프랜차이즈
법률정보 조사

중국
China

2018.12



목 차

I . Prologue	5
1. 해외진출 단계별절차	6
가. 해외진출 기본절차	6
나. 진출 단계별 주요내용	9
다. 중국 진출 시 법률, 제도에 관한 FAQ	13
2. 진출유형	20
가. 마스터 프랜차이즈(라이선싱)	22
나. 합자(합작) 투자	23
다. 직접 진출	24
라. 국제 가맹	25
II. 중국 개요	28
1. 국가현황	28
가. 일반현황	28
나. 프랜차이즈 시장현황	32
2. 특수사항	35
가. 지리적 특수성	35

Ⅲ. 중국 프랜차이즈 관련 법률과 제도	42
1. 진출 시 프랜차이즈 주요법률	42
가. 프랜차이즈 관련 법률 소개	42
나. 프랜차이즈 법률	59
2. 기업설립 및 인허가	59
가. 기업설립	59
나. 부동산 취득 관련 법률	64
다. 상표 및 특허 관련 법률	69
3. 계약체결	81
가. 계약체결 시 고려사항	81
나. 마스터 프랜차이즈 표준계약서	87
다. 국제가맹 계약	113
4. 현지운영	139
가. 인사 및 노무 관련 규정	139
나. 세금 등 관련 규정	147
5. 기타	153
가. 철수 및 청산	153
나. 프랜차이즈 분쟁	156
다. 식당 개업 절차	172

IV. 외식기업의 중국 진출전략	175
1. 진출 시 고려점	175
가. 법률 및 제도적측면	175
나. 현지시장 및 문화적측면	176
2. 중국 진출전략(진출유형)	178
가. 가장 유리한 진출방식 선정	178
나. 파트너 선정 시 주의사항	186
3. 중국 진출단계별 전략	202
4. 중국 프랜차이즈 성공사례	211
가. YOSHINOYA	211
나. 파리바게뜨	215
다. 미스터피자	218
라. 서래갈매기	220

최근 해외시장을 개척하고자 하는 외식프랜차이즈기업은 매년 꾸준히 증가하고 있으며 (2015년 진출업체 수 138개, 2016년 진출업체 수 188개, 2017년 진출업체 수 193개 - 2017년 외식기업 해외진출 실태조사, aT한국농수산물유통공사), 해외 진출을 희망하는 외식기업들 역시 꾸준히 증가하고 있음.

이러한 해외진출을 희망하거나 준비하는 기업들이 해외진출을 위하여 진출국의 정보, 진출방법, 물류공급체계 등 여러 가지 요소를 고려하지만, 진출을 위한 사업계획서 작성시 가장 우선적으로 고려하는 사항은 '현지 법규의 이해'로 나타남.

표 1-1 해외진출 사업 계획 시 고려사항(복수응답)

구 분	전체		업종											
			한식		서양식		디저트		일식		중식		기타	
사례수	(59)		(18)		(23)		(12)		(1)		(2)		(3)	
단위	%	개	%	개	%	개	%	개	%	개	%	개	%	개
현지 관련 법규에 대한 이해	30.5	18	33.3	6	21.7	5	41.7	5	0.0	0	50.0	1	33.3	1
현지 네트워크 구축	22.0	13	38.9	7	13.0	3	16.7	2	0.0	0	0.0	0	33.3	1
현지 물류 공급체계 확보	18.6	11	11.1	2	21.7	5	16.7	2	0.0	0	50.0	1	33.3	1
해외진출 전담부서 구성	10.2	6	16.7	3	0.0	0	16.7	2	0.0	0	0.0	0	33.3	1
해외진출사업 예산 확보	6.8	4	0.0	0	13.0	3	8.3	1	0.0	0	0.0	0	0.0	0
현지 직원 채용 및 교육	6.8	4	5.6	1	8.7	2	8.3	1	0.0	0	0.0	0	0.0	0
기타	1.7	1	0.0	0	4.3	1	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0
없음	3.4	2	0.0	0	8.7	2	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0

[참조. 2017 외식기업 해외진출 실태조사 보고서. aT한국농수산물유통공사]

본 교재는 해외진출을 희망하거나 준비하고 있는 외식프랜차이즈기업을 대상으로 이들 기업들이 해외진출 시 가장 우선적으로 고려하고 있는 '진출국가의 법률과 제도'를 중심으로 진출단계별 주의해야 하는 법률과 제도와 진출 시 가장 유리한 방식을 선택할 수 있는 정보제공을 목적으로 함

< TIP >

- 해외진출을 처음 고려하는 외식기업의 경우, 본 교재 「I. Prologue > 1. 해외진출 단계별절차 > 다. 해외진출 단계별 FAQ」에서 해외진출 시 자주하는 질문과 답변 또는 해당 내용의 교재위치를 먼저 살펴보고길 권함
- 자세한 국내 기업의 해외진출 현황을 알고자 하는 기업은 「2017 외식기업 해외진출 실태조사 보고서(aT한국농수산물유통공사)」를 참조하길 권함

1 해외진출 단계별절차

가. 해외진출 기본절차

외식프랜차이즈기업이 해외에 진출하는 절차는 보유 아이템별, 진출 국가별, 진출 기업별 또는 실제 현장과 케이스별로 매우 다양하지만, 본 교재에서는 외식프랜차이즈기업이 해외에 진출하는 단계를 크게 4단계로 구분하고 각 단계별로 발생될 수 있는 법률과 제도를 중심으로 기술함

해외진출 준비	해외진출 확정	현지개업 준비	해외사업 관리
1. 진출 검토 2. 목적의 명확화 Self 역량 진단 진출유형 탐색 3. 기초 조사 해외진출 사업계획 4. 지식 재산권 취득	5. 해외사업 홍보채널 구축 6. 1차 현지 시장 조사 7. 파트너 기준 적극적 파트너 탐색 8. 파트너 선정 계약 가이드라인 구축 9. 2차 현지 시장 조사 파트너 계약 체결 10. 현지 법인 설립 11. 입지 선정 12. 해외본부 운영매뉴얼 해외본부 및 점포 운영자교육	13. 메뉴 및 식재료 시스템 구축 설비 및 물품 조달계획 14. 점포 운영 매뉴얼 15. 인허가 취득 및 매장 시공 16. 매장 인력 채용 및 교육 17. 오픈 마케팅 18. 오픈	19. 글로벌 슈퍼 바이징 사업 확장

[참조. 해외진출 외식기업 실무매뉴얼(MAPPS). aT한국농수산물유통공사. 2015.11]

상기 단계별 절차는 기본적인 것으로 실제 해외진출 시에는 진출유형 등에 따라 진출절차와 중요내용이 다를 수 있음

예를 들어, 외식 프랜차이즈 기업의 진출유형 중 가장 많은 「마스터 프랜차이즈 방식」의 경우 '①해외진출 준비단계'와 '②해외진출 확정단계'만으로도 해외진출이 가능할 수 있으며 이럴 경우 파트너 선정과 마스터 프랜차이즈계약, 매뉴얼과 교육 등이 중요 고려요소임

투자코스트와 Risk가 높은 「직접진출 방식」의 경우 '①해외진출 준비단계', '②해외진출 확정단계', '③해외개업 준비단계', '④해외사업 관리단계' 모두가 필요하며, 해외진출 사업계획, 시장조사, 매뉴얼과 교육, 메뉴뿐만 아니라 현지 매장운영에 필요한 메뉴 및 식재료시스템 구축, 점포인허가 취득 및 시공, 매장인력 채용 및 교육 등이 중요한 요소가 될 수 있음

표 1-2 해외진출 유형과 단계별 절차 및 관련서류

진출단계	마스터 프랜차이즈	합자(합작) 투자	직접 진출	국제 가맹
○ 내부역량진단	○	○	○	△
○ 기초조사	○	○	○	△
○ 지식재산권 취득	○	○	○	○
○ 해외 홍보채널구축	○	○	○	X
○ 시장 조사	○	○	○	△
○ 파트너 선정	○	○	X	X
○ 파트너 계약 체결	○	○	X	X
○ 현지 법인 설립	X	○	△	X
○ 입지 선정	X	○	○	X
○ 매뉴얼 및 교육	○	○	○	○
○ 식재료 시스템구축	○	○	○	△
○ 인허가 및 매장시공	X	○	○	X
○ 매장 인력	X	○	○	X
○ 매장 마케팅	X	○	○	X
○ 세무 및 자금송금	△	○	○	△
○ 가맹점모집	△	○	○	X
○ 가맹계약	△	○	○	○
○ 가맹분쟁	○	○	○	○
○ 철거 및 폐업	○	○	○	X

진출단계		관련서류
해외진출준비	○ 내부역량진단	시스템 표준화
	○ 기초조사	해외진출 사업계획서
	○ 지식재산권 취득	상표 및 특허 등록, 도메인 등록 진행
해외진출확정	○ 해외 홍보채널구축	사업안내서 등 홍보물, 해외사업 일정표, 상담서식
	○ 시장 조사	시장조사보고서, 현지 표준매뉴얼, 상권조사보고서
	○ 파트너 선정	파트너 선정기준, 파트너 관련서류(재무제표, 파트너 회사소개서, 신용등급증명서, 마케팅계획서)
	○ 파트너 계약 체결	NDA(비밀유지계약서), LOI(투자의향서), MOU(양해각서), 계약서
	○ 현지 법인 설립	현지 법인설립 준비서류, 부동산계약서, 법인계좌계설, 정관 등
	○ 입지 선정	상권조사보고서, 임대차 계약서 등
	○ 매뉴얼 및 교육	해외본부 운영매뉴얼, 점포운영자 교육계획서
현지개업준비	○ 식재료 시스템구축	레시피, 메뉴북, 식재료 통관 관련서류
	○ 인허가 및 매장시공	영업허가필요서류, 설비 및 물품조달 계획, 시설매뉴얼
	○ 매장 인력	현지 점포 운영매뉴얼, 근로계약서, 채용 및 인력운영계획
	○ 매장 마케팅	매장 마케팅 계획서, 오픈 체크리스트
해외사업관리	○ 세무 및 자금송금	재무계획서
	○ 가맹점모집	가맹점 출점계획서
	○ 가맹계약	현지 가맹계약서
	○ 가맹분쟁	
	○ 철거 및 폐업	

< TIP >

- 구체적인 해외진출 단계별내용과 단계별 CHECK LIST는 「aT한국농수산물유통공사의 해외진출외식기업실무매뉴얼 MAPPS(Manual of A Global F&B Business Project Plan & Strategy)」에 자세히 설명하고 있어 꼭 참조하길 권함
- 해외진출 유형은 본 교재 「Prologue > 진출유형」을 참조
- 해외진출 시 시장조사, 파트너 선정기준 등 구체적인 내용은 「IV 외식기업의 중국 진출전략 > 3 중국 진출단계별 전략」을 참조
- 상기 단계별 필요서류 중 매뉴얼 및 사업안내서 등의 홍보서류, MOU 등 계약 관련 서류는 현지어 또는 영어로 번역하여 준비하여야함. 특히 매장운영 매뉴얼의 경우 파트너와 상담 시에도 필요하기에 사전에 현지어 또는 영어로 번역할 필요가 있음

나. 진출 단계별 주요내용

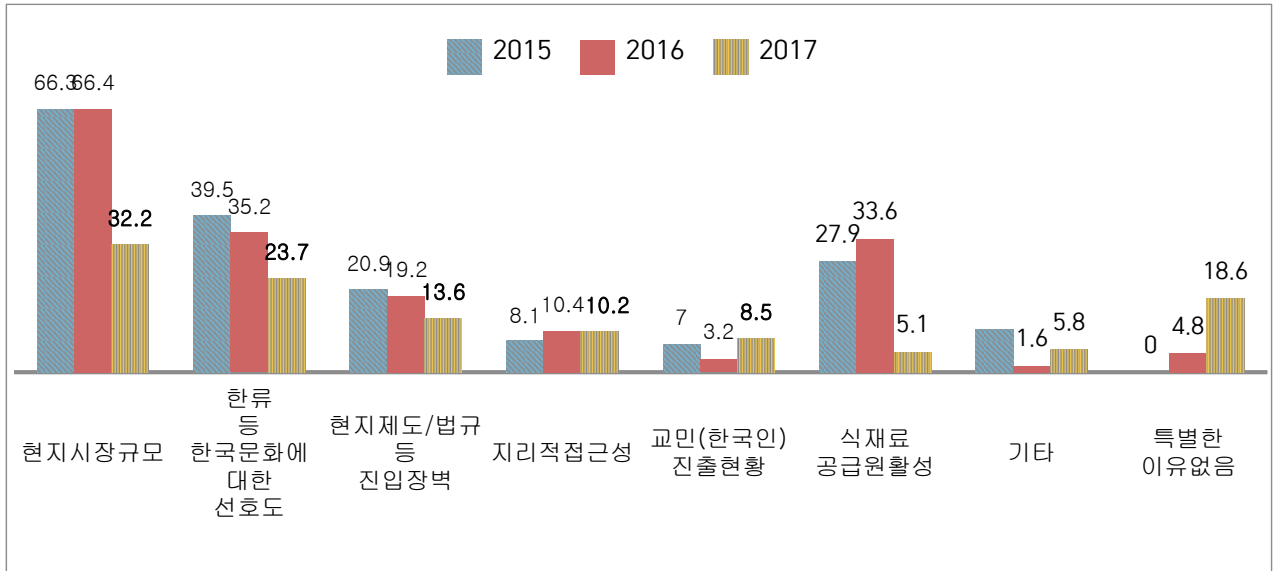
(1) 해외진출준비



해외진출 준비단계에서는 내부적 분석, 외부적 분석을 통해 진출국과 진출방식을 결정하는 단계임. 이 단계에서 고려해야 하는 중요한 법률, 제도적 요소는 진출기업의 브랜드와 노하우를 보호할 수 있는 '상표 및 특허등록'과 진출기업의 내부적 분석(아이템, 역량, 인원, 자금 등)과 진출하고자 하는 국가의 외부적 분석(진출국 기초조사 등)를 통한 진출유형을 결정하는 것임

이 단계에서는 우선 진출국을 결정하여야 하는데, 진출국을 결정할 때 고려사항은 '현지시장규모', '식재료공급 원활성', '한류 등 한국문화의 선호도' 등 순으로 특히 최근 '한류'의 영향력이 증가되고 있어 진출국 결정 시 진출국의 '한류의 영향력'도 반드시 고려하여야 함

표 1-3 진출국가 결정시 고려사항



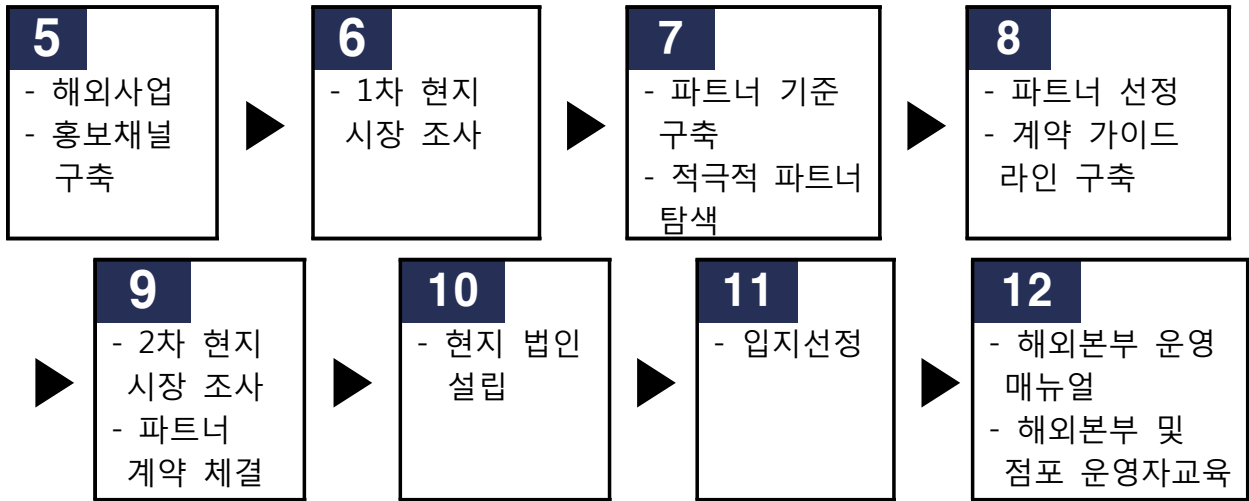
[참조. 2017 외식기업해외진출실태조사, aT한국농수산물유통공사]

구 분	전체		업종											
			한식		서양식		디저트		일식		중식		기타	
사례수	(59)		(18)		(23)		(12)		(1)		(2)		(3)	
단위	%	개	%	개	%	개	%	개	%	개	%	개	%	개
현지 관련 법규에 대한 이해	32.3	19	11.1	2	26.1	6	75.0	9	0.0	0	50.0	1	33.3	1
현지 네트워크 구축	23.7	14	50.0	9	17.4	4	0.0	0	0.0	0	0.0	0	33.3	1
현지 물류 공급체계 확보	13.6	8	22.2	4	13.0	3	0.0	0	0.0	0	0.0	0	33.3	1
해외진출 전담부서 구성	10.2	6	33.3	6	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0
해외진출사업 예산 확보	8.5	5	5.6	1	4.3	1	25.0	3	0.0	0	0.0	0	0.0	0
현지 직원 채용 및 교육	5.1	3	0.0	0	8.7	2	8.3	1	0.0	0	0.0	0	0.0	0
기타	6.8	4	0.0	0	17.4	4	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0
없음	18.6	11	5.6	1	26.1	6	16.7	2	100.0	1	0.0	0	33.3	1

< TIP >

- 해외진출의 방식과 유형을 결정하는 것은 앞으로 해외진출의 승패에 매우 중요하고도 기본적인 개념이며, 본 교재는 「I. Prologue > 2. 진출유형」에서 기본적인 유형을 제시하고 있어 참조하길 권함

(2) 해외진출확정



해외진출 준비단계 이후 실제 해당국가에 점포를 개업하기 전까지의 단계로 구체적인 사업계획, 시장조사, 파트너 선정, 해외에 기업설립 등의 절차가 있음

해외진출에는 많은 투자비용과 노력이 소요되며 해외진출의 승패에 따라 기업의 운명이 결정될 수 있기에 이 단계에서 철저한 시장조사와 구체적인 사업계획이 필요함

표 1-4 해외진출
준비과정 투자비용
평균 17,708만원

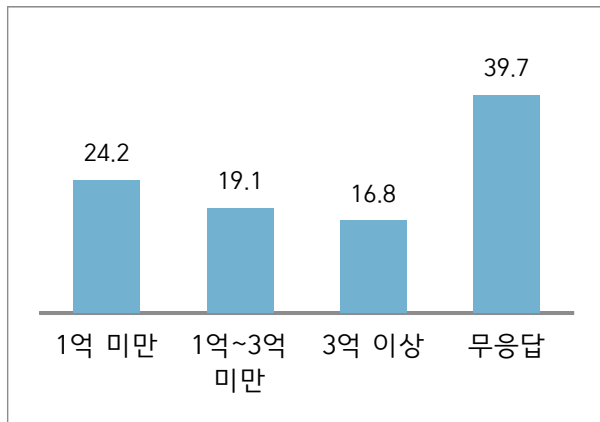
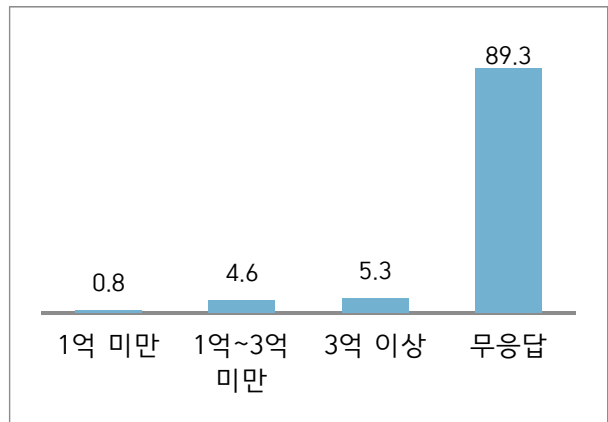
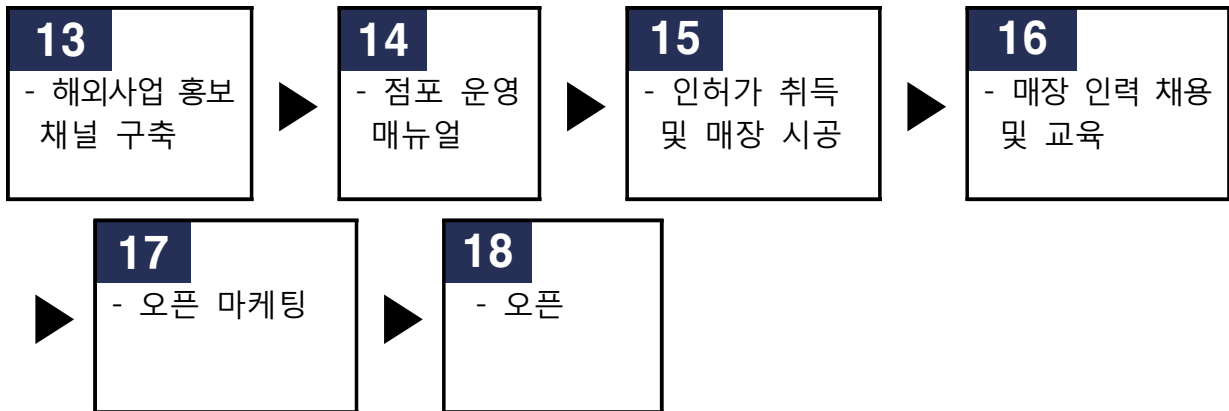


표 1-5 해외매장
설립 시 투자비용
평균 35,471만원



[참조. 외식기업 해외진출 실태조사 보고서. (사)한국외식산업협회. 2014.12]

(3) 현지개업준비

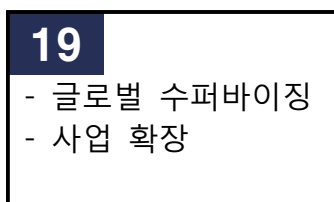


해당국가에 매장을 개업하고 운영하는 단계로 앞에서 언급했듯 '마스터 프랜차이즈 유형'이나 '국제가맹 유형'의 경우 해당국가에 진출기업이 직접적으로 매장을 운영하지 않는 경우도 있음

그러나 '마스터 프랜차이즈 유형'이나 '국제가맹 유형' 경우에도 진출국가의 매장운영에 필요한 기본적인 외식관련 법률과 인허가 사항은 해외진출 사업계획, 파트너 선정과 계약, 매장운영 매뉴얼 작성 등에 꼭 필요한 고려요소임

이 단계에서 진출기업은 자신이 보유하고 있는 아이템과 현지 법률, 제도 및 문화, 경제현황 등을 비교분석하여 현지에 맞게 '현지화'에 중점을 둘 것인지, 아이템 본연의 특성을 유지하여 '차별화'에 중점을 둘 것인지 결정하는 것이 중요함

(4) 해외사업관리



현지에서 외식 프랜차이즈 기업을 운영하기 위해서 세무, 가맹점모집 및 계약관계, 분쟁해결 등 여러 고려요소가 있을 수 있음

진출국가에서는 자국의 산업을 성장시키기 위하여 해외투자를 유치하기도 하지만, 자국의 중소기업을 보호하기 위하여 해외기업의 자국 내 운영을 규제하기도 하기에 사전에 이를 인지하고 진출준비를 하여야 함

다. 중국 진출 시 법률, 제도에 관한 FAQ

(1) 해외진출 준비

자주하는 질문

- Q.** 진출국에서 상표(브랜드)와 노하우를 보호받기 위해서는 어떻게 해야 할까요?
- A.** 해당국가에서 상표나 특허 등 지식재산권을 보호받기 위해서는 상표나 특허를 출원하여야 함. 출원하는 방법에는 ①개별국가에 직접 출원하는 방법과 ②국제출원하는 방법으로 크게 구분할 수 있음.
국제출원의 경우 대리인을 통해서 국내에서도 가능함. 단, 해당국이 상표의 경우 '마드리드 협정', 특허의 경우 'PCT' 등 국제협정에 가입되어 있어야 함
중국의 경우 '마드리드 협정', 'PCT'에 모두 가입되어 있음
- 중국은 선출원주의를 따르는 관할권이기 때문에 중국 상표청에 상표를 등록하지 않은 경우, 해당 상표권자는 대체로 중국에서의 상표 사용권을 보호받을 수 없음
상표나 특허와는 달리, 노하우를 등록하는 체계는 존재하지 않으며, 소프트웨어 등 일부 유형의 노하우는 저작권 보호 체계 하에서 보호를 받을 수 있음
▶ 「Ⅲ. 중국 프랜차이즈 관련 법률과 제도 > 2. 기업설립 및 인허가 > 다. 상표 및 특허 관련 법률」 참조
-
- Q.** 해외진출 방식에는 어떤 것이 있습니까?
- A.** 일반적으로 마스터 프랜차이즈, 합자(합작)투자, 직접진출, 국제가맹 방식이 있으며 각 유형별로 장점과 단점을 있기에 진출방식을 결정하기 위해서는 내부분석과 외부분석 후 결정하길 권함
▶ 「I. Prologue > 2. 진출유형」참조
-
- Q.** 해외진출 방식을 어떻게 선택해야 할까요?
- A.** 해외 진출유형을 선택하기 위해서는 우선 진출기업의 내부요소와 진출시장의 외부요소를 사전에 파악하고 자신의 기업에 맞는 진출방식을 결정하여야 함
내부요소로는 투자자금 보유(재무현황), 담당 인력 역량(언어능력, 기획능력, 교육능력, 추진능력, 법률지식 등), 브랜드 경쟁력(차별성, 진출시장의 적합성), 물류 및 생산 시스템(식재료의 유통 시스템 유무, 해외 공급 능력, 해외 구축능력 등) 등이 있음
외부요소로는 시장 진출 규제, 시장 안전성, 시장에서 대한민국 국가 브랜드의 인식 정도, 시장의 규모, 서비스 마인드, 시장 안정성, 시장의 특수성, 시장의 성숙도 등이 있음
▶ 「I. Prologue > 2. 진출유형」과 「IV. 외식기업의 중국 진출전략 > 2. 중국 진출전략(진출방식) > 가. 가장 유리한 진출방식 선정」 참조

(2) 해외진출 확정

자주하는 질문

- Q.** 중국에서 프랜차이즈 사업을 하기 위한 기본 조건?
- A.** 중국에서 프랜차이즈를 운영하기 위해서는 기본적으로 2곳 이상의 직영점을 확보하여야 하며, 영업기간은 1년을 초과하여야 함(2+1)
가맹본부가 가맹사업에 종사하려면 성숙된 경영방식을 소유하여야 하며 가맹점사업자를 대상으로 하는 경영지도·기술지원·업무교육 등의 서비스를 제공할 능력을 구비하여야 함(**성숙한 경영방식 + 교육 등의 서비스를 제공할 능력 보유**)
그리고 가맹본부는 개인이 아닌 **기업**을 운영해야 함
▶ 「Ⅲ. 중국 프랜차이즈 관련 법률과 제도 > 1. 진출 시 프랜차이즈 주요법률 > 가. 프랜차이즈 관련 법률 소개」 참조
-
- Q.** 프랜차이즈 본사를 하기 위한 인허가나 등록사항이 있는가?
- A.** 프랜차이즈를 하기 위해서는 상기 기본 조건 외에 상무부(MOFCOM) 등 관련 기관에 프랜차이즈 사업을 등록하여야 함
▶ 「Ⅲ. 중국 프랜차이즈 관련 법률과 제도 > 1. 진출 시 프랜차이즈 주요법률 > 가. 프랜차이즈 관련 법률 소개」 참조
-
- Q.** 프랜차이즈사업에 관한 법률이 있습니까?
- A.** 중국에서는 직접적으로 프랜차이즈를 규제하는 법률이 있어, 꼭 해당 법률을 숙지하여야 함
- 상업프랜차이즈 관리조례
- 상업프랜차이즈 등록관리방법
- 상업프랜차이즈사업 정보공시관리방법
▶ 「Ⅲ. 중국 프랜차이즈 관련 법률과 제도 > 1. 진출 시 프랜차이즈 주요법률 > 가. 프랜차이즈 관련 법률 소개」 참조
-
- Q.** 프랜차이즈기업이 신고해야 하는 사항은?
- A.** 가맹본부가 중국에서 최초의 프랜차이즈 계약에 서명을 한 날짜를 기준으로 15일 이내에 가맹본부는 해당 계약 사실을 상무부 또는 그에 상응하는 부처에 신고해야 함(외국기업의 경우 상무부에서만 함)
매년 1/4 분기에 가맹본부는 법률이 정한 사항을 상무부 또는 그에 상응하는 부처에 다음과 같은 사항을 명시한 연차 보고서를 제출해야 함
가맹본부는 다음과 같은 신고 정보에 변경사항이 발생하는 경우, 해당 변경이 발생한 날을 기준으로 30일 이내에 신고 내용의 수정을 해당 기관에 신고하여야 함
▶ 「Ⅲ. 중국 프랜차이즈 관련 법률과 제도 > 1. 진출 시 프랜차이즈 주요법률 > 가. 프랜차이즈 관련 법률 소개」 참조

Q. 공시 서류 및 프랜차이즈 계약서는 현지 국가의 언어로 작성해야 하는가?

A. 중국 현행법 상, 프랜차이즈 관련 서류를 중국어로 작성해야 할 필요는 없음. 그러나, 현지 프랜차이즈 가맹점과의 잠재적인 분쟁을 피하고 지방 당국에 등록하고자 한다면, 프랜차이즈 관련 서류를 중국어로 번역하는 것이 권장됨. 아울러, 프랜차이즈 가맹주가 사업 신고를 할 때에는 프랜차이즈 계약서의 중문본 또는 중문 번역본을 준비하여 프랜차이즈 신고 서류와 함께 상무부에 제출해야 함

▶ 「Ⅲ. 중국 프랜차이즈 관련 법률과 제도 > 1. 진출 시 프랜차이즈 주요 법률 > 가. 프랜차이즈 관련 법률 소개」 참조

Q. 회사 설립을 관장하는 법령과 정부 당국은 어떤 것이 있나요?

A. 중국 내에서 기업체 설립을 관장하는 법령은 사업체의 본질과 유형에 따라 다양함

<국내법인>

- 회사 : 기업법
- 합자회사 : 합자회사법
- 개인 기업 : 개인 기업법
- 주식합자협력회사 : 해당 유형의 경우, 통일 된 법률이 없음. 대체로 주식합자협력회사 관련 지방 자치 단체 지침

<외국인 투자법인>

다음 유형의 외상투자기업(FIE)는 기업법과 더불어, 특정 법률에 의해 규제됨. 분쟁이 발생하는 경우, 해당 기업 유형을 관장하는 특정 법률이 우선권을 갖음

- 중외합자경영기업(Equity Joint venture) : 중외 합자회사법
- 중외합작경영기업(Cooperative Joint venture) : 중외합작경영회사법
- 100% 외자법인(Wholly Foreign Owned Enterprise : WFOE) : 단독 외국인 투자 기업에 관한 법률

- 외자기업(FISC) : 외자기업법

국내외 기업은 또한 각기 다른 정부 기관의 규제를 받음. 국가공상행정관리총국(SAIC)은 중국 국내 기업, 개인 기업, 합자회사 및 기타 유형의 국내 기업의 설립 및 등록을 관리함. FIE의 경우, 상무부(MOFCOM), 또는 당해 지역의 승인을 득해야 함. FIE가 특별 승인이나 인허가가 필요한 분야에 사업을 영위하는 경우에는 다른 유관 정부 기관의 승인도 득해야 함

▶ 「Ⅲ. 중국 프랜차이즈 관련 법률과 제도 > 2. 기업설립 인허가 > 가. 기업 설립」 참조

Q. 외국인 투자에는 어떤 제한 사항이 적용되는가요?

A. MOFCOM은 외국 투자 업종을 네 개의 카테고리로 구분(장려, 허가, 제한, 금

지). 분류 관련 정보는 외국인 투자자를 위한 산업 분류 지침서(2015년 개정)에 명시되어 있음

▶ 「Ⅲ. 중국 프랜차이즈 관련 법률과 제도 > 2. 기업설립 인허가 > 가. 기업설립」 참조

(3) 현지개업 준비

자주하는 질문

Q. 기업활동을 위한 부동산을 취득할 수 있나요?

A. 중국은 외국기업에 대해 엄격한 제한함. 중국 사업장이 없는 외국 프랜차이즈 기업은 상업용 부동산을 매입하거나 임대 할 수 없음. 이러한 문제를 피하기 위해, 외국 프랜차이즈기업은 중국에 법인을 설립 후 취득할 수 있음.

▶ 「Ⅲ. 중국 프랜차이즈 관련 법률과 제도 > 2. 기업설립 및 인허가 > 나. 부동산 취득 관련 법률」 참조

Q. 식당을 개업하려고 하면 어떻게 해야 하나요?

A. 중국은 개인사업자로 식당을 개업할 수 없음(법인형태로 진행해야 함)
대부분 외자기업은 주식회사보다는 유한회사로 진행을 많이 함(주식회사 상무부 허가 어려움) 유한회사 설립의 초저등록자본금은 3만 위안
중국은 지역(성)에 따라 식당 창업절차가 다르고 허가제임. 관할 관청에서 소방, 위생, 환경 등 일일이 허가를 받아 진행해야 함

1. 공상행정관리부에 상호등록사전심사 신청
식당이 위치할 예정지의 상무국에 관련 자료 제출
- 2.公安소방기관에 '소방심사의견서' 심사 수속
3. 위생시관에 '공공장소위생허가증' 심사 수속
4. 식품약품감독관리국에 '식품위행허가증' 심사 수속
5. 환경보호국에 '오수처리 허가' 심사 수속
6. 대외무역경제위원회에 '결재비준증서'수속
7. 광상부에서 '영업허가증' 신청 후 수령
8. 기술감독주에서 '조직기구토드' 신청 수 수령
9. 세무서에서 '세무등기증' 신청 수 수령(유한회사는 국세국이 업무 담당)

▶ 「Ⅲ. 중국 프랜차이즈 관련 법률과 제도 > 5. 기타 > 다. 식당 개업 절차」 참조

Q. 프랜차이즈 기업이 내야하는 세금은 어떤 것이 있나요?

A. 프랜차이즈기업에 적용되는 주요 법률은 2008년 1월 1일에 시행된 법인 소득세법(법인 소득세법)임

법인 소득세법에 의거, 납세자는 두 가지 범주로 분류됨

1. 중국 내외에서 발생한 소득에 대해 법인 소득세를 납부하는 거주 납세자;

중국에서 발생한 소득(배당, 이자 및 로열티 등), 중국 내의 대리점이나 사무소를 통해 발생한 수입 및 중국 이외 지역에서 발생하였지만, 실질적으로는 중국 내의 대리점이나 사무소와 유관한 소득에 대해 소득세를 납부하는 비거주 납세자. 거주 납세자란, 중국 법률에 의거 중국에 설립된 기업, 또는 외국(지역) 법률에 의거 설립되었으나 실질적인 경영 주체는 중국에 있는 기업을 의미함

2. 비거주 납세자란, 외국 법률에 의거 설립되고 실질적인 경영 주체는 중국 이외의 지역에 있지만, 중국에 대리점이나 사무소를 설립하고 중국에서 수입을 취득하는 기업을 의미함

프랜차이즈 기업이 소속된 국가와 중국 간의 조세 조약에 의거 달라질 수 있음

1. 외국 프랜차이즈기업이 중국에서 가맹점을 개설한 경우, 해당 기업은 비거주 납세자로 간주되며 중국에서 발생한 소득(프랜차이즈 수수료, 로열티, 서비스 수수료 및 상표 사용료(거래 금액) 등)의 10%의 비율로 소득세(원천 징수세)가 부과됨

2. 외국 기업이 중국에서 가맹사업을 하기 위해 중국 법인을 설립하면, 해당 중국 법인은 프랜차이즈기업 및 거주 납세자가 됨. 이 경우 프랜차이즈기업의 수익에는 25%로 지정된 법인 소득세가 부과됨(서면 작성 당시 지정).

법인 소득세와 더불어, 프랜차이즈기업의 영업 매출은 부가세(VAT)의 적용을 받음. 부가세(VAT)와 관련하여, 중국 납세자는 사업 운영 규모와 회계 시스템의 수준에 따라 '일반 납세자'와 '소규모 납세자'로 분류됨.

1. 일반 납세자가 납부하는 부가세(VAT)는 매출세액 또는 매입세액 신용 시스템을 활용하여 산출됨. 이때, 제품의 판매에는 매출의 17%의 세율 적용되는 반면, 무형 자산의 이전 및 컨설팅 또는 기술 서비스 제공에는 6%의 세율이 적용됨

2. 소규모 납세자의 경우, 간소화 부가가치세 계산 공식이 적용됨. 매입 세액에 대한 세액 공제는 허용되지 않으나, 세율은 상대적으로 낮은 3%가 적용됨

부

가세(VAT)는 프랜차이즈기업의 납세자구분(거주 납세자/비거주 납세자)과 관계 없이 적용됨. 그러나, 비거주 프랜차이즈기업에는 매입 세액 공제 없이 일반 납세자에게 적용 가능한 세율이 적용됨

▶ 「Ⅲ. 중국 프랜차이즈 관련 법률과 제도 > 4. 현지 운영 > 나. 세금 등 관련 규정」 참조

(4) 해외사업관리(운영)

자주하는 질문

Q. 가맹점 모집이나 운영 시 주의해야 하는 것 어떤 것이 있나요?

A. 상업프랜차이즈 관리조례(商业特许经营管理条例)에 따르면 가맹본부는 가맹계약일로부터 30일 전에 서면으로 가맹점사업자에게 아래의 내용이 포함된 정보와 가맹계약서 견본 등을 제공하여야 함
▶ 「Ⅲ. 중국 프랜차이즈 관련 법률과 제도 > 1. 진출 시 프랜차이즈 주요법률 > 가. 프랜차이즈 관련 법률 소개」 참조

Q. 가맹계약서에는 어떤 내용이 들어가야 할까요?

A. 가맹본부는 가맹점사업자와 서면으로 아래의 내용이 포함된 계약서로 진행하여야 함

- 가맹본부·가맹점 사업자의 기본상황
- 가맹사업의 내용·기한
- 가맹사업비용, 내역, 금액, 지불방식
- 경영지도·기술지원 및 업무교육 등 서비스의 구체적인 내용과 제공방식
- 제품·서비스의 품질, 표준 및 보증조치
- 제품, 서비스의 판매, 홍보
- 가맹사업 중의 소비자권익보호와 배상책임 부담
- 가맹사업 계약의 변경, 해지 및 종료
- 위약책임
- 분쟁해결방법
- 가맹본부와 가맹점사업자간에 약정한 기타사항

▶ 「Ⅲ. 중국 프랜차이즈 관련 법률과 제도 > 1. 진출 시 프랜차이즈 주요법률 > 가. 프랜차이즈 관련 법률 소개」 참조

Q. 법적으로 가맹계약의 계약 조건(계약기간)?

A. 가맹본부와 가맹점은 최소한 3년의 최초 계약 기간을 서면으로 명시하는 가맹계약에 서명 날인해야 함(가맹점이 보다 짧은 계약 기간에 동의하는 경우는 제외)

▶ 「Ⅲ. 중국 프랜차이즈 관련 법률과 제도 > 1. 진출 시 프랜차이즈 주요법률 > 가. 프랜차이즈 관련 법률 소개」 참조

Q. 지속적 정보 공개의 의무가 있는가?

A. 프랜차이즈 규제 및 정보 공시 조치에 의거, 프랜차이즈기업은 지속적으로 유관 정보를 공시해야 할 의무가 있음. 공시 정보에 중대한 변경사항이 발생하는 경우, 프랜차이즈기업은 가맹점에 변경 사항을 시의 적절하게 통보해야 함

▶ 「Ⅲ. 중국 프랜차이즈 관련 법률과 제도 > 1. 진출 시 프랜차이즈 주요법률 > 가. 프랜차이즈 관련 법률 소개」 참조

를 > 가. 프랜차이즈 관련 법률 소개』 참조

Q. 가맹점을 즉시 계약해지할 수 있는가?

A. 프랜차이즈 가맹주는 프랜차이즈 계약을 체결한 후 프랜차이즈 가맹점이 프랜차이즈 계약을 일정 기간 이내에 일방적으로 해지 할 수 있도록 프랜차이즈 가맹점에 냉각기간을 부여해야 함(프랜차이즈 규제는 냉각기간의 길이를 명시하고 있지 않음)

▶ 「Ⅲ. 중국 프랜차이즈 관련 법률과 제도 > 1. 진출 시 프랜차이즈 주요 법률 > 가. 프랜차이즈 관련 법률 소개』 참조

Q. 하위 프랜차이즈 형태로 사업을 영위하는 경우, 하위 프랜차이즈 가맹점에 대한 판매 전 공시의 의무는 누구에게 있는가? 하위 프랜차이즈가 공시를 해야 하는 경우, 프랜차이즈 기업에 대한 정보 및 프랜차이즈 기업과 하위 가맹점 간의 계약 또는 기타 관계에 대한 정보는 어떤 항목이 공시되어야 하는가?

A. 하위 프랜차이즈 체계 하에서, 판매 이전 공시를 해야 할 의무는 하위 프랜차이즈기업에 있음. 하위 프랜차이즈 기업은 원 프랜차이즈 기업으로부터 하위 프랜차이즈 가맹점을 개설하는데 필요한 승인을 득한 사실을 하위 프랜차이즈 가맹점에 공시해야 함. 이때, 공시 정보에는 일반적으로 상표의 소유권과 같은 원 프랜차이즈 가맹주가 공시한 정보가 일부 포함됨

▶ 「Ⅲ. 중국 프랜차이즈 관련 법률과 제도 > 1. 진출 시 프랜차이즈 주요 법률 > 가. 프랜차이즈 관련 법률 소개』 참조

Q. 프랜차이즈 가맹점이 프랜차이즈기업의 자국 통화로 외국 프랜차이즈 가맹주에게 각종 대금을 지불하는 행위를 제한하는 법률이나 규제가 있는가?

A. 프랜차이즈기업이 외국 법인인 경우, 로열티, 프랜차이즈 수수료, 또는 용역 수수료는 당해 프랜차이즈기업으로 송금되기 이전에 외국 통화로 환전되어야 함 중국은 국경 간 거래와 관련하여, 외화 거래에 제한을 두고 있지만, 합법적인 상거래를 위한 송금은 가능함

프랜차이즈 계약서, 관련 세금을 납부하였음을 증명하는 세금 납입 증명서 등 거래 관련 증빙 서류를 은행에 제출하고 유관 절차가 완료되면, 프랜차이즈 가맹점은 대금을 외화로 환전하고 송금 할 수 있음

▶ 「Ⅲ. 중국 프랜차이즈 관련 법률과 제도 > 1. 진출 시 프랜차이즈 주요 법률 > 가. 프랜차이즈 관련 법률 소개』 참조

Q. 외국 프랜차이즈 기업은 국내 프랜차이즈 기업과 다르게 대우를 받는가(해당되는 경우 기재)?

A. 중국 현행법 상, 외국 프랜차이즈기업은 일반적으로 국내 프랜차이즈기업과 유사한 취급을 받음

규제적 관점에서 볼 때, 외국 프랜차이즈기업을 취급하는 방식에 다소의 차이가 있을 수 있음. 프랜차이즈 신청 요건이 다소 다른 것을 살펴 볼 수 있음

• 국내 프랜차이즈기업은 MOFCOM에 상응하는 지방 당국에게 사업을 신고해

야 하나, 외국 프랜차이즈기업은 MOFCOM에 사업을 신고해야 함

• 외국 프랜차이즈기업이 제출한 신청서 및 서류는 반드시 공증과 인증을 받은 것이어야 함

▶ 「Ⅲ. 중국 프랜차이즈 관련 법률과 제도 > 1. 진출 시 프랜차이즈 주요법률 > 가. 프랜차이즈 관련 법률 소개」 참조

Q. 분쟁 시 해결 절차 및 상담기관은?

A. - 지식재산권 분쟁상담 : 한국지식재산보호원 국제 지식재산권 분쟁 예방 컨설팅 지원(한국지식재산보호원 분쟁지원팀02-2183-5871~8)

- 기업애로사항 상담 : 농수산식품유통공사의 외식기업의 경영 및 기술 등 애로사항 상담 및 지원 사업 안내(aT 식품기업컨설팅부 02-6300-1735)

- 해외진출 상담 : KOTRA 국가별 분야별 전문 위원이 국내기업 해외투자 전반에 대한 온오프라인 상담(KOTRA 해외투자팀 02-3460-7365), KOTRA 무역투자 관련 문의 해결 및 관련 정보제공(KOTRA 해외진출상담센터 02-3460-7154, 투자종합상담실 02-3497-1970)

▶ 「Ⅲ. 중국 프랜차이즈 관련 법률과 제도 > 5. 기타 > 나. 프랜차이즈분쟁」 참조

Q. 해외진출 상담기관은?

A. - 한식진흥원 : 해외 한식 교육 및 해외 진출 전문 인력 교육, 한식당 컨설팅 등(한식진흥원 교육사업팀 02-6300-2052)

- KOTRA : 프랜차이즈 해외 진출 지원(KOTRA 지식서비스팀 02-3460-7613), 지역 전문가 육성 과정 및 글로벌 마케팅, 해외전문인력 유치사업(KOTRA 해외취업팀 02-3460-7384), 시장조사 등 대행(KOTRA 시장조사팀 02-3460-7598), 해외 지식재산센터(IPDESK)운영 및 지식재산권 상담(KOTRA 지재권보호실 02-3460-3356)

- 한국프랜차이즈산업협회 : 프랜차이즈 국가별 해외 진출 전략, 프랜차이즈 해외 박람회 및 전시회 전문가 양성(02- 3471-8135~8)

- 특허청 지역지식재산센터 : 비영어권 브랜드 개발 지원, 해외출원비용지원(지역지식재산센터 대표번호 1661-1900)

- 한국지식재산보호원 : 지식재산권 소송보험 지원 및 IP 분쟁 초동 법률자문 지원(한국지식재산보호원 기반정보팀 02-2183-5825), 기업간 협의체 구축 및 공동대응 지원(한국지식재산보호원 분쟁예방팀 02-2183-5821)

- 중소벤처기업부 : 해외 민간 네트워크 활용 및 해외 규격인증 획득(중소벤처기업부 해외시장총괄담당관 042-481-6813)

2 진출유형

앞에서 언급했듯 현실적으로는 해외진출 유형을 명확하게 구분할 수는 없음. 예를 들어 해외진출 1호점은 국제가맹 형태로 운영하면서, 마스터 프랜차이즈 파트너를 탐색하거나, 현지 법인설립을 설립하여 직접지출을 하는 경우도 있어, 상황에 맞게 진행할 필요

가 있음

본 교재에는 해외진출 유형은 계약방식이나 파트너 유무, 투자여부 등에 따라 다음과 같이 크게 4가지 유형으로 분류함

- ① 마스터 프랜차이즈(라이선싱)
- ② 합자(합작) 투자
- ③ 직접 진출
- ④ 국제 가맹

표 1-6 프랜차이즈 기업의 해외진출 방식 특징

진출형태	계약유무	투자코스트 금전코스트	현지사정 이해(정통)도	브랜드 관리	현지회사와 의 관계	현지대응
마스터 프랜차이즈	있음	없음	높음	현지기업 (파트너 기업)	현지기업의 상황에 의함	현지 파트너
현지 법인 진출 방식	없음	있음	낮음	한국본부	현지법인	현지법인
합작 법인 진출 방식	있음	있음	높음	한국본사 의사반영	현지법인	합작법인
현지 가맹점 진출 방식	있음	없음	높음	한국본부	현지기업의 상황에 의함	한국본부
라이선싱 (기술제휴)	없음	없음	낮음	한국본부	해외 거래처	한국본부

[참조. 프랜차이즈 해외진출 가이드_일본, (사)한국프랜차이즈협회]

< TIP >

- 해외진출 경험이 없거나 진출 인력이나 자금이 부족할 경우에는 마스터 프랜차이즈(라이선싱), 국제 가맹 진출유형을 추천함
- 해외진출유형의 구체적인 내용은 「aT한국농수산물유통공사의 해외진출외식기업실무매뉴얼 MAPPS(Manual of A Global F&B Business Project Plan & Strategy)」에 자세히 설명하고 있어 꼭 참조하길 권함

※ 최근 해외진출 동향

최근 해외진출 시 마스터 프랜차이즈(라이선싱), 합자(합작) 투자, 직접 진출, 국제 가맹 등으로 정형화하지 않고, 직접 진출 후 마스터 프랜차이즈나 합작투자로 전환하거나 마스터 프랜차이즈로 진출했다가 파트너기업을 인수하여 직접진출로 전환하

는 등 현지상황에 따라 복합적으로 운영하기도 함

뿐만 아니라 국가별 마스터 프랜차이즈를 제공하는 경우 마스터 프랜차이즈 라이선스를 받은 파트너가 무리하게 가맹 사업으로 뛰어들어 실패하거나 해당 지역 계약자가 자신들의 소수 매장만 개설하고 사업이 진행되지 않는 경우가 많아, 파트너가 직영점을 먼저 오픈하여 일정 지역 내에서의 브랜드 이미지를 올리는 작업과 함께 운영 매뉴얼의 세분화 및 수정 작업을 진행 하도록 유도하고 일정 수의 직영점 오픈이 되면 개발된 직영점을 매각하거나 신규 가맹사업자를 모집할 권리는 부여하는 단계별 계약 형태도 이루어지고 있음

그리고 프랜차이즈 계약 관계에 있어서 마스터 프랜차이즈, 국제가맹계약과 라이선스 계약의 구별을 거부하고 통괄적으로 프랜차이즈 계약으로 보는 경향도 있음

가. 마스터 프랜차이즈(라이선싱)

(1) 개념

파트너사가 특정 지역 내에서, 일정 기간 동안 가맹본부의 프랜차이즈 시스템과 비즈니스 콘셉트를 독점 사용하며 스스로 매장을 운영하거나 가맹점을 모집할 수 있는 사업권 자체를 가지게 되는 진출 방식

(2) 장점

- 파트너사의 자금력이나 현지 네트워크, 경험 등의 우수한 조건을 활용할 수 있다면 현지에서 빠르게 사업을 확장할 수 있는 기회를 가짐
- 가맹 본부의 자금이나 인력을 비교적 적게 투입하므로 실패하더라도 재무적인 위험이 크지 않은 방식
- 법적인 절차, 문화적인 측면, 비즈니스 환경 등에서 파트너사가 중간 역할을 해주므로 적은 시행착오로 현지 시장의 정착이 가능

(3) 단점

- 가맹본부가 현지에서 통제력을 발휘하기 어려워 현지에서 브랜드 콘셉트와 표준 절차가 잘 구현되지 않거나 지켜지지 않을 수 있음
- 파트너사가 계약 사항을 제대로 이행하지 않는다고 하더라도 시간과 비용의 문제로 인해 법적 제재를 가하기가 쉽지 않음

(4) 적합한 경우

- 국내 또는 해외에서 프랜차이즈 기업으로서의 사업성이 검증되었으며, 특정지역

에서 파트너를 통해 빠른 시스템 구축과 안정적 운영 및 사업 확장을 원하는 경우

- 문화적, 제도적 환경의 차이가 커서 현지에서 경험이 많은 파트너에게 의존하는 것이 유리한 경우
- 재정 자원은 부족하나, 프랜차이즈 시스템이 잘 갖추어져 통제할 수 있는 내부 역량이 충분한 경우

< TIP >

- **MAPPS** - “계약된 지역에서 우리 브랜드에 대한 ‘현지 본부’ 권한을 몽땅 주다”
- 마스터 프랜차이즈 방식은 중소기업뿐만 아니라 대기업에서도 가장 보편적으로 활용하는 형태임

※ 라이선싱 방식

라이선싱 방식은 기술제휴 방식이라고 하며, 노하우를 전수하고 그에 대한 로열티를 지불받는 소극적 형태의 해외진출 방식임

라이선싱 방식은 노하우와 제품만을 수출하는 방식이라 간편하고 리스크도 적으며, 통상 해외 기업으로부터의 요구에 의해 진행되기에 계약 조건을 유리하게 적용할 수 있는 장점이 있지만, 단순한 노하우와 상품의 제공만을 하기 때문에 현지 시장에서의 영향력이 적고, 안정된 시장이 형성되었을 경우 시장 지배력을 행사할 수 없다는 단점이 있음

보통 적극적인 해외진출을 하기 이전 진출국에서 시장 형성을 위하여 주로 사용됨.

나. 합자(합작) 투자

(1) 개요

가맹본부와 현지 파트너가 함께 합자(합작) 투자회사를 설립하는 형태로, 합자투자의 경우 자본투자 비율에 따라 경영권 및 이익 배분 등이 결정되며, 합작투자의 경우 자본투자가 아닌 계약 내용에 따라 결정됨

(2) 장점

- 가맹본부가 현지 사업에 직접 참여하여 브랜드 및 운영과 관련된 통제력을 행사 할 수 있고, 가맹점 모집에도 신뢰성의 측면에서 유리
- 가맹본부의 운영 인력이 파견되므로 현지 비즈니스에 대한 자체적인 역량 향상 파트너의 역량, 네트워크 경험 등을 활용하여 사업 확장이 용이

(3) 단점

- 일정 부분의 자금 및 인력에 대한 부담이 있으며 현지 사업이 정착되기 전까지 지속적인 투자가 필요
- 다른 유형에 비해 계약 및 협상에 많은 시간과 비용이 들며, 현지 법률에 의한 제약과 분쟁 발생의 위험이 높은 편임

(4) 적합한 경우

- 법적으로 외국 기업의 단독 투자를 허용하지 않는 지역으로 진출하는 경우
- 장기적인 관점에서 가맹본부의 적극적인 참여를 통해 사업을 확장시키고자 하는 지역으로 진출하는 경우
- 비교적 적은 자본 투자를 통해 진출하면서, 브랜드 및 시스템에 대해 비교적 강한 통제권과 관리 권한을 가지하고자 하는 경우

< TIP >

- **MAPPS** - “같이 투자하고 같이 운영하고 같이 벌다”
- 현지 파트너와 합자(합작) 투자 회사를 설립하고 상호 역할 분담을 통해 현지 사업을 운영해나가는 형태이며 주로 중견 기업에서 선호하는 방식

다. 직접 진출

(1) 개요

가맹본부가 외부 파트너의 도움 없이 현지에서 직접 사업을 운영, 준비과정부터 정착에 필요한 모든 비용과 인력을 직접 부담하며 현지 운영 및 사업 확장에 대한 책임도 모두 가맹본부에서 부담

(2) 장점

- 가맹본부의 브랜드 콘셉트와 표준 절차에 대해 통제 및 유지 가능
- 기본 시장조사 및 기획이 잘 이루어져서 사업이 성공적으로 진행된다면 중간 단계를 거치지 않으므로 가장 큰 수익을 얻을 수 있는 방식
- 장기적 투자의 측면에서 현지에서의 브랜드 및 시스템 구축 과정을 철저하게 관리 가능

(3) 단점

- 자금 및 인력 투입에 대한 부담뿐만 아니라 현지에서 발생하는 다양한 변수에

- 대한 위험을 전적으로 부담해야 함
- 파견 직원의 현지 문화에 대한 이해, 경험 정도 및 운영 역량에 따라 많은 시행착오를 거치게 되거나 이에 문제가 있을 시 사업 확장이 어려울 수 있음

(4) 적합한 경우

- 규모가 큰 대기업이나 자금력과 내부 역량이 잘 갖추어져 있어 현지에서 자체적인 경영이 가능한 경우
- 본격적인 해외 시장 진입에 앞서, 현지 시장에서 브랜드의 사업성을 검증하고, 장기적으로 프랜차이즈화 하기 위한 시스템을 갖추고자 하는 경우
- 노하우 유출을 피하기 위해 강력한 통제가 필요하거나, 법적으로 브랜드나 노하우 보호가 취약한 지역으로 진출하는 경우

< TIP >

- **MAPPS** - “파트너를 통해 나가지 않는다, 모든 것을 우리 돈으로, 우리 힘으로 나간다”
- 국내에서와 마찬가지로 현지에서 직접 사업을 운영하는 방식입니다. 향후 좋은 조건의 파트너 계약을 위해 직영점을 운영하는 초기 진출 전략으로도 활용할 수 있음

라. 국제 가맹

(1) 개요

국내에서의 가맹사업과 마찬가지로, 가맹본부가 가맹 사업자와 하나의 단위 가맹점 운영을 계약하는 형태로 국내 가맹본부가 현지 가맹점을 직접 관리하는 형태

(2) 장점

- 큰 비용을 들이지 않고 현지에 쉽게 진출할 수 있으며 이 가맹점을 시범점포로서 활용하면 현지 사업 확장의 기회로 활용 가능
- 국제 가맹을 할 파트너 선정부터 감독, 교육 등을 모두 직접 관리하므로 브랜드 및 표준 시스템 준수에 대한 통제 가능
- 국내에서 수출하는 장비나 식재료 비중이 높은 경우 이를 통한 수익을 극대화할 수 있음

(3) 단점

- 노하우 전수를 위해 소요되는 시간과 비용과 비교했을 때, 가맹점 계약이 많지

- 않을 경우에는 수익이 크지 않을 수 있음
- 다른 유형에 비해 계약 및 협상에 많은 시간과 비용이 들며, 현지법에 의한 계약과 분쟁 발생의 위험이 높은 편임

(4) 적합한 경우

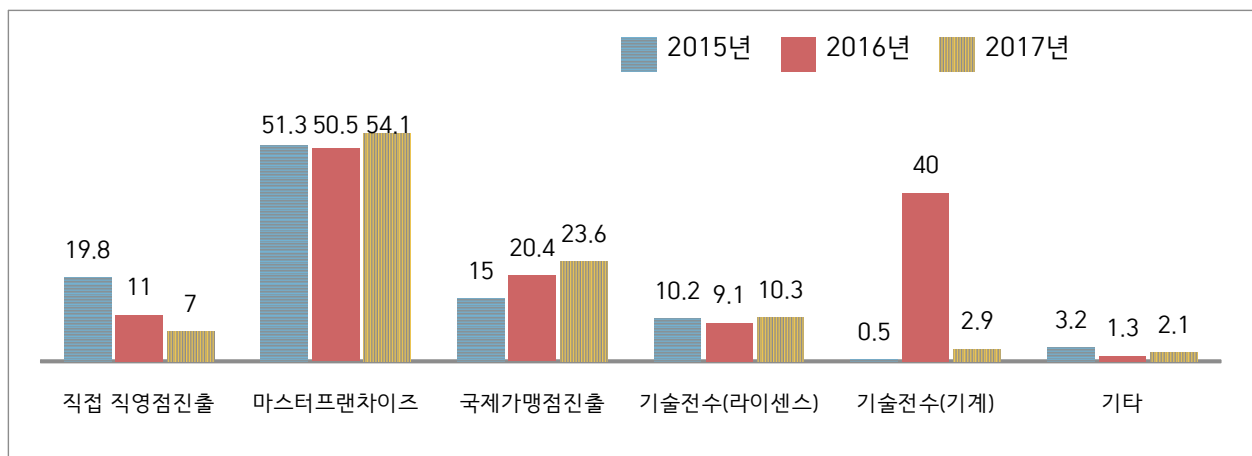
- 진출 시장이 한국과 가깝거나 출장 및 체류 비용에 대한 부담이 크지 않아 관리 및 교육이 어렵지 않은 경우
- 본격적인 현지 진출에 앞서 직접 투자나 파트너를 통한 진출이 어려운 경우에 국제 가맹점을 통해 사업성 검증 및 시범 점포로서의 전략적 운영

< TIP >

- **MAPPS** - “국내에서의 가맹점 계약처럼, 하나의 계약에 점포 하나”
- 현지에 가맹점을 직접 모집하여 운영하는 형태로, 적절한 마스터 프랜차이즈 파트너를 구할 수 없거나 직접 진출도 현실적으로 불가능한 경우에 전략적으로 국제 가맹점을 시범 점포 형태로 활용할 수 있음

실제 외식기업의 해외진출 유형을 볼 때 '마스터 프랜차이즈' 방식이 다른 유형보다 월등히 높으며, 그 외 국제가맹, 직접진출 등이 차지하고 있음

표 1-7 해외진출 사업유형



[참조. 2017 외식기업 해외진출 실태조사 보고서. aT한국농수산물유통공사]

< TIP >

- 외식기업의 유형별 해외진출 사례
 - 마스터 프랜차이즈(라이선싱) - 서래갈매기(일부 지역 직접진출), 뚜레쥬르(일부 지역 직접진출)
 - 합자(합작) 투자 - YOSHINOYA(직접진출 병행)
 - 직접 진출 - 파리바게뜨, 미스터피자(일부 지역 합작투자)
- 「IV. 외식기업의 중국 진출전략 > 4. 중국 프랜차이즈 성공사례」 참조

진출유형을 결정하는 요인으로는 기업자체적인 내부요인과 진출국이나 파트너의 외부요인으로 구분할 수 있음

내부요인	외부요인
1. 사업 목표 2. 재무 여건 및 관리 역량 3. 노하우에 대한 지원 및 통제 4. 물류 시스템	5. 현지 법률 및 시장 환경 6. 파트너 요구 조건

본 교재에서는 진출유형을 결정하는 요인 중에서 기업의 해외진출 Risk를 줄일 수 있는 법률 및 제도적 요인에 초점을 맞추어 설명함

법률, 제도 요인	조사항목	비고
투자 관련 법률	외국인 투자 제한 투자 관련 절차 해외 투자법인 제약	진출 형태가 변동될 가능성이 있음
프랜차이즈 관련 법률	프랜차이즈 등록 조건 프랜차이즈 등록 필수 여부 프랜차이즈 등록 시기	일부 국가의 경우 수익성 증명을 요구하는 등 프랜차이즈 등록이 까다로운 곳이 있음
외식 및 식품 관련 법률	위생 관리 식재료에 대한 승인	관련 사항을 지키지 못할 경우 법적인 제재가 강한 경우가 많음
세무 관련 법률	자금 송금 관련 사항 법인세를 포함한 기타 세금	국내 송금 시 세금 비중 확인 필수
부동산 관련 법률	부동산 계약 관련 법률 임대차 보호 관련 법률	부동산 계약에 문제가 생길 경우 영업 자체가 중단될 수 있음
수출입 관련 법률	수출할 식재료 및 물품에 대한 점검 관세 관련 사항	수출 관련 사항은 한 국가 내에서도 지역별로 다를 수 있음
노동 관련 법률	현지인 채용 비중 노동법 및 고용법	법률 준수하지 않을 시 처벌이 강한 국가들이 있으므로 주의

1 국가현황

가. 일반현황

(1) 일반



- 국명 : 중화인민공화국
(People's Republic of China, 中華人民共和國)
- 위치 : 아시아대륙 동북부
- 면적 : 9,561km²(한반도의 43배)
- 인구 : 13.89억 명(2017년 기준)

- 수도 : 북경(1,559만명)
- 민족 : 한족(92%), 55개의 소수민족(약 8%)
※ 조선족 수는 약 183만여 명(소수민족의 약 2%를 차지)
- 언어 : 표준 중국어를 지칭하는 공식적인 명칭은 보통화(普通話)
- 종교 : 도교, 불교
- 정체 : 사회주의 인민공화제
- 행정구역 : 4개 직할시, 23개 성, 5개 자치구, 2개 특별행정구로 구분
 - 직할시(4개) : 베이징(北京), 상하이(上海), 톈진(天津), 충칭(重慶)
 - 성(22개) : 간쑤성(甘肅省), 장시성(江西省), 장수성(江蘇省), 광둥성(廣東省), 구이저우성(貴州省), 지린성(吉林省), 랴오닝성(遼寧省), 푸젠성(福建省), 쓰촨성(四川省), 산둥성(山東省), 산시성(山西省), 산시성(陝西省), 안휘성(安徽省), 윈난성(雲南省), 저장성(浙江省), 칭하이성(青海省), 허난성(河南省), 허베이성(河北省), 하이난성(海南省), 후난성(湖南省), 후베이성(湖北省), 헤이룽장성(黑龍江省), 타이완성(台灣省) ※ 중국은 타이완을 23번째 성으로 간주
 - 자치구(5개) : 광시장족자치구(廣西壯族自治區), 네이멍구자치구(內蒙古自治區), 닝샤회족자치구(寧夏回族自治區), 시장자치구(西藏自治區), 신장위구르자치구(新疆維吾爾自治區)
 - 특별 행정구 : 홍콩(香港), 마카오(澳門)

(2) 인구통계 및 정치, 문화현황

(가) 인구현황

- 중국 인구는 13.89억 명(2017년 기준)으로 세계 최고이지만, 중국의 생산가능 인구가 2015년부터 감소세로 전환되는 등 저출산, 고령화로 인구구조가 급속하게 변화되고 있음
- 중국의 생산가능인구 비중은 2011년부터 하락세를 보였으며, 2015년부터는 생산가능인구 자체가 감소세로 전환되었음
- 정부가 뒤늦게 '전면적 2자녀 정책'을 시행하고 나섰으나, 가임연령여성 인구 감소, 경제적 부담 등으로 단기에 효과를 발휘하기는 어려울 전망이다
- 중국의 인구구조 변화를 감안할 때 중국의 중장기 전망을 낙관적으로 보기 어려우며, 따라서 중국시장에 대한 보수적 접근이 필요함

(나) 정치현황

- 19차 당대회를 계기로 "시진핑 1인 중심체제" 강화, 역대급 반부패 투쟁으로 시진핑의 대중적 위신이 크게 제고 및 당·정·군 장악
- 중국 고위 요직 대거 교체, 시자진(시진핑 측근) 핵심 요직에 배치. 2016년 초부터 31개 성·시·자치구 중 23개 성 당서기 및 24개 성 성장 교체
- 집권 2기에도 "반부패" 투쟁은 지속될 전망. '정치 순시'를 당내 감독 강화와 당내 기율 강화 수단으로 활용 예정

(2) 경제현황

(가) 경제 일반

- 뉴노멀의 중저속 성장 지속, 중국경제는 미국과의 무역분쟁 등 불확실성이 확대되면서 성장률이 다소 둔화되었으나 6.6~6.7%의 안정적인 성장을 지속할 것으로 전망. 2015년 이후 최고 수준인 6.9% 기록
- 국가통계국은 4월 중국경제가 생산 및 수요 증가, 양호한 취업상황, 경제구조 개선 등을 바탕으로 안정적인 성장세를 지속하고 있다고 평가
- 금융긴축, 재정건전화, 부동산규제, 재고조정 및 중·미 무역분쟁 등의 영향으로 경제의 상승여력이 낮아져 2018년 경제는 상고하저의 L자형 구조를 나타낼 것으로 전망

표 2-1 주요경제지표

주요지표	단위	2015	2016	2017
명목 GDP	십억 달러	10,983	11,199	12.24
1인당 명목GDP	달러	7,990	8,123	8,826
실질성장률	%	6.9	6.7	6.9
산업생산증가률	%	6.0	6.0	6.6
소비자물가상승률	%	1.4	2.0	1.6
수출증가율	%	-2.6	-6.4	7.9
수입증가율	%	-14.4	-5.4	15.9
무역수지	억달러	6,017	5,100	4,225

※주: 2017년은 추정치

[자료: 국가통계국, 상무부, GTA, IMF]

- 최근 외국인투자(FDI) 둔화세 및 서비스업에 투자 집중을 보이고 있음. 2017년 1~7월 FDI(외국인직접투자) 전년동기비 6.5% 하락한 721.4억 달러로 집계, 이 가운데 서비스업 이 70% 비중 차지
- 자본유출을 방지하기 위해 개인의 해외송금 및 기업의 해외투자 규제. 중국 외환관리국은 개인별 연간 환전 가능 상한액을 5만 달러로 엄격히 제한
- 중국 기업의 해외투자 가이드라인 발표, '제한, 장려, 금지' 부문으로 구분. 부동산, 호텔, 영화, 엔터테인먼트, 스포츠클럽 등 제한/금지항목 분류 및 투자 규제

표 2-2 중국기업 해외투자 가이드라인

장려	제한	금지
-일대일로 사업 -첨단 기술, R&D -에너지 자원 탐사 및 개발 -농업과 어업	-부동산·호텔·영화·엔터테인먼트·스포츠 분야 -해외 펀드 및 투자 플랫폼 -노후 생산 설비	-핵심 군사 기술, 카지노, 성매매, 국가 안보에 반하는 분야 -중국과 수교하지 않은 국가 -환경·에너지·안보기준 부적합 국가

[자료: 중국 국무원]

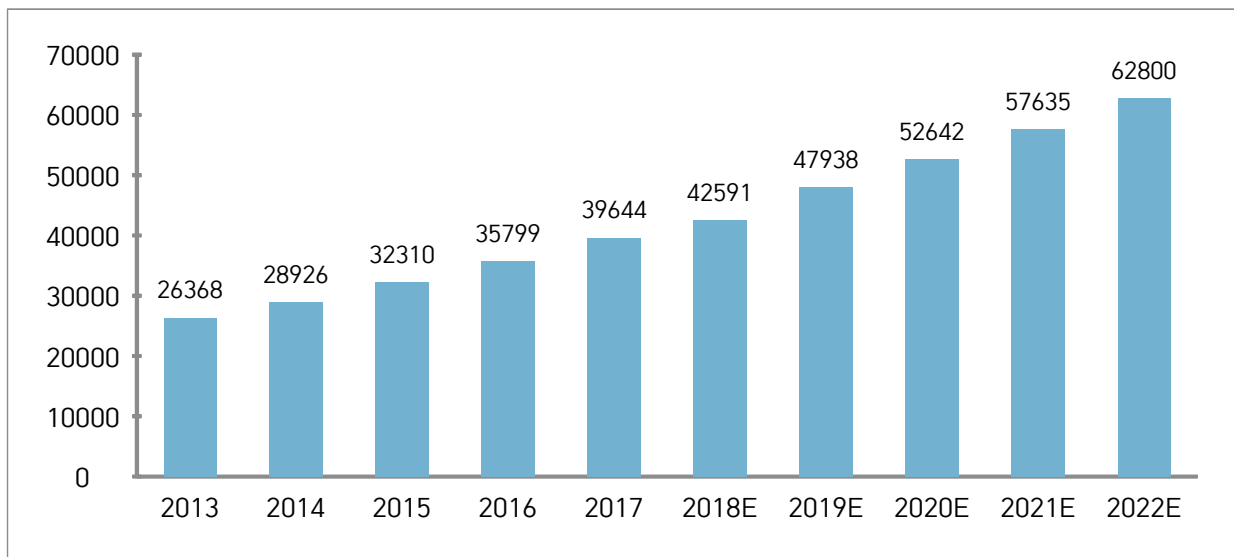
< TIP >

- 중국은 미국과의 무역분쟁 등 불확실성이 있고 성장률이 다소 둔화 현상을 보임

(나) 외식산업 현황

- 중국의 외식산업(요식업) 시장 규모는 2017년 3조9600만 위안 규모로 전년 대비 10.7% 성장하였으며 2018년에는 4조3000억 위안을 넘어설 것으로 전망
- 중국 요리협회 및 중국 산업정보에 따르면 2020년 외식산업의 운영 수입이 5조 위안을 넘어서고 2022년에는 6조 위안을 돌파할 것으로 전망

표 2-3 중국 외식산업 시장규모



※주: 단위: 억위안

[자료: 중국산업정보, KOTRA 텐진 무역관]

- 식당의 유형별 분포를 보면 중국 식당이 57%로 1위의 점유율을 보이고 있고, 휴한간찬, 패스트푸드 등이 그 뒤를 이음
 ※ 휴한간찬(休闲简餐) : 기존 패스트푸드 매장보다는 고급스러운 분위기와 식사 및 커피를 즐길 수 있는 식당 및 카페, 일종의 브런치 카페
- 특히 최근 각광받고 있는 휴한간찬은 최근 5년간 평균 20~25%의 성장세를 유지함. 중국요리협회에 따르면 휴한간찬은 2017년 외식산업 시장에서 16%의 점유율 기록함
- 휴한간찬의 성장을 보았을 때, 중국 외식산업은 전통적인 방식에서 벗어나 신세대를 겨냥한 메뉴 개발 및 식당 분위기 전환 등 새로운 트렌드에 맞춰 변화 중
- 성장하는 외식시장에서 매년 폐업하는 식당도 증가하고 있음. 2016년 16만 개, 2017년 상반기에만 약 21만 개의 외식업체가 문을 닫으며 이는 중국 전

체 식당 중 월평균 약 10%에 해당함.

- 폐업의 주요 원인으로서는 식품안전규정 위반, 전문적 관리 능력 부족, 무리한 점포 수 확대, 시장의 치열한 경쟁 등이 있음.
- 시장 규모 대비 이익을 창출하는 기업은 다소 한정되어 있음. 국가 통계국 통계에 따르면 전체 식당 중 20%만이 이익을 얻고 80%의 식당은 경영 실적이 좋지 않은 상황임(자료참조. 2018 텐진무역관)
- 최근 중국 외식산업은 여성 소비자들이 남성 소비자에 비해 외식 지출이 큰 것으로 파악됨. 금액대별로 살펴보면 100위안(한화 1만 6천 원) 이하의 비용의 경우 남성의 지출 비중이 조금 높지만 100위안 이상의 금액 대에는 여성 소비자의 지출 비중이 약 10% 이상 높았음
- 또한 연령의 경우 20~34세 연령이 외식산업에서 74%로 가장 큰 비중을 차지하고 있고, 외식 빈도로 보았을 때 90후(90년대 이후 태어난 세대를 일컫는 단어) 연령층이 가장 높은 것으로 나타남. 따라서 여성이며 젊은 세대의 소비자들이 외식산업의 새로운 타겟 고객층이 되는 추세임.

< TIP >

- 중국도 국내 외식현황과 유사하게 폐업률과 경쟁률이 높아지고 있음
- 새로운 소비층으로 여성과 젊은 층이 대두됨

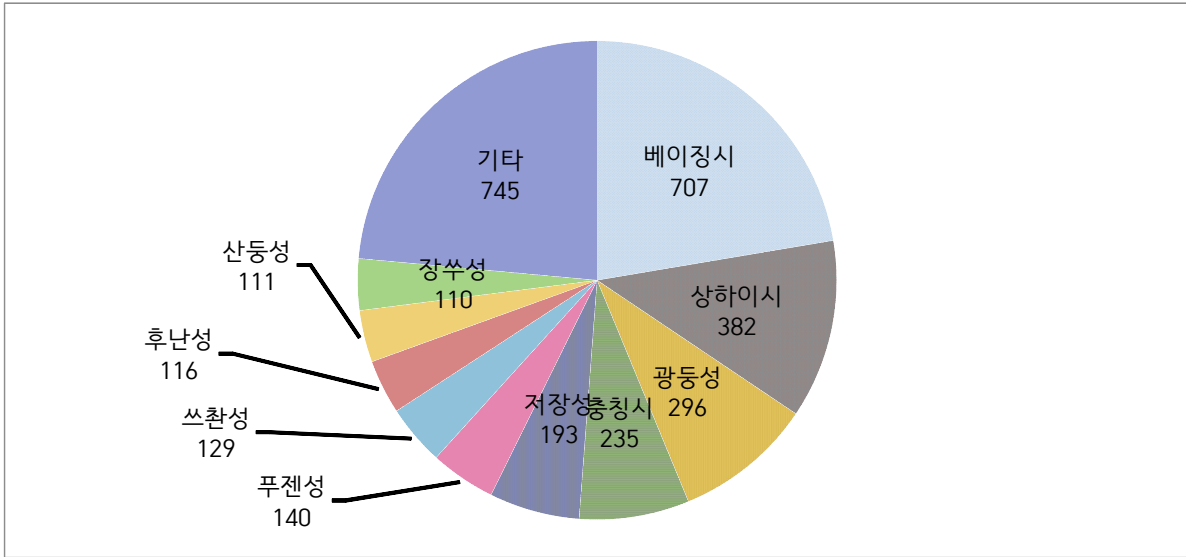
나. 프랜차이즈 시장 현황

- 중국 상무부에 등록된 프랜차이즈 기업수는 총 3,162개사에 달함(2016년 기준)
- 중국 전역을 대상으로 경영활동을 하는 프랜차이즈 기업 수는 2,331개사로 전체의 73.7%, 성급 사업자수는 831개사로 26.3%를 차지

(1) 지역별 현황

- 지역별로 보면 베이징 707개 사, 상하이 382개 사로 각각 22.4%, 12.1%의 비중을 차지하여 이 두 개 도시가 전체의 1/3을 차지하고 있음
- 그 뒤를 이어 광둥성(278개사), 충칭시(233개사), 저장성(185개사)순으로 진출해 있음

표 2-4 지역별 프랜차이즈 기업현황



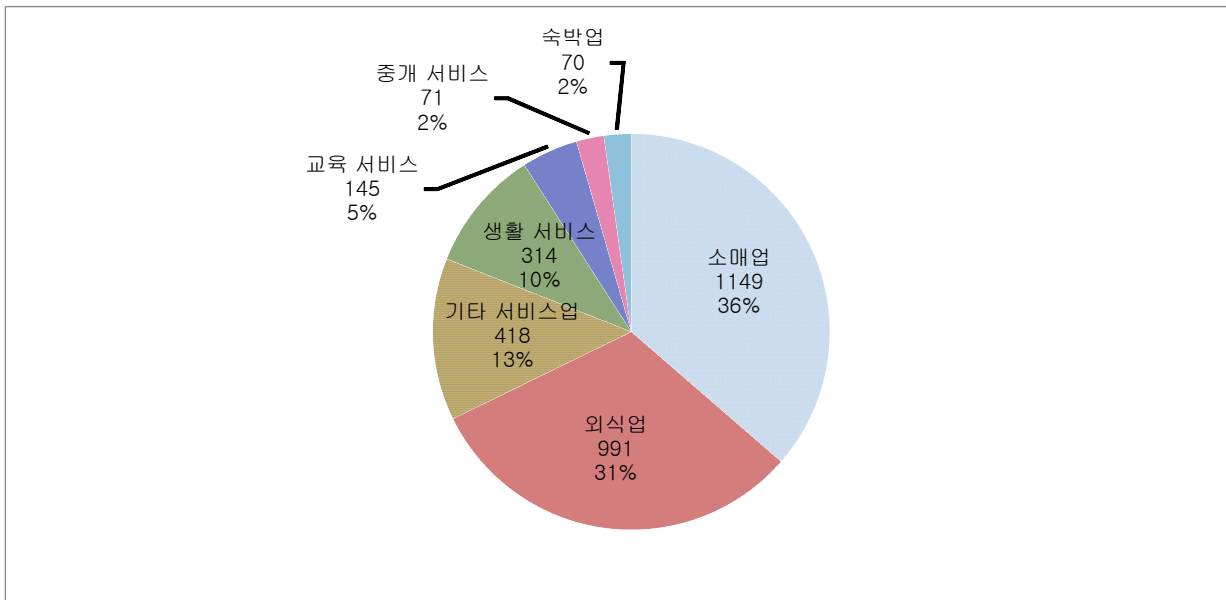
※주. 단위 : 기업수, 2016.9.30 기준

[자료: 중국 프랜차이즈 경영망]

(2) 업종별 현황

업종으로는 소매업과 외식업이 각각 30% 이상의 비중으로 중국 프랜차이즈 산업의 주축을 이루고 있음. 이 외에 세탁소, 생활서비스 업체가 많은 편이며, 중개 서비스나 숙박업은 2%의 비중에 그침

표 2-5 업종별 프랜차이즈 기업현황



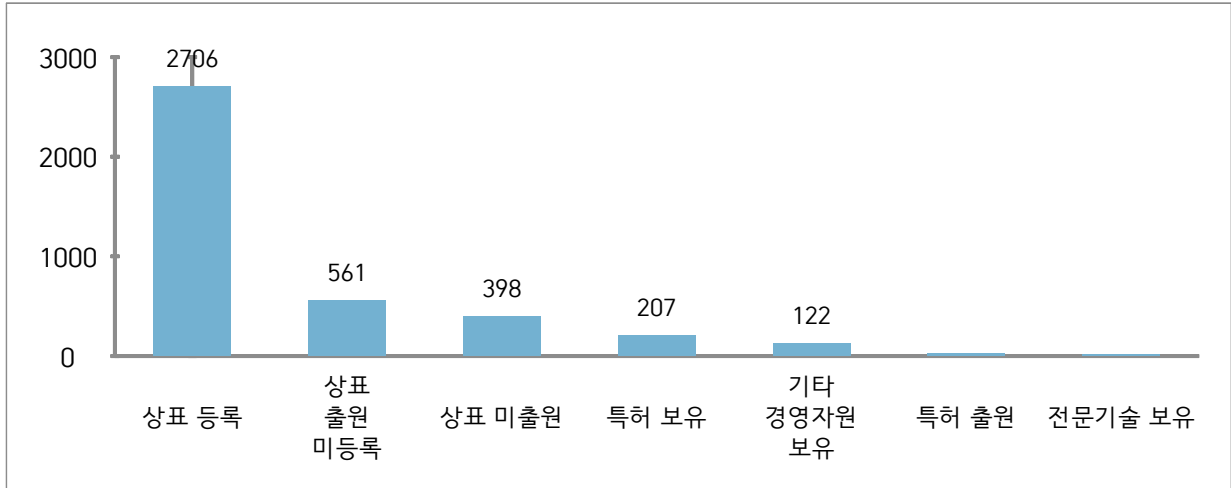
※주. 단위 : 기업수, 비중, 2016.9.30 기준

[자료: 중국 프랜차이즈 경영망]

(3) 기타

- 중국의 프랜차이즈 기업은 대부분 상표권을 보유하고 있으나, 특허권은 미비함

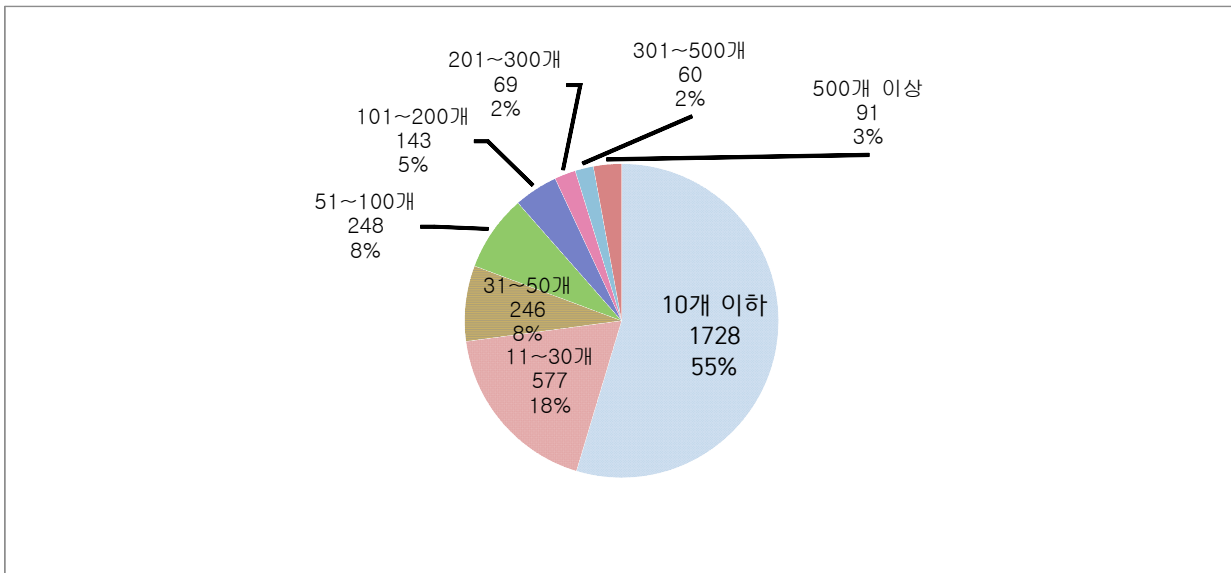
표 2-6 보유 자원 현황



[자료: 중국 프랜차이즈 경영망]

- 프랜차이즈 기업의 규모를 볼 때, 10개 이하의 가맹점을 소유하고 있는 프랜차이즈 기업의 비중이 절반인 55%를 넘고, 500개 이상의 가맹점을 소유하고 있는 업체는 91개, 약 3%의 비중을 차지하고 있는 상황으로 소규모 프랜차이즈가 대다수

표 2-7 가맹점 소유 현황



※주. 단위 : 기업수, 비중, 2016.9.30 기준

[자료: 중국 프랜차이즈 경영망]

- 2014년부터 중국 100대 프랜차이즈 기업은 1선 도시보다 2~3선 도시에서의 가맹점을 확대하고 있는 것으로 나타남
- 중국 도시화가 지속적으로 진행되고 있고 2,3선 도시의 상업발전 관련 정책 촉진, 인프라 및 관련 시설 완비에 따라 많은 기업들이 프랜차이즈 사업에 관심을 갖고 있음. 반면에 1선 도시는 프랜차이즈 부문이 포화상태에 있고, 4선 도시는 기본 인프라 및 서비스 체계 미비, 소비시장 육성 등 아직 프랜차이즈 활성화에는 시간이 필요할 것으로 보임

< TIP >

- 중국도 외식업 비중이 높고, 소규모 프랜차이즈 기업이 많은 등 국내 프랜차이즈 현황과 유사한 추이를 보이고 있음

2 특수상황

가. 지리적 특수성

- 중국은 957만 2900km²의 넓은 면적과 인구를 가지고 있기 때문에 지역에 따라 각기 다른 기후와 문화를 가지고 있음. 따라서 중국을 보다 정확하게 이해하기 위해서는 중국을 하나로 인식할 것이 아니라, 중국 내 존재하는 다양한 지역적 특성을 구분하여 접근할 필요가 있음
- 중국의 각성(성, Province) 마다 도시화 시기와 그 수준에 있어 차이가 있고, 외국과의 교류가 다르기 때문에 북경, 상해와 같은 대도시는 외국문물에 대해 긍정적이고 새로운 것에 대해 개방적으로 받아드림. 또한 이런 대도시는 다른 소도시와 빈부격차 또한 심해서 사람들의 소득수준도 다름
- 중국의 경우에는 법령 사이의 효력 순위를 구분하기 어려운 경우도 있고, 법령이 있더라도 지방정부의 하위 법령에 의해 내용이 달라지기도 하며, 동일한 법령의 경우에도 지방정부에 따라 해석을 달리 하는 경우도 있으므로, 중국에 진출한 기업으로서 지방정부의 하위 법령과 지방정부의 해석 관행에 대해서도 항상 주의를 해야 함
- 중국의 도시화 양상은 동부해안을 기준으로 북에서 남으로, 동쪽 해안에서 서쪽 내륙으로 진행되고 있음
- 최근 한류 열풍을 타고 한식 프랜차이즈 기업의 중국 시장 진출이 활발해짐에

따라 도시의 한식 수용 단계에 따라 다양한 특성을 보임

(1) 중국 지역발전 추이

(가) 6대 지역에서 1, 2, 3선으로

- 1950년대 초 사회 안정을 위해 전국을 6대 지역(동북, 화북, 서북, 화동, 중남, 서남지역)으로 확정
- 1964년 이후 국제정세 변화에 따른 전쟁준비를 위해 6대 지역을 1, 2, 3선 도시로 확정하여 각각 다른 역할을 부여
- 전략적으로 연해지역을 1선(전쟁 등에 대한 대응 위주)으로, 중부지역을 2선(산업발전 위주)으로, 내륙지역을 3선(군사공업 위주)으로 확정하고, 10년 동안 3선 건설은 중서부의 13개 성에서 총 1,100여개의 대중형 건설사업(투자 총액 2,052억 위안)을 추진

(나) 3대 지대(地帶)에서 6개 경제구

- 동북지역 - 랴오닝, 지린, 헤이룽장, 네이멍구 동북부 4대 연합도시
- 환발해지역 - 허베이, 랴오닝, 산둥, 산시, 베이징, 톈진, 네이멍구 중서부
- 창장삼각주 - 상하이, 장쑤, 저장 14개 도시
- 서남, 화남지역 - 쓰촨(충칭 포함), 윈난, 구이저우, 광시, 하이난, 광둥 서부지역의 잔장, 마오밍, 자오칭
- 서북지역 - 샨시, 간쑤, 닝샤, 신장, 티베트
- 동남 연해지역 - 푸젠과 광둥 연해지역

(다) 4대 구조

- 서부 - 대개발(1999년에 발표)
- 동북 - 노후공업기지 진흥(2002년에 발표)
- 중부 - 궈기(2004년에 발표)
- 연해지역 - 우선적으로 현대화 실현(자주혁신, 국내경쟁력 강화 등을 강조)

(라) 지역발전 방향

2005년 10월, 16차 5중 전회에서 처음으로 지역발전의 전반적인 전략을 명확히 제시. 지역별 일인당 GDP격차를 적절한 범위 내에 유지, 지역별 주민의 공평한 기본 공공서비스 향유, 지역별 비교우위를 합리적으로 발휘, 지역별 사람과 자연의 조화로운 관계 유지

(2) 지역별 경제성장 현황

(가) 최근 경제현황

- 2017년 전국 경제성장률이 6.9%를 기록한 가운데 각 지역(省)의 성장률은 대체로 경제가 낙후된 중·서부지역에서 높게 나타난 반면 경제가 발달한 동부 지역의 성장률은 낮은 동저서고의 특징을 보임. 전체 31개 지역 중에서 베이징, 상하이, 광둥, 쓰촨 등 17개 지역이 2017년 양회에서 제시한 목표성장률을 달성
- 2016년 각 지방정부는 경제구조 개혁, 글로벌 경제의 불확실성 지속 등으로 인해 2017년 목표성장률을 2016년의 실적치보다 다소 낮은 수준에서 제시한 바 있으나 서부와 동북의 많은 지역들이 목표성장률에 미치지 못하는 실적을 보임
- 지역별 경제규모를 보면 2016년 3조 위안을 넘어선 지역은 9개 지역(광둥, 장쑤, 산둥, 저장, 허난, 쓰촨, 후베이, 허베이, 후난)이었으나 2017년 푸젠, 상하이가 새롭게 추가되어 총 11개 지역으로 증가(경상가격 기준)
- 광둥성은 29년 연속 중국 내 최대 경제규모(2017년 8조 9,879억 위안)를 차지하였으며 광둥, 장쑤, 산둥 세 지역은 지역내총생산 규모가 1조 달러를 넘어지면서 세계 16위권 이내에 해당하는 경제규모로 성장
- 경제규모가 가장 큰 지역(광둥)과 가장 작은 지역(시짱) 간 68.6배의 규모 격차가 존재하나 2010년(89.4배)에 비해 격차가 다소 줄어들면서 지역 간 경제성장의 양극화 문제는 매우 더디기는 하나 소폭 완화되는 추세

(나) 성장 요인

- 중국 지역경제의 주요 성장요인은 산업측면에서는 3차 산업의 빠른 성장, 수요 측면에서는 높은 소비 증가율이며, 대부분의 지역은 내수확대에 기반한 안정적인 성장세를 유지. 산업별 성장률에서는 모든 지역에서 3차 산업의 성장률이 2차 산업을 상회한 것이 두드러진 특징임
- 산업별 비중을 살펴보면 2017년 산업별 부가가치가 발표된 25개 지역 중에서 17개 지역에서 3차 산업의 비중이 2차 산업의 비중을 넘어섰으며, 특히 베이징(80.6%)과 상하이(69.0%)가 중국경제의 서비스화를 주도
- 2차 산업 중심의 경제구조를 보이고 있는 산시(49.8%), 안후이(49.0%), 푸젠(48.8%) 등은 여전히 산업화가 경제성장의 주요한 성장동력 중의 하나였으나, 이 지역들도 3차 산업이 더 빠르게 성장하면서 경제의 서비스화가 진전됨

- 시진핑 정부가 들어선 2013년을 전후해 중국은 수출과 투자 위주의 성장에서 소비 위주의 성장으로 성장패러다임을 전환하고자 노력하고 있으나 지역별로는 경제가 발달한 동부지역이 대체로 소비 증가율이 높았던 반면 중·서부 내륙지역은 투자 증가율이 소비 증가율을 상회하면서 여전히 투자 주도의 성장을 이루고 있음
- 소비 증가율이 투자 증가율을 상회한 지역은 상하이, 산둥, 장쑤, 충칭, 쓰촨 등 20개 지역이었고 투자 증가율이 더 높았던 지역은 베이징, 광둥, 푸젠, 구이저우 등 11개 지역이었으며, 특히 구이저우와 시짱, 신장은 투자 증가율이 20%를 상회
- 서부지역의 경우 서부대개발과 일대일로 전략의 시행에 따른 인프라 사업이 활발히 진행되면서 대부분의 지역에서 상대적으로 높은 투자 증가율을 보였으나 간쑤(-40.3%), 네이멍구(-7.2%), 랴오닝(0.1%), 텐진(0.5%)은 투자가 전년 대비 큰 폭으로 감소하거나 정체되면서 성장 둔화를 초래
- 대부분의 지방정부가 재정수입 목표증가율을 상향 조정한 반면 목표성장률이나 투자의 목표증가율을 하향 조정함으로써 투자에 의존했던 기존 성장모델의 전환이 가속화되고 있으며, 경제운용에서도 인위적인 경기부양보다는 경제구조 개혁과 안정적인 성장에 중점을 둘 것으로 예상됨.(참조. 중국의 주요 지역별 2018년 경제정책 방향 및 시사점. KIEP 대외경제정책연구원)

(다) 주요 도시별 특징

표 2-8 중국기업 해외투자 가이드라인

구 분	도시별 특징
베이징	금융·상업의 중심지. 중국의 56개 민족이 모두 거주하는 도시. 대형 국영기업의 총본부. 물류·관광·문화 산업 발달. 산학교류 활발
상하이	경제수도. 중국 최대 소비시장, 교통·물류·유통의 중심. 거대 산업도시. 금융·보험·무역 등 서비스업. 다국적기업 본부. 금융·자동차·IT사업발달
광저우	중국 근대혁명의 발상지. 수륙교통의 요충지. 제철·기계·비료공업, 철·망간·텅스텐·주석·석탄 생산. 운난지역의 아열대 과일 생산
칭다오	광업발달. 농작물 생산 많음. 해양과학기술의 중심지. 식품가공·전자통신 산업·제조업 중심지
충칭	이주민 도시, 분지지형. 중농사상, 철강·광업·기계·농기구·군수품·화학약품·비료, 댐 건설로 해운물류 중심 부상. 자신만의 기업브랜드로 중국 및 세계시장 공략, 공업기반, 과학기술 인재, 투자환경 우수
선양	장백산맥 부근 외는 노년기 지형, 동베이 평원, 밭농사 발달, 가축사육, 지하자원, 제철·제련·기계·조선·기관차 제작. 비료·염료 제지 등 화학공업, 면방식·마방직 공업 발달

[자료: 중국 권역별 협상 형태와 우리 기업의 대응 전략 연구. KIET 산업연구원
연구보고서 2017]

(4) 도시별 소비형태

(가) 상해

- 대규모 매장이 많음 : 많은 직원과 넓은 매장을 확보한 한식당들이 많이 생겨나고 있음. 기업들은 소비자의 브랜드 신뢰도를 높이기 위해 초기 투자 규모를 확대하고 있음
- 한국보다 더 한국적인 맛 : 한식에 대한 지식을 가진 소비자가 많아지면서 어설픈 퓨전보다는 정통 치킨이 더 각광받고 있으며 수많은 한식 기업들과의 차별점을 둘 수 있음.

(나) 선전

- 대형 쇼핑몰에 입점하는 경우가 대다수 : 선전에 위치한 한식점들은 대부분 대형쇼핑몰 식품 코너에 입점 된 경우가 많음
- 정착되지 않은 치맥문화 : 치맥 문화나 한국식으로 조리된 치킨의 특성이 인식되지만 '치킨+맥주' 보다는 '치킨+콜라/차' 등의 소비가 더 많으며, 치킨은 닭요리 중 하나로 여겨지고 있음

(다) 시안

- 한식의 양분화 : 다양한 가격대 형성 - 한식을 고급화한 '서라벌'과 중저가 한식을 널리 보급한 '태희네 김밥'을 필두로 한식이 고급/중저가로 나눔
- 밀가루 음식과 곁들이는 음식 : 산시성은 전통적으로 밀가루 음식이 발달하여 주식 역시 면, 만두류가 많음. 치킨은 이와 곁들이는 사이드 메뉴로 여겨짐

(라) 톈진

- 중저가 한식당이 발달 : 푸드 카테고리 내에서도 객단가가 낮은 편이고, 이에 비해 일식 전문점들은 상대적으로 다양한 가격대의 식당으로 세분화 됨
- 치킨 패스트푸드와는 별도로 치킨 요리집이 인기이며 일반 배달음식의 '치킨'이 아닌 닭을 주재료로 한 다양한 요리를 통해 '치킨레스토랑'으로 각광받고 있음

(마) 1선 도시

- 한류에 편승하려는 전략 : 한류 열풍이 거센 1선 도시일수록 한류 스타를 이용한 스타 마케팅에 초점을 두는 경향이 있음
- 치킨 소비층 확대: '별그대'를 통한 치맥 문화전파는 성인 남녀 직장인들의 치킨 소비뿐만 아니라 가족 단위의 고객의 증가 역시 불러왔음
- 다양한 한식 레시피가 폭넓게 수용됨 : 가장 잘 알려진 김치, 비빔밥, 불고기뿐만 아니라 부대찌개 등 보다 매니아층이 선호할만한 음식들도 상당수 진출해 있음
- 한류 트렌드를 넘어 대중음식이 됨 : 한류의 영향이 거센 1선 도시에서는 한류 매체에 대한 노출이 잦은 젊은 세대를 중심으로 한국 음식이 자연스럽게 대중음식으로 자리 잡음.

(바) 2선 도시

- 소규모 한식당의 범람으로 저가로 인식 : 한국에서의 성공을 기초로 하여 중국시장에 진입하는 기업뿐만 아니라 현지의 조선족 등 비전문 인력이 운영하는 저가의 소규모 한식당이 많음. 이로 인해 해당 지역에서 한식이 저가의 음식으로 인식되고 있음
- 보다 적극적인 현지화 : 1선 도시에 비해 입맛이 덜 서구화되었거나 외부 음식에 대해 배타적인 소비자 특성에 맞춰 적극적으로 현지 입맛에 맞출 필요가 있음
- 중국 로컬 치킨 기업에 밀림 : 강력한 1인자 KFC를 제쳐두고도 철저히 현지화된 메뉴를 제공하는 Dicos와 같은 중국 로컬 기업들에 밀려 존재감이 미미함
- 배달 서비스 강화 : 틈새시장 전략 중 하나로 배달 서비스를 제공하는 치킨 업체들이 늘어나고 있음. 중심 상권에서 벗어난 주거지 등에 입점한 점포로 배달을 위주로 운영되는 지점다수임

< TIP >

- 2017 외식기업 해외진출 실태조사 보고서(aT한국농수산물유통공사)의 외식기업의 중국도시별 진출 현황을 보면 상하이(38.6%), 베이징(24.3%), 광저우(15.7%), 톈진(10.0%), 청두(10.0%) 순으로 높은 비중을 보이고 있음
- '14년 조사결과와 비교해 보면 베이징(52.8%→24.3%), 상하이(48.4%→38.6%)의 비율이 낮아진 반면, 2선 도시(청두, 충칭, 장춘, 항저우, 시안, 선양, 난징, 란저우, 지난, 정저우, 쿤밍 등)로 진출(롯데리아, 파리바게뜨, 불고기 브라더스)이 새롭게 나타남
- 뚜레쥬르의 경우 마스터 프랜차이즈(MF)방식으로 4대 거점(베이징, 상하이, 광저우, 충칭)을 중심으로 (쓰촨, 허난, 산시, 푸젠 등) 중국 각지로 진출하였으며, 파리바게뜨 역시 상하이에 1호점을 개설한 이후 베이징, 난징, 다롄 등 중국 주요 도시에 230개가 넘는 매장으로 성장함

1 진출 시 프랜차이즈 주요 법률

가. 프랜차이즈 관련 법률 소개

(1) 중국 프랜차이즈 법률

- 중국은 프랜차이즈 가맹점을 보호하고 건전한 프랜차이즈 산업을 형성하기 위하여 아래와 같은 프랜차이즈 법률을 시행하고 있음 (2007년 5월 1일부터 시행)
 - 상업프랜차이즈 관리조례(商业特许经营管理条例)
 - 상업프랜차이즈 등록관리방법(商业特许经营备案管理办法)
 - 상업프랜차이즈사업 정보공시관리방법(商业特许经营信息披露管理办法)
- 프랜차이즈와 관련된 대표적인 법률은 2007년 5월 1일부터 시행된 '상업프랜차이즈 관리조례'로 중국 프랜차이즈 경영범위, 정보공개, 법적책임 등 프랜차이즈에 관한 전반적인 사항을 규율하고 있으며, 이 '상업프랜차이즈 관리조례'에 의거하여 프랜차이즈 등록 관련 내용을 규율하고 있는 '상업프랜차이즈 등록 관리 방법'과 프랜차이즈 가맹점의 권리와 이익을 보호하기 위한 '상업프랜차이즈 사업 정보공시 관리방법'이 있음
- 상기 법률은 프랜차이즈 산업만을 규율하기 위한 특별법적 성격의 법률이며, 상기 법률 외에도 일반적인 계약관계를 규율하는 계약법, 반공정경쟁법 등도 적용됨
 - 계약법(合同法)
 - 상표법(商标法)
 - 반공정경쟁법(反不正当竞争法)
 - 특허법(专利法)
 - 저작권법(著作权法)
 - 회사법(公司法)
 - 기업법인등록관리조례(企业法人登记管理条例)

< TIP >

- 중국 진출을 희망하는 프랜차이즈 기업의 경우 반드시 관련 법률을 숙지하여야 함

(2) 프랜차이즈 관련 주요내용

(가) 프랜차이즈 사업 조건

- 중국에서 프랜차이즈를 운영하기 위해서는 기본적으로 2곳 이상의 직영점을 확보하여야 하며, 영업기간은 1년을 초과하여야 함(2+1)
- 가맹본부가 가맹사업에 종사하려면 성숙된 경영방식을 소유하여야 하며 가맹점사업자를 대상으로 하는 경영지도·기술지원·업무교육 등의 서비스를 제공할 능력을 구비하여야 함(성숙한 경영방식 + 교육 등의 서비스를 제공할 능력 보유)
- 상기 두 곳의 사업장은 가맹본부, 외국 프랜차이즈 가맹본부, 또는 계열사(계열사가 가맹본부가 직접 관리하는 자회사이고 해당 자회사의 대주주가 프랜차이즈 가맹본부인 경우에 해당)가 소유하여야 함
- 중국에서 프랜차이즈를 운영은 법률에 따라 기업 이외의 기타 조직과 개인은 가맹사업에 종사할 수 없음

(나) 프랜차이즈 사업 등록

- 프랜차이즈 기업이 중국에서 가맹사업을 운영하기 위해서는 첫 계약일로부터 15일 이내에 상무주관부서(MOFCOM)에 프랜차이즈 등록하여야 함
- 성·자치구·직할시내에서 가맹사업에 종사하는 경우에는 소재지의 성·자치구·직할시 정부의 상무주관부서에 등록하여야 하며, 성·자치구·직할시범위를 벗어난 가맹사업은 국무원상무주관부처에 등록하여야 함
- 등록 시 다음과 같은 자료를 제출하여야 함
 - ① 영업허가증 사본 또는 기업등록증서 사본
 - ② 가맹사업계약서 건본
 - ③ 가맹사업운영수칙
 - ④ 시장계획서
 - ⑤ 상업프랜차이즈 관리조례 제7조의 규정에 부합된다는 서면승인서 및 관련 증명자료(2곳 이상의 직영점+영업기간은 1년을 초과, 성숙한 경영방식 + 교육 등의 서비스를 제공할 능력 보유)
 - ⑥ 국무원 상무주관부서가 규정한 기타자료
- 가맹사업의 제품 혹은 서비스에 대한 별도의 허가가 필요한 경우 가맹본부는 관련 서류를 별도로 제출해야 함

(다) 가맹계약서 필수 기재사항

- 가맹본부는 가맹점사업자와 서면으로 아래의 내용이 포함된 계약서로 진행하여야 함
 - ① 가맹본부·가맹점사업자의 기본상황
 - ② 가맹사업의 내용·기한
 - ③ 가맹사업 비용, 내역, 금액, 지불방식
 - ④ 경영지도·기술지원 및 업무교육 등 서비스의 구체적인 내용과 제공방식
 - ⑤ 제품·서비스의 품질, 표준 및 보증조치
 - ⑥ 제품, 서비스의 판매, 홍보
 - ⑦ 가맹사업 중의 소비자 권익보호와 배상책임 부담
 - ⑧ 가맹사업 계약의 변경, 해지 및 종료
 - ⑨ 위약책임
 - ⑩ 분쟁해결방법
 - ⑪ 가맹본부와 가맹점사업자간에 약정한 기타사항

(라) 법정 가맹계약 기간이 존재

가맹사업 계약기간은 3년 이상으로 함. 다만, 가맹점사업자가 동의하는 경우는 예외로 하며, 계약을 연장하는 경우에는 상기의 규정을 적용하지 아니함

(마) 사전 정보 및 가맹계약서 견본 제공 의무

- 상업프랜차이즈 관리조례에 따르면 가맹본부는 가맹계약일로부터 30일 전에 서면으로 가맹점사업자에게 아래의 내용이 포함된 정보와 가맹계약서 견본 등을 제공하여야 함
 - ① 가맹본부의 명칭·주소·법정대표자·등록자본금액수·영업범위 및 가맹사업종사 기본실적
 - ② 가맹본부의 등록상표·기업표지·특허·노하우 및 경영방식 등
 - ③ 가맹사업 비용내역·금액 및 지불방식(보증금 수취여부 및 보증금의 반환 조건·방식포함)
 - ④ 가맹점사업자에게 제공하는 제품·서비스·설비의 가격·조건
 - ⑤ 가맹점사업자에게 제공하는 경영지도·기술지원·업무교육 등 서비스의 구체적 내용·제공방식 및 실행계획
 - ⑥ 가맹점사업자 대상의 경영활동지도·감독의 구체적 방법
 - ⑦ 가맹사업 영업망에 대한 투자예산
 - ⑧ 중국 내의 기존 가입가맹사업 가맹자 수·분포지역·영업실적평가
 - ⑨ 최근 2년간의 회계사사무소 감사의 재무회계 보고서 요약 및 회계감사 보고서 요약
 - ⑩ 최근 5년 내의 가맹사업관련 소송 및 중재상황
 - ⑪ 가맹본부 및 법정 대표자의 중요위법 경영기록

⑫ 국무원 상무주관부서가 규정한 기타정보

○ 가맹본부의 경영활동 기본상황

- ① 가맹본부의 명칭, 주소, 연락처, 법정대표인, 최고경영자, 등록자본금 액수, 영업범위 및 현재의 직영점의 수량, 주소, 연락처
- ② 가맹본부의 경영활동의 개황
- ③ 가맹본부의 등록의 기본상황
- ④ 가맹점사업자에게 제공하는 제품, 서비스 및 공시해야 할 연관 상대의 기본 상황
- ⑤ 가맹본부 및 연관 상대의 최근 2년 안에 파산 및 파산 신청한 상황

○ 가맹사업 경영자원의 기본상황

- ① 등록상표, 기업표지, 특허, 전문기술노하우, 경영방식 및 기타 경영자원의 문자설명
- ② 경영자원의 소유자가 가맹사업의 연관대상일 경우, 연관 대상의 기본정보·위임한 내용 및 연관대상과의 위임계약이 종결 또한 조기종료시, 가맹사업 관계를 해결내용을 명기
- ③ 등록상표, 기업표지, 특허, 전문기술 노하우, 경영방식 및 기타 경영자원 관련 소송 및 중재상황

○ 가맹사업 경영비용의 기본상황

- ① 가맹본부 및 제3자가 수취할 사업비용의 내역, 금액, 기준 및 지불방식·공시할 수 없을 경우 해당 원인을 설명해야 함. 수취할 금액 기준이 통일되지 못할 경우, 최고 금액과 최저 금액을 명시해야 하고 해당 원인을 설명
- ② 보증금 수취, 반환조건, 반환시간 및 방식
- ③ 가맹본부가 사업계약 전에 가맹점사업자에게 비용지불을 요구할 경우, 해당 비용의 용도 및 반환조건, 방식

○ 가맹점사업자에게 제공하는 제품, 서비스, 설비의 가격 및 조건 등

- ① 가맹점사업자가 꼭 가맹본부로부터 제품, 서비스, 설비를 구매해야 하는지 여부
- ② 가맹점사업자가 꼭 가맹본부가 지정 (또는 승인)한 공급업체에서 제품, 서비스 및 설비를 구매해야 하는지 여부
- ③ 가맹점사업자가 다른 공급업체 혹은 공급업체의 구비조건을 선택할 수 있는지 여부

○ 가맹점사업자에게 지속적으로 제공하는 서비스상황

- ① 업무교육의 구체 내용, 제공방식과 실행계획(교육의 장소, 방식 및 기한포함)
- ② 기술지원의 구체 내용, 제공방식, 실행계획(경영자원의 명칭, 종류 및 제품, 시설설비의 종류 포함)

○ 가맹점사업자 대상의 경영활동 지도, 감독의 구체적 방법

- ① 경영지도의 구체내용, 제공방식 및 실행계획(매장주소선택, 인테리어, 매장 외관관리, 홍보프로모션 등 포함)
 - ② 감독의 방식, 내용, 가맹사업의 의무이행 및 의무위반시 책임
 - ③ 가맹본부 및 가맹점사업자가 소비자의 고발 및 배상에 대한 책임분할
- 가맹사업 영업망에 대한 투자예산
 - ① 투자예산에 다음과 같은 항목을 포함
가맹비, 교육비, 부동산 및 인테리어 비용, 설비, 사무용품, 가구 등 비용, 초기재고, 물, 전기, 가스비용, 영업허가증과 정부승인 절차이행 비용, 사업 운영 유동자금
 - ② 위의 비용항목의 자료출처 및 계산
 - 중국 내 가맹점사업자의 기본상황
 - ① 기존 가맹점사업자 및 예상 가맹점사업자의 수량, 분포지역, 위임범위, 독점 라이선스 영역여부(독점 라이선스 영역이 있을 경우, 구체적 지역범위 설명)
 - ② 가맹점사업자의 경영상황(가맹점사업자의 실제적인 투자액, 평균판매량, 원가, 매출총이익, 순이익 등 정보와 항목 출처를 설명)
 - 최근 2년간의 회계사사무소 혹은 감사의 가맹본부 재무회계보고서 및 회계감사 보고서요약
 - 가맹본부의 최근 5년 내의 가맹사업관련 소송 및 중재요청, 관할 및 결과
 - 가맹본부 및 법정대표자의 중요 위법 경영기록
 - ① 해당 행정집행부의 30만 이하의 벌금을 낸 경우
 - ② 형사책임을 추궁한 경우
 - 가맹사업계약서 건본
 - ① 가맹사업계약서건본
 - ② 가맹본부가 가맹점사업자 등 사업자(혹은 연관대상)와 가맹사업관련 계약서 체결을 요구할 경우, 체결할 계약서의 건본도 함께 제공해야 함

(바) 매년 실적 보고 및 수시 변경사항 보고

- 가맹본부는 매년 1/4분기에 전년도의 아래의 가맹사업 계약실적보고서를 상무 주관부서에 보고해야 함
 - ① 명시된 프랜차이즈 계약 건수
 - ② 직전 분기 이후 새롭게 체결, 해지된 계약 건수
 - ③ 총 프랜차이즈 계약 건수
 - ④ 가맹점의 수 및 해당 사업장의 매출액
 - ⑤ 직영점의 수, 해당 사업장의 매출액
- 가맹본부는 다음과 같은 신고 정보에 변경사항이 발생하는 경우, 해당 변경이

발생한 날을 기준으로 30일 이내에 신고 내용의 수정을 해당 기관에 신고하여야 함

- ① 프랜차이즈 가맹주의 산업 및 상업 등록 관련 정보
- ② 사업 관련 자원에 대한 정보
- ③ 중국 영토 내의 프랜차이즈 사업장의 추가 개설 또는 폐쇄

(사) 상표나 특허 규정은 별도 상표 및 특허규정 적용

- 가맹사업 중 상표허가·특허허가와 관련 되는 경우에는 상표, 특허관련법, 행정법규의 규정에 따라 처리함

(아) 가맹점사업자의 의무규정

- 가맹점사업자는 가맹본부의 동의 없이 타인에게 가맹사업 경영권을 양도할 수 없음
- 가맹점사업자는 가맹본부의 영업비밀을 타인에게 누설하거나 타인이 사용토록 허용해서는 안 됨

(자) 프랜차이즈 사업의 정의

- 가맹사업이라 칭함은 등록상표·기업표지·특허·특허기술 등의 경영자원을 소유한 기업(이하 가맹본부)이 계약형식으로 경영자원을 제3자(이하 가맹점사업자)가 사용하도록 허락하여, 가맹점사업자가 계약약정 방식에 따라 사업활동을 경영하고 가맹본부에게 가맹사업비용을 지불하는 경영활동을 지칭함
- 상기 정의에 따라 가맹점본부가 자격을 갖추는 것은 가맹본부가 가맹희망자와 가맹계약을 체결할 수 있는 전제임. 따라서 가맹본부는 반드시 적법한 지적소유권 또는 권리를 부여할 자격이 있는 기업이어야 함. 동시에 프랜차이즈 쌍방 당사자는 서로 독립된 법률 주체로 손익을 스스로 책임지고, 리스크를 스스로 감당하며 종속관계가 존재하지 않음
- 프랜차이즈의 핵심은 특허권을 부여하는 것으로 특허권은 상표, 상호, 경영모델, 서비스마크, 특허, 상업비밀, 경영노하우 등 권리의 지적소유권 성격의 종합 사용권이므로 가맹점운영권의 내용은 가맹계약에 있어서 필수요소임
- 상기 정의에 따라 가맹점사업자가 계약약정 방식에 따라 사업활동을 경영하도록 되어 있어 가맹점사업자는 통상 계약에 따라 브랜드, 품질, 상표 및 경영마인드에서 반드시 통일성을 실현해야 하는 의무가 있음

< TIP >

- 중국에서 프랜차이즈를 운영하기 위해서는 기본 조건과 등록이 필수적임
- 국내와 달리 중국에서 프랜차이즈를 운영하기 위해서는 반드시 개인사업자가 아닌 기업으로 운영하여야 하기에 기업설립 조건과 절차를 숙지하여야 함
- 법률의 프랜차이즈 정의에 따라 가맹본부는 적법한 상표나 특허권을 가맹점에 부여야 하기 때문에 가맹본부는 사전에 브랜드를 상표등록 하여야 함

(3) 기타 법률 관련 내용

앞에서도 언급했듯 프랜차이즈 법률 외에도 일반적인 계약관계를 규율하는 계약법이나 불공정행위를 규율하는 경제법 등도 적용됨(참조. 중국진출 방법과 절차. (사)한국프랜차이즈산업협회)

(가) 계약법

중국 계약법에서는 무효인 계약의 종류와 취소 가능한 계약의 종류들을 열거하고 있으며, 이외에도 계약의 체결을 위한 협상 시에 준수해야 하는 사항들, 약관에 대한 규제 등을 규정하고 있음

(나) 반독점법

- 금지되는 독점행위의 한 유형으로서 수직적 독점행위를 규정하고 있는데, 특히 가맹점사업자에 대한 가격통제 등이 중요한 이슈가 될 수 있음. 또한, 중국의 각 지방정부마다 공정거래와 관련된 지방법규가 있으므로 이것도 주의해야함.
- 예를 들어, 상해시 반부정당 경쟁조례에서는 “경영자는 상품을 판매함에 있어서, 매수인의 의사에 반하여 물건을 끼어 팔거나 또는 기타 불합리한 조건을 부가해서는 안 됨. 위 항의 기타 불합리한 조건이라 함은, 상품의 가격, 판매지역 및 경영대상 등 방면의 제한을 의미한다.”고 규정하고 있어 상품 판매형 프랜차이즈의 경우에 주의가 요망됨
- 반독점법은 다음과 같은 활동을 금함
 - ① 재판매를 위한 가격을 지정하는 독점 계약
 - ② 제품의 생산 또는 판매에 대한 제한
 - ③ 신제품 또는 신기술 개발에 대한 제한
- 불공정 경쟁 규제법은 다음과 같은 활동을 금함
 - ① 타인의 등록 상표 사용하는 행위
 - ② 유명 제품과 동일하거나 유사한 이름, 포장, 또는 고유 특성을 사용하여 혼

- 동을 유도하는 행위
- ③ 다른 기업의 이름을 사용하여 소비자를 혼란스럽게 하는 행위
- ④ 다른 기업의 증명서를 제품에 이용하는 행위

(다) 상표법, 특허법, 저작권법, 반부정당 경쟁방지법(상업비밀 규율)

프랜차이즈는 등록상표의 사용허가, 특허(발명, 실용신안, 디자인 포함), 노하우, 영업비밀(중국법상 '상업비밀'이라고 불림)의 제공을 포함하므로 이와 관련된 상표법, 특허법, 저작권법, 반부정당 경쟁방지법(상업비밀 규율) 등이 적용되며, 이에 따른 절차 등도 준수해야 함. 예를 들어 상표나 특허 사용허가의 경우에는 프랜차이즈 계약과는 별도의 라이선스계약을 체결하여 이를 관련 중국 당국에 신고하기도 함.

< TIP >

- 중국의 각 지방정부마다 공정거래와 관련된 지방법규가 있으므로 이것도 주의해야함(중국의 경우 지방정부에 입법권이 있음)

나. 프랜차이즈 법률

가. 상업프랜차이즈 관리조례

商业特许经营管理条例(상업프랜차이즈 관리조례)

제1장 총칙

제1조

프랜차이즈 사업 활동을 규범하고 프랜차이즈 사업의 건강한 발전 및 시장질서 유지를 위해 본 조례를 제정한다

제2조

중화인민공화국 영역내의 프랜차이즈 사업종사자는 본 조례를 따라야한다

제3조

본 조례에서 프랜차이즈 사업(이하가맹사업)이라 칭함은등록상표·기업표지·특허·특허 기술 등의 경영자원을 소유한 기업(이하가맹본부)이 가계약형식으로 경영자원을 제3자(이하가맹점사업자)가 사용하도록 허락하여, 가맹점사업자가 계약약정방식

에 따라 사업 활동을 경영하고 가맹본부에게 가맹사업비용을 지불하는 경영활동을 지칭한다. 기업이외의 기타조직과 개인은 사업자로서 가맹사업에 종사 할 수 없다

제4조

가맹본부는 자발적으로, 공평·성실신용원칙을 준수해야 한다.

제5조

국무원 상무주관부서는 본 조례의 규정에 따라 전국 범위의 가맹사업을 관리·감독한다. 성·자치구·직할시 및 구가 설치된 시급정부의 상무주관부서는 본 조례의 규정에 따라 각 행정구역 내의 가맹사업에 대하여 관리·감독한다.

제6조

임의의 개인 및 조직은 본 조례의 규정 위반행위를 상무주관부서에 고발 할 수 있다. 상무주관부서는 고발 접수 후, 즉시 법에 따라 처리해야 한다.

제 2장 가맹사업 경영활동

제7조

가맹사업에 종사하려면 성숙된 경영방식을 소유하여야 하며 가맹점사업자를 대상으로 하는 경영지도·기술지원·업무교육 등의 서비스제공 할 능력을 구비하여야 한다. 가맹본부는 두 개 이상의 직영점을 확보하여야 하며, 영업기간은 1년을 초과 하여야 한다.

제8조

가맹본부는 본 조례의 규정에 의하여 첫 계약일로부터 15일 이내에 상무주관부서에 등록하여야 한다. 성·자치구·직할시내에서 가맹사업에 종사하는 경우에는 소재지 의성·자치구·직할시 정부의 상무주관부서에 등록하여야 하며, 성·자치구·직할시범위를 벗어난 가맹사업은 국무원 상무주관부처에 등록하여야 한다. 가맹본부는 상무주관부서에 다음과 같은 자료를 제출 하여야한다.

- (1) 영업허가증 사본 또는 기업등록증서 사본
- (2) 가맹사업계약서 견본
- (3) 가맹사업운영 수칙
- (4) 시장계획서
- (5) 본 조례 제7조의 규정에 부합 된다는 서면 승인서 및 관련증명자료
- (6) 국무원상무주관부서가 규정한 기타 자료

가맹사업의 제품 혹은 서비스에 대한 별도의 허가가 필요한 경우 가맹본부는 관련 서류를 별도로 제출해야 한다.

제9조

상무주관부서는 가맹사업예상 가맹본부가 본 조례 제8조의 의거 제출한 자료의 접수일로부터 10일 이내에 등록하고 가맹사업 예상 가맹본부에게 통보해야 한다. 가맹사업 예상 가맹본부가 제출한 자료가 완벽하게 구비 되지 않은 경우 상무주관부서는 7일 이내에 보완토록 요구 할 수 있다.

제10조

상무주관부서는 가맹본부 등록명단을 정부 사이트에 공시하고 적시에 갱신하여야 한다.

제11조

가맹사업에 종사하는 가맹본부와 가맹점사업자는 서면으로 가맹사업 계약을 체결하여야 한다. 가맹사업 계약서에는 다음의 내용이 포함되어야 한다.

- (1) 가맹본부·가맹점사업자의 기본상황
- (2) 가맹사업의 내용·기한
- (3) 가맹사업비용, 내역, 금액, 지불방식
- (4) 경영지도·기술지원 및 업무교육 등 서비스의 구체적인 내용과 제공방식
- (5) 제품·서비스의 품질, 표준 및 보증 조치
- (6) 제품, 서비스의 판매, 홍보
- (7) 가맹사업 중의 소비자권익 보호와 배상책임 부담
- (8) 가맹사업 계약의 변경, 해지 및 종료
- (9) 위약책임
- (10) 분쟁해결방법
- (11) 가맹본부와 가맹점사업자간에 약정한 기타 사항

제12조

가맹본부와 가맹점사업자는 가맹사업 계약체결 후 일정한 기한 내에 가맹점 사업자가 일방적으로 계약을 해지할 수 있다고 계약서에 명확히 약정해야 한다.

제13조

가맹사업 계약기간은 3년 이상으로 한다. 다만, 가맹점사업자가 동의하는 경우는 예외로 한다. 가맹본부와 가맹점사업자가 사업계약을 연장하는 경우에는 전항의 규정을 적용하지 아니한다.

제14조

가맹본부는 가맹점사업자에게 경영운영 수칙을 제공하고 약정내용과 방식에 따라 가맹점사업자에게 지속적인 경영지도·기술지원·업무교육 등 서비스를 제공하여야 한다.

제15조

가맹사업의 제품·서비스의 품질은 법률·행정법규 및 국가의 관련 규정에 부합되어야 한다.

제16조

가맹본부가 사업계약전에 가맹점사업자에게 비용지불을 요구 할 경우에는 해당 비용의 내역 및 반환조건·방식 등을 서면으로 작성해야 한다

제17조

가맹본부가 가맹점사업자로부터 지급받은 홍보비용은 가맹사업 계약서에 약정한 용도로만 사용되어야 한다. 홍보비용 사용상황은 적시에 가맹점사업자에게 통보하여야 한다. 가맹본부는 기만·오도 등 과장홍보 행위를 해서는 아니되며, 광고물에 가맹점사업자의 수익내용이 포함되어서는 아니된다.

제18조

가맹점사업자는 가맹본부의 동의 없이 타인에게 가맹사업경영권을 양도할 수 없다. 가맹점사업자는 가맹본부의 영업 비밀을 타인에게 누설하거나 타인이 사용토록 허용해서는 안 된다.

제19조

가맹본부는 매년 1/4분기에 전년도의 가맹사업계약 실적을 상무주관부서에 보고해야 한다.

제 3장 정보공시

제20조

가맹본부는 국무원 상무주관부서의 규정에 따라 완전한 정보 공시제도를 수립, 시행하여야 한다.

제21조

가맹본부는 가맹사업 계약일로부터 30일 이내에 서면으로 가맹점사업자에게 본 조 제22조에서 규정한 정보와 가맹사업 계약서 견본 등을 제공하여야 한다.

제22조

가맹본부는 가맹점사업자에게 다음의 정보를 제공하여야 한다.

- (1) 가맹본부의 명칭·주소·법정대표자·등록자본금액수·영업범위 및 가맹사업 종사 기본 실적
- (2) 가맹본부의 등록상표·기업표지·특허·노하우 및 경영 방식 등
- (3) 가맹사업 비용내역·금액 및 지불방식(보증금 수취여부 및 보증금의 반환조건, 방식포함)
- (4) 가맹점사업자에게 제공하는 제품·서비스·설비의 가격·조건

- (5) 가맹점사업자에게 제공하는 경영지도·기술지원·업무교육 등 서비스의 구체적 내용·제공방식 및 실행계획
- (6) 가맹점사업자 대상의 경영 활동지도·감독의 구체적 방법
- (7) 가맹사업 영업망에 대한 투자 예산
- (8) 중국내의 기존 가입 가맹사업 가맹자 수·분포지역·영업 실적평가
- (9) 최근 2년간의 회계사 사무소 감사의 재무회계 보고서 요약 및 회계 감사보고서 요약
- (10) 최근 5년 내의 가맹사업 관련 소송 및 중재상황
- (11) 가맹본부 및 법정 대표자의 중요 위법 경영 기록
- (12) 국무원 상무주관부서가 규정한 기타정보

제23조

가맹본부가 가맹점사업자에게 제공하는 정보는 진실·정확, 완벽해야 하며, 관련정보를 숨기거나 허위정보를 제공해서는 아니된다.

**제 4장
법률 책임**

제24조

가맹본부는 본 조례 제7조 2항의 조건에 부합되지 않음에도 불구하고 가맹사업에 종사한 경우, 상무주관부서는 시정을 명하고 불법소득 몰수 및 10만 위안 이상, 50만 위안 이하의 벌금을 부과하고 관련 내용을 공시한다. 기업 이외의 기타조직과 개인이 가맹사업에 종사한 경우 상무주관부서는 불법사업을 중지토록 명하고 불법소득 몰수 및 10만 위안 이상, 50만 위안 이하의 벌금을 부과한다.

제25조

가맹본부가 본 조례 제8조의 규정에 의거 상무주관부서에 등록하지 않았을 경우 상무주관부서는 기한부등록을 명하고 1만 위안 이상 5만 위안 이하의 벌금을 부과하며, 기간이 경과 후에도 등록하지 않은 경우에는 5만 위안 이상 10만 위안 이하의 벌금을 부과하고 관련 내용을 공시한다.

제26조

가맹본부가 본 조례 제16조·제19조의 규정을 위반했을 경우, 상무주관부서는 시정을 명하고 1만 위안 이하의 벌금을 부과할 수 있으며, 왜곡이 심한경우 1만 위안 이상, 5만 위안 이하의 벌금을 부과하고 관련 내용을 공시한다.

제27조

가맹본부가 본 조례 제17조 제2항의 규정을 위반했을 경우 공상행정관리부서는 시정을 명하고 3만 위안 이상, 10만 위안 이하의 벌금을 부과하며, 왜곡이 심한경우 10만 위안 이상, 30만 위안 이하의 벌금을 부과하고 관련 내용을 공시하는 한편 범

죄에 해당되는 경우 법에 따라 형사책임을 추구한다. 가맹본부가 광고를 이용, 사기·오도 행위시 광고법 관련규정에 의거 처벌한다.

제28조

상무주관부서는 가맹본부가 본 조례 제21조, 제23조 규정 위반행위를 확인한 경우에는 시정을 명하고 1만 위안 이상, 5만 위안 이하의 벌금을 부과하고, 왜곡이 심한 경우에는 5만 위안 이상, 10만 위안 이하의 벌금을 부과함과 아울러 관련 내용을 공시한다.

1. 본 법은 공표일로부터 15일 이후부터 시행할 수 있는 효력이 발생한다. 본 법 규정들에 어긋나는 가맹사업 활동 관련 이전 규정들을 폐지한다.

제29조

가맹본부 명의로 타인 재물 탈취 등의 범죄를 저지른 경우 법에 따라 형사책임을 추구하고 범죄에 해당하지 않는 경우, 공안기관은《중화인민공화국 치안관리 처벌법》의 규정에 따라 처벌한다. 가맹본부 명의로 다단계 판매를 했을 경우, 《다단계 판매 금지 조례》의 관련 규정에 따라 처벌한다.

제30조

상무주관부서의 주관업무 직원이 직권남용, 직무태만, 사리도모 등 범죄를 저지른 경우 법에 따라 형사책임을 추궁하며, 범죄에 해당되지 않는 경우 법에 따라 처리한다.

제5장 부 칙

제31조

가맹사업 중 상표허가·특허 허가와 관련되는 경우에는 상표, 특허관련법, 행정법규의 규정에 따라 처리한다.

제32조

관련 해당 협회는 국무원 주관부서의 지도하에서 본 조례 규정에 따라 가맹사업 규범을 제정하고 업종자율을 강화하고 가맹본부에게 관련서비스를 제공해야 한다.

제33조

본 조례 시행전 가맹사업에 이미 종사하고 있는 가맹본부는 본 조례 시행일로부터 1년 내에 본 조례의 규정에 의거, 상무주관부서에 등록해야 하며, 기간이 경과 되어도 등록하지 않은 경우에는 본 조례 25조의 규정에 따라 처벌한다. 전 조항에서 규정한 가맹본부는 본 조례 7조 2항의 규정을 적용하지 않는다.

제34조

본 조례는 2007년 5월 1일부터 시행한다.

(2) 상업프랜차이즈사업 정보공시관리방법

商业特许经营信息披露管理办法 (프랜차이즈 사업정보 공시관리방법)

2012년 2월 23일

수정후의 <가맹사업정보 공시 관리방법>은 2012년 1월 18일 상무부제 60회 상무부회의에서 심사 통과하고 현재 발표, 2012년 4월1일부터 시행. <가맹사업정보 공시 관리방법> (상무부 2007년 제16호령) 폐지.

제1조

가맹본부와 가맹점사업자의 합법적 권리와 이익을 보호하기 위해 <프랜차이즈 사업 관리 조례> (이하 <조례>)에 의거 본 방법을 제정한다.

제2조

중화인민공화국 영역내의 가맹사업 종사자는 본 방법을 준수해야 한다.

제3조

본 방법에 연관 상대는 가맹본부의 모 회사 및 자연인 주주, 가맹본부가 직접, 또는 간접적으로 전부, 또는 다수의 주주권을 소유한 자회사, 가맹본부와 직접, 또는 간접적으로 동일한 소유자가 전부, 또는 다수의 주주권을 소유한 회사.

제4조

가맹본부는 가맹사업 계약일로부터 30일 이내에 서면으로 가맹점사업자에게 본 방법 5조에서 규정한 정보를 제공하여야 한다. 다만, 가맹본부와 가맹점사업자가 기존 계약서와 같은 조건으로 재계약 경우 제외.

제5조

가맹본부 정보 공시는 다음과 같은 내용이 포함되어야 한다.

(1) 가맹본부의 경영활동 기본상황.

- ① 가맹본부의 명칭, 주소, 연락처, 법정대표인, 최고경영자, 등록자본금액수, 영업범위 및 현재의 직영점의 수량, 주소, 연락처
- ② 가맹본부의 경영활동의 개황

- ③ 가맹본부의 등록의 기본상황.
- ④ 가맹점사업자에게 제공하는 제품, 서비스 및 공시해야 할 연관 상대의 기본 상황.
- ⑤ 가맹본부 및 연관 상대의 최근 2년 안에 파산 및 파산신청 한 상황.

(2) 가맹사업 경영자원의 기본상황.

- ① 등록상표, 기업표지, 특허, 전문기술 노하우, 경영방식 및 기타 경영자원의 문자 설명
- ② 경영자원의 소유자가 가맹사업의 연관대상일 경우, 연관대상의 기본정보, 위임한 내용 및 연관대상과의 위임계약이 종결 또한 조기종료 시, 가맹사업관계 해결 내용을 명기해야 한다.
- ③ 등록상표, 기업표지, 특허, 전문기술 노하우, 경영방식 및 기타 경영자원 관련 소송 및 중재상황

(3) 가맹사업 경영비용의 기본상황.

- ① 가맹본부 및 제3자가 수취할 사업비용의 내역, 금액, 기준 및 지불방식. 공시할 수 없을 경우 해당 원인을 설명해야 한다. 수취할 금액 기준이 통일 되지 못할 경우, 최고금액과 최저금액을 명시해야 하고, 해당원인을 설명.
- ② 보증금 수취, 반환조건, 반환시간 및 방식.
- ③ 가맹본부가 사업계약전에 가맹점사업자에게 비용지불을 요구할 경우, 해당비용의 용도 및 반환조건, 방식.

(4) 가맹점사업자에게 제공하는 제품, 서비스, 설비의 가격 및 조건 등.

- ① 가맹점사업자가 꼭 가맹본부로부터 제품, 서비스, 설비를 구매해야 하는지 여부
- ② 가맹점사업자가 꼭 가맹본부가 지정(또는 승인) 한 공급업체에서 제품, 서비스 및 설비를 구매해야 하는지 여부
- ③ 가맹점사업자가 다른 공급업체, 혹은 공급업체의 구비 조건을 선택할 수 있는지 여부.

(5) 가맹점사업자에게 지속적으로 제공하는 서비스 상황.

- ① 업무교육의 구체 내용, 제공방식과 실행계획(교육의 장소, 방식 및 기한 포함)
- ② 기술지원의 구체 내용, 제공방식과 실행계획(경영자원의 명칭, 종류 및 제품, 시설 설비의 종류 포함)

(6) 가맹점사업자 대상의 경영활동 지도, 감독의 구체적 방법.

- ① 경영지도의 구체 내용, 제공방식 및 실행계획(매장주소 선택, 인테리어, 매장 외관 관리, 홍보 프로모션 등 포함)
- ② 감독의 방식, 내용, 가맹사업의 의무 이행 및 의무 위반 시 책임.
- ③ 가맹본부 및 가맹점사업자가 소비자의 고발 및 배상에 대한 책임분할.

(7) 가맹사업 영업망에 대한 투자예산.

- ① 투자 예산에 다음과 같은 항목을 포함할 수 있다.
 - 가맹비, 교육비, 부동산 및 인테리어비용, 설비, 사무용품, 가구등비용, 초기 재고, 물, 전기, 가스비용, 영업허가증과 정부승인절차 이행비용, 사업운영 유동자금.
- ② 위의 비용항목의 자료출처 및 계산의거.

(8) 중국 내 가맹점사업자의 기본상황.

- ① 기존 가맹점사업자 및 예상 가맹점사업자의 수량, 분포지역, 위임범위, 독점 라이선스 영역여부(독점 라이선스 영역이 있을 경우, 구체적 지역범위 설명).
- ② 가맹점사업자의 경영상황(가맹점사업자의 실제적인 투자액, 평균판매량, 원가, 매출총이익, 순이익 등 정보와 항목 출처를 설명)

(9) 최근 2년간의 회계사 사무소 혹은 감사의 가맹본부 재무회계보고서 및 회계감사보고서 요약.

(10) 가맹본부의 최근 5년 내의 가맹사업 관련 소송 및 중재요청, 관할 및 결과.

(11) 가맹본부 및 법정 대표자의 중요 위법 경영기록.

- ① 해당 행정집행부의 30만 이하의 벌금 한 경우.
- ② 형사책임을 추궁 한 경우.

(12) 가맹사업 계약서 견본

- ① 가맹사업 계약서 견본.
- ② 가맹본부가 가맹점사업자 등 사업자(혹은 연관대상)와 가맹사업 관련 계약서 체결을 요구할 경우, 체결할 계약서의 견본도 함께 제공해야 한다.

제 6조

가맹본부는 기만, 오도 등 과장홍보 행위를 허락하지 않으며, 광고물에 가맹점사업자의 수익 내용이 포함되어서는 아니된다.

제 7조

- (1) 가맹본부가 가맹점사업자에게 정보를 공시 전, 가맹점 사업자에게 비밀유지 계약서 체결을 요구할 수 있다.
- (2) 가맹점사업자가 계약서 체결과 정중에서 얻은 사업 비밀은 계약서의 최종 체결 및 성립여부에 관계없이 타인에게 누설하거나 부정사용할 수 없다.
- (3) 가맹사업계약서 종결 후에, 이 계약의 체결로 인해 가맹점사업자가 얻은 사업 비밀은 계약서 종결 후에 관한 비밀유지 계약서를 체결하지 않은 경우에도 비밀유지 의무가 있다.
- (4) 가맹점사업자가 위 규정을 위반할 경우, 비밀누설 및 부정 사용으로 인해 가맹

본부 및 타인의 손해를 배상할 책임이 있다.

제 8조

가맹본부가 가맹점사업자에게 정보 공시 후, 가맹점사업자는 해당정보의 내용에 관해 영수 설명이 필요2부), 가맹점 사업자 싸인, 1부는 가맹점 사업자보관, 1부는 가맹본부 보관.

제 9조

가맹본부가 중요사항을 숨김으로 인해 가맹사업 계약서가 이행할 수 없거나, 허위 정보를 제공할 경우, 가맹점사업자는 가맹사업 계약을 종료할 수 있다.

제 10조

가맹본부가 본 방법 해당규정을 위반 시, 상무주관부서에 신고를 할 수 있으며, 사실 확인 후<조례> 26조, 27조, 28조에 따라 처벌한다.

제 11조

본 방법의 법적 해석은 상무부에 속한다.

제 12조

본 방법은 2012년 4월 1일부터 시행한다. 기존<프랜차이즈 사업정보 공시관리방법> (상무부2007년제 16호령) 폐지.

< TIP >

- 상업프랜차이즈 관리조례(商业特许经营管理条例)의 중국어 원본을 보고자 하는 희망기업은 한국법령정보원의 세계법제정보센터 <http://world.moleg.go.kr>에서 89개국의 법률정보서비스를 제공하고 있으니 참고하길 권함

2 기업설립 및 인허가

가. 기업설립

(1) 중국 프랜차이즈 진행유형

(가) 현지법인 설립 시

- ① 중국 현지 법인 설립
- ② 현지법인과 모회사 간의 필요 계약 체결(라이선스 및 송금 목적)
- ③ 현지법인의 직영(2개 이상 1년 이상)
- ④ 현지법인의 프랜차이즈 사업 등록
- ⑤ 현지법인의 프랜차이즈 가맹점 모집
- ⑥ 프랜차이즈 계약 본격 체결 및 프랜차이즈 사업 본격 수행

(나) 현지법인 미설립 시

- ① Master Franchisee 선정(Due Diligence 필요)
- ② Master Franchisee Agreement 체결(송금을 위한 개별 계약 포함)
- ③ 각 개별 계약상 필요한 절차 진행 (예: 기술 라이선스 계약 신고 등)
- ④ 관련 자료 및 매뉴얼 등 제공
- ⑤ Master Franchisee Fee 수령
- ⑥ Master Franchise 사업 수행

(2) 중국 프랜차이즈 등록 방법

- 외상투자기업이 특허경영(가맹사업)방식으로 진출 시 먼저 현지법인을 설립하고 직영점 2개 이상, 1년 이상 경영 등 가맹사업자의 조건에 부합되도록 하고, 원심사비준기관에 “특허경영방식으로 종사할 상업 활동”을 경영범위에 추가하고 다음 서류를 제출해야 함.

- ① 사업자 등록증 사본 혹은 기업 등록서 사본
- ② 프랜차이즈 계약서
- ③ 프랜차이즈 경영 운영 설명서
- ④ 사업계획서
- ⑤ 직영점 2개 소유, 경영 활동 1년 이상을 증명할 수 있는 서류
- ⑥ 국무원 상무주관부서에서 규정한 기타 서류 및 자료

(3) 외상투자기업의 형태 및 특징

(가) 외자기업

1) 외자기업(Enterprises with foreign capital)이란

- 중국의 법률에 따라 중국 영토 내에 설립된 회사로서 자본의 전부를 외국 투자자가 출자한 기업을 말함. 외자기업은 흔히 외국인 독자기업이라 칭하기도 함. 1인 또는 여러 명의 외국투자자가 자본 전액을 출자하며, 법인격을 구비한 외자기업은 중국 법인이므로 중국법률의 규율 대상이 됨.
- 대다수의 외자기업은 외국인 단독투자이기 때문에 독자적 경영관리조직 형태를 갖추며 수익과 투자손실을 투자자가 단독으로 부담하고, 기본적으로 유한책임회사 형태임. 그러나 외자기업이라도 외국인 2인 이상 또는 2개 이상의 외국법인이 투자하는 경우도 있으며, 이 경우 출자 당사자는 어느 누구도 지역적인 이점이 없기 때문에 중국측과의 합자나 합작으로 회사를 운영하는 것보다 정책결정, 경영관리에 있어 의견대립 및 충돌이 적음.

2) 특징

- ① 외국투자자가 자본전액 출자
- ② 중국법률에 의거하여 중국영토 내에 설립된 기업
- ③ 법률적 지위가 중국법인이므로 중국법률의 규율 대상임
- ④ 외자기업은 독자적인 경영관리조직을 갖출 수 있고 수익과 투자손실은 투자자가 단독으로 부담
- ⑤ 기본적으로 유한책임회사의 형태

(나) 합자기업

1) 중외합자경영기업(Equity Joint venture)이란

- 외국의 회사, 기업, 기타 경제단체 또는 개인이 중국법률에 의거하여 중국정부의 비준을 받은 후 중국 내의 중국 회사, 기업, 기타 경제단체와 공동으로 투자하고 공동으로 기업을 경영하며, 공동으로 손익을 부담하는 기업법인조직을 말함.
- 회사의 최고 의결기관으로 이사회가 있고 이사회의 이사는 출자비율에 따라 협의 결정됨. 투자자들의 투자자본에 중점을 두는 기업형태임

2) 특징

- ① 중국과 외국투자자 공동투자 설립
- ② 중국법률에 의거하여 중국영토 내에 설립
- ③ 중외 투자자간의 인적관계 중시

- ④ 공동경영, 공동수익, 공동위험부담을 가진 유한책임회사
- ⑤ 출자자 각자의 출자비율에 따라 권리책임, 의무부담
- ⑥ 기업 내 최고의결기관은 이사회임
- ⑦ 이사회 이사는 출자비율에 따라 협의결정

(다) 합작기업

1) 중외합작경영기업(Cooperative Joint venture / Contractual Joint venture)이란

- 중외합작경영기업은 외국의 기업이나 기타 경제단체 또는 개인이 중국의 기업 또는 기타 경제단체와 중국 법률에 의거하여 중국 내에서 공동으로 설립하고, 양방의 계약 약정에 따라 권리와 의무관계가 결정되는 기업형식의 기업을 말함
- 중외합작경영기업을 설립하려는 출자자들은 합작계약에서 출자 또는 합작조건, 수익 또는 제품의 분배, 위험과 손실의 분담, 경영관리의 방식과 합작기업 종료시의 재산 귀속관계 등 기업의 제반 중요사항을 약정하여야 하고, 위 약정에 따라 기업의 중요사항이 결정되는 기업형태임

2) 특징

- ① 합작 당사자의 권리의무, 투자와 합작조건, 지분비율, 수익분배비율 또는 상품의 분배, 외국투자자 사전 투자금 회수, 손익의 분담, 경영관리 방식 및 합작기업 종료 시 재산의 귀속문제 등 사항은 계약약정에 의해 결정
- ② 합작기업과 상대적으로 기업의 설립, 조직기구와 경영관리, 해산과 청산 등 모든 분야에서 법률적인 규율을 적게 받아 당사자의 융통성이 높은 기업형태
- ③ 법인격 취득여부는 출자자의 의사에 의해 결정 가능
- ④ 법인격을 갖추지 못할 경우 양방의 대표로 구성되는 연합관리기구에 의해 경영 및 관리
- ⑤ 일방 당사자에게 위탁관리 가능
- ⑥ 출자자는 기업 채무에 대한 출자자의 책임 형식을 비교적 자유롭게 결정가능

(4) 투자진출 법인설립 절차

설립절차는 각 지역별로 일부 다를 수 있으니, 각 절차별 담당부서에 확인하면서 진행하여야 함

※ 자유무역시험구, 특구, 개발구, 신구(新区) 등 특별경제지구의 법인설립절차도 일부 다를 수 있으므로, 해당 특별경제지구 관리부서에 확인하면서 진행요망

- ① 기업명 사용가능여부 사전신청
- ② 프로젝트 인허가

- ③ 설립신청(투자허가 신청)
- ④ 통계등기
- ⑤ 설립등기
- ⑥ 영업 허가증(영업집조) 신청
- ⑦ 인감제작
- ⑧ 기업 번호 등기(기업 코드 신청)
- ⑨ 외환등기
- ⑩ 은행계좌 개설
- ⑪ 세무등기
- ⑫ 세관등기
- ⑬ 재정등기
- ⑭ 취업 허가증
- ⑮ 거류증
- ⑯ 복수비자(Z비자)

(5) 외상투자산업지도목록(外商投资产业指导目录)

- 중국은 '외상투자산업지도목록'에 따라 외국인 사업의 종류를 '장려항목', '제한항목', '금지항목'으로 구분
- 가장 최근 발표한 2017년판 '외상투자산업지도목록'에 따른 장려항목은 348개 항목으로, 장려목록에 해당하는 산업(또는 업종)은 중국정부로부터 각종 우대정책 수혜가능
- 투자제한 항목으로는 일부 금융업과 주요 교통 인프라 구축을 포함, 총 35개 품목으로 중국정부가 제시하는 조건을 만족해야 투자 가능
- 투자금지항목은 28개로, 주요 금지분야는 농어업, 희토자원 채굴, 라디오 및 TV 프로그램 제작 등을 포함

(6) 2014 회사법 주요내용

- 구 회사법은 유한책임유한공사와 주식유한공사의 최소등록 자본금(유한회사 : RMB 3만, 1인 유한회사 : RMB10만, 주식회사 : RMB 500만위안)을 규정하고 있음
- 2014 회사법은 최소등록 자본금 규정을 삭제하여 이론상으로는 법률, 행정법규 및 국무원 결정에 따라 최소등록자본금 규정이 있는 경우를 제외하고 RMB 1 위안 회사를 설립할 수 있다고 해석할 수 있음

- 그러나, 외국인 (개인 또는 외국기업 포함)이 설립하는 외상투자기업의 경우, 실무적으로 상무부의 비준을 취득해야 하고, 이 부처에서 사업규모에 따른 투자금액의 적정성을 심사하게 되므로 외상투자기업의 경우에는 최소등록자본금 규정의 폐지에도 불구하고, 실제 사업규모에 따라 일정금액 이상의 자본금 납입은 계속 유지됨
- 2014년 3월 1일 이후 등록자본금에 대한 출시점에 대한 제한규정이 폐지되었고, 납입자본금은 등기하지 않는 것으로 개정되었음. 따라서, 회사의 주주가 정관에 따라 실제 자본금을 납입한 후에도 “험자보고(공인회계사사무소에서 발부하는 출자금이 납입되었음을 증명하는 보고서)와 “반입자본금” 변경등기가 폐지됨. 즉, “납입자본금” 등기제도가 없어지고, 회사정관에 약정된 등록자본금/출자방식/출자시기 등의 의무사항만 시행하면 됨
- 그러나, 외상투자기업은 “납입자본금” 변경등기의 의무는 없어지지만 “현행 외환관리법에 따라 “험자보고”를 진행하지 않으면 외화자본금 계좌로 입금된 자본금을 인민폐로 환전하여 사용할 수 없기 때문에 외상투자기업의 “험자보고”의무는 계속 유지됨
- 한편 회사법의 새로운 개정에 따라 향후 “회사등기관례조례’ 등 행정법규 및 관련 규정의 수정사업도 잇달아 진행될 예정으로 개인기업과 합작기업, 외국인투자기업 등의 경제활동 촉진을 위해 관련 법규 또한 점차폐지 및 수정될 것으로 보임

(6) 외자외식업체 등록과정 및 소요 시간

표 3-1 외자외식업체 등록과정 및 소요 시간

번호	구체적인 항목	관련부문	소요시간
1	외식업체 명칭 심사	공상국	1-5일
2	환경허가승인, 위생허가승인	기술감독국, 환경국, 위생국	실제상황
3	상무부문 답변서	상무부	15-45
4	공상국 임시 영업허가증 신청	공상국	6
5	회사직인 제작 및 등록	공상국	3
6	<조직기구대마증> 수속	공상국	5
7	국가세무총국 및 지방세무국 세무등기	세무국	5
8	<외환허가증>신청 및 수령	은행	10-20
9	자본금 및 위안화 구좌 등 은행 구좌 개설	구좌 개설은행	-

10	투자자금 등록	외환관리국	-
11	재정국 등록	재정국	5
12	통계국 등록	통계국	5
13	정식회계사무소 확인서 발급	회계사무소	실제상황
14	시 공상국 영업허가증 취득	공상국	5

< TIP >

- 해외진출을 하기 위해서는 해외 파트너선정, 해외법인설립, 해외지사설치, 연락 사무소설치, 외환, 현지자금조달 등 현지에서 뿐만 아니라 주무부처에 신고나 해외투자금융이나 해외투자보험 등 국내에서도 필요한 절차가 있음. 중소기업 수출지원센터에서는 이러한 해외절차와 국내절차에 관한 토탈정보제공 및 상담 지원을 하고 있음(중소기업 수출지원센터 www.exportcenter.go.kr)

나. 부동산 취득 관련 법률

(1) 외상 부동산 관련 제한 완화

- 2015.8.27일 '부동산시장 외자진입 및 관리 규범화에 대한 의견' 중 외상투자부동산기업의 등록자본금요건, 외국인 개인 부동산구매 1년 기간제한 등을 일부 완화하는 '부동산시장 외자진입 및 관리 관련 정책 조정에 관한 통지'를 발표함
- 기존의 171호 문건과 이번에 새로 발표된 122호 문건 비교

표 3-2 외상투자 부동산 변경내용 비교

	171호 문건	122호 문건
상업존재원칙	외국법인이 중국 부동산을 소유하기 위하여서는 중국 내에 외상투자 기업을 설립하여야 함. (외국법인이 직접 중국 부동산 소유 불가)	변동 없음.
Project Company 원칙	사전에 토지사용권 또는 건물소유권을 확보해야만 부동산 개발 외상 투자기업 설립이 허용되며, 새로운 부동산 사업을 추가할 때마다 경영 범위를 추가 하여야 함.	변동 없음.

등록자본금 규정	투자총액 1000만 달러 이상인 경우, 등록자본금이 투자총액의 50% 이상이어야 함	일반적 외상 투자기업의 투자총액과 등록자본금 비율 규정에 따라 40% 이상이어야 함.
중국 내 및 해외로부터의 차입요건 및 해외 차입금 환전 조건	(1) 등록자본금 완납 (2) 토지사용권 취득 (3) 개발 프로젝트 자금이 프로젝트 투자총액의 35%이상 확보되어야 함	(1) 등록자본금 완납 요건 삭제, (2)와 (3)은 그대로 유지함.
고정이윤에 대한 보장 금지	외상투자부동산회사의 중국 및 외국 측 어느 주주도 고정이윤 보장 금지	변동 없음.
중국 내 외국기관 (지점 또는 대표기구)의 자체 사용 부동산 취득	중국 내 외국기관은 실제 수요에 따라 자체사용 목적의 부동산만 취득 가능 (등록지역 사무실용 비주택 건물만 취득가능)	변동 없음.
외국인 개인 부동산 취득	중국에서 1년 이상 근무 또는 유학한 경우에만 실제 수요에 따라 자신 사용목적의 부동산만 취득 가능	'1년 이상 근무 또는 유학' 기간 제한을 삭제함. 다만, 부동산 구매 제한정책을 실시하고 있는 일부 도시의 경우 해당 도시정책에 부합 필요.
외상투자 부동산기업 상무부 등록	외상투자부동산 개발회사는 성급 상무부서를 통하여 상무부에 등록해야 함.	변동 없음.

[참조. News Alert Invest in China 내용 참조. 법무법인 율촌]

- 외국인 개인의 중국 부동산 구입과 관련 하여 규제를 완화하였지만, 외국기업의 중국 부동산투자와 관련해서는 자본금 및 차입요건을 다소 완화하였을 뿐 큰 변화가 있다고 보기 어려움

(2) 중국 부동산 개괄

(가) 토지의 사회주의 공유제

- 중국에서는 토지를 사용할 수는 있지만, 토지를 소유할 수는 없음
- 이러한 토지공유제는 중국 사회주의 공유제의 중요한 내용이자 사회주의 경제

제도의 기초이기에, 중국에서 토지를 소유할 수 있는 주체는 국가와 집체임(<토지관리법> 제2조). 이는 다른 나라와 구별되는 중국의 독특한 토지제도라 할 수 있음

- 중국에서는 토지의 소유권과 사용권이 분리되어 있고, 모든 소유권은 국가와 집체에 있으므로 일반인은 토지사용권만 취득할 수 있음. 위의 내용을 정리하면 다음 표와 같음

표 3-3 중국의 토지소유권

구 분	내 용	법률조항
국유토지 소유권	국가소유의 토지 범위. 도시의 토지·법률에서 정한 ²⁷⁾ 국가소유의 농촌 토지 및 도시근교의 토지	<헌법> 제10조 <토지관리법> 제8조 <물권법> 제47조
집체토지 소유권	집체소유의 토지 범위. 법률에서 국가소유로 정한 농촌 토지 및 도시근교 이외의 기타 농촌 토지 및 도시근교 토지. 농가주택지, 자류지, 자류산	<헌법> 제10조 <토지관리법> 제8조 <물권법> 제58조

[참조. 알기 쉬운 중국부동산. 주중한국대사관]

(나) 국유토지 사용권 취득 방식

중국에서 국유토지사용권을 취득하는 방식에는 획발과 출양 두 가지 방식이 있음

표 3-4 국유토지사용권 취득 방식

구 분	획발방식	출양방식
정 의	현급(县级)이상 인민정부가 적법한 기준을 거쳐 토지사용자가 보상, 안치 등 비용을 납부한 후 토지사용권을 교부하여 사용하도록 하거나 혹은 토지사용권을 무상으로 토지사용자에게 교부하여 사용하도록 하는 방식을 의미함. (<도시부동산관리법> 제23조)	국가가 토지소유자의 신분으로 국유토지사용권을 일정한 기간 동안 토지사용자에게 출양하고, 토지사용자는 국가에게 토지사용권 출양금을 지급하는 방식을 의미함. 토지사용권은 협의, 입찰, 경매 방식을 통해 출양함. (<도시부동산관리법> 제8조)
사용기한	무제한(그러나 해당 지역의 토지주관 부서가 토지사용권을 취득하는 상대방과 토지사용계약을 체결하는 방식으로	토지사용권출양계약(시,현 인민정부 토지관리부서와 토지사용자 간에 체결함)에서 약정함. 다

	그 기한을 한정하는 경우도 실무상 존재함) (<도시부동산관리법> 제23조)	만, 토지사용권출양 시, 최장사용연한은 용도에 따라 확정됨. · 거주용지 70년 · 공업용지 50년 · 교육, 과학기술, 문화, 위생, 체육용지 50년 · 상업, 여행, 오락용지 40년 · 종합 혹은 기타 용지 50년 (<성진국유토지사용권 출양 및 양도 집행조례> 제12조)
적용대상	국가기관용지, 군사용지. 도시 인프라 시설용지 및 공익사업용지. 국가 중점 지원사업인 에너지, 교통, 수리 등 프로젝트 용지. 법률, 행정법규가 규정하는 기타 용지 (<토지관리법> 제54조)	
사용대가	무상(<도시부동산관리법> 제23조)	토지사용권출양계약에 따라 토지사용권출양금을 지급해야 함. (<성진국유토지사용권 출양과 양도 집행 조례> 제15조)
사용제한	획발방식으로 취득한 토지사용권은 시(市), 현(縣) 인민정부토지관리부서 및 방산관리 부서의 비준을 거치지 아니하고는 양도, 임대, 저당할 수 없음. (<성진국유토지사용권 출양 및 양도 집행 조례(1990.5.19. 시행)> 30)제44조)	토지사용자는 토지사용권출양계약

[참조. 알기 쉬운 중국부동산. 주중한국대사관]

(다) 국유토지사용권 출양기간

- 중국에서는 토지를 소유할 수 없고, 사용권만을 가질 수 있으며, 토지의 사용권도 토지용도에 따라 그 사용기간이 제한되어 있음
- 중국에서의 토지사용기간이란 국가에 토지 출양금(出讓金)을 지급하고, 국가로부터 허가받은 토지사용권한의 기간을 말함(<성진국유토지사용권 출양과 양도집행조례> 제8조). 최장기간은 토지용도에 따라 5구간으로 나뉘며, 최단

40년에서 최장 70년임(<성진국유토지사용권 출양과 양도 잠정조례> 제12조)

표 3-5 토지용도에 따른 토지사용권 최장 출양기간

토지용도	최장 출양기간(년)
거주용지	70
공업용지	50
교육 . 과학기술 . 문화 . 위생 . 체육용지	50
상업 . 관광 . 오락용지	40
종합 혹은 기타	50

[참조. 알기 쉬운 중국부동산. 주중한국대사관]

- 위와 같이 토지사용권은 양도가 가능함. 다만, 양도를 한 경우 토지사용기간이 새롭게 기산되는 것이 아니라 처음 출양받은 사용기간 중의 잔여기간만 양도되는 것임(<성진국유토지사용권 출양과 양도 잠정조례> 제22조).
- 예를 들어 90년대에 지은 상가(최장 출양기간 40년)를 매입하면 그 토지를 사용할 수 있는 사용기간은 약 15여년 정도임. 구체적인 사항은 반드시 토지증서 상의 토지용도 및 토지사용권 출양기간을 확인하여야 함
- 예외적으로 거주용지의 경우 토지사용권 기한이 만기되는 경우 그 기간은 자동 연장됨(<물권법> 제149조). 그러나 현재 새롭게 연장되는 기간에 대한 명확한 법률 규정은 없음

< TIP >

- 기업설립 및 부동산 취득 관련 법률의 경우 '합자(합작)투자', '직접진출'의 경우, 중요한 사항임.
- '마스터 프랜차이즈'의 경우, 파트너가 현지에서 법인을 설립할 수 있는 자료제공 등의 협조가 필요함

다. 상표 및 특허 관련 법률

(1) 상표권

(가) 국제 상표출원 유형

- 원칙적으로 해당 국가에서 상표를 보호받으려면 각국의 법과 절차에 따라 상표를 등록받아야 하며, 우선 상표를 등록받고자 하는 대상국이 어디냐에 따라서 상표를 출원할 수 있는 방법이 다름
- 해외로 상표를 출원할 수 있는 방법을 크게 구분하면 다음과 같음
 - ① 상표를 보호받기 원하는 개별국가에 직접 출원하는 방법
 - 통상 파리협약에 의한 우선권을 주장하여 출원하므로, 이를 "파리루트에 의한 상표출원"이라고도 하며, 해당 국가의 법과 절차를 따라야 함
 - ② 독자적인 상표청이 없고, 다수국간의 조약에 의하여 공동으로 하나의 상표청 또는 지식재산권기구를 가지고 있는 경우
 - 베네룩스 상표청과 아프리카지식재산권기구(OAPI)에 대한 출원이 이에 해당
 - ③ 개별국가가 독자적인 상표청 및 상표제도를 가지고 있으면서 동시에 일정 지역에 걸친 별도의 기구 및 상표제도를 가지고 있는 경우
 - 유럽상표청 및 아프리카지역산업재산권기구(ARIPO)에 대한 출원이 이에 해당
 - ④ 마드리드 협정과 마드리드 의정서를 포함하는 마드리드 시스템을 이용하는 방법
- 상표를 보호받기 원하는 국가에 따라서 이용할 수 있는 해외상표출원시스템이 다르기 때문에 대상국에 따른 가능한 상표관련 시스템을 이해하고 진행하여야 함

(나) 국제 상표출원 방법

- 해외진출을 고려하는 프랜차이즈 기업의 경우, 우선적으로 해당 국가에서 자사의 브랜드가치를 보호하기 위한 조치를 진행하여야 함
- 국제상표 등록의 경우 통상 개별국에 직접 출원하는 방식과 마드리드 국제출원하는 방식을 이용함

- 마드리드 시스템 국제출원방식의 경우 한번의 출원으로 복수의 국가에 출원한 효과를 얻을 수 있어 편리하다는 장점이 있지만 한계 등도 있어 주의해야 함
- 마드리드 시스템 국제출원 시 장점
 - ① 하나의 출원 시스템으로 국제등록이 가능하여 다수의 국가에서 상표권을 보호받을 수 있으므로 비용 및 시간 측면에서 경제적임
 - ② 현지 대리인을 선임하지 않아도 되고 추후에 명의 변경, 갱신 등에 대한 변동 사항 관리가 일괄적으로 진행되기 때문에 절차 측면에서도 효율적임
 - ③ 추가 지정 마드리드 의정서에 새로 가입한 국가 또는 기존에 가입한 국가 중에서 상표 등록을 하고 싶은 국가가 있다면 등록 후에도 간편하게 지정국을 추가할 수 있으므로 해외 진출 사업을 확장할 때에도 유용함
- 마드리드시스템 국제출원 시 단점(한계)
 - ① 마드리드 의정서 또는 협정에 가입한 국가에 한해 이 제도를 이용할 수 있으므로 가입국이 아닌 국가의 상표 등록을 원하는 경우에는 개별국 출원을 진행해야 함
 - ② 개별국 출원을 하지 않은 경우 해당 국가의 소송에서 불리할 가능성 있음
 - ③ 마드리드 국제 출원은 국내 출원 상표를 기초로 하기 때문에 국내 출원이 최종 거절된 경우에는 국제 등록도 무효가 될 수 있음

※ 마드리드 조약 주요 아시아 가입국

중국, 부탄, 이스라엘, 인도, 이란, 일본, 북한, 대한민국, 카자흐스탄, 캄보디아, 라오스, 몽골, 오만, 필리핀, 싱가포르, 시리아, 타지키스탄, 우즈베키스탄, 베트남

(다) 개별국 직접출원

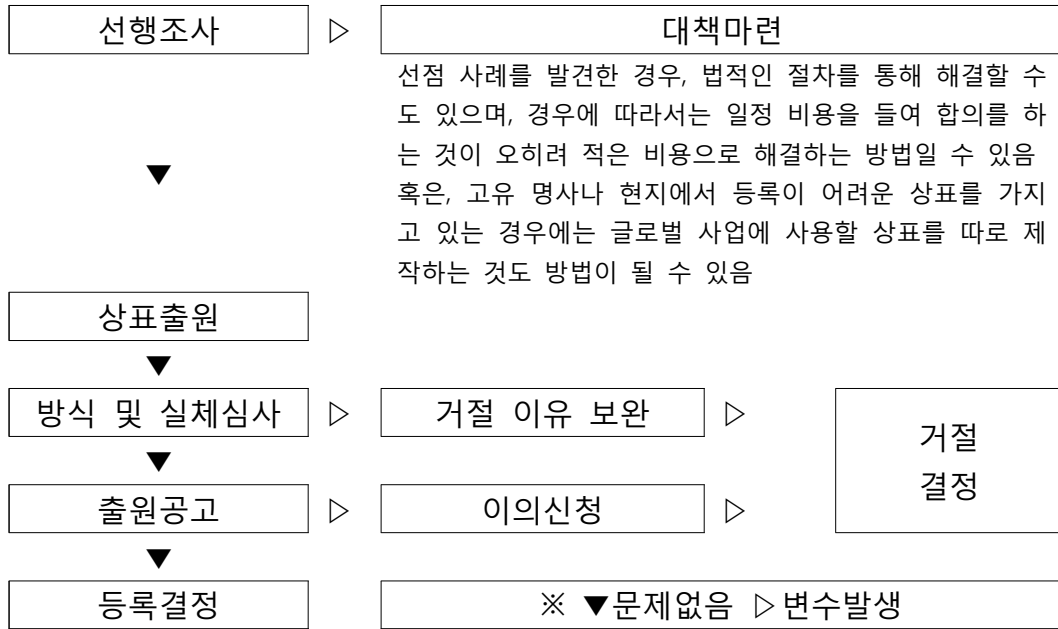
- 특허법인 선정

통상 보통 국내 특허법인을 통해 해당국 특허법인과 연계하여 업무를 진행함
이 경우 특허법인의 역량에 따라 진행상황과 등록여부가 결정될 수도 있어, 개별국 직접출원을 하는 경우에는 현지 업체를 선정하는 것이 빠른 진행과 등록에 유리할 수도 있음

- 상표 취득

상표등록의 경우 시간과 비용이 많이 소요되어 상표 등록을 하기 전에는 반드시 선행 조사를 통해 선점 사례나 유사 상표가 등록되어 있지는 않은지 파악하고, 이를 통해 적절한 대응책을 마련하여야 함

표 3-6 상표 취득 절차



[참조. 해외진출외식기업실무매뉴얼 MAPPS. aT한국농수산물유통공사]

< TIP >

- 상표출원 CHECK LIST와 절차는 「aT한국농수산물유통공사의 해외진출외식기업실무매뉴얼 MAPPS(Manual of A Global F&B Business Project Plan & Strategy)」에 자세히 설명하고 있어 꼭 참조하길 권함
- 마드리드시스템의 구체적인 내용은 특허청(<http://www.kipo.go.kr>)의 지식재산 제도 항목을 참조바람

(라) 마드리드 시스템 국제출원

1) 마드리드 시스템의 의의

- 마드리드 시스템은 두 조약, 마드리드 협정과 마드리드 의정서에 의해 운영되고 있으며, 이 시스템의 행정적 업무는 WIPO(세계지식재산기구)의 국제사무국에서 담당하고 있음
- 마드리드 협정의 공식명칭은 표장의 국제등록에 관한 마드리드 협정(Madrid Agreement Concerning the International Registration of Marks)"으로, 산업재산권 보호를 위한 파리협약"이 성립된 지 8년 후 파리협약 제19조에 근거한 특별협정으로 1891년 마드리드에서 채택되었음

- 마드리드 의정서의 공식명칭은 "표장의 국제등록에 관한 마드리드 협정에 대한 의정서(Protocol relating to the Madrid Agreement Concerning the International Registration of Marks)"로서, 1989년 6월 27일에 채택되고 1995년 12월 1일에 발효되었으며, 동 의정서를 시행하기 위한 하위규정인 공통규칙이 제정됨에 따라 1996년 4월 1일부터 시행되었음. 마드리드 의정서는 마드리드 협정이 가지고 있는 문제점을 극복하여 탄력적 국제상표등록 제도를 창설할 목적으로 마련되었으며, 마드리드 협정과 의정서의 회원국을 마드리드 동맹이라고 함

2) 마드리드시스템의 특징

마드리드 시스템은 「다국가 1출원 시스템」이자, 「User-friendly System」의 특징

① 절차의 간소화 및 비용절감

국내에서 등록받거나 출원한 상표가 있으면, 이를 기초로 하나의 언어로 작성된 하나의 국제출원을 하나의 본국관청에 제출하고 한 번의 수수료를 납부함으로써 하나의 번호로 된 국제등록을 획득하고 다수의 국가에서 보호를 받을 수 있음

이는 개별국가의 관청에 각각 출원을 제출하고 각각의 수수료를 납부하는 등의 절차를 대체하여 한 번의 출원으로 복수의 국가에 출원한 효과를 얻게 함으로써 출원인의 편익을 제고하고, 국제출원단계에서 각 개별국에 대한 대리인을 선임할 필요가 없어 대리인 선임비용을 절감할 수 있음

② 권리취득 여부의 명확성

지정국관청에서 거절이유를 발견한 경우에는 원칙적으로 국제사무국으로부터 지정통지를 받은 날부터 1년(1년 6월까지 연장 가능, 이의신청의 경우 예외) 이내에 국제사무국에 거절통지를 하여야 함

만약 그 기간 내에 거절통지가 없으면, 그 상표는 그 지정국에서 등록된 것과 동일한 보호를 받기에 출원인은 일정 기간 내에는 각 지정국에서의 상표권 취득 여부를 알 수 있음

③ 지정국의 추가 가능

마드리드 의정서에 새로 가입한 국가 또는 기존의 마드리드 의정서에 가입한 국가에서 추가적으로 상표를 보호받고자 하는 경우에는, 국제등록 후에 그 국가를 지정하는 것이 가능하므로, 상표를 보호받고자 하는 국가를 간편하게 확장할 수 있음

④ 상표권 관리의 일원화

명의변경, 주소변경, 갱신, 상표권의 양도 등의 변동사항을 국제사무국에서 일원적으로 관리하기 때문에 국제사무국에 한번 신청하면 국제등록부에 기록되고, 국제사무국에서 각 지정국관청에 통보해 주어 각 지정국관청에 개별적으로 변경신청을 하지 않아도 됨

3) 마드리드 시스템의 주의점

- 마드리드 국제출원은 국내의 출원 또는 등록된 권리를 기초로 하여 국제출원을 할 수 있는데, 국제등록 후 5년간은 기초로 한 국내의 권리 변동에 종속됨(국제등록의 종속성 또는 집중공격)
- 기초출원의 지정상품 삭제, 거절결정 또는 등록된 권리가 존속기간 미 갱신, 무효 등으로 소멸되면 마드리드 국제등록도 소멸된 범위만큼 취소되며, 지정국에서 상표권을 획득하였다 하더라도 이 원칙이 적용됨
- 따라서, 마드리드 국제출원을 이용하시기 전에 국내 기초 출원 또는 등록된 권리의 변경 가능성 등을 체크하여야 함

(마) 상표등록 시 유의사항

- 불사용 등록 말소 기간
일정 기간 상표를 사용하지 않는 경우 취소의 사유가 될 수 있어, 상표권과 관련해서는 '불사용 등록 말소 기간'을 확인해야 함
- 존속 기간 및 갱신
상표권은 영구적인 것이 아니라, 일정 존속 기간을 가짐. 주의 깊게 갱신 기간과 방법을 염두에 두어야 함

(2) 특허 및 실용신안

(가) 국제 특허와 실용신안 출원 유형

- 특허독립(속지주의)의 원칙상 각국의 특허는 서로 독립적으로 반드시 특허권을 획득하고자 하는 나라에 출원을 하여 그 나라의 특허권 등을 취득하여야만 해당국에서 독점 배타적 권리를 확보할 수 있음. 국내에서 특허권 등의 권리를 취득하였더라도 다른 나라에서 권리를 취득하지 못하면 그 나라에서는 독점 배타적인 권리를 행사할 수가 없음
- 이러한 1국 1특허의 원칙 때문에 해외에서의 특허권 획득을 위해서는 별도의 해외출원이 필요함
- 상표에 대한 마드리드 국제 출원과 마찬가지로 특허와 실용신안 출원도 개별국 출원과 PCT 국제 출원 방식으로 나눌 수 있음
- PCT 방식은 특허청에 국제 출원서를 제출함으로써 한 번의 절차를 통해 심사할 수 있는 절차상의 장점도 있지만, PCT 체약국이 아닌 비가입국의 경우에

는 PCT 국제 출원 절차를 활용할 수 없으며, 예비심사를 받았다고 하더라도 국내 단계에 진입하게 되면 다시 한 번 심사 절차가 진행해야하는 이중심사를 받아 비용이 가중된다는 단점이 있을 수 있다는 점을 고려해야 함

※ PCT 주요 아시아 체약국

중국, 인도네시아, 이스라엘, 인도, 이란, 일본, 캄보디아, 북한, 대한민국, 쿠웨이트, 카자흐스탄, 라오스, 스리랑카, 몽골, 말레이시아, 필리핀, 싱가포르, 태국, 베트남

(나) 개별국 직접출원

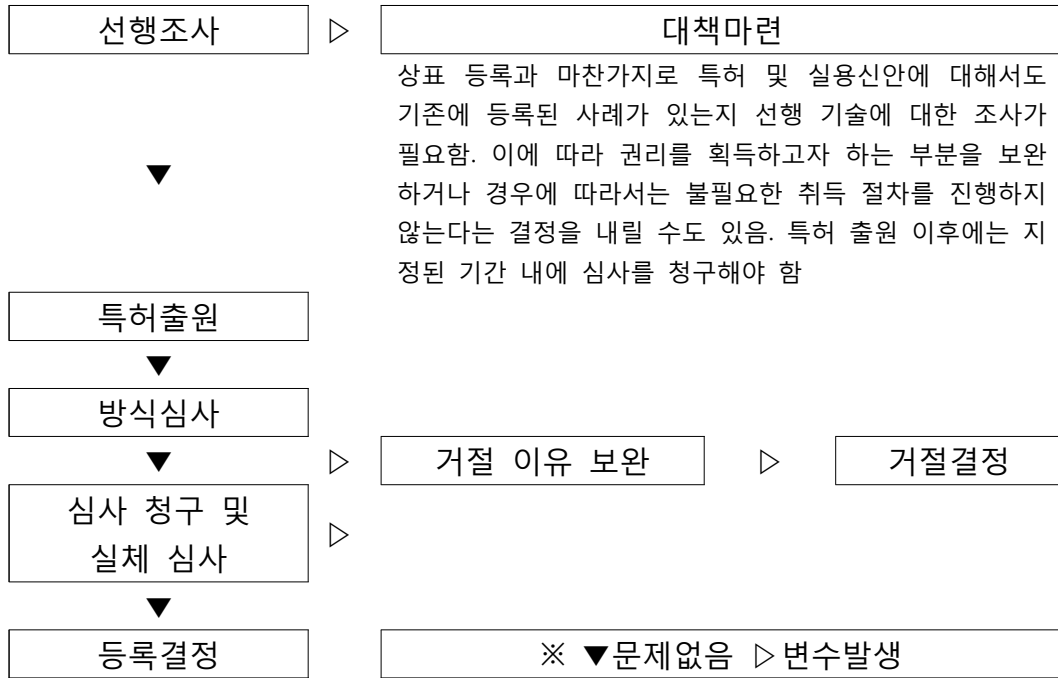
1) 특허법인 선정

- 통상 보통 국내 특허법인을 통해 해당국 특허법인과 연계하여 업무를 진행함
- 특허나 실용신안의 경우에는 상표나 도메인에 비해 보편적이지는 않지만 브랜드의 경쟁력을 보호하는 측면에서 핵심 사안이고, 비용적인 부담이 큰 사안이므로, 특허나 실용신안 등록과 관련해서는 해당 업무를 진행하는 특허법인의 신중한 선택이 필요함
- 이 경우 특허법인의 역량에 따라 진행상황과 등록여부가 결정될 수도 있어, 개별국 직접출원을 하는 경우에는 현지 업체를 선정하는 것이 빠른 진행과 등록에 유리할 수도 있음

2) 국제 특허와 실용신안 취득

- 특허 및 실용신안도 상표 등록과 마찬가지로 국가별로 세부적인 사항은 차이가 있지만, 전반적인 절차는 비슷함. 상표 등록과 마찬가지로 선행 조사를 통해 등록 가능성에 대해서 파악하여 절차 진행 여부를 결정하는 절차를 반드시 거쳐야 위험성을 줄일 수 있음

표 3-7 특허 취득 절차



[참조. 해외진출외식기업실무매뉴얼 MAPPS. aT한국농수산물유통공사]

< TIP >

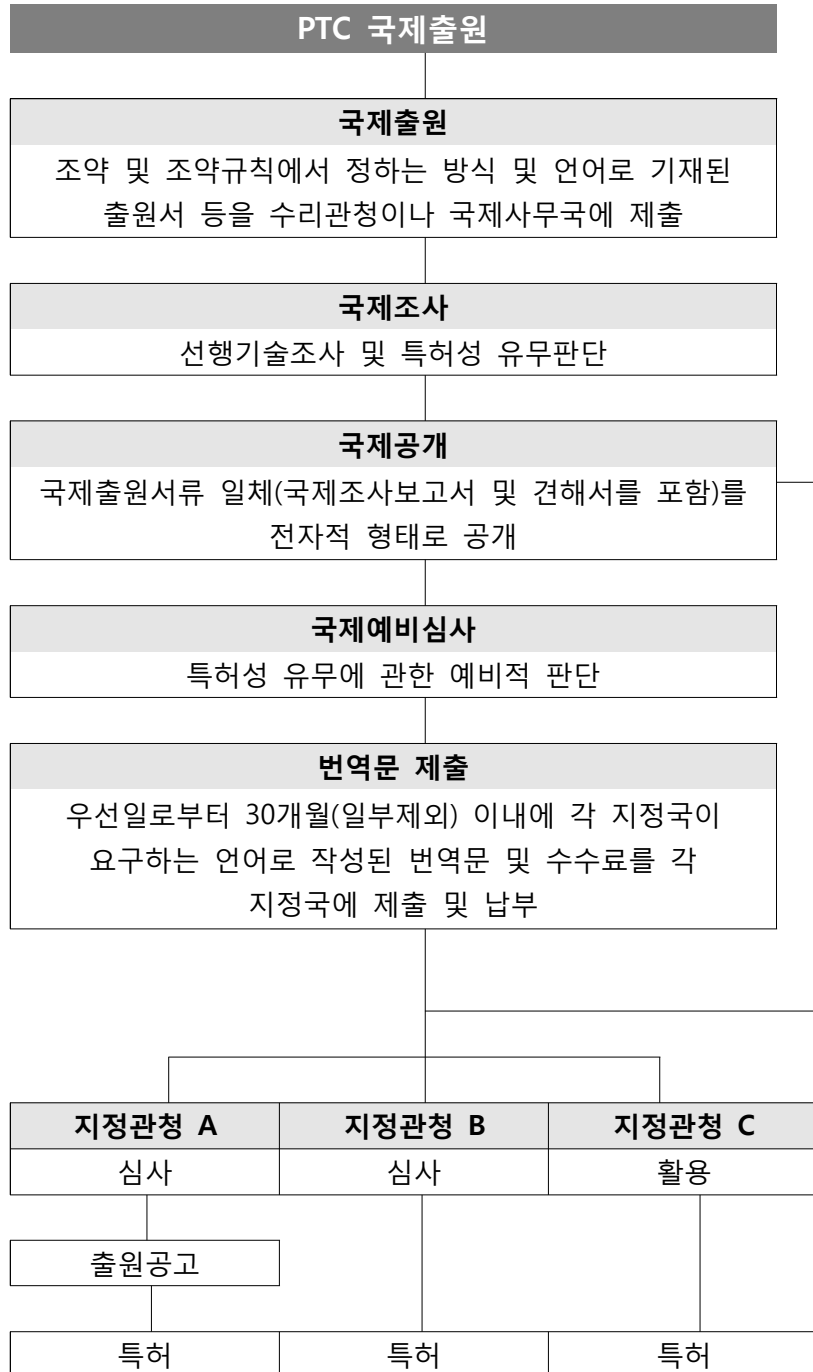
- 국제특허와 실용신안의 CHECK LIST와 절차는 「aT한국농수산물유통공사의 해외진출외식기업실무매뉴얼 MAPPS(Manual of A Global F&B Business Project Plan & Strategy)」에 자세히 설명하고 있어 꼭 참조하길 권함
- PCT 방식의 구체적인 내용은 특허청(<http://www.kipo.go.kr>)의 지식재산제도 항목을 참조바람

(다) PCT 국제출원

1) PCT 시스템의 의의

- 국적국 또는 거주국의 특허청(수리관청)에 하나의 PCT출원서를 제출하고, 그로부터 정해진 기간 이내에 특허획득을 원하는 국가(지정(선택)국가)로의 국내단계에 진입할 수 있는 제도로 PCT국제출원의 출원일이 지정국가에서 출원일로 인정받을 수 있음.
- 다만, 선(先) 출원에 대한 우선권을 주장하여 출원하는 경우 선출원의 출원일로부터 12개월 이내에 PCT국제출원을 하여야 우선권주장을 인정받을 수 있음

표 3-8 PCT 국제출원 절차



[참조. 특허청. 해외특허(PCT)]

2) PCT 국제출원 시 장점

- ① 출원일 인정요건이 간편

한번의 PCT국제출원으로 다수의 가입국에 직접 출원한 효과를 얻을 수 있기 때문에 개별 나라마다 일일이 출원해야 하는 번거로움을 덜어줌

② 특허획득 가능

특허를 받고자 하는 나라의 특허청(지정(선택)관청)의 심사에 앞서 국제조사기관의 선행기술조사(필수절차) 및 특허성에 대한 견해와 국제예비심사기관의 특허성 유무에 대한 예비심사(선택절차)를 거침으로써 특허획득 가능성을 미리 알 수 있을 뿐만 아니라 평가·보완의 기회도 가질 수 있어 특허획득에 유리함

③ 출원서 작성이 용이

한국 특허청을 통한 출원언어는 한국어, 영어, 일어이므로 다수 국가를 지정하여 PCT국제출원을 하는 경우 초기에 개별국가 언어로 된 번역문을 일일이 준비하지 않아도 되므로 편리함

④ 무모한 해외출원을 방지

발명 또는 고안을 PCT국제출원을 통하여 각 지정국 특허청에 직접 출원한 것과 같은 효력을 확보한 다음, 그 지정국의 국내단계 진입기한(우선일로부터 30개월 이내. 다만 룩셈부르크, 탄자니아, 우간다는 우선일로부터 19개월 이내에 국제예비심사를 청구한 경우에만 30개월 이내)까지 국제조사 및 예비심사보고서를 토대로 특허획득 가능성을 면밀히 검토함과 동시에 각 지정국의 시장성을 조사한 다음에 국내절차 이행여부를 결정함으로써 불필요한 비용지출 및 무모한 해외출원을 방지할 수 있음

⑤ 국내 단계 진입시 수수료감면 향유

세계 주요특허청에서는 PCT를 통한 외국인의 국내단계진입시 자국특허수수료를 일정조건에 따라 감면해 주는 제도를 두고 있음

3) PCT 국제출원 시 단점

① PCT국제출원 비용 별도부담

PCT국제출원 비용이 별도로 소요되고, 지정국의 국내단계에 진입하는 경우에는 개별국 출원시와 동일한 비용이 추가로 필요하므로 비용부담이 가중됨

② 심사절차의 이중적 진행

국제예비심사를 받았음에도 불구하고 국내단계 진입시 각국마다 새로운 심사를 받게 되므로, 심사절차가 이중적으로 진행될 가능성이 있다. 이와 달리 개별국가출원을 하였을 경우에는 각국마다 심사관이 제시하는 선행기술을 고려하여 권리범위를 보정함으로써 국가에 따라서는 의외로 큰 권리를 얻을 가능성이 있음

4) PCT 국제출원시 유의점

① 이중의 단계

PCT국제출원은 한 번의 출원으로 세계적으로 특허를 받는 것이 아니라 일단 국제출원일을 인정받은 후, 검증단계(국제조사 및/또는 국제예비심사)를 거친 후 각 지정국에 번역문을 제출하여야 비로소 각 국에서 특허 허여 여부에 관한 심사가 진행되기에, PCT국제출원 한번으로 외국의 특허권을 획득할 수 있는 것으로 이해하여서는 안 됨

② 엄격한 절차

PCT는 각 단계별로 기간(수수료납부기간, 국내단계 진입기간 등)이 엄격히 정해져 있으므로 준수기간을 넘겨 불이익을 당하지 않도록 출원인의 주의를 요함

③ 특허·실용신안에 한정

발명만이 PCT를 통하여 특허·실용신안권 등으로 보호가능하며, 디자인 및 상표는 각각 별도의 협약에 의해 보호됨

(라) 등록 시 유의사항

○ 존속 기간 및 갱신

특허 및 실용신안도 상표권과 마찬가지로 영구적인 것이 아니라, 일정 존속 기간을 가짐. 주의 깊게 갱신 기간과 방법을 염두에 두어야 함

○ 특허 및 실용신안은 상표나 도메인에 비해서 매우 큰 비용이 투자되는 부분이고, 기술에 대해 독점권을 가진다는 것은 수익적인 측면에서 매우 큰 영향을 미칠 수 있으므로, 분쟁이 발생할 경우 그 손해가 훨씬 커질 수 있음

(3) 도메인

○ 도메인 등록은 주로 도메인 등록 업체를 통해 간편하게 등록할 수 있음

○ 도메인 등록업체를 통해 국가별 도메인 등록도 가능하니, 비교적 인지도 있는 도메인 등록업체를 통해 사전에 필요한 국가별 도메인을 등록하여야 함

○ 특히 도메인의 경우 존속기간이 짧아 갱신에 주의하여야 하며, 미갱신시 타업체에게 등록하여 사업에 영향을 받을 수도 있음

(4) 중국 지식재산권

(가) 상표 및 특허 등록 과정

표 3-9 상표 및 특허 등록절차

번호	구체적인 항목
1	상표신청인 혹은 상표대리기구가 상표국에 상표출원신청
2	상표국 접수 및 상표 조사
3	상표국의 요구조건에 따라 상표를 기한 내 수정보완, 요구에 부합하지 않는 상표는 접수되지 않음
4	요구조건에 부합하는 상표는 심사, 요구에 부합하지 않는 상표는 신청 기각
5	요구조건에 부합하는 상표에 대한 심사
6	기타 회사, 개인 혹은 자연인의 이의 신청 받음
7	이의신청이 없을 경우 등록 결정 및 공고
8	이의신청이 없을 경우 상표심의평가위원회에 제출
9	이의신청이 있을 경우 상표심의평가위원회가 판결
10	합의가 이루어지지 않으면 지방중급인민법원이 판결

(나) 중국 상표권의 내용

상표권은 프랜차이즈의 핵심이며, '상표법'은 상표권자의 권리를 아래와 같이 규정함

- 상표독점권
권리자가 등록상표를 사용할 수 있는 권리, 타인의 사용을 배타하는 권리, 즉 상표권자가 등록상표를 독점하고 타인의 사용을 허락하지 않은 사용권. 즉 권리자의 허락을 받지 않고 함부로 동일하거나 유사한 상표를 사용할 수 없음. 이를 어길 경우 공상행정관리기구는 상표권 침해자에게 벌금을 물리거나, 사안이 엄중할 경우 형사책임을 추궁할 수 있음
- 상표양도권
등록상표 소유권자는 양도계약을 통해 유상 혹은 무상으로 관련 등록상표를 양도할 수 있음
- 사용허가권
- 상표 등록갱신권
등록상표의 유효기간은 10년. 상표권자는 유효기간 만료 전에 갱신등록출원을 신청할 수 있음(계약 만료 6개월 전에 갱신등록출원을 신청함). 이런 방식으로 상표사용권이 무기한 연장될 수 있음. 갱신등록출원은 승인을 거치면 공고됨

- 보호청구권
- 승계권

(다) 중국 지식재산권 관련 법률

- 상표법(2001년 10월 27일 수정)
- 상표법실시조례(2002년 9월 15일부터 시행)
- 특허법(2002년 8월 25일 수정)
- 저작권법(2001년 10월 27일 수정)
- 저작권법 시행조례(2002년 9월 15일부터 시행)
- 상표사용허가계약등록방법(1997년 8월 1일부터 시행)
- 유명상표인정 및 보호규정(2003년 6월 1일부터 시행)
- 국가 공상행정관리국의 상표와 기업명칭 중 일부 문제 의견(1994년 4월 5일부터 시행)
- 최고 인민법원이 상표민사 소송안 적용 법률의 일부 문제 해석(2002년 10월부터 시행)

< TIP >

- 중국은 선출원주의를 따르는 관할권이기 때문에 중국 상표청에 상표를 등록하지 않은 경우, 해당 상표권자는 대체로 중국에서의 상표 사용권을 보호받을 수 없음
- 상표나 특허와는 달리, 노하우를 등록하는 체계는 존재하지 않으며, 소프트웨어 등 일부 유형의 노하우는 저작권 보호 체계 하에서 보호를 받을 수 있음
- 지식재산권 관련 지원기관
 - 특허청 지역지식재산센터 : 비영어권 브랜드 개발 지원, 해외출원비용지원(지역 지식재산센터 대표번호 1661-1900)
 - 한국지식재산보호원 : 지식재산권 소송보험 지원 및 IP 분쟁 초동 법률자문 지원(한국지식재산보호원 기반정보팀 02-2183-5825), 기업간 협의체 구축 및 공동 대응 지원(한국지식재산보호원 분쟁예방팀 02-2183-5821)
 - KOTRA : 해외 지식재산센터(IPDESK)운영 및 지식재산권 상담(KOTRA 해외투자팀 02-3460-7365)

3 계약체결

가. 계약체결 시 고려사항

(1) 마스터 프랜차이즈 진행의 필요성

(가) 직접진출 시 발생하는 Risk

직접진출 시 진출국의 프랜차이즈 관련 법률, 지식재산권 보호 등 법률·제도나 정치·경제적·문화적 상황을 자세히 알기 어렵고, 언어의 한계, 상거래상의 한계 등으로 인하여 실패의 가능성이 높음

(나) 진출국의 법률 · 제도적 제한

- 외국기업의 프랜차이즈 진출 시 기업설립 제한이나 업종 제한, 가맹점 수 제한 등 자국의 중소기업을 보호하기 위한 법률 · 제도적 제한을 두고 있음
- 마스터 프랜차이즈 진출방식의 경우, 해당 진출국 역시 자국의 경제성장에 유익할 수 있어 법률 · 제도적 제한을 피할 수 있음

(다) 진출기업의 자금 및 인적 · 물적 자원의 한계

- 직접진출 시 현지개업단계나 해외사업관리단계 뿐만 아니라 해외진출준비단계, 해외진출확정단계에서도 많은 자금이 필요하며, 영어나 해당국 언어에 능통한 직원, 법률 전문가 등 인적자원 역시 필요함
- 국내 프랜차이즈의 기업규모로 볼 때, 이렇게 많은 투자비용과 자원을 들인 해외진출 사업이 실패할 경우 기업에 많은 피해를 줄 수 있어, 마스터 프랜차이즈 진출유형이 바람직함

(2) 프랜차이즈 관련 법률 및 제도의 반영

(가) 해당국 법률 · 제도의 반영의 필요성

- 마스터 프랜차이즈 형태로 진출하는 경우에는 프랜차이즈 기업 자신이 직접적으로 해당 법령의 규제를 받는 경우는 드물 수 있으나, 현지의 마스터 프랜차이지가 관련 법령을 위반하는 경우에는 해당 브랜드에 대한 현지국민 및 관련기관 등의 인식이 나빠져 향후 해당국에서 프랜차이즈 사업자체가 어려

위 질 수 있음

- 마스터 프랜차이즈 계약서를 작성함에 있어서 현지의 중요한 법령을 반영하고, 이를 준수하지 않을 시에는 계약을 해지하고 브랜드 회수조치를 취함으로써 브랜드 이미지의 훼손을 방지할 필요가 있음

(나) 반영해야 하는 관련 법률

- 중국은 프랜차이즈 가맹점을 보호하고 건전한 프랜차이즈산업을 형성하기 위하여 아래와 같은 프랜차이즈 법률을 시행하고 있음
 - ① 상업프랜차이즈 관리조례
 - ② 상업프랜차이즈 등록관리방법
 - ③ 상업프랜차이즈사업 정보공시관리방법
- 상기 법률은 프랜차이즈산업을 만을 규율하기 위한 특별법적 성격의 법률이며, 상기 법률 외에도 일반적인 계약관계를 규율하는 계약법, 반공정경쟁법 등도 적용됨
 - ① 계약법
 - ② 상표법
 - ③ 반공정경쟁법
 - ④ 특허법
 - ⑤ 저작권법
 - ⑥ 회사법
 - ⑦ 기업법인등록관리조례

(3) 마스터 프랜차이즈 계약의 기본내용

(가) 기본내용

- 1) 계약의 명칭 등
브랜드명(로고포함), 마스터 프랜차이즈 계약이라는 계약명칭, 당사자의 표시 및 계약체결의 사실·일자 등을 명시하여 계약을 특정함
- 2) 개념 정의
해당 계약서에서 사용되는 용어의 개념을 명확히 하여 계약내용의 이해를 돕고 의도한 내용으로 계약이 체결될 수 있도록 함
- 3) 선행조건
계약의 효력발생 요건을 기재하며, 마스터 프랜차이즈 계약을 체결하여 효력이 발생하게 되면 프랜차이즈의 상표권·시스템을 포함한 기타 지적재산권이

마스터 프랜차이지에게 흘러가게 되는 바, 진실한 혹은 성실한 마스터 프랜차이지에게만 시스템 등을 전수함으로써 시스템 혹은 브랜드가 복제당하는 것을 막을 필요가 있음

따라서 가급적 초기비용의 완불 혹은 법령상 필요한 조건의 구비를 선행조건으로 삼는 것이 필요하고, 나아가 마스터 프랜차이지가 일정기간 동안 비용을 지불하지 않는 경우에는 계약을 해지할 수 있도록 함

4) 독점적 영업지역의 부여

해당국의 영토의 크기·규모·인구에 따라 적절하게 활동지역을 분배하여 마스터 프랜차이즈 계약을 체결.

5) 프랜차이저의 초기의무

프랜차이저는 마스터 프랜차이지가 프랜차이즈 본부로서의 역할을 제대로 수행할 수 있도록 영업 및 마케팅 노하우, 숙련된 인력을 통한 직원교육, 인테리어 디자인 등을 제공할 의무가 있음

이 부분은 프랜차이저의 상황에 따라 구체화하여 기재할 수도 있고 간략하게 기재할 수도 있음

6) 프랜차이저의 지속적 의무

브랜드 사용의 허가, 마케팅 및 운영 매뉴얼의 제공, 물품공급 및 기타 영업지원 등의 의무가 있는 바 이를 규정함

7) 마스터 프랜차이지의 기본 의무

① 로열티 등의 지급의무

마스터 프랜차이지의 가장 기본적인 의무임. 로열티의 종류와 지급시기, 지급계좌 등에 대해서 자세히 기술함. 최초의 가입비, 직영점 및 가맹점 개설에 따른 로열티·감리비, 단위 화폐 및 환율 등에 대하여 규정함. 다만 로열티 규모를 정함에 있어서는 총매출에 대한 비율로 규정할 수도 있으나 총매출 산정이 어려운 경우에는 일정금액으로 정하는 것이 더 효과적일 수도 있음

② 직원 교육 의무

프랜차이저의 운영매뉴얼 등에 따라서 시스템 운영을 할 수 있도록 본사, 직영점 및 가맹점의 직원들을 지속적으로 교육하는 것이 필요한 바, 이를 규정함

③ 투명한 회계 및 관련 정보의 제공

매출액 등은 로열티 산정이 기준이 되는 바, 정확하고 투명한 회계 및 회계자료에 대한 프랜차이저의 자유로운 접근이 필요함. 따라서 회계관련 자료의 구비 및 제공의무를 규정해 두는 것이 필요함

④ 가맹점 및 직영점의 운영

직영점 및 가맹점의 위치에 대한 승인 여부, 매장 운영과 관련된 매뉴얼 준수, 종업원들의 복장, 비밀유지 조치 의무 등을 규정함. 나아가 매장위치를 선정함에 있어서는 마스터 프랜차이지로 하여금 해당 위치에 대한 정보 및

선정근거 등을 제공하도록 하여 이를 근거로 판단할 수 있도록 하는 것이 좋음

⑤ 최소 가맹점 오픈 의무

경우에 따라서는 마스터 프랜차이지가 직접 프랜차이즈 사업을 운영할만한 능력이나 의지가 없으면서 사업권을 획득하였다가 양도할 의도로 마스터 프랜차이즈 계약을 체결하는 경우가 있을 수 있음. 또한 설령 그러한 경우가 아니라하더라도 해당국으로의 진출 이후 실제 사업진행이 지지부진하다면 결과적으로 브랜드의 이미지가 훼손될 우려가 있음

그러므로 일정기간 안에 일정 수 이상의 직영점 혹은 가맹점을 오픈할 의무를 부담시킴으로써 프랜차이즈 사업이 실질적으로 진행될 수 있도록 동기를 부여함과 동시에 실제 운영능력과 의지를 가진 사람과 마스터 프랜차이즈 계약을 체결할 수 있음. 다만 실제 목표 개수는 브랜드의 특성에 따라 달리 할 수 있음

나아가 해당국에서 마스터 프랜차이지가 프랜차이즈를 경영하기 위해서는 일정기간 동안 직영점을 운영해야 하는 경우도 있으므로 이러한 부분도 확인하여 규정하여야 함

⑥ 광고 및 마케팅 의무

마스터 프랜차이지는 프랜차이즈 사업의 활성화 및 브랜드 이미지 제고를 위해 마케팅을 수행할 의무가 있으며, 마케팅 수행시 프랜차이지의 승인을 받은 시안을 사용할 의무가 있음. 나아가 광고 등은 프랜차이지의 명성을 높이는 방향으로 시행되어야 하며 광고등과 관련된 저작물의 저작권은 모두 프랜차이지에게 있음을 기재함

8) 법률 및 매뉴얼 등의 준수

해당국의 모든 법령을 마스터 프랜차이즈 계약서에 반영하는 것은 불가능하기도 하고 불필요하기도 한 바, 마스터 프랜차이지에게 법령의 준수의무를 부과하고 특히 프랜차이즈와 관련된 법령의 경우에는 이를 마스터 프랜차이지가 조사하여 프랜차이지에게 보고하도록 하거나 조사된 내용은 계약서에 기재하는 것이 좋음

9) 비경쟁의무

해외진출의 경우 거리상·비용상의 문제로 실질적인 관리감독이 어려워 마스터 프랜차이지가 프랜차이지의 노하우 및 영업비밀을 이용하여 새로운 브랜드나 경쟁업종을 영위하는 경우가 종종 있음. 따라서 이러한 것을 방지하기 위하여 계약기간 동안 동일업종을 영위하는 것을 막고, 계약기간이 종료한 후에도 일정기간 동안에는 동일업종을 영위하는 것을 금지할 필요가 있으며, 나아가 비경쟁의무는 계약당사자는 물론이고 그 대표자 및 대표자의 친인척 등에게도 동일하게 부과하는 것이 필요함

10) 기밀유지

프랜차이지의 매뉴얼, 노하우 기타 비밀자료 등은 중요한 자산으로서 이를 외부로 유출하는 것은 재산권 침해가 됨. 따라서 이를 방지하기 위하여 비밀유지

의무 및 비밀사용 범위를 규정하고 위반시에는 계약해지 및 손해배상청구 사유로 규정하여야 함

11) 사업권의 양도 및 우선매수청구권

프랜차이저는 물론이고 마스터 프랜차이지 또한 사업권을 양도해야 할 경우가 발생함. 그런데 마스터 프랜차이지가 프랜차이저의 허가 혹은 승인없이 자유롭게 사업권을 양도해 버린다면 프랜차이저의 애초 의도와는 달리 마스터 프랜차이지의 능력과 의지를 검증할 기회마저 상실하게 되어 브랜드가치를 보호하지 못할 수도 있음. 이에 마스터 프랜차이지의 사업권은 원칙적으로 양도하지 못하는 것으로 하고, 예외적으로 프랜차이저가 허가하거나 합의된 경우에만 양도할 수 있도록 하는 것이 필요함

나아가 마스터 프랜차이지가 위와 같이 계약기간 중에 사업권을 양도하거나 계약이 종료된 후에 직영점 등을 양도하는 경우에는 프랜차이저 혹은 프랜차이저가 지정하는 자에게 우선적으로 양도하도록 하거나 우선협상권을 주는 것이 필요하며, 이와 같은 우선매수청구권을 통하여 프랜차이저는 기존의 마스터 프랜차이즈 기간을 발판으로 직접 진출을 시도할 수도 있으며, 브랜드가 소멸하는 것을 막을 수 있음

12) 상표권

상표는 프랜차이즈의 중요한 내용 중의 하나로서 해외에 진출하기에 앞서 상표권을 해당국에 등록해두는 것이 필요함. 나아가 상표 사용의 기간 및 범위, 계약기간 종료 후의 사용금지 의무, 제3자에 의한 상표권 침해시 통지의무 등을 규정하고 상표권 침해에 관한 소송진행 여부는 프랜차이저에게 결정권이 있음을 규정해 두는 것이 필요함

13) 계약기간

계약기간을 규정하고 계약기간이 만료되는 경우에는 재계약을 체결함을 규정함. 다만 계약의 발효는 마스터 프랜차이지가 초기 가맹금을 전부 지급하는 날부터 발효됨을 규정함

14) 계약의 종료

계약종료 사유를 명시하고 계약종료의 효과를 규정함. 특히 상표의 사용금지, 매뉴얼 등 지적재산권의 반환, 프랜차이저의 로고가 들어 간 광고물 등의 반환 의무를 규정함.

15) 손해배상

계약상 중요한 의무와 관련하여 이를 위반할 경우의 위약금 기타 손해배상을 규정함. 손해액의 입증이 어려운 점을 고려하여 위약금 규정을 두는 것이 필요함.

16) 불가항력

전쟁, 폭동 등 계약당사자에게 귀책사유를 돌릴 수 없는 불가항력에 의해 계약

이행이 불가능한 경우에는 양 당사자가 면책됨을 규정해 두는 것이 필요함.

17) 분쟁의 처리

마스터 프랜차이지가 프랜차이즈 사업을 하면서 발생할 수 있는 여러가지 분쟁에 대하여는 마스터 프랜차이지가 책임지고 해결하도록 규정함으로써 후일 책임소재를 둘러싼 분쟁을 예방하도록 함.

18) 통지방법 및 계약의 수정

계약 당사자 사이의 의사교환의 수단을 명시하여 후일 의사의 전달 여부를 둘러싼 분쟁을 방지하도록 함. 또한 계약의 수정은 양 당사자 사이의 문서에 의한 합의를 통해서만 가능하도록 함으로써 계약의 변경여부에 대한 분쟁을 방지함.

19) 준거법 및 언어

계약의 해석 및 판단 기준이 되는 준거법과 언어를 규정한다. 계약서는 영문본이 해석의 기준이 되도록 함으로써 상호분쟁의 소지를 줄이는 것이 필요함

< TIP >

- 로열티나 마스터 프랜차이즈 계약금 현황은 각 국가별, 기업별 일률적으로 책정되기 어려움. 일반적으로 최초 마스터 계약금은 1억~1.5억 수준이 가장 많으며, 로열티는 가맹점당 매출의 4%미만대가 많음. 「IV. 외식기업의 중국 진출전략 >3. 중국 진출단계별 전략 >가. 진출단계별 주요 전략」 참조
- 로열티 수취방식에는 매출 기준(경상 로열티, Running royalty-매출, 수량, 이익 등 기준), 매출과 무관한 로열티(일괄 지불, Lump-sum royalty), 상한 및 하한 로열티, 기타(선불 로열티) 등의 여러 방식이 있음
- 계약체결 시 로열티나 마스터 프랜차이즈 계약금 수취방식이나 원천과세 포함 여부 등 세금부담여부도 결정하여야 함

< TIP >

- 해외진출 시 본사의 파견직원이 없이 운영되는 것은 실패의 가능성이 높아, 계약시 파견직원의 이민 및 거주에 관한 내용도 반드시 기재되어야 함
- 계약체결 시 분쟁이나 리스크(Risk)의 예방조치나 해결방식 및 면책조항을 내용에 포함할 필요가 있음
「IV 외식기업의 중국 진출전략 > 2.중국 진출전략(진출유형) > 나. 파트너 선정 시 주의사항」 참조

(나) 외식관련 내용

1) 레시피 혹은 물품 제공의무

프랜차이저는 마스터 프랜차이지에게 자신의 특수한 레시피 혹은 소스 등을

제공할 의무가 있으며, 필요한 경우 식자재를 지정하거나 직접 제공할 수도 있음

2) 지정물품의 취급 의무

프랜차이저의 브랜드 통일성 및 고유한 특성을 유지하기 위해서는 마스터 프랜차이저는 자신이 임의로 물품 혹은 식자재를 선택하여서는 안 되며 프랜차이저 혹은 프랜차이저가 지정한 업체로부터 공급받은 물품을 사용하여야 함. 이러한 지정물품 사용의무는 마스터 프랜차이저가 모집한 가맹점에 대한 관계에서도 동일함.

식자재 등 사용물품의 현지화에 대하여는 별도의 서면합의를 통해 결정할 수 있도록 하여야 함

3) 레시피 등의 준수 의무

지정물품 취급의무와 동일선상에서 맛의 동일성을 유지하기 위해서는 레시피를 준수하여야 함

4) 지정된 장비 등의 설치

마스터 프랜차이저는 자신의 직영점과 가맹점에 프랜차이저에 의하여 지정된 혹은 지정된 기준에 부합하는 장비를 설치하고 이를 확인받을 의무가 있음

5) 매장관리 및 종업원의 복장 규정 등

외식업체의 경우 매장의 청결상태, 원부자재의 보관상태 및 매장에서 근무하는 종업원들의 유니폼 착용 및 그에 관한 감독규정이 필요함

나. 마스터 프랜차이즈 표준계약서

(1) 표준계약서 양식 샘플 A

<p>프랜차이즈 해외진출 표준계약서 (중국-외식업)</p> <p>마스터 프랜차이즈 계약서 년 월 일</p>
<p>[갑] 회사명 :</p>

주 소 :

대 표 :

[을]

회사명 :

주 소 :

대 표 :

전 문

“갑”은 대한민국 법에 의해 설립되어, 대한민국에 본점의 사무소를 두고 있는 000 이다(이하 “갑”이라 한다). “을”은 중국법에 의해 설립되어, 중국에 본점의 사무소를 두고 있는 이다(이하 “을”이라 한다). “갑”은 “을”에게 “영업표지” 등 가맹사업에 관한 마스터 프랜차이즈 권리를 부여하고자 하고, “을”은 “갑”으로부터 위와 같은 권리를 부여받기를 희망하므로, 양측은 상호 일치하는 이해관계를 전제로 진지하고 원만한 협의를 거쳐서 ____년 ____월 ____일 아래와 같은 내용으로 계약을 체결한다.

제1조 (용어의 정의)

본 계약에서 사용되는 용어들은 아래와 같은 의미를 가진다.

1. “본건 가맹사업”이란 “갑”이 독창적으로 개발하여 현재 대한민국에서 “_____”라는 영업표지로 진행하고 있는 가맹사업을 지칭한다.
2. “본 계약”이란 이 계약서에 표시된 전문, 조항, 종결문(closing amendment), 서명 및 별지(appendix) 뿐 아니라 이러한 내용으로부터 필연적으로 도출되는 “갑”과 “을” 사이의 합의 사항을 의미한다.
3. “하위 가맹계약(subfranchise contract)”이란 본 계약상의 계약지역 및 계약기간의 범위 내에서 “을”과 가맹점주(subfranchisee) 사이에 체결된 가맹계약을 의미한다.
4. “마스터 프랜차이즈”란 본건 가맹사업을 개발한 “갑”이 “을”에게 일정한 국가 또는 지역 내에서 해당 영업표지와 노하우를 사용하여 독자적인 가맹사업을 할 수 있도록 권리를 부여하고 이에 대한 대가로 “을”로부터 가맹금(royalty)을 수령하며, “을”은 “갑”으로부터 지속적으로 경영지원 및 감독을 받고 “갑”이 마련한 경영방침을 따르는 거래관계를 의미한다.
5. “갑”은 본건 가맹사업을 개발하고 체계화하여 대한민국에서 가맹사업을 진행하고 있는 사업주체로서 Master franchisor라고도 부른다.
6. “을”은 본 계약에 따라 본건 가맹사업에 관한 직영점을 개설하거나, 독점적으로

가맹점을 모집할 수 있고, "갑"의 경영방침에 따라 독자적으로 가맹사업을 진행할 수 있는 권한을 가진 자로서 sub-franchisor라고도 부른다.

7. "가맹점주(subfranchisee)"란 "을"과 하위 가맹계약을 체결하여 계약지역 내에서 "영업표지"의 가맹점을 운영할 권리를 가진 자를 지칭한다.

8. "가맹금(royalty)"이란 그 명칭 여하를 불문하고 "을"이 마스터 프랜차이즈의 권리를 부여받는 대가로서 "갑"에게 지급하는 금전적 대가를 총칭하고, 본 계약에서는 편의상 가맹비(initial royalty)와 정기 로열티(running royalty)로 구분한다.

9. "직영점"이란 "을"이 계약지역 내에서 직접 개설하여 운영하는 매장을 말한다.

10. "가맹점"이란 "을"이 모집한 가맹점주(subfranchisee)에 의해 운영되는 "____영업표지"의 매장을 말한다.

11. "매장"이란 계약지역 내에 개설된 직영점 및 가맹점을 총칭한다.

12. "물품"이란 "갑"이 본 계약의 이행을 위하여 "을"에게 공급하는 완제품, 재료, 설비, 사무용품 등 일체의 물건을 지칭한다.

13. "지정물품"이란 객관적으로 본건 가맹사업의 독창성과 통일성을 유지하기 위하여 필요하다고 인정되는 물품으로서 본 계약 <별지1>에 기재된 물품을 지칭한다.

14. "계약지역"이란 "을"이 본 계약에 따라 "갑"으로부터 독점적으로 가맹사업을 진행할 있도록 권한을 부여받은 장소적 범위를 의미한다.

15. "영업지역"이란 하위 가맹계약에 따라 가맹점주(subfranchisee)가 가맹점의 영업을 진행할 수 있도록 권한을 부여받은 장소적 범위를 의미한다.

16. "영업표지(business mark)"란 본건 가맹사업을 나타내는 상호, 상표, 브랜드 등 일체의 표지(mark)를 총칭한다.

17. "상표(trade mark)"란 본건 가맹사업을 위해 필수적인 상품이나 서비스가 다른 상품이나 서비스와 식별될 수 있도록 창안되고 등록되어 국가 또는 국제기구로부터 적법하게 보호를 받는 표지로서 서비스표를 포함한다.

18. "상호(firm mark)"란 "갑"이 본건 가맹사업의 수행과 관련하여 상인으로서 사용하는 명칭을 의미한다.

19. "영업비밀"이란 본건 가맹사업의 영업에 관련된 사항으로서 평소 "갑"에 의하여 그 공개가 제한되어 있고, 은밀하게 관리되고 있으며, 경제적 가치가 있는 정보, 자료 또는 노하우 등을 의미한다.

20. "경영방침"이란 "갑"이 본건 가맹사업의 독창성과 통일성을 유지하기 위하여 정해놓은 가맹사업의 운영에 대한 기본적인 원칙, 규범, 정책 등을 의미한다.

21. "매뉴얼"이란 "갑"이 본건 가맹사업의 독창성과 통일성을 유지하기 위하여 수립해 놓은 상품의 제조방법, 매장의 관리방법, 서비스 제공 방식, 가맹사업의 경영방법, 문제점의 해결방법 등에 관한 표준을 의미한다.

22. "주문 및 서빙 프로그램"이란 "갑"이 매장에서 원활하고 효율적으로 주문을 받고 서빙을 제공하기 위하여 개발한 소프트웨어, 관련 장비 및 서비스 방식을 지칭

한다.

23. "프랜차이즈 관련법"이란 가맹사업에 대하여 직접적 또는 간접적으로 규율하는 모든 형태의 법령(laws and regulations)을 총칭한다.

제2조 (계약기간)

1. 본 계약의 기간은 발효일로부터 ___년으로 한다.
2. 당사자 일방이 계약기간의 만료일로부터 1개월 이전에 상대방에게 서면으로 갱신 거부의 통지 또는 조건 변경의 통지를 하지 않는 한, 본 계약은 이전과 동일한 조건으로 자동으로 갱신(재계약)된다. 다만, 계약이 갱신된 이후에도 당사자 사이의 합의에 의하여 계약의 조건을 변경할 수 있다.

제3조 (계약지역)

1. "을"의 계약지역은 중국의 영토(또는 일부 지역)로 한다.
2. "갑"은 계약기간 동안 계약지역 내에서 "을"이외의 제3자에게 본건 가맹사업에 대한 마스터 프랜차이즈 권리를 부여할 수 없고, 직영점 또는 가맹점을 개설할 수 없다. 다만, "을"이 동의한 경우에는 예외로 한다.
3. "을"이 미리 "갑"으로부터 동의를 받지 않고 계약지역 이외의 장소에서 직영점을 개설하거나 가맹점을 모집하는 경우에는 본 계약을 위반하고 "갑"의 재산권을 침해한 것으로 간주한다. 이 경우 "갑"은 "을"이 계약지역 이외의 장소에서 본건 가맹사업과 관련된 행위로 얻은 모든 수입에 대하여 "을"에게 반환을 청구할 수 있다.

제4조 (진술과 보증)

1. "갑"은 아래와 같은 사항을 진술하고 보증한다.
 - 1) 현재 대한민국의 법령에 의하여 적법하게 설립되어 있는 주식회사(또는 개인사업자)이다.
 - 2) 대한민국에 본점의 주소를 두고 있고, 국제법과 대한민국의 법령을 준수하면서 가맹사업을 진행하고 있다.
 - 3) 현재 대한민국 및 다른 국가의 거래은행과의 관계에서 지급불능의 상태에 있지 않고, 파산, 회생 등의 절차에 있지 아니하다.
 - 4) '영업표지'에 대하여 대한민국에 적법하게 상표권이 등록되어 있고, <별지3>에 기재된 지식재산권을 적법하게 보유하고 있다.
 - 5) 본건 가맹사업을 지속적으로 유지할 수 있는 적절한 인적, 물적 자원을 확보하

고 있다.

6) 일반적인 상업적 거래행위를 수행하고, 본 계약을 체결하고, "을"에게 물품을 제공하고 기술을 전수함에 있어서 어떠한 법적, 제도적, 사회적, 종교적 장애나 제한도 없다.

2. "을"은 아래와 같은 사항을 진술하고 보증한다.

1) 현재 중국의 법령에 의하여 적법하게 설립되어 있는 기업이다.

2) 중국에 본점의 주소를 두고 있고, 국제법과 중국의 법령을 준수하면서 중국에서 1년이 넘는 기간 동안 2개 이상 '영업표지'의 매장을 직접 운영하여 왔다.

3) 현재 중국, 대한민국 및 다른 국가의 거래은행과의 관계에서 지급불능의 상태에 있지 않고, 중국 내에서 파산, 회생 등의 절차에 있지 아니하다.

4) 계약기간 동안 본건 가맹사업을 수행할 인적, 물적 자원을 확보하고 있다.

5) 일반적인 상업적 거래행위를 수행하고, 본 계약을 체결하고, "갑"으로부터 물품을 공급받고 기술을 전수받음에 있어서 어떠한 법적, 제도적, 사회적, 종교적 장애나 제한도 없다.

6) "을"은 중국의 프랜차이즈 관련법에서 정한 기간 내에 가맹점이 소재하는 성, 자치구, 직할시 소재의 인민정부 상무 주관부문 및/또는 상무부에 법령에서 정한 모든 서류를 접수하고, 본건 가맹사업에서 취급하는 상품 및 서비스에 대하여 해당 상무 주관부문으로부터 승인을 받아야 할 책임을 부담한다.

제5조 (권리의 부여)

"갑"은 "을"이 계약지역 내에서 본건 가맹사업을 원활히 진행할 수 있도록 다음 각 호와 같은 권리를 "을"에게 부여한다.

- ① "갑"이 허용하는 범위에서 영업표지와 노하우를 사용할 권리
- ② 계약지역 내에서 직영점 개설하여 운영할 권리
- ③ 계약지역 내에서 가맹점을 모집하여 수입을 얻을 권리
- ④ 본건 가맹사업에 필요한 물품과 인력을 공급받을 권리
- ⑤ 본건 가맹사업에 필요한 교육, 매뉴얼, 주문 및 서빙 프로그램을 제공받을 권리
- ⑥ 본건 가맹사업에 필요한 경영지원을 받을 권리
- ⑦ "갑"에게 일정한 기준에 의한 인력의 파견을 요구할 권리

제6조 (가맹금)

1. 가맹비(Initial royalty)

1) "을"은 계약지역 내에서 본건 가맹사업의 직영점을 개설하고 가맹점을 모집할 수 있는 독점적 권리를 부여받는 것에 대한 대가로서 _____ USD를 _____ 년 _____ 월

_____일까지 "갑"에게 지급한다.

2) 가맹비는 "을"이 "갑"으로부터 본건 가맹사업에 대한 독점적 권리를 부여받고 노하우를 제공받는 것에 대한 대가이므로, "갑" 또는 "을"이 본 계약에 따른 이행행위에 실질적으로 착수한 이후에 계약이 해지, 취소 또는 무효로 확인되더라도 원칙적으로 반환되지 아니한다. 다만 "을"에게 책임 없는 사유로 인하여 "을"이 계약지역에서 실질적으로 영업활동을 개시하지 못한 경우에는 "갑"에게 가맹비의 반환을 청구할 수 있다.

[대안 1 : 2) "갑" 또는 "을"이 본 계약에 따른 이행행위에 실질적으로 착수한 이후에 본 계약이 "을"의 책임 없는 사유로 해지, 취소 또는 무효로 확인된 경우에는 "을"은 "갑"에게 가맹비 중에서 계약기간의 잔여일수에 비례한 금액의 반환을 청구할 수 있다]

[대안 2 : 2) 가맹비는 "을"이 "갑"으로부터 본건 가맹사업에 대한 독점적 권리를 부여받고 노하우를 제공받는 것에 대한 대가이므로, "갑" 또는 "을"이 본 계약에 따른 이행행위에 실질적으로 착수한 이후에는 "을"은 "갑"에게 어떠한 경우에도 가맹비의 반환을 청구할 수 없다]

2. 정기 로열티(running royalty)

1) "을"은 가맹점주(subfranchisee)로부터 USD_____ 이내의 가맹비를 받을 수 있고, 매월 총 매출의 ___% 이내의 정기 로열티를 받을 수 있다.

2) "을"은 매월(또는 매분기) 모든 직영점의 총 매출의 ___% 및 모든 가맹점의 총 매출의 ___%를 합산하여 다음 달 일까지 "갑"에게 지급한다.

[대안 1 : 2) "을"은 매월(또는 매분기) 모든 직영점과 가맹점의 총매출의 ___%를 합산하여 다음 달 일까지 "갑"에게 지급한다]

[대안 2 : 2) "을"은 매월(또는 매분기) 매 직영점 및 가맹점마다 USD_____ 를 집계하여 다음 달 일까지 "갑"에게 지급한다]

[대안 3 : 2) "을"은 매월(또는 매분기) 매 직영점마다 USD_____ 및 매 가맹점마다 USD_____를 집계하여 다음 달 일까지 "갑"에게 지급한다]

[대안 4 : 2) "을"은 직영점 및 가맹점의 개설시마다 USD_____를 집계하여 다음 달 일까지 "갑"에게 지급하고, 매월(또는 매분기) 모든 직영점과 가맹점의 총매출의 %를 합산하여 다음 달 일까지 "갑"에게 지급한다]

[대안 5 : 2) "을"은 직영점의 개설시마다 USD_____ 및 가맹점의 개설시마다 USD_____를 집계하여 다음 달 일까지 "갑"에게 지급하고, 매월(또는 매분기) 모든 직영점의 총매출의 ___% 및 모든 가맹점의 총 매출의 ___%를 합산하여 다음 달 일까지 "갑"에게 지급한다]

3) 최초의 직영점부터 호점까지, 최초의 가맹점부터 호점까지 "을"의 정기 로열티 지급의무는 면제된다. 이 경우 이미 설립되었다가 폐업한 매장도 개설 순서에 산입된다.

[대안 : 3)항은 삭제할 수 있다]

제7조 (비용)

1. 계약이행보증금

1) "을"은 본 계약에 따른 금전지급의무를 담보하기 위하여 USD_____를 _____년 _____월 _____일까지 "갑"에게 지급한다.

2) "갑"은 본 계약이 종료된 경우 "을"이 원상회복의무를 이행함과 동시에 "을"에게 계약이행보증금 중에서 "을"이 지체한 금액을 공제한 잔금을 반환한다.

2. 매장 공사비

1) "을"은 "갑"에게 직영점 또는 가맹점에 대한 건축, 리모델링, 인테리어 등의 공사나 이러한 공사에 대한 감리를 위탁한 경우에 이에 소요되는 공사비 USD_____를 완공 후 5일 이내에 "갑"에게 지급한다. 다만 공사비의 지급일정은 당사자 사이에 협의하여 정할 수 있다.

2) "을"은 가맹점주(subfranchisee)에게 가맹점에 대한 공사비를 통지하기 전에 반드시 "갑"과 공사비의 내역과 한계, 공사계약의 당사자에 대하여 협의하여야 한다.

3. 물품대금

1) "을"은 <별지2> 기재의 초도물품을 _____년 _____월 _____일까지 "갑" 또는 "갑"이 지정한 자에게 주문하여야 하고, 이에 대한 물품대금을 _____년 _____월 _____일까지 "갑" 또는 "갑"이 지정한 자에게 지급한다.

2) "을"은 물품을 주문한 후 일 이내에 물품대금을 "갑" 또는 "갑"이 지정한 자에게 지급하여야 하고, "갑" 또는 "갑"이 지정한 자는 "을"이 물품대금을 먼저 지급하지 않으면 물품의 공급을 거부할 수 있다.

3) 물품에 대한 운송비, 송금수수료, 환전수수료, 관세, 통관비 및 세금 등은 물품대금과 별도로 "을"이 부담한다.

4) "을"은 가맹점주(subfranchisee)에게 물품대금을 통지하기 전에 반드시 "갑"과 물품대금의 구성과 내역에 대하여 협의하여야 한다.

4. 교육비

1) "을"이 "갑"으로부터 본건 가맹사업의 수행을 위하여 필요한 교육을 받을 때에는 교육에 소요되는 비용과 교통비, 숙박비를 부담하여야 한다.

2) "갑"은 미리 "을"에게 교육에 소요되는 적정한 비용을 통지하여야 하고, "을"의 여건과 사업의 성과를 감안하여 "을"에게 부담이 되지 않도록 비용을 조정할 수 있

다.

5. 기술지원비

1) "갑"이 "을"에게 기술을 지원하기 위하여 인력의 파견 또는 특별한 시설이나 물건의 제작이 필요한 경우에는 이에 소요되는 비용은 "을"이 부담한다. 다만, 통상적인 매뉴얼 제공, 관리자(supervisor)의 파견에 소요되는 비용은 "갑"이 부담한다.

2) "갑"은 미리 "을"에게 기술지원에 소요되는 적정한 비용을 통지하여야 한다.

6. 광고비

1) "갑"이 계약지역 내에서 광고지원을 하는 경우 "을"에게 광고비의 분담을 요구할 수 있다.

2) "갑"은 광고를 지원하기 전에 미리 "을"에게 광고비의 분담액을 통지하여야 하고, "을"이 광고지원을 거부한 경우에는 "을"에게 분담금을 요구할 수 없다.

7. 판매촉진활동비

1) "갑"이 "을"의 동의를 받아 계약지역 내에서 판매촉진활동을 하거나, "을"에게 판매촉진용 증정품을 제공하는 경우에 "을"은 이에 소요되는 비용을 부담한다.

2) "갑"은 판매촉진활동을 진행하기 전에 미리 "을"에게 비용을 통지하여야 한다.

8. 기타 경영지원비

1) "갑"은 사전에 "을"이 동의한 경우에 "을"의 경영을 지원하기 위하여 소요되는 비용을 "을"에게 청구할 수 있다.

2) "을"은 사전에 "갑"의 동의를 받지 않지 않고 가맹점주(subfranchisee)로부터 본 계약에서 정한 가맹금이나 비용 이외의 새로운 가맹금이나 비용을 받을 수 없고, 본 계약에서 정한 기준을 초과하여 가맹금이나 비용을 받을 수 없다.

9. 검역비 및 행정적 검사비

"을"이 "갑"으로부터 제공받은 물품에 대하여 검역 또는 행정적 검사가 실시되는 경우 이에 소요되는 비용은 "을"이 부담한다.

제8조 (지불 방법)

1. "을"은 본 계약에서 정한 가맹금 및 비용을 미합중국 달러화(USD)로 지불한다.

2. "을"이 지급할 금액에 대한 환율은 각 금전채무에 대한 지급기일을 기준으로 중앙은행이 정한 환율을 적용한다.

3. "을"은 "갑"이 지정한 아래 계좌로 가맹금과 비용을 송금한다.

은행명:

Swift Code:

계좌번호:

예금주:

4. "을"은 "갑"과 사전에 합의하지 않는 이상, 어떠한 이유로도 본 계약에 따라 부담

하는 금전채무를 "갑"에 대한 다른 금전채무와 상계할 수 없다.

제9조 (지연이자)

본 계약상 발생하는 금전채무의 연체가 있는 경우, "을"은 다음 각 호와 같은 이자율에 따라 이자를 지불하여야 한다.

- ① 연체기간이 6개월 미만인 경우 : 연 6%
- ② 연체기간이 6개월 이상 1년 미만인 경우 : 연 12%
- ③ 연체기간이 1년 이상인 경우 : 연 20%

제10조 (경영방침 준수 의무)

1. 물품 및 서비스의 품질 준수

1) "을"은 <별지1>에 기재된 지정물품이 본건 가맹사업의 독창성 및 통일성유지를 위하여 필수적이라는 사실을 인식하고, 지정 물품만을 취급하고 가맹점주(subfranchisee)에 공급하여야 한다.

2) "을"은 "갑"이 정한 물품 및 서비스의 품질 기준과 매뉴얼을 준수하고, 모든 가맹점주(subfranchisee)도 이를 준수하도록 지도·감독하여야 한다.

3) "을"은 특히 "갑"이 제공한 주문 및 서빙 프로그램을 사용하여야 하고, 모든 가맹점주(subfranchisee)들도 "갑"이 제공한 주문 및 서빙 프로그램에 따라 가맹점을 운영하도록 지도·감독하여야 한다.

4) "을"은 "갑" 또는 "갑"이 지정한 자로부터 지정물품을 구매하여야 한다.

5) "을"은 사전에 "갑"의 동의를 받지 않고 지정된 상품 및 서비스 이외의 상품이나 서비스를 개발하여 판매할 수 없다. 다만 본건 가맹사업과 관련하여 "갑"이 지정한 물품이나 서비스 방식 중에서 현지화가 상호 이익이 되고, 합리적 타당성이 있을 경우에는 "갑"과 "을"이 협의하여 변경할 수 있다.

6) "갑"은 수시로 "을"이 취급하는 물품 및 서비스의 품질에 대하여 검사할 수 있다. 이 경우 "을"은 검사를 거부할 수 없고, 검사를 거부하는 경우에는 지정된 물품 및 서비스 사용 의무를 위반한 것으로 간주한다.

2. 판매가격 준수

1) "을"은 직영점 또는 가맹점에서 판매하는 상품의 가격을 임의로 정할 수 없고, 사전에 "갑"과 협의하여 "갑"이 허용한 범위 내에서 가격을 정하여야 한다.

2) "을"이 판매가격을 변경할 경우에도 사전에 "갑"에게 알려야 하고, "갑"이 허용한 범위 내에서 가격을 변경하여야 한다.

3. 직원 및 가맹점주(subfranchisee)에 대한 교육

1) "을"은 본건 가맹사업의 독창성과 통일성을 유지하고 "갑"으로부터 노하우를

전수받기 위하여 필요한 교육에 적극적으로 참여하여야 하고, 교육장소가 "갑"의 본점 주소지이거나 교육비를 부담한다는 이유로 이를 거부할 수 없다.

2) "을"은 본건 가맹사업의 독창성과 통일성을 유지하고 직영점 및 가맹점의 원활한 운영을 위하여 "갑"로부터 전수받은 노하우를 직원 및 가맹점주(subfranchisee)에게 지속적으로 교육하여야 하고, 관리자(supervisor)를 파견하여 가맹점주(subfranchisee)를 지도하여야 한다.

3) "을"은 "갑"이 주문 및 서빙 프로그램을 변경하거나 개선한 경우에 "갑"으로부터 최신의 주문 및 서빙 프로그램을 도입하여야 하고, 직영점 및 가맹점에서 항상 최신의 주문 및 서빙 프로그램이 사용되도록 하여야 한다.

4. 영업의 지속 의무

1) "을"은 직영점 및 가맹점에서 1개월 당 ___일 이상 영업을 유지되도록 관리하여야 하고, 1일의 영업시간은 ___시간 이상으로 유지되어야 한다.

2) "을"은 본 계약상의 영업일수와 영업시간을 준수하지 못하게 되는 불가피한 사정이 발생한 경우 미리 "갑"에게 보고하여야 한다.

5. 매장의 위치

1) "을"은 직영점을 개설하기 전에 미리 "갑"에게 매장의 위치에 대해 동의를 구하여야 하고, "갑"은 본건 가맹사업의 통일성, "갑"의 명성, 마케팅 전략 등에 합당하지 않는 등의 정당한 사유가 없는 이상 매장의 위치에 대해 반대할 수 없다.

2) "을"은 직영점을 개설할 장소에 대하여 사용권한을 증명하는 서류를 개설 이전에 "갑"에게 제출하여야 한다.

3) 하위 가맹계약서, "을"의 물품 재고보고서를 "갑"에게 서면(팩스 및 이메일 포함)으로 제출하여야 한다.

4) "을"은 매년 1월 1일부터 12월 31일까지를 회계단위로 하여 외부의 공인회계사로부터 회계감사를 받고, 그 결과보고서와 영문 번역본을 다음 해 1월 31일까지 "갑"에게 제출하여야 한다. 단 영문 번역본에는 전문번역인의 보증문구와 서명이 기재되어 있어야 한다.

5) "을"은 "갑"이 매출에 대한 실사나 회계감사를 진행할 경우 이를 거부할 수 없고, 적극적으로 협조하여야 한다.

9. 직영점 및 가맹점 개설 의무

1) "을"은 본 계약의 발효일로부터 1년 이내에 ___개 이상의 직영점을 개설하고, 계약기간 동안 총 ___개 이상의 직영점을 개설하여야 한다.

2) "을"은 본 계약의 발효일로부터 1년 이내에 ___개 이상의 가맹점을 개설하여야 하고, 계약기간 동안 매 1년마다 ___개 이상의 가맹점을 개설하여야 한다.

3) 직영점 및 가맹점의 개설 숫자는 매년 12월 31일까지를 기준으로 하고, 폐업된 매장은 개설 숫자에서 제외한다.

4) "을"이 본 계약의 발효일로부터 2년 이내에 직영점 또는 가맹점의 개설 의무를

이행하지 못한 경우 "갑"은 직영점 또는 가맹점에 대한 정기 로열티를 100%의 범위 내에서 증액할 수 있다.

10. 광고 및 판촉 의무

1) "을"은 자신의 비용으로 가맹점 모집을 위한 광고 및 판매촉진 활동을 진행한다.

2) "을"은 광고 및 판매촉진 활동을 진행할 경우 사전에 "갑"으로부터 동의를 받은 광고물과 방식을 사용하여야 한다.

3) "을"은 매년 12월 31일까지 다음 해에 대한 광고 및 판매촉진 활동 계획을 마련하여 "갑"에게 제출하여야 한다.

11. 인테리어 및 시설 기준 준수

1) "을"은 매장에 대하여 전문적인 기술을 보유한 시공업체로 하여금 "갑"이 사전에 승인한 도면과 시방서에 따라 본건 가맹사업의 통일성이 유지되도록 정확하게 시공하여야 한다. "을"이 계약기간 동안 매장을 확장, 변경, 수선을 할 경우에도 동일한 방식에 따라야 한다.

2) "갑"은 언제든지 "을"이 공사를 진행하는 매장에 대하여 "갑"의 비용으로 감리할 수 있다. 이 경우 "갑"은 기준에 적합하지 않은 부분에 대해 "을"에게 시정을 요구할 수 있고, "을" 시정을 요구받은 날로부터 60일 이내에 보완을 완료하고 그 결과를 "갑"에게 보고하여야 한다.

[대안 : 2) "을"은 최초의 직영점부터 번째 직영점까지 "갑"으로부터 감리를 받아야 한다. 이 경우 "갑"은 기준에 적합하지 않은 부분에 대해 "을"에게 시정을 요구할 수 있고, "을" 시정을 요구받은 날로부터 60일 이내에 보완을 완료하고 그 결과를 "갑"에게 보고하여야 하며, "갑"에게 감리비 USD_____를 지급하여야 한다]

3) "을"은 "갑"으로부터 공급받은 물품이나 시설의 상태와 기능을 정상적으로 유지하여야 하고, "을"의 비용으로 보수하여야 하며, 파손되거나 분실되더라도 "갑"의 서면에 의한 사전동의 없이 임의로 제3자로부터 구매하거나 다른 물품이나 시설로 교체할 수 없다.

4) "을"은 특히 직영점 및 가맹점 개설시 주방 및 홀의 환풍 시스템에 문제가 있는지, 매장이 위치한 건물에 동종업종의 매장의 개설을 제한하는 관리규정이 있는지 미리 점검하여야 한다.

12. 법령 준수 및 윤리적 경영 의무

1) "을"은 직영점을 운영하고 가맹점주(subfranchisee)와 거래함에 있어서 중국의 법령, 사회관습, 종교규범, 국제조약을 준수하여야 하고, 특히 다음 각 호의 사항에 대해서는 특별한 주의를 가지고 엄격하게 준수하여야 한다.

① "을"은 모든 직영점 및 가맹점이 음식판매업을 운영할 수 있고, 매장에서 취

급하는 모든 상품을 판매할 수 있는 자격과 법령에 의한 인허가, 신고 등을 갖추도록 조치하고, 지속적으로 감독하여야 한다.

② "을"은 모든 직영점 및 가맹점에서 청소년에게 판매가 금지된 상품, 쉽게 변질되는 상품, 유통기간이 지난 상품, 정부의 품질규격에 적합하지 않은 상품, 법령에 의하여 판매가 제한된 상품 등이 판매되지 않도록 엄격하게 관리하여야 한다.

③ "을"은 종업원의 노동을 부당하게 착취하여서는 아니되고, 고객 및 거래처에 대해 불공정거래 행위를 하여서도 아니되며, 경쟁업체에 대해 부정경쟁행위를 하여서도 아니된다.

④ "을"은 중국의 프랜차이즈 관련법에 규정되어 있는 가맹업주(franchisor)로서의 모든 의무를 "을"의 비용으로 완료하여야 한다.

⑤ "을"은 특히 가맹점주(subfranchisee)에게 끼워 팔기, 과도한 물품의 구매, 판매 목표량 달성 등을 강요하여서는 아니되고, 부당하게 반품을 거부하거나, 상품의 공급을 지연하여서는 아니된다.

2) "을"은 직영점 또는 가맹점의 영업과 관련하여 행정처분을 받거나 형사적, 민사적으로 소송을 제기당한 경우, 그 사실과 내용을 즉시 "갑"에게 보고하여야 한다.

3) "을"은 "갑" 및 본건 가맹사업의 이미지나 신용을 손상시키는 행위를 하여서는 아니 되며, 특정한 고객, 단체의 명성을 훼손하거나 비방하여서도 아니된다.

13. 영업표지의 적정한 게시

1) "을"은 계약기간 동안 사무실과 모든 매장, 종업원의 복장, 매장내의 시설, 물품, 운송 수단 등에 영업표지를 적정하게 표시한다.

2) "을"은 영업표지를 표시하는 위치에 대하여 사전에 "갑"과 협의하여야 한다.

3) "을"은 매장의 내부 및 외부에 "갑"으로부터 무상 또는 유상으로 제공받은 홍보물을 비치하여야 한다.

14. 경영현황에 대한 보고 의무

"을"은 본 계약의 체결 후 매 분기(3개월)마다 직영점 및 가맹점의 개설현황, 수익 상황, 가맹점주(subfranchisee)에 대한 정보를 "갑"에게 보고하여야 한다.

15. 소비자 보호

"을"은 가맹점주(subfranchisee) 및 소비자 보호를 위하여 공중보건 및 식품위생에 관한 법령 및 "갑"의 매뉴얼 및 경영방침을 철저히 준수하여야 하고, 만약 이를 위반하여 가맹점주(subfranchisee)나 소비자에게 피해를 입힌 경우에는 모든 책임을 전적으로 부담한다.

제11조 (지식재산권 보호)

1. "을"은 계약기간 동안 "갑"으로부터 사용을 허락받은 <별표3> 기재의 지식재산권을 본 계약의 목적 범위 내에서만 사용하여야 하고, 제3자가 부정하게 지식재산

권을 사용하지 못하도록 적극적으로 조치를 취하여야 한다.

2. "을"이 부정한 목적으로 "갑"의 지식재산권을 사용하여 이득을 얻거나, "갑"의 명성이나 본건 가맹사업의 독창성과 통일성을 훼손한 경우에는 "갑"에게 손해를 배상하여야 한다.

3. "을"은 "갑"으로부터 사용을 허락받은 <별표3> 기재의 지식재산권과 관련하여 제3자와 분쟁상태에 있게 된 경우 즉시 이러한 사실을 "갑"에게 보고하여야 한다.

제12조 (경업금지)

1. "을"은 계약기간 동안 "갑"의 사전 서면에 의한 동의 없이 본건 가맹사업과 동종 또는 유사한 업종의 사업을 직접적 또는 간접적으로 운영하거나, 이러한 사업에 취업하거나, 이러한 사업에 투자하여서는 아니된다.

2. "을"은 본 계약이 종료된 경우 그 종료 원인에 관계없이 종료일로부터 5년 동안 계약지역 내에서 본 계약과 동종의 업종을 운영할 수 없다.

3. "을"이 사전에 "갑"의 동의 없이 계약지역 내에서 제3자의 명의를 차용하여 실질적으로 본건 가맹사업과 동종 또는 유사한 업종의 사업을 운영하는 경우 경업금지 의무를 위반한 것으로 간주한다.

제13조 (비밀유지 의무)

1. "을"은 계약기간 중 및 본 계약이 종료한 후에도, 본건 가맹사업과 관련된 매뉴얼, 노하우, 기술, 영업비밀, 기타 중요한 정보 및 자료를 제3자에게 공개하여서는 아니된다. 이 경우 제3자에게는 비밀유지 계약서에 서명하지 않은 "을"의 구성원과 매장의 직원도 포함된다.

다만 "갑"의 서면에 의한 사전 동의가 있거나 법령에 의하여 공개의무가 있는 경우는 예외이다.

2. "을"은 계약기간 중에도 본 계약의 체결과정이나 계약기간 중에 알게 된 매뉴얼, 노하우, 기술, 영업비밀, 기타 중요한 정보 및 자료를 본건 가맹사업의 목적을 위해 서만 사용하고, 그 이외의 목적으로는 사용할 수 없다.

제14조 (계약상 권리 또는 의무의 승계)

1. "을"은 본 계약의 권리 또는 의무의 전부 또는 일부를 "갑"의 서면에 의한 사전 동의가 없는 한 제3자에게 이전하거나 담보에 제공할 수 없다.

2. "을"이 사전에 "갑"의 동의를 얻지 않고 다른 회사에 인수 또는 합병되거나 다른 회사를 인수 또는 합병하여 신설회사를 설립하는 경우 "을"의 본 계약상 권리 및

의무는 제3자에게 승계되지 않는다.

다만, "갑"은 "을"로부터 인수 또는 합병의 통지를 받은 후 권리 및 의무의 승계를 승인할 수 있고, 이 경우 "갑"은 계약의 조건을 다시 정하거나 새로운 승계인과 새로운 마스터 프랜차이즈 계약을 체결할 수 있다.

3. "을"은 계약기간 중 또는 계약의 종료 후 제3자에게 본 계약상 권리나 직영점을 양도하려는 경우 먼저 "갑"에게 우선적으로 양수할 기회를 부여하여야 한다. 이 경우 "갑"이 통지를 받은 날로부터 1개월 이내에 양수할 의사를 표시하면 "을"은 "갑"과 우선적으로 양도 협상을 하여야 한다.

제15조 (계약의 발효)

1. "갑" 또는 "을"에게 본 계약상의 거래를 제한 또는 금지하는 법령, 정부 또는 공공기관의 법적 구속력 있는 처분 또는 판결이 존재하는 경우에는 양 당사자가 본 계약에 서명하여도 본 계약은 무효로 간주된다.

2. 전항의 사유가 없는 한, 본 계약은 "갑"과 "을"이 서명한 날부터 효력이 발생한다.

제16조 (계약의 종료)

1. 본 계약은 갱신되지 않고 계약기간이 만료되면 만료일의 다음날에 자동으로 종료된다.

2. "갑" 또는 "을"은 다음 각 호의 경우에 상대방에게 서면(팩스, 이메일 포함)으로 통지하여 본 계약을 해지할 수 있다.

1) "을"이 가맹비를 연체하거나 정기 로열티의 지급을 총 3회 이상 연체한 경우

2) "을" 또는 "을"이 모집한 가맹점주(subfranchisee)가 "갑"의 품질기준 또는 경영방침을 위반하여 "갑"으로부터 10일간의 간격으로 2회 이상의 시정요구를 받고도 시정하지 아니한 경우

3) "을"이 본 계약에서 약정된 기일까지 <별지2> 기재의 초도물품을 주문하지 않은 경우

4) "을"이 본 계약에서 약정한 기일까지 약정한 숫자의 직영점 또는 가맹점을 개설하지 못한 경우

5) "을"이 본 계약에서 약정한 영업일수를 2개월 이상 준수하지 않은 경우

6) "을"이 "갑"에게 회계자료 또는 직영점과 가맹점에 대한 자료의 제공을 거부하거나 허위의 자료를 제공한 경우

7) "을"이 "갑" 또는 "갑"이 파견한 관리자(supervisor)에 의한 매장방문, 회계자료에 대한 검사 또는 공사에 대한 감리를 거부한 경우

- 8) "을"이 본 계약에서 약정한 경업금지의무 또는 비밀유지 의무를 위반한 경우
 - 9) "을"이 허위 사실을 유포하여 "갑"의 명성이나 신용을 현저히 훼손한 경우
 - 10) "갑" 또는 "을"이 파산하거나, 주거래 은행에서 지급불능이 되거나, 국가나 제3자로부터 중요재산이 압류된 경우
 - 11) 천재지변, 전쟁, 혁명, 사회질서 붕괴 등으로 본 계약을 유지할 수 없는 객관적으로 불가피한 사정이 있는 경우
3. 전항에도 불구하고 "갑"과 "을"은 언제든지 상호 합의에 의하여 본 계약을 해지할 수 있다.
4. 본 계약의 해지는 손해배상청구에 영향을 미치지 아니 한다.

제17조 (계약종료의 효과)

본 계약의 종료시 다음과 같은 효과가 발생한다.

1. "을"은 본건 가맹사업과 관련된 직영점의 운영, 가맹점 모집, 가맹점주(subfranchisee)와의 거래행위 등을 전면적으로 중단하여야 한다.
2. "을"은 계약의 종료일로부터 30일 이내에 모든 직영점 및 가맹점의 내부 및 외부에 있는 모든 물품과 시설, 인터넷의 모든 웹사이트, 언론매체 등으로부터 영업표지 및 "갑"의 사업파트너 혹은 가맹점을 연상시키는 일체의 표지를 "을"의 비용으로 제거하여야 한다. "갑"은 "을"이 30일 내에 위와 같은 제거 조치를 이행하지 않을 경우 일방적으로 철거할 수 있으며 그 비용은 "을"이 부담하여야 한다.
3. "을"은 본건 가맹사업과 관련하여 "갑"으로부터 제공받은 일체의 자료, 홍보물, 전자기록 및 매뉴얼을 "갑"에게 반환하고, 이와 동시에 "갑"은 "을"에게 계약이행보증금 중에서 "을"이 연체한 금액을 공제한 잔금을 반환한다.
4. "을"은 계약의 종료 후에도 "갑"과의 가맹사업을 연상시킬 수 있는 어떠한 행위나 표시도 하지 아니 한다.

제18조 (손해배상)

"을"이 본 계약을 위반하여 계약이 해지된 경우 "을"은 "갑"에게 이미 지급한 가맹금과 비용의 반환을 청구할 수 없고, "갑"은 "을"의 계약위반으로 손해를 입은 경우 계약의 해지 여부와 상관없이 "을"에게 손해배상을 청구할 수 있다.

제19조 (불가항력)

1. 어느 당사자도 전쟁, 혁명, 폭동, 파업, 노동쟁의, 화재, 홍수, 정부의 조치, 기타

당사자가 통제할 수 없는 사유로 계약을 위반하게 된 경우에는 상대방에게 그로 인한 책임을 부담하지 않는다.

2. 이와 같은 불가항력의 사유가 발생한 경우, 그로 인하여 본 계약상의 의무를 이행하지 못하는 당사자는 상대방에게 사태에 대한 상황을 즉시 통보하여야 한다. 그러한 불가항력의 사유와 관련된 당사자는 제한적인 상황이 종료된 경우 본 계약이 존속하는 이상, 즉시 해당 의무를 이행하여야 한다.

제20조 (보험가입 의무)

계약지역 내에 모든 직영점과 가맹점은 예상되는 피해에 대비하기 위한 보험 및 매장 소재지에 적용되는 법령에 의해 가입이 요구되는 각종 보험과 연금에 가입하여야 한다.

직영점 및 가맹점에 대한 재산상 피해 중에서 보험으로 보상되지 않는 부분에 대해서는 "을"이 전적으로 책임을 부담하여야 하고, 어떠한 경우에도 "갑"에게 책임을 요구할 수 없다.

제21조 (분쟁의 처리)

"을"은 계약지역 내에서 직영점을 개설하거나 가맹점을 모집, 개설, 관리하면서 발생한 분쟁 및 소비자, 관공서, 정부와의 사이에서 발생한 모든 분쟁을 전적으로 "을"의 비용과 책임으로 처리하여야 하고, 어떠한 경우에도 "갑"에게 책임을 요구할 수 없다.

제22조 (책임면제의 제한)

"을"의 계약위반에 대하여 "갑"이 본 계약에 따라 주어진 권리 또는 구제 방법을 행사하지 않거나 유예하는 경우에도 이러한 행위가 "을"에 대한 권리행사의 포기나 위반행위에 대한 묵인으로 해석되지 아니한다.

제23조 (주소의 효력)

당사자 사이에 달리 합의하지 않는 이상, 상대방에 대한 모든 통지는 본 계약에 기재된 상대방의 주소로 하여야 한다. 주소가 변경된 당사자는 상대방에게 변경된 주소를 서면, 팩스, 이메일로 통지하여야 하며, 통지의무를 게을리한 경우 본 계약에 기재된 주소에 대한 통지는 법적으로 유효한 것으로 간주된다.

제24조 (계약내용의 변경)

본 계약의 내용은 당사자 쌍방이나 쌍방의 대리인이 서면에 의해 합의하는 경우에만 변경될 수 있다.

제25조 (준거법)

본 계약의 내용은 대한민국의 법에 따라 해석되고 적용된다.

제26조 (계약서의 지정 언어)

양 당사자는 본 계약을 한국어와 영어로 작성함에 동의한다. 다만 양 당사자가 합의하거나 중국의 법령에서 요구되는 경우에는 중국어로 1부 더 작성할 수 있다. 다만 언어 사이에 의미의 충돌이 있는 경우에는 영문본을 기준으로 해석한다.

제27조 (분쟁의 관할)

본 계약과 관련하여 당사자 사이에 분쟁이 발생한 경우에 우선적으로 양 당사자 사이의 합의에 의하여 원만하게 처리하도록 노력하고, 합의가 곤란한 경우에는 대한민국 서울특별시에 위치한 대한상사중재원의 중재로 해결한다. 대한상사중재원의 중재 판정은 종국적인 분쟁의 해결로 간주한다.

[대안 1 : 본 계약과 관련하여 발생하는 분쟁에 대해서는 대한민국 서울특별시에 위치한 서울중앙지방법원을 재판의 관할법원으로 정한다]

[대안 2 : 본 계약과 관련하여 당사자 사이에 합의에 의하여 해결할 수 없는 분쟁이 발생한 경우에 "갑" 또는 "을"의 주소지를 관할하는 민사법원을 재판의 관할법원으로 정한다]

"갑"과 "을"은 본 계약의 내용을 충분히 이해하고 있고, 적법하고 적절하게 필요한 협의와 절차를 거쳐서 본 계약을 체결하였다는 것을 인정하며, 본 계약서를 2부 작성하여 "갑"과 "을"이 1부씩 보관한다.

년 월 일

[갑]

회사명 :

주 소 :
 대 표 : (서명)
 연락처 :

[을]
 회사명 :
 주 소 :
 대 표 : (서명)
 연락처 :

별지 1
 지정 물품 목록

물품명	원산지	제조사	제품 번호/ 사양	최소 구매 수량	구매 시기 /주기

별지 2
 초도물품 목록

물품명	제품 번호 / 사양	수량	단가	가격

--	--	--	--	--

별지 3
지식재산권의 목록

1. 상표권(서비스표권 포함)

- a.
- b.
- c.

2. 특허권

- a.
- b.
- c.

3. 실용신안권

- a.
- b.
- c.

4. 디자인권

- a.
- b.
- c.

5. 저작권

- a.
- b.
- c.

6. 기타 영업비밀

- a.
- b.
- c.

< TIP >

- 상기 마스터 프랜차이즈 표준계약서(중국-외식)는 (사)한국프랜차이즈산업협회에서 연구용역 한 자료이며, 영문본이 필요할 경우 (사)한국프랜차이즈산업협회(www.ikfa.or.kr)에 문하길 권함

(2) 표준계약서 양식 샘플 B

<마스터 프랜차이즈 계약서>	
계약서 번호:	
갑(가맹사업자):	연락처:
주소:	
대표자:	등록번호:
사업 분야:	
을(가맹희망자):	연락처:
주소:	
대표자:	등록번호:
사업 분야:	

갑과 을은 평등, 신뢰, 신용의 원칙에 따라 충분한 협상을 통해 다음과 같은 가맹점 사업계약을 체결하고 이를 준수하고자 한다.

제1조 정의

계약 조항에 대한 특별한 설명이 없는 경우 계약에서 사용하는 용어의 정의는 다음 각 호와 같다.

- 1.1. 프랜차이즈시스템 : 갑의 프랜차이즈 시스템을 의미하며 상표(서비스 표 포함), 상호, 특허, 노하우, 제품모델 등을 포함한다.
- 1.2. 가맹점 : 을이 프랜차이즈 시스템을 준수하는 것에 동의해 갑에게 가맹점 운영권을 위임받아 개설한 가맹점으로 개인 점포, 단독투자, 합작 투자회사 등의 형태가 있다. 가맹점은 독립된 주체로서 운영, 정산, 위험감수, 손익에 대해 스스로 책임진다.
- 1.3. 가맹점표지 : 프랜차이즈 시스템을 구별하기 위해 고안해 낸 것으로 상표, 상호, 간판(점포표지), 독특한 외부, 실내 디자인(인테리어, 컬러, 공간 디자인, 가구), 유니폼, 광고 등이 이에 속한다.
- 1.4. 상표 : 중화인민공화국 국가 상공업 행정관리 총국에 등록된 상표를 말한다.
- 1.5. 특허 : 중화인민공화국 국가 지적재산권에 등록된 발명, 실용신안, 디자인에 대한 특허를 의미한다.
- 1.6. 프랜차이즈 제품 : 프랜차이즈에 속하는 모든 제품과 서비스를 말하며 원료, 배합 원료, 완성품, 다양한 서비스 등을 포함한다.
- 1.7. 경영 지침: 갑이 을의 개업과 운영을 돕기 위해 가맹점경영에 대해 서면으로 기록한 자료를 말하며 일반적으로 <가맹점 모집 책자>, <점포 운영 방침>, <상품

제조법>, <영업 방침>, <직원 교육 지침>등이 포함된다.

1.8. 마스터 프랜차이즈 : 갑은 지정된 지역의 독자적인 가맹점운영권을 을에게 위임할 수 있는데 그것을 마스터 프랜차이즈이라고 한다. 을은 계약에 따라 직영 가맹점을 운영할 수 있고 가맹점운영권을 기타 신청인에게 판매할 수 있다.

1.9. 가맹지역 : 갑이 을에게 가맹점운영권을 판매한 지역을 말한다.

1.10. 영업장 : 본 계약에 따라 을이 개설한 가맹점을 말한다.

1.11. 건물 : 영업장이 있는 건물을 말한다.

제2조 가맹점 운영권 위임

2.1. 갑은 _____프랜차이즈 시스템을 보유, 경영범위 : _____

갑은 본 계약에 따라 을에게 _____지역의 마스터 프랜차이즈 가맹점운영권을 위임한다.

2.2. 을이 획득한 마스터 프랜차이즈 가맹점운영권은 해당 지역 내에서 독점적이다

제3조 마스터 프랜차이즈 지역과 영업장

3.1. 을이 획득한 마스터 프랜차이즈 가맹점운영권 해당지역

: 중국 _____에 해당하는 지역이다. (첨부자료1의 해당 가맹지역의 지도를 참조하시오.)

3.2. 을은 상기한 지역 분할 프랜차이즈 계약에 따라 해당지역 내에서 생산, 판매, 서비스를 제공할 수 있는 직영점 개설, 다른 사업자에게 가맹점운영권을 판매할 수 있는 권리를 갖는다.

3.3. 을이 다른 사업자에게 가맹점운영권을 판매할 때 갑의 사전 승인이 필요하다.

3.4. 다른 사업자에게 가맹점운영권을 판매한 후 을은 일내로 서면으로 갑에게 보고하여야 하며 매달 가맹점들의 경영 상황을 총괄하여 보고하여야 한다.

제4조 기한

본 계약의 기한은 _____년으로 _____년 _____월 _____일~ _____년 _____월 _____일까지이며 쌍방은 계약에 따라 중도에 해지하거나 기간을 연장할 수 있다.

계약의 연장을 원하는 경우 을은 계약만료 _____개월 전에 갑에게 신청서를 제출한다. 이에 동의할 경우 갑은 을과 계약을 체결한다.

제5조 지역분할프랜차이즈 운영비용

5.1. 가맹비

계약이 체결된 후 _____일내로 을은 갑에게 _____위안의 가맹비를 한 번에 지급하도록 한다. 계약에 명시한 내용을 제외하고는 어떤 이유로도 가맹비를 반환하지 않는다.

5.2. 로열티

가. 일정 로열티 _____위안을 납입한다.

나. 가맹점의 매월 수입의 ___%를 납입한다.

5.3. 보증금

1. 을은 계약이 체결된 후 ___개월 내에 갑에게 보증금 ___만원을 지불함으로써 계약을 온전히 이행하도록 한다.

2. 을이 미납, 체납하거나 계약을 위반하면 갑은 보증금에서 직접 제하고, 차액이 발생했을 시에는 을에게 지불을 요구할 권리가 있다. 을은 갑의 통지서를 받은 후 ___일내로 보증금의 부족분을 지불하도록 한다.

3. 본 계약이 해지된 후 갑은 보증금에서 을이 납입해야 하는 금액과 위약금을 제한 나머지 금액을 무이자로 을에게 다시 반환하도록 한다.

5.4. 을이 마스터 프랜차이즈 지역에서 가맹점운영권을 판매해서 얻은 수익에 대한 분배 방식

5.5. 기타 약정 비용

5.6. 본 조항에서 말하는 로열티는 ___조의 조항에 따라 납입하도록 한다.

가. 현금

나. 수표

다. 은행 계좌이체 :

갑은 을이 납입한 금액에 대해 납입증명서를 발부해야 한다.

제6조 지적 재산권의 양도와 사용

6.1. 갑은 계약에 따라 을과 을의 허가를 받은 제3자가 다음 각 호의 지적 재산권을 사용하도록 허락한다.

가. 상표

상표명: _____ 특허증명서 번호: _____

특허 내용:

갑은 을과 별도로 부차적인 <상표사용계약>을 체결하고 체결한 날로부터 3개월 내에 갑 혹은 을이 상공업행정관리부처에 등록수속을 한다.

나. 특허

특허명칭: _____ 특허증명서 번호: _____

특허 내용:

갑은 을과 별도로 부차적인 <특허실시허가계약>을 체결하고 체결한 날로부터 3개월 내에 갑 혹은 을이 지식재산권 담당부처에 등록수속을 한다.

다. 기타

6.2. 을은 <상표사용 허가 계약서>의 약정과 <경영지침>의 규정에 따라 가맹점 내에 갑의 사용허가 동의서를 비치하도록 한다.

6.3. 을은 <상표사용 허가 계약서>에 따라 상표, 프랜차이즈표지 등을 바르게 사용하도록 한다. 상표나 프랜차이즈표지 등을 무단으로 사용하거나 갑의 동의 없이 다

른 상표와 함께 혼용해서는 안 된다.

6.4. 을은 갑의 상표, 표지와 유사하거나 동일한 상표를 모방, 변형해서 제작하거나 사용해서는 안 된다.

6.5. 프랜차이즈 표지나 상표의 소유권과 저작권은 갑에게 있기 때문에 계약 종료 후 갑은 무조건적으로 상표를 회수할 수 있다. 뿐만 아니라 을에게 이에 대해 보상할 의무가 없다.

6.6. 을은 프랜차이즈 경영을 위한 목적 외에 다른 목적을 위해 상표를 사용할 수 없고 계약이 종료된 후에는 상표, 표지를 사용할 수 없다.

을은 프랜차이즈 지역의 기타 가맹점들에게도 상기의 지적재산권 사용 규정을 준수하도록 해야 한다.

제7조 위임

본 계약에서 갑이 을에게 판매한 권리와 을에 대한 요구사항에 대해 을은 다른 가맹희망자들도 같은 권리를 누리고 상응하는 의무를 다할 수 있도록 알려야 한다.

제8조 분할지역 가맹본부

을은 지역분할 프랜차이즈 지역 내의 제3자가 경영하는 가맹점의 중간 프랜차이즈계약 체결, 가맹점 개업, 가맹점 경영 단일화, 교육, 관리감독, 소비자와의 분쟁 처리, 광고, 홍보, 판촉, 정보유출, 사업 기밀보호 등에 대해서도 책임을 져야 한다. 구체적인 내용은 중간 프랜차이즈계약서의 내용을 참조하도록 한다. (첨부내용 참조)

제9조 계약 위반

9.1. 갑이 계약서에 명시된 의무를 이행하지 않았을 경우 을은 통지서를 통해 시정을 요구할 수 있으며 갑은 통지서를 받은 후 _____일내로 시정해야 하고 보증금에 해당하는 만큼의 위약금을 지불해야 한다. 만약 _____일 이상 시정하지 않을 경우 을은 다음의 방법으로 갑에게 책임을 물을 수 있다.

(여러 개 선택 가능)

가. 갑에게 위약금 _____위안을 요구할 수 있다.

나. 본 계약의 해지요건에 부합되므로 을은 계약을 해지할 권리가 있다.

9.2. 을이 위약금을 지불해야 할 경우 1일 당 초과 경비의 _____를 위약금으로 지불한다. _____일 이상 초과하였을 경우 갑은 계약을 해지 할 수 있으며 보증금에서 제할 수 있다.

9.3. 을이 계약서에 명시된 의무를 이행하지 않았을 경우 갑은 통지서를 통해 시정을 요구할 수 있으며 을은 통지서를 받은 후 _____일내로 시정해야 하고 보증금에 해당하는 만큼의 위약금을 지불해야 한다. 만약 _____일 이상 시정하지 않을 경우 갑은 다음의 방법으로 을에게 책임을 물을 수 있다. (여러 개 선택 가능)

가. 보증금에서 제한다.

나. 을에게 위약금 _____위안을 요구할 수 있다.

다. 본 계약의 해지요건에 부합되므로 갑은 계약을 해지할 권리가 있다.

9.4. 을의 실수로 제3자가 권리를 침해당하거나 경제적 손실을 입었을 경우 을은 배상의 책임을 진다. 갑이 대외 결제가 필요한 경우 을에게 는 추후에 결제를 해도 된다.

9.5. 을이 계약 해지 이후의 의무를 이행하지 않은 경우 갑은 을에게 이행의 의무를 다하도록 요구 할 수 있고 손실에 대한 배상을 요구할 수 있다.

9.6. 을의 가맹점 때문에 갑이 손실을 입었다면 을이 책임을 지도록 한다.

제10조 계약 해지

갑이 다음 각 항에 해당하는 잘못을 했을 경우 을은 통지서를 통해 시정을 요구할 수 있다. 갑은 통지서를 받은 후 일내로 시정해야 하며 일이 초과 되면 "을"은 서면으로 일방적인 계약해지를 통보할 수 있다.

갑이 통보를 받았을 때부터 계약해지의 효력이 발생한다.

가. 계약을 위반하고 을에게 전반적인 운영시스템을 제공해주지 않았을 경우

나. 계약을 위반해 계약 체결 전이나 프랜차이즈계약 체결과정에서 관련 정보를 유출시키거나 고의로 허위정보를 유출 했을 경우

다. 계약을 위반해 가맹사업자가 개업하기 전 혹은 영업 중에 교육과 기술지도의 의무를 다하지 않았을 때

라. 상표나 기타 프랜차이즈 표지에 대한 소유권과 사용권을 상실했을 경우

마. 품질 문제로 고발당하거나 언론에 공개되어 브랜드 이미지와 가치 브랜드의 명예에 큰 손상을 입었을 때

바. 브랜드 제품이나 품질 보장 상품을 제외한 기타 제품을 을에게 강매하였을 경우

사. 프랜차이즈 제품이나 a/s부품의 배송이 ___차례 이상 지연 되거나 혹은 이러한 지연사례로 을에게 큰 손실을 입혔을 경우

아. 생산·판매되고 있는 프랜차이즈 제품에 결함이 있거나 품질 문제가 발생해 품질감독 부처의 처벌을 받았을 경우

자. 형사사건으로 고발된 경우

을이 다음 각 호에 해당하는 잘못을 했을 경우 갑은 통지서를 통해 시정을 요구할 수 있다. 을은 통지서를 받은 후 ___일 내로 시정해야 하며 일이 초과 되면 "갑"은 서면으로 일방적인 계약해지를 통보할 수 있다. 을이 통보를 받았을 때 계약해지의 효력이 발생한다.

가. 계약을 위반하고 지불해야 하는 비용을 지불하지 않은 경우

나. 갑의 사전 동의를 구하지 않고 독단적으로 가맹제품과 서비스를 사용했을 경우

다. 중간 가맹계약의 규정을 위반하고 제3자에게 프랜차이즈 관련 서비스를 제공한 경우

라. 관리 서비스 등의 문제로 고발당하거나 언론에 공개되어 프랜차이즈시스템의 명예를 실추시킨 경우

- 마. 갑의 사전 동의 없이 독자적으로 기술의 전부 혹은 일부를 이전한 경우
- 바. 비즈니스 기밀을 폭로하는 등의 행위
- 사. 고의적으로 갑에게 오해의 소지가 있거나 잘못된 정보를 제공했을 경우
- 아. 형사사건으로 고발된 경우

제11조 계약 종료 후의 처리

- 11.1. 계약 종료 후 을은 위임 받았던 가맹점에서 상표, 가맹표지, 기타 프랜차이즈 시스템과 관련된 표지 등의 사용을 즉각 중단해야 한다.
- 11.2. 을은 본 계약 종료일로부터 ____일 내에 갑이 제공했던 모든 물품들(문서, 문서의 복사본, 복제품 포함)을 반환한다.
- 11.3. 갑이 접수한 것 외에 가맹점들이 사용했던 독특한 외부, 실내 디자인, 인테리어, 컬러, 공간 디자인, 가구, 설비, 제품에 사용했던 상표, 표지 및 프랜차이즈 시스템과 관련된 모든 표지들을 교체하도록 한다.
- 11.4. 을은 계약 종료일로부터 일 이내에 갑에게 지불해야 하는 모든 비용을 지불하도록 한다.

제12조 불가항력

- 12.1. 계약의 일방이 불가항력이나 자신의 과실이 아닌 다른 문제로 본 계약의 부분 및 전면 이행이 불가능할 경우 계약위반으로 여기지 않는다. 하지만 불가항력으로 인한 손실을 최소화하기 위해 가능한조건 하에서 필요한 부가방법을 취한다.
- 12.2. 불가항력이 발생한 경우 사건의 정황을 서면으로 최대한 빠른 시간 안에 상대방에게 알려야 한다. 최대한 빠른 시간 내에 계약을 이행할 수 없거나 이행을 연기할 수밖에 없는 이유를 통보해야 한다. 을이 순조롭게 제3자에게 경영권을 위임할 수 있도록 갑은 계약 체결 후일 이내에 을에게 다음의 자료를 제공하도록 한다.
 - 가. 가맹계약에 필요한 상표, 상호, 특허, 기타 프랜차이즈 시스템에 발한 중대 변화와 고소, 고발 관련 사항 등 을에게 영향을 끼칠 수 있는 정보
 - 나. 갑의 가맹점 개업현황, 가맹점 경영 단일화, 관리감독, 교육, 소비분쟁 해결, 광고, 홍보, 판촉, 정보 유출, 비즈니스 기밀보호 등과 관련 된 정보
 - 다. 을이 가맹점을 모집할 때 필요한 모든 정보

제14조 기타 규정

- 14.1. 본 계약 일부 조항의 무효처리는 기타 조항 및 본 계약의 효력에 영향을 미치지 않는다.
- 14.2. 연락 및 문서 전달
 계약의 일방이 본 계약에 따라 다른 일방에게 문서, 회신을 보내거나 기타 연락을 취해야 할 경우 반드시 서면의 형식으로 하며 등기나 직접 전달하는 방법으로 해야 한다. 주소지는 본 계약에 명시한 상대방의 주소 혹은 본 계약이 정한 방식에 따라 변경이 통지된 주소로 한다. 등기로 보낼 경우 발송 후 7일(소인 날짜 기준)째 날을

수령일로 하며 직접 전달할 경우 상대방이 날인한 시점을 수령일로 한다.

갑과 을은 본 계약 및 약정의 이행에 필요한 문서를 이하의 연락처를 통해 교환할 것에 동의한다. 갑과 을의 연락처는 다음과 같다.

갑		을	
팩스		팩스	

14.3. 본 계약은 중화인민공화국의 법률, 법규, 규정에 의거한다.

14.4. 본 계약의 존재, 효력, 이행, 해석, 해지에 대해 논란이 생길 경우 갑과 을은 협상을 통해 해결하고 합의가 이루어지지 않을 경우 이하의 방법 중 하나를 선택하여 해결한다.

가. 관할법원에 소송을 제기한다.

나. 중재위원회에 중재를 요청한다.

14.5. 본 계약의 부가조건과 부가계약, 경영책자는 계약의 일부로서 본 계약과 같은 법적 효력이 있다.

14.6. 본 계약은 당사자의 계약체결로 효력을 발휘한다. 계약서 2통을 쌍방이 각각 1통씩 보관하며 2통 모두 동등한 법적 효력을 갖는다.

<첨부>

추가 조항 ----- (붙이는 선) (계인)

<첨부2>

< 가맹지역지도 붙이는 곳 > (붙이는 선) (계인)

<첨부3>

갑의 <회사법인 영업 허가서> 복사본 ----- (붙이는 선) (계인)

<첨부4>

을의 <회사법인 영업 허가서> 복사본

(붙이는 선) (계인)

<첨부5>

갑의 <상표등록증> 복사본

(붙이는 선) (계인)

<첨부6>

갑의 <특허권>과 기타 권리 증명서의 복사본

(붙이는 선) (계인)

<💡 TIP >

- 상기 마스터 프랜차이즈 표준계약서(중국-외식)는 kotra 프랜차이즈 해외진출 가이드(중국편)에 수록되어 있으며, 중국어본이 필요할 경우 kotra 프랜차이즈 해외진출 가이드(중국편)을 참조하길 권함

<💡 TIP >

- 합작방식은 시장조사, 파트너선정 등의 절차에서 마스터 프랜차이즈방식과 유사하지만 파트너와 함께 현지법인 설립하고 운영하는 것에서 차이점이 있음
- 합작방식은 마스터 프랜차이즈방식과 달리 계약내용에 출자비율, 의사결정, 법인운영방식, 수익배분방식, 직원파견, 본사의 지원 및 지도감독 등 현지법인을 운영하는 조건과 내용을 사전에 협의하여 포함해야 함

다. 국제가맹 계약

- 국제가맹은 국내에서의 가맹사업과 마찬가지로, 가맹본부가 가맹 사업자와 하나의 단위 가맹점 운영을 계약하는 형태로 국내 가맹본부가 현지 가맹점을 직접 관리하는 형태임

- 큰 비용을 들이지 않고 현지에 쉽게 진출할 수 있으며 이 가맹점을 시범 점포로서 활용하면 현지 사업 확장의 기회로 활용 가능

(1) 국제가맹 계약서(샘플)

계약서 설명

1. 본 계약서 내용은 <상업 프랜차이즈 관리방법(商業特許京營管理辦法)> 및 관련 법률, 법규에 의거해 제정한 표준서식으로, 계약 조항은 제시적 성격을 띠며 본 시행정구역에 속하는 가맹사업권 당사자 간 약정에 제공된다.
2. 계약자 쌍방의 자의적 계약 원칙을 존중하기 위해 관련조항을 빈 칸으로 남김으로써 쌍방이 자체적으로 약정하거나 약정 내용을 보충하도록 하였다. 계약이 체결, 발효된 뒤에는 쌍방이 수정되지 않은 본문의 인쇄내용에 동의한 것으로 간주한다. 본 약관 중 계약자가 선택하거나 기입해야하는 부분임에도 쌍방이 약정하지 않을 경우에는 빈칸에 X자로 해당항목이 제외되었음을 표시해야 한다.
3. 본 계약서에서 지칭하는 프랜차이즈(가맹사업)이란 계약을 통해 가맹사업자(프랜차이저, franchisor)가 타인에게 권한을 부여할 수 있는 상표, 상호, 경영모델 등 사업자원을 가맹희망자(프랜차이지, franchisee)에게 부여하고, 가맹희망자는 계약서 약정에 따라 동일한 경영시스템 아래서 사업을 하면서 가맹사업자에게 프랜차이즈비를 지불하는 행위를 말한다.
4. 프랜차이즈는 전문적이고 관련 법률규정이 많으므로, 당사자 쌍방의 효과적인 권익보호를 위해 쌍방은 신중하고 구체적이며 포괄적이고 치밀하게 계약을 체결해야 한다.
5. 정식으로 계약을 체결하기 20일 이전에 쌍방은 사실에 부합되고 정확한 프랜차이즈 관련 기본 자료와 경영능력 관련 자료를 상대방에게 서면으로 제공해야 한다.
6. 본 계약서 내용은 -----에서 구매할 수 있다. 당사자 쌍방은 본 계약서를 사용하기 전에 세심하게 살펴 각 조항의 내용을 충분히 이해해야 한다.

<프랜차이즈 계약>	
계약서 일련번호:	
갑(가맹사업자):	연락처:
주소:	
법정 대표:	등록번호:
사업 분야:	
을(가맹희망자):	연락처:
주소:	

법정 대표:

등록번호:

사업 분야:

쌍방은 자의로 평등과 공평, 성실과 신용의 원칙을 지키며 충분한 우호적 협상을 통해 프랜차이즈사업 계약서를 아래와 같이 체결하고 공동으로 준수한다.

제1장 총칙

제1조 정의

계약 조항에 별도의 설명이 없는 이상 본 계약서에서 사용하는 어휘와 표현은 다음과 같은 의미를 지닌다.

1) 프랜차이즈시스템 : 갑의 프랜차이즈시스템을 가리키며 그 특징은 상표(서비스 상표 포함), 상호, 특허권, 전문기술, 제품 경영모델 등을 포함하되 이에 국한되지 않는다.

2) 가맹점: 을이 프랜차이즈시스템을 존중하겠다고 동의한 뒤 갑의 허가를 얻어 설립하고 프랜차이즈 활동을 벌이는 경영실체를 의미한다. 여기에는 개인사업자, 개인독자기업, 제휴기업 및 회사 등이 포함되나 이에 국한되지 않는다. 가맹점은 독립된 법률주체로서 활동하며 독립적으로 정산하고 리스크와 이익 및 손실을 직접 부담한다.

3) 프랜차이즈 영업표지 : 프랜차이즈 시스템과 관련된 식별 부호로 상표, 상호, 간판(점포 상징), 고유의 외부 및 내부 디자인(비품, 장식, 색깔 배치, 구조, 가구 등), 유니폼, 광고 등을 포함하되 이에 국한되지 않는다.

4) 상표 : 중화인민공화국 국가공상행정관리총국 상표국에 등록된 상표를 의미한다.

5) 특허권 : 중화인민공화국 국가지적재산권국에 등록된 발명, 실용신안, 외부 디자인 특허를 말한다.

6) 프랜차이즈 제품 : 프랜차이즈 영업표지를 갖춘 제품과 서비스를 의미하며 원재료, 보조재료, 완성품 및 서비스 품목과 방식 등을 포함하되 이에 국한되지 않는다.

7) 사업매뉴얼 : 을이 개업 및 경영하는 가맹점 사업에 지침이 되도록 갑이 제정한 각종 서면 조작 자료를 말한다. 일반적으로 <가맹점 모집 매뉴얼>, <매장업무 운영 매뉴얼>, <제품 제작 매뉴얼>, <영업 매뉴얼>, <직원 교육 매뉴얼> 등이 포함된다.

8) 직접 프랜차이즈 : 갑이 가맹사업권을 을에게 직접 주는 경우를 의미한다. 을은 본 계약서의 약정에 따라 직영가맹점을 설립해 사업활동을 벌일 수 있다. 갑의 서면 동의를 사전에 받지 않은 경우에는 가맹사업권을 위임할 수 없다.

9) 지역형 프랜차이즈 : 갑이 지정지역 내의 독자적 가맹사업권을 을에게 부여하는 경우로, 을은 계약서 약정에 따라 직영가맹점을 설립해 사업할 수 있다. 갑의 서면 동의를 사전에 받지 않은 경우에는 가맹사업권을 위임할 수 없다.

10) 복합지역형 프랜차이즈 : 갑이 지정지역 내의 독자적 가맹사업권을 을에게 부여하는 경우로, 을은 본 계약서의 약정에 따라 직영가맹점을 설립해 사업할 수 있

을 뿐만 아니라 가맹사업권을 다른 신청자에게 다시 부여할 수 있다.

- 11) 프랜차이즈 지역: 갑이 을에게 가맹사업권을 부여한 지역.
- 12) 영업장 : 을이 계약 약정에 따라 가맹점을 설립하기로 한 주소지.
- 13) 건축물 : 영업장이 있는 건축물.

제2조 가맹사업권의 부여

2.1. 갑이 보유한 프랜차이즈시스템, 사업범위:

갑은 본 계약서 약정에 의거해 을에게 _____가맹사업권을 부여한다.

2.2. 갑이 을에게 부여하는 가맹사업권은:

- 가. 직접 프랜차이즈
- 나. 지역형 프랜차이즈
- 다. 복합지역형 프랜차이즈

2.3. 을이 행사하기로 한 가맹사업권은 프랜차이즈 지역 내에서:

- 가. 독점적이다.
- 나. 독점적이지 않다.

제3조 프랜차이즈 지역과 영업장

을이 가맹사업권을 행사하기로 한 지역은: 중국 ____성(시) ____현(구) 동쪽으로 ____, 서쪽으로 ____, 남쪽으로 ____, 북쪽으로 ____까지다. (첨부1 <프랜차이즈 지역 부도> 참조)

을은 프랜차이즈 제품을 생산 및 판매하거나 서비스를 제공하는 가맹점을 앞의 조항에서 기술한 프랜차이즈 지역에서만 개설할 수 있다.

본 계약서에서 체결한 가맹점의 주소는 _____이다.

을은 갑의 서면 동의를 사전에 받지 않은 상황에서 가맹점의 영업장을 변경할 수 없다. 비준을 얻은 경우에도 을은 프랜차이즈 지역 내에서만 가맹점의 주소를 바꿀 수 있다.

제4조 계약기간

본 계약서의 계약기간은 ____년이며, ____년 ____월 ____일부터 ____년 ____월 ____일까지다. 쌍방은 본 계약서의 약정에 의거해 기한을 사전 종료하거나 연장할 수 있다. 을이 본 계약기간을 연장하려면 계약기간이 만료되기 최소 ____개월 전에 갑에게 서면으로 신청해야 한다. 갑이 동의할 경우 을과 연장계약을 맺는다.

제5조 프랜차이즈비용

5.1. 가맹비

을은 갑에게 가맹비로 _____위안을 일시불로 지불해야 하며 본 계약을 체결한 뒤 ____일 내에 지불해야 한다.

본 계약서에 별도 약정이 없는 경우, 을은 어떠한 이유로도 가맹비 반환을 요구할 수 없다.

5.2. 가맹사업권 사용료

본 계약의 유효 기한 내에 을은 아래의 기준에 따라 갑에게 가맹사업권 사용료를
매월/매년으로 선택 지불할 수 있다. 가맹사업권 사용료를 정액으로 ___위안을
지불한다. 가맹점의 당월/당년매상의 ___%을 가맹사업권 사용료로 지불한다.

5.3. 보증금

5.3.1. 을은 본 계약의 완전하고 정당한 이행을 위해 계약체결 뒤 일내에 ___위안
을 갑에게 보증금으로 지불해야 한다.

5.3.2. 을이 채무를 정산하지 않거나 본 계약서에 위배되는 정황을 보일 경우, 갑은
보증금에서 직접 정산할 수 있으며 부족할 경우에는 을에게 지속적으로 상환을 요
구할 수 있다. 을은 갑의 서면통지를 받은 뒤 ___일 이내에 보증금을 보충하고 채
무를 불입해야 한다.

5.3.3. 본 계약이 종료된 뒤 갑은 보증금에서 본 계약서 상 을이 책임져야 할 비용
이나 위약금을 정산한 뒤 잔금을 무이자로 을에게 돌려준다.

5.4. 기타 약정비용

5.5. 본 조항에 명시된 프랜차이즈 비용은 아래 ___항의 방식으로 지불한다.

- 현금
- 수표
- 은행 계좌이체(갑의 계좌)
- 기타

을이 위의 어떠한 형식으로 지불하든 갑은 비용을 받은 뒤에 반드시 영수증을 발행
해야 한다.

제6조 지적재산권의 부여와 사용

6.1. 갑은 본 계약서에 따라 을에게 아래 지적재산권을 사용하도록 허가한다.

가. 상표:

상표명칭:_____

<상표등록증> 번호:_____

사용을 승인한 제품이나 서비스 항목:_____

갑은 본 계약의 부계약으로 을과 <상표사용 허가계약>을 별도로 맺어야 하며, <상
표사용 허가계약>을 체결한 뒤 3개월 내에 갑/을이 공상행정 관리부처에 서류
를 접수해야 한다.

나. 특허

특허명칭:_____

<특허증> 번호:_____

특허 내용:_____

갑은 본 계약의 부계약으로 을과 <특허시행 허가계약>을 "맺어야 하며, <특허시행
허가계약>을 체결한 뒤 3개월 내에 갑/을이 지적재산권 주관부처에 서류를 접
수해야 한다.

다. 기타

6.2. 을은 <상표사용 허가계약>의 약정과 <사업매뉴얼>의 규정에 따라 갑에게서 사용허가를 받은 프랜차이즈 영업표지를 가맹점에 걸거나 부착해야 한다.

6.3. 을은 <상표사용 허가계약>의 약정에 따라 상표나 프랜차이즈 영업표지를 사용해야 하며, 어떠한 형식과 방법으로든 상표나 프랜차이즈 영업표지의 사용범위를 확대할 수 없다. 갑의 허가를 얻지 않은 상태에서 기타 상표, 상호, 표식을 함께 사용할 수 없다.

6.4. 을은 어떤 한 방식으로든 갑의 상표나 프랜차이즈 영업표지와 비슷하거나 변형, 약소화된 상표 표식을 제작, 사용, 등록 신청할 수 없다.

6.5. 프랜차이즈 영업표지나 상표의 소유권과 저작권은 갑에게 있으며, 본 계약이 종료된 뒤 갑은 을에게 아무런 보상도 지불하지 않고 무조건적으로 회수할 수 있다.

6.6. 을은 프랜차이즈의 목적 외에는 기타 어떠한 목적으로도 프랜차이즈영업표지를 사용할 수 없으며, 본 계약이 종료된 뒤에는 상표나 프랜차이즈 영업표지를 계속 사용할 수 없다.

제2장 가맹점 개업

제7조 상호의 사용

갑은 을이 _____상표를 가맹점 상호로 사용하도록 허가한다.

을의 사용을 허가한다면 갑은 을이 가맹점 명칭변경 관련 등기수속을 진행하도록 승인문건을 제공해야 한다.

제8조 가맹점의 사업자격

을은 사업자격에 관한 법률규정 상의 강제적, 금지적 조건에 가맹점이 부합함을 증명해야 하며, <소방 허가증>, <환경보호 허가증>, <식품위생허가증> 등 관련 허가증을 갖추어야 한다. 또한 프랜차이즈 시스템 속에서 사업을 할 수 있는 합법적 자격을 구비해야 한다.

제9조 가맹점의 개업 지도

갑은 을이 타깃시장 조사 및 분석, 가맹점 입지 선정, 영업장의 인테리어, 직원 고용 등 가맹점 준비작업 때 필요한 협조와 경영지도를 제공해야 한다.

제10조 가맹점의 개업 교육

가맹점이 개업하기 전에 갑은 을 혹은 지정된 가맹점 관리책임자를 교육해야 하며, 심사를 통해 선발, 근무시킴으로써 을이 독립적으로 가맹점운업을 할 수 있도록 한다.

제11조 프랜차이즈시스템 제공

갑은 본 계약을 체결한 날로부터 ___일 이내에 을에게 프랜차이즈 시스템의 영업을 상징하는 서면자료를 제공해 을이 순조롭게 가맹점을 운영하도록 도와야 한다. 서

면자료에는 사업모델 및 관련 관리제도, 경영모델, 점포스타일, 매장 배치 방법, 회계시스템, 제품품질 기준, 제품품질 감독제도 및 <사업매뉴얼> 등이 포함된다.

제12조 가맹점의 개업시기

을은 본 계약이 체결된 날로부터 ___일 이내에 정상적으로 개업해야한다. 단, 갑의 서면동의 얻어 연기한 경우에는 예외로 한다.

제13조 가맹점의 개업 조건

가맹점을 개업할 때는 아래의 조건에 부합해야 한다.

가. 가맹점은 <영업면허>나 <기업법인 영업면허> 및 관련 허가증을 취득한 상태여야 한다.

나. 영업장 건축물 장식이 가맹사업자의 검수합격을 받아야 한다.

다. 을은 개업 전 모든 의무를 본 계약서 약정대로 이행한 상태여야 한다.

라. 가맹점은 <사업매뉴얼>에서 규정한 기타 표준에 부합해야 한다.

제3장 가맹점 운영의 통일성

제14조 을은 갑의 프랜차이즈시스템과 관련된 표준과 통일성 규정을 인정하고 존중하기로 승인 및 동의한다.

제15조 을은 가맹점 운영 시 본 계약서 약정과 <사업매뉴얼>에 규정된 통일운영기준을 철저히 준수해야 하며, 갑의 서면 승인을 받지 않은 상태에서는 어떠한 변경도 할 수 없다. 단, 쌍방이 별도로 규정한 경우는 제외한다.

제4장 소비자 불만 처리

제16조 을은 갑이 통일시킨 서비스와 품질 보장 약속을 준수하고, 자발적으로 소비자의 합법적 권익을 보호하며, 가맹점에 불만신고전화를 설치하며 그 사실을 공표해야 한다.

제17조 을은 소비자 불만에 정확하고 성실하게 응해야 하며, 소비자 권익을 해친 경우에는 즉시 보상방법을 취해야 한다.

제5장 감독, 교육 및 지도

제18조 프랜차이즈시스템의 통일성과 제품, 서비스 품질의 동일성을 확보하기 위해 갑은 본 계약서에 의거해 을의 사업활동을 감독할 수 있다.

제19조 을은 거래내역을 완전하고 정확하게 기록해 보관해야 하며 매월 ___일에 갑에게 이전 달의 영업 총수입과 실질적인 재무제표를 전달해야 한다.

제20조 갑은 을의 정상적 영업에 영향을 미치지 않는다는 전제 하에 정기적 혹은 비정기적으로 을의 사업 활동을 지도, 검사, 감독, 심사해야 한다. 을은 갑이나 갑이 파견한 감독자가 프랜차이즈 경영활동에 관해 건의하고 지도한 내용을 따라야 한다.

제21조 갑은 정기적 혹은 비정기적으로 을의 거래기록, 회계자료, 납세기록 등 문건을 검사, 심사할 수 있다.

제22조 본 계약서의 유효기간 동안 갑은 을이나 을이 지정한 가맹점 관리책임자에게 매년 ___차례 이상의 통합교육을 제공해야 한다.

제23조 본 계약서의 유효기간 동안 갑은 을에게 프랜차이즈에 필요한 마케팅, 서비스, 기술 지도를 지속적으로 제공해야 하며, 을에게 필요한 도움을 제공해야 한다.

제6장 광고와 판촉

제24조 갑은 광고를 통해 을에게 판촉 지원을 해야 하며, 이때 법률상의 관련 규정을 철저히 준수해야 한다.

제25조 갑은 매번 광고를 하거나 판촉 활동을 벌이기 전에 을이 사전에 적절한 준비를 할 수 있도록 관련 자료를 을에게 보내야 한다.

제26조 을은 프랜차이즈 지역 시장의 특정 지역에서 광고 및 판촉 활동을 자체적으로 기획 및 시행할 수 있지만 반드시 갑의 서면 동의를 사전에 받고 갑의 지도하에 진행해야 한다.

제7장 정보 공개 및 영업기밀 보호

제27조 정보 공개

27.1. 당사자 쌍방은 <상업 프랜차이즈 관리법> 제4장의 '정보 공개' 관련 규정에 따라 본 계약서를 체결하기 전 및 프랜차이즈 도중에 프랜차이즈와 관련된 기본 정보를 쌍방에 즉시 공개하기로 약속한다.

27.2. 본 계약서의 유효기간 동안 갑은 을에게 사용권을 부여한 상표, 상호, 특허 혹은 기타 프랜차이즈시스템 상에 중대한 변화가 있을 경우, 소송에 연루된 경우 및 기타 을에게 중대한 영향을 미칠 수 있을 경우, 관련정보를 즉시 공개해야 한다.

27.3. 갑이 정보를 불충분하게 공개했거나 허위 정보를 공개해 을에게 경제적 손실을 끼쳤을 경우 을은 본 계약을 해지할 수 있으며, 갑에 가맹비, 보증금 및 기타 약정비용의 반환을 요구할 수 있고 손해배상을 청구할 수 있다.

27.4. 을이 정보를 불충분하게 공개했거나 허위 정보를 공개해 갑에게 경제적 손실

을 끼쳤을 경우 갑은 본 계약을 철회할 수 있으며, 을이 이미 지불한 보증금에서 공제하고 손해배상을 청구할 수 있다.

제28조 영업기밀 보호

28.1. 본 계약서의 유효기간 동안 및 계약 종료 뒤 을과 그 고용인은 갑의 서면동의 없이 자신들이 알고 있는 갑의 영업 기밀을 공개, 사용할 수 없으며 타인이 사용하도록 허락할 수 없다.

28.2. 을은 필요한 방범방법을 취해 영업기밀 보호제도를 마련하고 기밀에 접촉하는 직원과 기밀보호계약을 체결해야 한다.

28.3. 쌍방이 본 계약서를 체결하기 전이거나 본 계약서가 발효되기 전이라면 어떤 이유를 막론하고 상대가 공개한 모든 정보에 대해 보호할 것 을 약속한다. 쌍방은 별도로 기밀보호계약을 체결할 수 있다.

제8장 프랜차이즈 제품의 제공과 배송

제29조 프랜차이즈 제품 및 프랜차이즈 품질을 보장하기 위해, 갑 혹은 갑이 지정한 공급상이 제공하는 물품 이외에, 갑은 기본적으로 갖추어야 하는 품질 기준을 규정할 수 있다. 또한 을에게 일부 공급업체를 알선, 선택하도록 할 수 있지만 그 물품을 공급받도록 을에게 강요할 수 없다. 단, 쌍방이 별도의 약정을 맺을 경우는 제외한다.

제30조 을은 사업에 필요한 프랜차이즈 제품을 모두 갑, 혹은 갑이 지정한 공급업체에서 공급 및 배송 받는다. 만일 을이 갑이 공급하지 않는 제품을 필요로 할 경우에는 갑에게 미리 서면으로 신청해 갑의 서면 승인을 받아야한다. 갑의 서면 승인 없이 다른 제조업체에서 구매하거나 자체 제작할 수 없다.

제31조 을은 갑에게서 프랜차이즈 제품을 구매할 경우, 갑이 제때 물자를 조달하고 을의 수요를 만족시킬 수 있도록 미리 팩스, 전화, 이메일로 갑에게 필요한 물품의 수량과 규격을 알려야 한다.

제32조 갑은 을에게서 제품 구매 혹은 설비 보수 요청을 받을 경우 그 날로부터 --일내에 을의 요구에 따라 지정한 제품을 보내거나 전문 인력을 을의 영업장으로 파견해 수리해주어야 한다. 여러 차례의 보수에도 고장을 수리할 수 없을 경우 갑은 을에게 새로운 설비로 교체해주어야 한다.

제33조 갑은 제공 및 배송한 프랜차이즈 제품 품질에 책임을 져야 한다. 만일 품질 문제로 을에게 손실을 입힌 경우 갑이 보상해야 한다. 을이 이로 인해 제3자에게 배상을 한 경우 갑에게 사후 배상을 요구할 수 있다.

제34조 을은 프랜차이즈 제품을 갑이 지정한 소매가로 동일하게 판매해야 하며, 임의로 소매가를 낮추거나 높일 수 없다. 단, 쌍방이 별도 계약한 경우는 제외한다.

제9장 위약 책임

제35조 갑이 본 계약서의 의무를 불이행, 혹은 불완전 이행할 경우 을은 서면으로 시정을 요구할 수 있다. 갑은 통지를 받은 뒤 ___일 이내에 시정해야 하며, 시일이 지났음에도 시정하지 않을 경우 갑은 보증금 액수에 상응하는 위약금을 지불해야 한다. 만일 시한이 지난 뒤 ___일이 지나도록 시정하지 않을 경우 을은 다음의 방안 중 선택하여 갑에게 책임을 물을 수 있다. (중복 선택 가능)

가. 갑에게 ___위안을 손해배상으로 청구한다.

나. 본 계약서 약관의 해지조건에 부합되는 경우 을은 본 계약을 해지할 수 있다.

제36조 을이 기한이 지난 뒤에 본 계약서상의 비용을 지불할 경우에는 일일 지연 금액의 ___%를 위약금을 지불해야 한다. ___일이 넘도록 지연될 경우 갑은 본 계약을 철회하고 보증금을 공제할 수 있다.

제37조 을이 본 계약서의 의무를 불이행 혹은 불완전 이행할 경우 갑은 서면으로 시정을 요구할 수 있다. 을은 통지를 받은 뒤 ___일 이내에 시정해야 하며, 시일이 지났음에도 시정하지 않을 경우 을은 보증금 액수에 상응하는 위약금을 지불해야 한다. 만일 시한이 지난 뒤 ___일이 지나도록 시정하지 않을 경우 갑은 다음의 방안 중 선택하여 을에게 책임을 물을 수 있다. (중복 선택 가능)

가. 보증금을 공제한다.

나. 을에게 ___위안을 손해배상으로 청구한다.

다. 본 계약서 약관의 해지조건에 부합되는 경우 갑은 본 계약을 해지할 수 있다.

제38조 을의 과실로 제3자의 권한을 침해하거나 기타 경제적 손실을 입힌 경우 을은 자체적으로 손해배상 책임을 져야 한다. 만일 갑이 대외적 보상을 한 경우 을에게 사후 배상을 요구할 수 있다.

제39조 을이 본 계약 종료 후의 의무를 불이행, 혹은 불완전 이행할 경우 갑은 의무이행을 요구할 수 있으며, 그로인한 모든 손해보상을 청구할 수 있다.

제10장 계약 해지

제40조 갑이 아래 조항에 해당하는 행위를 할 경우 을은 서면으로 시정할 것을 요구할 수 있다. 갑은 통지를 받은 뒤 ___일 이내에 시정해야 하며, 시일이 지났음에도 시정하지 않을 경우 을은 서면으로 일방적인 계약 해지를 통지할 수 있다. 계약 해지 결정은 갑에게 통지된 때 효력이 발생한다.

가. 을에게 본 계약서에 명시된 운영시스템 전반을 제공하지 않은 경우

나. 본 계약을 체결하기 전과 프랜차이즈 과정 중 본 계약서에 명시된 관련 자료를 공개하지 않았거나 고의로 허위 정보를 제공한 경우

다. 가맹점 개업 전 및 사업 과정 중 본 계약서에 명시된 교육, 기술지도 의무를 이행하지 않았을 경우

라. 상표, 혹은 기타 프랜차이즈 영업표지의 소유권이나 사용권을 상실한 경우

마. 제품품질 문제로 불만접수가 폭주하고 언론매체에 공개되어 브랜드 이미지와 가치, 기업 신용도에 심각한 타격을 입었을 경우

바. 을에게 전용 판매품과 프랜차이즈 품질을 보호하기 위한 물품 이외의 다른 물품을 공급 받도록 강요한 경우

사. 프랜차이즈 제품의 배송이나 설비 보수가 여러 차례 연속 늦어지거나 프랜차이즈 제품 배송이나 설비 보수의 지연으로 을이 중대한 손실을 입은 경우

아. 생산 혹은 판매한 프랜차이즈 제품에 결함이 있거나 심각한 품질문제가 있어 품질감독부처에서 처벌을 받은 경우

자. 형사범죄로 고발된 경우

제41조 을이 아래 조항에 해당하는 행위를 할 경우 갑은 서면으로 시정할 것을 요구할 수 있다. 을은 통지를 받은 뒤 일 이내에 시정해야 하며, 시일이 지났음에도 시정하지 않을 경우 갑은 서면으로 일방적인 계약 해지를 통지할 수 있다. 계약 해지 결정은 을에게 통지된 때 효력이 발생한다.

가. 본 계약서에 명시된 기한이 넘도록 개업 여건을 갖추지 않았거나 개업하지 않은 경우

나. 관련 비용을 본 계약서대로 지불하지 않은 경우

다. 갑의 사전 서면동의 없이 비(非)프랜차이즈 제품이나 서비스를 임의로 판매 혹은 제공한 경우

라. 갑이 마련한 초기, 혹은 후속 교육 참가를 거절한 경우

마. 관리 및 서비스 문제로 불만접수가 폭주하고 주요 언론매체에서 비난을 받음으로써 프랜차이즈시스템의 명예를 심각하게 손상시킨 경우

바. 갑의 사전 서면동의 없이 본 계약의 전부, 혹은 일부를 임의로 양도한 경우

사. 영업 기밀을 침해(누설을 포함하되 이에 국한되지 않음)한 경우

아. 불완전하거나 잘못된, 혹은 오도 가능한 정보를 고의로 갑에게 진술한 경우

자. 형사 범죄로 고발된 경우

제11장 계약 종료 후 쌍방의 권리와 의무

제42조 본 계약이 종료되면 을은 상표, 프랜차이즈 영업표지 및 프랜차이즈 시스템과 관련된 모든 표식 사용을 즉시 중지해야 한다.

제43조 을은 본 계약이 종료된 날로부터 ___일 이내에 문건 및 그 복사본, 모든 복제품 등 본 계약 이행을 위해 갑이 제공한 모든 물품을 반환해야 한다.

제44조 갑이 수령한 것 이외에 을은 갑의 요구에 따라 영업장의 모든 프랜차이즈시

시스템에 사용한 내외디자인, 비품, 장식, 색깔 배치, 구조, 가구, 설비를 대체하거나 앞에 서술한 용품에 부착된 상표, 영업표지 및 기타 프랜차이즈시스템과 관련된 모든 표식을 제거해야 한다.

제45조 을은 본 계약이 종료된 날로부터 --일 이내에 본 계약서에 명시된 모든 의무 비용을 갑에게 지불해야 한다.

제12장 불가항력

제46조 어느 일방이 불가항력이며 자신의 과실이 아님에도 일부 손실을 가져오거나 본 계약서의 의무를 이행할 수 없을 경우에는 위약으로 보지 않지만, 최대한 필요한 보상방법을 함으로써 불가항력으로 인한 손실을 줄여야 한다.

제47조 불가항력을 겪게 된 일방은 최대한 빨리 사건의 정황을 서면으로 상대방에게 알려야 하며 사건이 발생한 뒤 합리적 시간 안에 본 계약의 이행불능, 혹은 부분 이행 불능 및 이행 연기의 필요성에 관한 증명서류를 제출해야 한다.

제13장 기타 약정

제48조 본 계약서의 일부 조항이 무효라 해도 기타 조항 및 본 계약서의 효력에 영향을 미치지 않는다.

제49조 연락처 및 전달방법

계약자 일방은 본 계약서 규정대로 상대방에게 문서, 답변을 보내거나 기타 모든 연락을 취할 경우 반드시 서면형식을 취해야 한다. 또한 등기우편 혹은 직접 송달의 방식으로 본 계약서에 명시된 상대방 주소 혹은 상대가 본 조항의 방식으로 변경 통지한 주소로 보내야 한다. 등기우편인 경우 발송한 뒤(우편소인 기준) 제7일을 상대방에게 전달된 날로 간주하고, 직접송달의 경우에는 상대가 수령한 때를 송달된 날로 간주한다. 쌍방은 본 계약서 및 약정 처리에 관련된 문건을 아래의 연락방식을 통해 상대방에게 전달하기로 동의하며 갑을의 연락처는 다음과 같다.

갑		을	
팩스		팩스	

제50조 본 계약서는 중화인민공화국 법률, 법규, 규정의 적용을 받는다.

제51조 본 계약의 존재, 효력, 이행, 해석, 종료와 관련된 분규가 발생할 경우 갑을 쌍방은 협상을 통해 해결한다. 협상이 이루어지지 않을 경우에는 아래의 한 방식을 선택해 해결한다.

- 가. 관할권을 가진 인민법원에 기소한다.
- 나. 중재위원회에 중재를 신청한다.

제52조 본 계약서의 첨부, 부계약서(있을 경우), <사업매뉴얼>은 본 계약서와 분할할 수 없는 구성부분이므로 본 계약서와 동등한 법적 효력을 가진다.

제53조 본 계약서는 쌍방이 날인한 뒤 효력이 발생되며, 2부를 작성해 각기 1부씩 보관하며 둘 다 동등한 법적 효력을 지닌다.

<첨부1>

보충 조항

(붙이는 곳) (접어서 날인하는 곳)

<첨부2>

<프랜차이즈 지역 부도(附圖)>

(붙이는 곳) (접어서 날인하는 곳)

<첨부3>

갑 <기업법인 영업면허> 사본

(붙이는 곳) (접어서 날인하는 곳)

<첨부4>

을 <기업법인 영업면허> 사본

(붙이는 곳) (접어서 날인하는 곳)

<첨부5>

갑 <상표등록증> 사본

(붙이는 곳) (접어서 날인하는 곳)

<첨부6>

갑 <특허증> 혹은 기타 권리증명서 사본

(붙이는 곳) (접어서 날인하는 곳)

< TIP >

- 상기 '프랜차이즈 계약서(표준양식)'의 중국어본은 kotra 프랜차이즈 해외진출 가이드(중국편)에 수록 됨

(2) 국제가맹 계약서 샘플 B

회사 소재지 :

회사 대표 :

이하 '가맹본부' :

회사 소재지 :

회사 대표 :

이하 '가맹희망자' :

제1장 서문

계약자 쌍방은 아래의 사항에 동의한다.

제1조 목적

가맹본부는 가맹희망자에게 프랜차이즈를 통해 아래 제품(서비스)을 상품화해 사업(제조)할 수 있는 권리를 부여하거나, 혹은 본 계약조항에 의거해 건축물 안과 제4조에 명시된 지역에서 프랜차이즈협정을 집행한다.

제2조 가맹희망자의 법적 지위

2.1. 가맹희망자는 자신의 명의로 자기 비용으로, 독립된 상인으로서 활동할 수 있다. 따라서 모든 상인과 동일한 법률 조건을 충족시켜야 하며, 특히 자격과 관련된 법규 및 사회적, 재무적, 상업적 요건을 충족시켜야 한다. 독립된 상인으로서 가맹희망자는 모든 위험부담을 스스로 부담해야 하고 모든 이익을 취할 수 있다.

2.2. 가맹희망자는 가맹본부의 대리인, 매매대표가 아니며 고용인이나 동업자도 아니다. 가맹희망자는 가맹본부의 중개대리인이 아니므로 가맹본부의 명의로 계약하여 제3자에 대한 어떠한 책임이나 비용 부담, 의무 이행을 가맹희망자에게 전가할 수 없다.

제3조 권리 부여

가맹희망자가 정상적인 사업을 벌일 수 있도록 가맹본부는 가맹희망자에게 다음 조항의 권리를 부여한다.

가. ____로 대표되는(묘사 첨부) 스타일을 사용할 권리, _____의거해 등록된 제품(서비스)의 상표를 사용할 권리(____특허로 등록된 제조기술을 사용할 권리)

나. _____명칭 표지를 사용할 권리

다. 본 계약서의 첨부문건에서 규정한 전문기술을 열람 및 사용할 권리

라. 도입 및 사업 과정에서 가맹희망자가 기술, 상업, 법률, 사업수익상의 협력을 받을 수 있는 권리, 제5장과 제6장에 규정 명시

마. 가맹본부가 제조한 (지정한 공급업체가 공급한) 제품을 판매, 사용할 권리

제4조 지역

가맹희망자에게 부여된 프랜차이즈 권리는 본 계약서 첨부3에 명시된 소재지와 건축물에서만 행사될 수 있다. 가맹희망자는 가맹본부의 사전 서면동의 없이 건축물의 주소를 변경할 수 없다.

제5조 독점성

5.1. 본 계약기간 동안 제4조의 소재지에 대해 가맹본부는 다음을 약속한다.

가. 본 프랜차이즈의 전체, 혹은 일부 권한을 제3자에게 부여하지 않는다.

나. 전체적, 혹은 부분적으로 프랜차이즈에 직접 종사하지 않으며 유사한 방법으로 본 프랜차이즈 범주에 속하는 제품(서비스)을 판매하지 않는다.

다. 전체적 혹은 부분적으로 본 프랜차이즈 범주에 속하는 제품(서비스)을 제3자에게 공급하지 않는다. 법률적 혹은 사실적으로 가맹본부를 규제하거나, 가맹본부의 규제를 받거나 그와 공동으로 규제를 받는 개인 또는 회사는 모두 제3자로 간주한다.

5.2 본 계약기간 동안 가맹본부는 제1조에 명시된 건축물에서 독자적으로 프랜차이즈

즈를 해야 하며, 제4조의 규정 지역을 벗어난 지역에서 프랜차이즈 범주에 속하는 제품(서비스)으로 고객을 모을 수 없다.

제6조 기한

본 계약은 체결한 날부터 발효되며 기한은 ___년이다.

본 계약은 가맹본부 혹은 가맹희망자가 첫 시한, 혹은 각 연장 시한이 만료되기 최소 ___달 전에 통지하지 않을 경우 연속 ___년 간 자동연장된다. 등기우편 혹은 기타 서면 송달 방식을 통해 통지 수령일을 정확히 확정할 수 있다(이 날짜로 통지기간을 계산할 수 있다). 본 계약서는 사인한 날부터 발효되며, 기간을 확정하지 않을 수 있다. 각 계약 당사자는 계약을 종료할 것이라고 ___월에 통지하지 않고, 등기우편 혹은 기타 서면 송달 방식으로 통지 수령 일을 대신 확정할 수 있다(이 날짜는 본 통지기간의 첫날이 된다)

제2장 총 칙

제7조 선의

계약자는 본 계약을 선의로 해석하고 이행해야 한다. 특히 최선을 다해야 하며, 쌍방 모두 신중하고 충실하며 협조적으로 임해야 한다.

계약자 쌍방은 계약 범주 내에서 양 측의 관계가 협력관계임에 동의한다. 상기 조항은 실질적인 책임으로 연결된다.

제8조 국가 법률 준수

가맹희망자는 관련 법률을 준수하며 필요한 권한을 갖고 있어야 한다.

제9조 가맹본부의 품질 기준

가맹희망자는 제1조에 명시된 제품(서비스)을 판매(제조)할 때 가맹본부 네트워크상의 상표 이미지 조건에 완전히 부합시켜야 한다. 이를 위해 가맹희망자는 특별히 아래 규정을 준수해야 한다.

9.1. 건축물

9.1.1. 가맹희망자는 비품과 건축물 장식 및 제품(서비스) 외관에서 본 계약서 첨부4 가맹본부 규격에서 규정된 조건을 철저히 준수해야 한다. 늦어도 계약체결일까지 가맹본부는 대략적인 인테리어 비용을 가맹희망자에게 추산해주어야 한다. 이 대략적인 예산비용은 가맹희망자가 부담한다. 본 계약이 이행되는 동안 보충 설치, 개조 등으로 상기 규정에 중대한 변화가 있을 경우 가맹본부가 모든 비용을 책임진다.

9.1.2. 가맹희망자는 본 계약서 첨부4 가맹본부 지시를 준수하는 동시에 비용을 자체적으로 부담하고 건축물을 완전하게 유지, 보수해야 한다.

9.2. 권리 부여

9.2.1. 가맹희망자는 명시된 조항에 따라, 또 그 범위 내에서 제3조에 규정된 산업 및 지적재산권을 사용해야 한다. 가맹희망자는 제1조에 명시된 제품(서비스)을 판매하는 것 이외에는 별도의 목적을 위해 이러한 권리를 사용할 수 없다. 또한 본 계약이 종료된 뒤에는 어떠한 이유로도 이러한 권리를 사용할 수 없다.

9.2.2. 가맹희망자는 자체적으로 비용을 부담해야 하며, 가맹본부가 가맹희망자의 사용을 승인한 점포 표지를 포함해 프랜차이즈임을 밝히는 표지를 건축물 내외에 부착해야 한다. 가맹본부로부터 사전 서면동의를 받지 않은 경우, 가맹희망자는 제2항의 적용에 관계없이 기타 분명한 구성요소를 부착할 수 없다. 비용은 가맹희망자가 부담하며 보험비, 유지보수비, 관련 세금(있을 경우)도 가맹희망자가 부담한다.

9.2.3. 가맹희망자는 모든 통신, 영수증 및 그 활동 중에 활용되는 비즈니스와 광고 문건에서, 또한 상업적 물건과 건축물에서 '____' 명칭을 사용해야 한다. 사업계약자는 또한 자신의 회사명칭 및 기타 법적 신분을 표시할 수 있지만 가맹본부와 가맹희망자 사이에 혼동이 발생해서는 안 된다. 가맹희망자의 신분은 가맹본부의 명칭, 표기 혹은 표지의 이미지를 손상시킬 수 없다.

9.3. 고객 이미지

네트워크 상호와 상표에 대한 고객 이미지를 존중하기 위해 가맹희망자는

가. 프랜차이즈 활동에 적용되는 비즈니스 습관에 따라 프랜차이즈를 진행해야 한다.

나. 제26.1조 규정에 영향을 주지 않는 한도에서 제1조에 명시된 제품의 재고량을 충분히 확보함으로써 고객의 수요를 즉시 만족시켜야 한다.

다. 수적, 질적으로 직원을 충분히 고용하며, 직원들의 용모 및 고객과의 관계가 가맹본부의 기준에 부합해야 한다. 그 기준은 본 계약서 첨부2인 매뉴얼에 명시되어 있다.

라. 물품(서비스) 공급업체에 대한 약속을 철저히 성실히 준수해야 한다. 특히 규정된 시간 내에 공급자에게 관련 비용을 지불해야 한다.

마. 제11조 규정에 영향을 주지 않는 한도에서 네트워크 상호 이미지를 손상시킬 수 있는 어떠한 제품(서비스)도 판매해서는 안 된다.

바. 자체 제정한 광고계약은 사전에 가맹본부에게 서면동의를 구해야 한다. 동의는 광고의 성격에 국한되며 광고가격 등 판매조건은 포함되지 않는다.

사. 본 계약서 첨부2에 규정된 품질표준에 부합되지 않는 물품(서비스)을 공급했을 경우 즉시 교환하거나 보상해야 한다.

아. 가맹희망자는 고객의 불만에 정확하고 성실하게 응해야 한다.

9.4. 비즈니스 방식

9.4.1. 제5장과 제6장에 명시된 기술, 비즈니스, 관리의 각도에서 가맹희망자는 가맹본부가 확립한 비즈니스 방식을 적용해야 한다. 가맹희망자는 제1조에 명시된 제품(서비스)을 판매하기 위한 목적 이외에는 어떠한 목적을 위해서도 이러한 방식을 사용할 수 없으며, 본 계약이 종료된 뒤에도 사용할 수 없다.

9.4.2. 네트워크상의 공동 신분과 명예를 보호하기 위해, 가맹희망자는 제9.4.1조의 범주를 벗어나 발생할 수 있는 모든 문제에 대해 가맹본부의 도움과 제안을 요청할 수 있다.

9.4.3. 가맹희망자는 제16.3조에 규정된 조건에 따라 광고 및 판촉활동을 벌여야 한다.

9.5. 감사 절차

9.5.1. 가맹본부는 매 분기 차례씩, 정상적인 영업일과 업무시간 내에 가맹본부 건물에 충분히 도착하도록 최소 48시간 전에 서면으로 감사를 통지(선정일)한다. 이로써 가맹본부는 가맹희망자가 본 계약서 각항의 조건에 부합하는지 확보할 수 있다. 이에, 가맹본부의 요구와 전문가(회사 회계감사, 변호사 등)의 협조 속에 가맹희망자의 상황에 대해 재무, 법률 심사를 진행할 수 있다. 본 비용은 가맹본부가 부담해야 한다.

가맹희망자는 가맹본부(혹은 기타 권한을 부여 받은 자)가 제시한 문제에 답하거나 자발적으로 유용한 자료를 제출할 때 완전하고 충실하게 가맹본부에게 협력해야 한다.

9.5.2. 가맹희망자는 기업 비즈니스, 재무, 기술 상황과 관련해 요구받은 자료 전부를 최대한 빨리 가맹본부에게 제공해야 한다. 매 ___(년, 분기등등)마다 가맹희망자는 가맹본부에게 아래 문건을 제출해야 한다. 그 밖의 자료의 경우, 가맹희망자는 매 달 마지막 날에 가맹본부에게 회계문건을 제출해 가맹본부가 제14조에 규정된 정기비용을 확정하도록 한다.

제10조 가맹본부 보호 권리

10.1. 가맹희망자는 상표의 침해나 남용, 상업명칭이나 기타 약칭 및 모든 권리 침해 행위나 부정당한 경쟁 상황을 즉시 가맹본부에게 통지할 의무가 있다.

10.2. 가맹희망자는 소송에서 성공적 결과를 얻도록 법률절차와 관련해 필요한 도움을 가맹본부에게 제공해야 한다. 이러한 도움에서 발생하는 비용은 가맹희망자(혹은 가맹본부)가 부담한다. 사전에 서면통지 후 가맹희망자는 법률적으로 할 수 있는 한 모든 유용한 법률적 절차를 밟아 가맹본부의 권리를 확인시켜야 한다. 소송 절차에 관련된 비용은 가맹본부(혹은 가맹희망자)가 부담한다.

<회계재무재표>

.....

제11조 경쟁 불허

11.1. 가맹희망자는 본 계약서 제4조에 규정된 지역에서 다음과 같은 행위를 할 수 없다.

가. 직접 혹은 간접적으로, 독립적 혹은 고용자로서 자기 자신 혹은 제3자의 명의로 유사한 사업활동을 벌이며 본 계약서 조항의 제품을 판매한다(서비스를 제공한

다).

나. 경쟁사에 금융적 지원을 하거나 투자하며, 이와 같은 지원이나 투자로 회사의 경제활동에 영향을 미친다.

가맹희망자가 11.1조에 규정된 의무를 준수하지 않을 경우, 법에 의거해 계약 배상금 ____을 지불해야 하며, 어떠한 사전 통지도 필요 없다.

11.2. 만일 가맹희망자가 비경쟁 회사를 열기로 결정한다면 반드시 사전에 가맹본부에게 서면으로 통지해야 한다.

11.3. 본 계약이 어떤 이유로 종료되든 제1조 내용은 1년 간 계속 적용된다.

제12조 기밀

12.1. 가맹희망자는 가맹희망자와의 관계에서 얻은 모든 정보를, 정보의 형식과 목적에 상관없이 모두 기밀로 간주해야 한다. 그러나 다음의 경우 기밀정보로 적용되지 않는다.

가. 본 계약이 체결된 날 이미 모두에게 알려진 정보 혹은 가맹희망자가 의무를 다하지 않은 게 아님에도 공개된 정보로 가맹본부가 가맹희망자에게 정보를 전달한 날 혹은 그 전부터 이 정보를 가지고 있었고, 본인이 이미 갖고 있던 정보임을 증명할 수 있을 경우

나. 공개할 권리를 지닌 제3자가 가맹희망자에게 알려준 정보

12.2. 가맹희망자는 가맹본부에게서 얻은 기밀정보를 직접적 혹은 간접적으로 제3자에게도 전달할 수 없지만, 직원이나 기타 다른 사람이 본 계약의무를 이행하는 데 필요한 정보인 경우는 제외한다.

12.3. 가맹희망자는 그 자신이나 부하 직원들, 본 계약의무를 이행하는 다른 사람이 본 계약 규정의 사용범위를 벗어나는 곳에서 기밀정보를 사용하지 못하도록 해야 한다.

12.4. 법률적 혹은 실질적으로 가맹희망자를 규제하거나, 가맹희망자의 단독 혹은 공동 규제를 받는 개인 혹은 회사는 모두 본 계약 의무를 이행하는 사람으로 간주한다.

12.5. 본 계약을 이행하는 직원은 상기 12.2조에 따라 정보를 모을 때 본 계약의 존재와 여기에 명시된 정보의 기밀사항을 인식하고 있어야 한다. 가맹희망자는 본 계약 의무를 이행하는 직원이 정보를 얻기에 앞서 기밀정보의 비밀성과 사용금지 의무를 본 계약서에 규정된 의무처럼 준수하도록 해야 한다. 그들의 고용계약에는 다음과 같은 조항이 포함되어 있어야 한다. 기밀유지 규정을 어겼을 경우 가맹본부는 직원 혹은 기타 관련자에게 직접 행동을 취할 수 있다. 어떠한 상황에서도 가맹희망자는 그 직원이 누설 혹은 사용한 기밀정보에 전적인 책임을 져야 한다(심지어 그들의 고용계약이 종료된 뒤나 직원이 이직한 이후에도).

12.6. 기밀정보가 공개되지 않았다면, 가맹희망자는 기밀정보를 누설, 혹은 사용할 수 없다. 기타 다른 목적의 계약 유효기간 및 종료 후에도 마찬가지이며, 종료 원인이 무엇이든 상관없다. 본 조항은 또한 제28조에 명시된 양도 상황에서도 적용된다.

제3장 로열티(프랜차이즈 사용료)/가격

제13조 초기 비용

가맹희망자로서의 신분과 가입 권리를 얻기 위해 가맹희망자는 가맹본부에게 ---상당의 로열티를 지불해야 한다. 로열티는 본 계약서에 사인할 때 수표로 지불한다. 한 번에 모두 지불하는 이 금액에는 가맹본부가 프랜차이즈(협조, 교육 등)을 진행하기 위해 가맹희망자에게 부여하는 모든 혜택이 포함되며, 제1조에 명시된 제품(서비스)의 공급 비용과 제9.1.1조에 명시된 가맹희망자의 비용은 포함되지 않는다.

제14조 분할 납부

14.1. 본 계약에서 받은 혜택의 대가로 가맹희망자는 매 달(혹은 매 분기)지난 달 거래액의 ___%을 가맹본부에게 지불해야 하며, 거래액은 상품 인도와 대금 지불 여부에 상관없이 가맹희망자가 고객에게 지급한 명세서 총액으로 계산한다. 명세서 금액인 실제 가격(현금 할인 이외의 모든 할인을 이미 공제한)은 모든 부가비용(예를 들어 포장, 운송, 보험 등)과 수입관세, 혹은 기타 세금을 포함한다. 이러한 비용이나 관세, 혹은 기타 세금은 영수증에 별도 표기된다. 거래액은 가맹본부가 가맹희망자에게 지급한 명세서 금액으로, 상품 인도와 대금 지불 여부에 상관없이 수입관세와 기타 세금이 포함 되지 않는다.

14.2. 가맹본부는 제9.5.2조에 따라 가맹희망자에게서 얻은 정보를 기반으로 매월(분기) 말 --일내에 상응하는 영수증을 발급해야 한다. 가맹본부가 발급한 영수증에 적힌 특정 화폐와 동일한 화폐로 지불해야 하며, 영수증 발급일의 가장 높은 환율로 계산한다. 가맹본부 본부는 ___가 지불 업무를 처리한다.

14.3. 6개월 기한(년)의 모든 로열티 총액은 ___위안보다 적어서는 안된다. 이 최저 금액은 본 계약서를 체결한지 1년이 될 때마다 아래 지수에 따라 조정되며 사전 통지할 필요가 없다. 필요한 경우 가맹본부는 6개월마다 고정된 형식의 영수증을 발급하고 제14.2조에 따라 지급한다.

14.4. 지급하지 못하는 상황이 생길 경우, 채무 금액에 대해 매월 가산이자를 지급해야 하며, 사전에 서면 통지할 필요 없다.

14.5. 가맹희망자는 가맹본부가 지정한 은행인 _____(국제적 공신력을 지닌 은행)에서 가맹희망자가 본 계약 규정에 따라 의무 지급할 전체 금액에 대한 공동책임담보를 받아야 하며 그 상한금액은 ___이다. 본 계약이 체결된 뒤 늦어도 일내에 가맹희망자는 가맹본부에게 은행 증빙서류를 제출해야 한다.

제4장 브랜드와 상표(특허)

제15조 독자(비독자) 사용권

가맹본부는 본 계약서 제3조 규정과 제4조 지역에 관한 규정에 따라 가맹희망자에게 브랜드와 상표(특허)를 사용할 수 있는 독자적 권리(비독자적 권리)를 부여한다. 단, 이 사용권은 제1조에 규정된 제품(서비스) 판매에 국한된다.

제16조 가맹본부의 의무

16.1. 가맹본부는 다음을 보증한다.

가. 제3조에 명시된 브랜드와 상표는 본 계약서 첨부5의 등기에 관한 규정에 따라 지정된 지역 내에서 합법적으로 등록되어 있으며, 이 등기는 프랜차이즈 보유비를 제때 지불하고 지속적으로 등록하는 한 계속 유효하다.

나. 가맹본부는 브랜드, 상표의 소유자(사용권 보유)로 가맹희망자에게 사용권을 부여할 권리를 지니고 있다.

다. 가맹희망자가 이러한 권리를 사용함에 있어, 본 계약에 규정된 지역 내에서는 어떠한 제3자의 권리도 침해하지 않는다.

라. 계약 체결 시 브랜드나 상표 소유권에 관련된 행동에 제3자의 불만이나 주장이 없으며 앞으로도 예상되는 행위가 없다.

16.2. 가맹본부는 본 계약 기간과 프랜차이즈 종료 전에 일시적으로 아래를 빌려줌에 동의한다.

가. 브랜드나 상표 간판 혹은 표지는 크기로 사용하고, 첨부4에 규정된 조항에 따라 사무동 바깥에 브랜드 혹은 상표의 내부 명의를 잘 보이게 세워둔다.

16.3. 가맹본부는 국내외에 브랜드나 상표를 선전해야 한다.

가맹본부는 가맹희망자가 이 광고에서 소득을 얻도록, 특히 가맹희망자 업무가 인정받도록 최선을 다해야 한다. 가맹본부는 가맹희망자에게 매년 1회씩 광고기획 및 광고활동을 제공해주어야 하며, 가맹희망자에게 필요한 건의나 의견을 제시하도록 함으로써 광고활동의 효과를 높여야 한다.

광고활동이 시작될 때마다 가맹본부는 가맹희망자에게 필요한 자료를(간판, 소책자, 기념품, 플래카드, 카탈로그, 샘플 등) 최대한 빨리 제공해야 하며 비용은 모두 가맹본부에 부담한다.

제17조 가맹희망자의 의무

가맹희망자는 본 계약서 제9.3조에 규정된 지역 내에서 브랜드와 상표를 선전해야 하며 매년 예산 가운데 최소 ____위안을 이 의무이행에 사용해야 한다.

제18조 협조

쌍방은 브랜드와 상표의 대중 지명도를 제고하기 위해 서로 협의하고 협력하는 데 동의한다.

제5장 전문기술(기술노하우)

제19조 비독자적 사용권

본 계약서 첨부2의 규정에 따라 가맹본부는 가맹희망자에게 관련기술을 습득하고

사용할 권리를 부여한다.

제20조 가맹본부의 의무

20.1. 가맹본부는 가맹희망자의 초기, 후속 교육을 보증한다.

가. 모든 활동이 시작되기 전에 가맹본부는 가맹희망자 및 그 직원을 교육시켜 각 조항 및 네트워크상의 기술, 금융, 상업 및 관리 절차를 숙지토록 한다. 교육은 총 ___일이며 가맹본부가 날짜와 장소를 통지한다. 교육 구성비용은 가맹본부가 부담하지만 출장비와 숙식비는 가맹희망자가 부담한다.

나. 본 프랜차이즈의 유효기간 동안 가맹본부는 연도를 기준으로 월에 한 번씩 ___일짜리 교육 세미나를 열어야 하며, 가맹희망자와 관련 직원들을 참가시킨다. 세미나는 가맹본부가 결정한 날짜와 장소에서 진행된다. 이러한 교육을 구성하는 비용은 가맹본부가 부담하지만 출장비와 숙식비는 가맹희망자가 부담한다.

다. 가맹본부는 가맹희망자가 요구하고 가맹희망자가 비용을 부담할 경우 프로젝트 연구반을 구성하며 날짜와 장소는 가맹희망자가 정한다.

20.2. 초기교육 기간 내에 가맹본부는 가맹희망자에게 문건 전체 및 가맹본부가 필요하다고 여기는 기타 교육 자료를 제공해야 한다.

가맹희망자는 성실하게 이러한 자료와 문건을 사용해야 한다.

프랜차이즈 계약기간 동안 최소한 매달 ___차례(매 분기) 가맹본부는 가맹희망자에게 다양한 문제점을 해설해야 하며, 이때 비용은 가맹본부가 부담한다. 이로써 모종의 문제점들을 분명하게 해설하고, 가맹본부와 기타 가맹희망자의 경험을 소개할 수 있다. 가맹희망자는 상술한 해설 혹은 경험담의 편집에 참여할 수 있다.

20.3. 가맹본부가 시행 방법을 바꾸기로 결정했다면 즉시 서면으로 가맹희망자에게 통지해야 한다.

가맹본부는 늘, 매년 ___차례 이상 가맹희망자에게 ___매뉴얼의 모든 수정사항을 전달하고 새로운 판본의 매뉴얼을 제공함으로써 가맹희망자가 항상 최신 판본의 매뉴얼을 지니고 있도록 해야 한다. 이때 비용은 모두 가맹본부가 부담한다.

제21조 가맹희망자의 의무

21.1. 가맹희망자는 제20.1조 및 제20.2조 규정에 따라 가맹본부에게서 얻은 전문기술 및 제20.3조의 혁신사항을 한층 더 발전시켜야 한다.

21.2. 가맹희망자 및 그 직원은 제20조 조항에 따라 마련된 필수 초기교육에 참여해야 한다.

21.3. 가맹희망자는 네트워크를 개선시킬 수 있는 모든 아이디어와 프랜차이즈를 벌이면서 얻은 경험을 가맹본부에게 제공해야 한다. 가맹희망자는 프랜차이즈 네트워크의 이익을 위해 전문기술의 사용상황을 가맹본부에게 제공해야 한다. 제12조 조항은 필연적인 변동사항까지 포함하며 이는 모두 가맹본부에게 적용된다. 가맹본부는 가맹희망자에게 기술을 제공할 때 이러한 정보가 비밀임을 통지하고 가맹희망자는 기밀보호와 정보의 비사용 의무를 준수하도록 해야 한다. 가맹본부는 또한 기밀 계약에 위배되는 일이 발생했을 경우 가맹본부가 직접적인 행동을 취할 수 있음을

보증 받는다.

제6장 협조

제22조 협조

가맹본부는 아래 조항에 따라 가맹희망자에게 제2조에서 규정한 비즈니스, 법률, 관리 및 기술 협력을 제공해야 한다.

제23조 가맹본부의 의무

23.1. 가맹본부는 모든 프랜차이즈가 시작되기 전에 가맹희망자에게 아래의 서비스를 제공하기로 동의한다.

가. 프랜차이즈를 시작하기 전 시장분석

나. 가맹희망자에게 구조, 매장 인테리어, 제품(서비스) 전시 표준 등이 포함된 설명서와 업무 전개를 위해 갖추어야 할 목록을 제공하고 가맹희망자에게 인테리어 직원 한 명을 파견해 그 배치를 진행한다.

다. 가맹희망자에게 표준 인테리어 조항을 제공하고 가맹희망자가 변경 가능한 부분에 대해 제안한다.

라. 가맹희망자에게 최저 예산의 매장 개업광고를 제공해주고, 프랜차이즈를 전개하기 위해 진행하는 가맹희망자의 모든 광고 선전 활동에 대해 의견을 제시한다.

23.2. 본 계약서의 목적을 달성하기 위해 가맹본부는 다음의 의무가 있다.

가. 가맹희망자의 사업, 법률, 기술, 관리 방면에 관한 모든 요구사항을 만족시킨다.

나. 가맹희망자의 요구가 있을 경우 다른 가맹희망자들이 그 이전 해에 거둔 결과 및 그 예상판매에 관한 모든 자료를 제공한다.

다. 최소 1년마다(2년마다) 한 번씩 시장조사를 한다.

라. 가맹희망자의 요구가 있을 경우, 1년 동안 최대 ___일 간 자비로 프랜차이즈 활동 책임자를 파견해 가맹희망자에게 필요한 협력을 제공한다.

제7장 제품 공급

제24조 공급의 의무

프랜차이즈의 목적을 위해 가맹본부는 아래 조항에 따라 가맹희망자에게 제1조에 명시된 제품을 제공해야 한다.

제25조 가맹본부의 의무

25.1. 가맹본부는 주문서를 받은 뒤 최대 ___일 이내에 가맹희망자의 제품 주문을 실현해야 한다.

25.2. 제1조에 명시된 물품은 아래의 구속을 받는다.

가. 판매조항(명확히 적용되는 무역용어통칙)의 내용과 본 계약서<첨부6> 추가안은 국제상업회의소의 정의와 해석을 따른다.

나. 가맹본부의 일반적인 판매조항 내용은 <첨부7>을 참고하지만 상기 조항 및 본 계약서 약정에 위배되어서는 안 된다.

제26조 가맹희망자의 의무

26.1. 가맹희망자는 가맹본부(혹은 특정 공급상)로부터 배타적으로 상품을 받아야 한다. 고객의 수요를 만족시키기 위해 가맹본부는 정가가 최소 ___위안 이상의(매1년마다, 이후 매년 14.1조에 규정된 연간 생산액의 ___%로 계산) 재고를 확보, 유지해야 한다. 이 가치는 가맹희망자의 구매품 총가치에서 부가가치세, 커미션 및 가맹본부가 부여한 할인을 공제한 뒤의 가치로 정한다.

26.2. 가맹희망자는 가맹본부로부터 제품을 구매해야 하며 그 최저총액은 아래와 같다.

제1년 _____ 위안

제2년 _____ 위안

이 수량은 가맹본부의 영수증을 참조해 확정하고 부가가치세는 포함시키지 않는다. 또한 모든 장려금, 커미션, 할인은 공제해야 한다.

26.3. 가맹희망자는 최소한 제14.1조에 규정된 제1년 연간 생산액의 ___%를 확보해야 하며 이후 매년 ___%씩 늘려야 한다(가맹희망자가 상응하는 연도에 최저 백분율을 초과할 경우 가맹희망자는 초과부분 ___%의 할인을 받을 수 있고, 이 할인은 가맹본부가 재무연도의 마지막날로부터 ___일내에 가맹희망자에게 지급해야 한다). 매년 쌍방은 다음 해의 판매목표를 결정하고 가맹희망자는 각종 가능한 수단을 활용하여 이 설정목표액을 달성해야 한다.

26.4. 가맹희망자는 늦어도 매 분기 마지막 업무일에 가맹본부에게 다음 3개월의 예상 주문서를 제공해야 한다. 가맹본부는 예상수량과 최소 30% 차이가 나는 주문의 경우 실현시킬 의무가 없으며 이로 인한 모든 손실에 책임을 지지 않는다.

26.5. 독립된 상인으로서 가맹희망자는 자유롭게 판매제품의 재매가격을 확정할 수 있다. 가맹희망자는 채택한 가격 및 관련 확정가격의 모든 변화(할인, 커미션 등)에 준비하도록 가맹본부에게 이를 통지해야 한다. 가맹본부는 가맹희망자에게 재매가격을 추천해야 한다. 가맹희망자가 이 추천을 따르지 않아도 위약이 되지 않는다. 그러나 시장정책과 광고 선전 측면의 조화를 위해, 가맹희망자는 협력의 정신에 입각해 최대한 이 추천을 존중해야 한다. 따라서 가맹희망자는 프랜차이즈 네트워크 이미지에 손상을 주는 커미션이나 할인을 주어서는 안 된다.

26.6. 가맹희망자는 자유롭게 제품의 재매조건을 결정할 수 있지만, 그 고객에게 본 계약서 첨부2 매뉴얼에 명시된 가맹본부의 담보를 제공해야만 한다.

26.7. 가맹희망자는 자체 비용으로 첨부8의 규정에 따라 첨부8 에 규정된 관련금액의 보험증서를 취득해야 한다. 본 계약서에 서명한 뒤 늦어도 ___일 이내에 가맹본부에게 보험증서 및 보험료를 납입했다는 증빙서류를 제출해야 한다. 가맹본부는 언제든지 보험료 지불증명서를 요구할 수 있다. 가맹희망자는 보험증서에 조항을 두

어 보험사가 가맹본부에게 미납 보험료 상황을 고지하도록 해야 한다.

제8장 계약의 양도와 하청업체

제27조 가맹본부의 양도와 하청업체

가맹본부는 본 계약서 중의 개별 혹은 모든 의무를 양도하거나 하청줄 수 있다. ___일 이내에 등기우편으로 양도 혹은 하청을 가맹희망자에게 통지해야 한다. 가맹희망자가 사전에 분명히 동의해야만 가맹본부는 가맹희망자와 통지일(등기우편의 도착 날짜를 고려해야 한다)에 존재하는 모든 의무를 연대 책임질 수 있다.

제28조 가맹희망자의 양도와 하청업체

28.1. 본 계약은 가맹희망자의 자체 상황을 고려한 뒤 체결된 것이므로 가맹본부의 사전 서면동의 없이 가맹희망자는 무료, 혹은 기타 방식으로 제3자에게 이 계약서에서 규정하는 전부 혹은 일부 권리와 의무를 양도 혹은 하청줄 수 없다.

제3자를 고려한다면, 제3자는 가맹희망자를 규제하거나 가맹희망자에게 공동으로 규제 받는 개인 혹은 회사가 되어야 마땅하다.

28.2. 가맹희망자는 가맹본부에게 후보자의 정확한 주소와 거래조건 및 가맹본부가 요구하는 보다 많은 정보를 제공해야만 한다. 가맹본부는 가맹희망자의 양도 요청을 받은 뒤 ___일 이내에 등기우편으로 결정사항을 가맹희망자에게 알려야 한다.

28.3. 본 계약의 성질 상, 거론된 후보자와 거래조건을 심의하는 모든 권한은 가맹본부에게 있다. 양도 제의 때 어떠한 방식으로든 후보자에게 자체 경비로 가맹희망자의 과거 혹은 앞으로의 모든 권리와 의무를 승계하라고 할 수 없다. 하청 제의 때에는 반드시 후보자에게 제12조에 명시된 기밀조항을 준수하도록 요구해야 한다.

28.4. 가맹본부가 양도를 동의할 경우 가맹희망자는 다음을 이행해야 한다.

가. 계약이 성립된 뒤 ___일 이내에 가맹본부에게 고정된 액수 ___위안을 지불해 가맹희망자가 교육 및 협력에 소요하는 비용을 보상한다.

나. 양도한 날부터 1년 동안 제4조에서 규정한 지역에서 제11조 경쟁 불가 조항을 준수한다.

다. 가맹본부가 양도에 대한 동의를 통지(수령일을 고려해야 한다)하기 전까지의 모든 의무에 대해 가맹희망자와 함께 연대 책임을 진다.

제9장 계약 종료

제29조 불가항력

29.1. 가맹본부와 가맹희망자가 통제할 수 없는 상황에 놓여 의무를 이행할 수 없을 경우 본 계약의 이행을 중지할 수 있다.

통제할 수 없는 상황이란 어느 일방이 책임질 수 없는 사건이 발생하고, 비즈니스 혹은 생산적 관점에서 당사자 일방이 의무를 이행할 수 없거나 그 사건으로 이행이

실현될 수 없는 경우를 의미한다. 이 사건이란 한쪽 당사자의 의무 이행능력에 직접적으로 영향을 미치는 것으로 전쟁, 자연재해, 정부행위, 사회소요(파업, 봉쇄 등)가 포함된다.

29.2. 불가항력 사건이 발생할 경우 불가항력을 인용한 당사자는 반드시 ___일 이내에 서면 형식으로, 필요한 경우에는 팩스나 전보의 방식으로 상대방 당사자에게 이 사건의 발생을 즉시 알려야 한다. 가맹본부와 가맹희망자 국가 간에 모든 통신방식이 영향을 받지 않는 이상 그러하며, 이러한 상황 하라면 가능한 한도에서 상대방 당사자에게 알려야 한다. 만일 상술한 기한 내에 하지 않는다면 본 조항에서 규정한 이익을 계속해서 취할 수 없을 것이다. 불가항력이라고 말한 당사자는 모든 필요한 방법을 취해 예견할 수 없는 사건으로 인해 발생할 수 있는 모든 손실을 줄여야 한다.

29.3. 예견할 수 없는 사건이 1달 이상 지속될 경우 상대방 당사자는 등기우편으로 일에 본 계약이 종료됨을 통지할 수 있으며 배상책임을 지지 않는다.

제30조 만기 전 종료

가맹본부 혹은 가맹희망자 어느 일방이 계약을 심각하게 위반한 경우 상대방 당사자는 등기우편으로, 어떠한 의무 통지도 없이 본 계약을 종료할 수 있다.

< TIP >

- 상기 '국제상업회의소(ICC) 중국국가위원회-프랜차이즈계약서'의 중국어본은 kotra 프랜차이즈 해외진출 가이드(중국편)에 수록 됨

4 현지 운영

가. 인사 및 노무 관련 규정

(1) 중국 노동 법률의 배경

- 최근 노동계약법의 시행은 외상투자기업의 경영환경에 많은 영향을 끼치고 있음
- 중국은 단기간 성과주의, 잦은 이직, 단기간의 계약 선호 등 자신만의 매우 독특한 노동 문화를 보유하고 있어, 한국 기업으로서는 숙련된 인재를 장기간 안정적으로 고용하는 것이 힘든 상황임
- 또한 일부 지역에서 발견되고 있는 최저임금제, 사회보험료 납부대상 등에서 법률과 현실의 괴리는 중국에서 진출한 한국 기업의 인사 노무 관리에 어려움을 더하고 있음
- 향후 중국 정부의 노동 정책은 기본적으로 중국 노동자의 권리를 지속적으로 향상시키는 기초를 유지할 것으로 보이며, 이에 따라 중국의 노동 관련 법규의 엄격한 집행으로 인한 인사, 노무 관련 비용의 향상은 거역할 수 없는 대세로 보임. 이런 상황에서 한국 기업들은 중국 노동관련 법규상 사용자에게 부여된 권리들(예 : 비밀유지 약정, 경업제한 약정, 연수 후 일정한 기간 동안 의무복무 기간 관련)에 대해서 명확하게 계약서를 작성하여 위약금 등의 필요한 조치를 강화할 필요가 있음
- 지방의 노동 관계 법령의 입법 및 시행과 관련하여 지방 노동관계법령은 각 지방 정부가 독자적인 규정을 정해서 시행하고 이러한 규정들이 다른 지역에 영향을 주는 현상이 반복되고 있기 때문에 지방의 노동 법규의 변화 추세에도 지속적인 관심을 가져야 함

(2) 노동관계와 고용관계의 차이

- 첫째로 고용관계는 피고용자가 고용주의 지시에 따라 일정한 노동을 제공하는 것으로 일정한 종속관계가 존재하는 반면, 노무관계는 양당사자가 동일한 지위에서 일방이 노무를 제공하는 관계임

예를 들어 집에 문이 잠겨 열쇠 수리공을 불렀다고 하면, 그 열쇠 수리공은 문을 열기 위한 장비들을 모두 자신의 소유의 것들로 가지고 와서, 집주인의 지시와 상관없이 자신의 능력과 장비로 문을 열게 되는데 이러한 경우는 고용관계가 아니고 노무관계가 성립한다 할 수 있음

노동관계는 노동법에 따라 그 주체가 단일하게 규정되어 있는데 일방은 노동자 개인이고, 다른 일방은 사용자임. 특히 노동법에 따라 중국에서 노동 관계가 적용되는 사용자는 중국 국내의 기업, 국가기관, 사업조직, 사회단체와 개인경제조직임 당사자를 지칭하는 호칭도 노동관계는 사용자와 노동자라고 표시하고, 고용관계는 고용주와 피고용자로 서로 차이가 있음, 고용관계는 그 주체에 특별한 제한이 없음

- 둘째는 국가의 관여 정도가 다름. 노동관계는 노동법에 따라 노동계약의 체결, 변경, 해제, 해지, 노동자의 보수, 사회보험, 노동 안전 위생 표준 등에 대해 엄격한 규정을 두고 있음. 반면에 고용관계는 일반적으로 국가의 간섭을 받지 않음
- 셋째로 적용법률이 다름. 노동관계에 대해서는 노동법, 노동계약법 등의 법률이 적용되지만, 고용관계에 대해서는 민법통칙, 계약법이 적용됨

(3) 중국의 노동계약법의 변화

(가) 노동법 시대 - 경제성장에 초점을 맞춘 친기업적 입법

- 1995년부터 시행된 노동법하에서 기업은 1-2년 기간의 계약직원으로 노동자를 고용하고 계약기간 만기 시에 경제보상금도 지급할 필요없이 자유롭게 고용종료가 가능했음
- 철저한 시장원리에 근거한 이러한 유연한 고용제도는 인건비 상승을 억제하고 노동력의 신진대사를 원활하게 함으로써 중국을 단기간에 "세계의 공장"으로 성장시킨 밑거름이 되었음

(나) 노동계약법 시대 - 사회안정에 초점을 맞춘 친노동적 입법

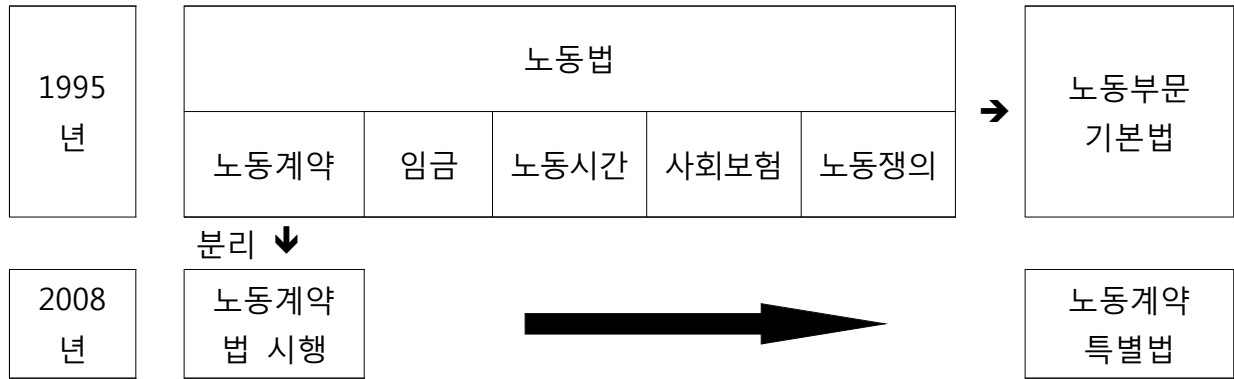
- 이러한 친기업적 노동정책은 2002년 후진타오-원자바오 정권의 등장인 2004년부터 "조화로운 사회건설" 이념이 제창되면서 반전의 계기를 맞게 됨
- 2008년 1월부터 시행된 노동계약법은 노사간 힘의 불균형을 법률로 조정하기 위해 노동자에 경사되어 제정된 친노동적인 법률이기 때문에 기업은 강자에서 약자의 위치로 바뀌었음

(다) 노동계약법 - 노동법의 "노동계약부분"에 관한 특별법

- 노동계약법은 노동법 중 노동계약부분만을 분리하여 특별법으로 제정한 것임 따라서 노동관계를 포괄적으로 규정한 종합성 법규인 노동법은 계속 존속되

며, 노동계약법의 등장으로 인해 노동계약에 관계되거나 노동계약법의 명문규정과 모순되는 이전의 노동법조항은 그 법적 효력이 정지됨

표 3-10 노동법 체계



[자료: (법령으로 보는) 중국 노무관리 실무가이드, 코트라]

(4) 위법 노동행위에 대한 처벌방식 변화

(가) 노동법 - 노동당국이 감독권 행사

- 노동계약법은 기업이 위법노동행위를 행할 때 높은 대가를 치르도록 처벌방식을 바꿈
- 이전 노동법하에서는 부당노동행위가 적발될 경우 노동당국은 개정명령, 행정처벌 또는 벌금 부과에 그침으로써 노동자의 이익과는 직접적인 연관이 없었음. 또한 지방 노동당국은 지방경제발전과 투자에 미치는 영향 등을 감안해 한 눈은 뜨고 한 눈은 감는 식의 느슨한 감독활동을 해 왔고, 이는 곧 노동법의 유명무실화를 초래했음

(나) 노동계약법 - 노동자에게 감독권 부여 및 이익취득 기회제공

- 신법은 노동법규의 엄격한 집행을 보장하기 위해 처벌에 따른 수혜가 직접 노동자에게 돌아가도록 규정함. 노동계약을 미체결할 경우 범칙금(월급의 2배)을 직접 노동자에게 지급하도록 하는 규정이 그 대표적인 사례임.
- 이는 사용자의 부당노동행위에 대한 노동자들의 감시활동이 확대되고, 사용자로서는 법규회피의 공간이 그만큼 좁아졌다는 것을 의미함

표 3-11 위법 노동행위 처벌방식 변경

사 용 자		노 동 자
<ul style="list-style-type: none"> ○ 서면 계약 미체결 ○ 위법해고 ○ 법정 시험채용기간 초과 ○ 위법 행위 	1개월 초과시부터→2배 임금 ▶	<ul style="list-style-type: none"> ○ 위법행위 제소 시 →사용자로부터 직접 보상금, 배상금 취득
	경제보상금×2배 ▶	
	사용시간 초과→임금 2배 ▶	
	사직 통고→경제보상금 ▶	

[자료: (법령으로 보는) 중국 노무관리 실무가이드, 코트라]

(5) 新노동쟁의 중재법의 등장

(가) 노동쟁의 조정중재법 - 노동분쟁 분출의 기폭제

노동계약법의 집행을 뒷받침하기 위해 전면 개정된 “노동쟁의조정중재법”은 2008년 5월부터 시행되었음. 新法은 중재비용을 무료화하고 중재신청시효를 60일에서 1년으로 연장하며, 노동자가 주장하더라도 입증책임을 기업에 부과하는 등 노동쟁의의 문턱을 크게 낮춤으로써 노동자가 법적 구제를 받을 수 있는 길을 넓혀 놓음

표 3-12 노동쟁의 조정중재법

종 전	新노동중재법
노동중재를 통한 권익보호 곤란 <ul style="list-style-type: none"> ○ 중재신청시효 60일에 불과 ○ 노동자의 증거제출 곤란 ○ 중재료 부과 ○ 사측의 노동중재 후 법정소송 제기 	➔
	권익침해의 법적 구제 용이 <ul style="list-style-type: none"> ○ 중재시한 1년으로 대폭 연장 ○ 기업의 입증책임 부과 ○ 중재료 면제 ○ 1만元 정도 소액건은 노동중재로 해결

[자료: (법령으로 보는) 중국 노무관리 실무가이드, 코트라]

(나) 노동쟁의의 분출

- 2008년 1월 노동계약법에 이어 노동쟁의조정중재법이 2008년 5월부터 시행되면서 전국적으로 노동쟁의가 급증하고 있음. 상해의 사례를 보자면 2008년 노동중재 신청건수는 7.4만 건, 실제 수리된 안건은 6.5만 건으로 2007년 대비 119%의 높은 증가율을 보임.
- 노동분쟁은 최근 기업에 당면한 가장 골치 아픈 문제 중 하나로 부상했으며, 과거에 부실하게 노무관리체제를 운영해 왔던 기업들은 막중한 대가를 치르고 있음

(다) 노동쟁의 분출의 3대 원인

- 노동쟁의 중재비용 면제
- “거증책임 도치”의 확대적용으로 노동자의 승소 가능성 증가
- 노동계약법으로 노동자에 유리한 보호조항의 대폭 증가

(5) 중앙 기본법과 지방성 법규

(가) “입법법”에서 정한 지방의 입법권

- 중국정부는 개혁개방 이후 경제발전을 위해 “중앙집권체제”의 전제하에 지방분권화, 즉 중앙권력의 지방 위양정책을 추진해오고 있음
- 지방분권화의 대표적인 사례가 입법권의 지방 위양이며, 2000년 7월부터 시행된 “입법법”에서는 일정 레벨 이상의 지방정부에 중앙의 법률법규에 저촉되지 않는 범위 내에서 지방성 법규의 제정을 허용하고 있다. 중앙법규는 원리원칙주의(추상적, 원칙적이며 구체성 결여), 지방법규는 실천주의(구체적이며 실무적)라는 각각의 역할을 맡고 있음

입법법(2000년 7월 1일 시행)

제63조 省, 자치구 및 직할시의 인민대표대회 및 그 상무위원회는 당해 행정구역의 구체적 상황 및 실제의 필요에 근거하여, 헌법, 법률 및 행정법규와 저촉되지 않는 것을 전제로 지방성 법규를 제정할 수 있다.

비교적 큰 市の 인민대표대회 및 그 상무위원회는 당해 市の 구체적 상황 및 실제의 필요에 근거하여 헌법, 법률, 행정법규 및 당해 省 혹은 자치구의 지방성법규에

저촉되지 않는 것을 전제로 지방성법규를 제정하고, 省 혹은 자치구의 인민대표대회 상무위원회에 보고하여 승인을 받은 후에 시행할 수 있다.

제64조 지방성법규는 다음 각 호에 열거되는 사항에 대해 규정할 수 있다.

- (1) 법률, 행정법규의 규정을 집행하기 위해 당해 행정구역의 실정에 상응하는 구체적인 규정을 할 필요가 있는 사항
- (2) 지방성 사무에 속하고 지방성법규를 제정할 필요가 있는 사항

(나) 입법법에 근거한 지방의 입법기관

- ① 직할시(북경, 상해, 천진, 중경) 및 각 省·자치구의 인민대표대회 및 행정부
- ② 각 省·자치구의 정부가 소재하는 市の 인민대표대회 및 행정부
- ③ 국무원이 인가한 비교적 규모가 큰 지방도시(“계획단열도시”)의 인민대표대회 및 행정부 (예) 대련, 청도, 소주 등
- ④ 경제특구의 인민대표대회 및 행정부

(다) 현지법인의 노무관리 시 지방성 법규 숙지 필요

- 현장 노무관리를 위해서는 중앙법규는 물론이거니와 진출해 있는 지역의 중요한 지방성 법규를 점검하고 확인하는 작업이 필요함. 지방성 법규 및 행정통지를 파악하지 않은 채 노무관리를 할 경우, 노동분쟁에 직면하거나 또는 인건비를 과다 지급하는 리스크가 존재하기 때문임
- 중국 진출기업은 소재지의 당지 지방정부가 공포하는 각종 행정통지를 확실하게 파악하고 있어야 함. 노동·사회보장제도에 관련되는 법규 및 행정통지는 그 내용이 계속 바뀌거나 또는 매년 정기적으로 갱신되고 있기 때문임

표 3-13 지방정부(인력자원 사회보장국)가 정기 부정기적으로 공표하는 주요 통지

	구분	노동행정·사회보장제도 관련 행정법규, 행정통지	갱신빈도
1	임금	기업의 임금상승률 가이드라인의 통지 (경제성은 없으며, 임금인상의 참고가 되는 수치)	매년
2	임금	기업노동자의 최저임금기준액의 조정에 관한 통지	매년
3	임금	前年度 全市(全省) 기업노동자 월평균임금액의 통지 (사회보험료 납부율 및 경제보상금 계산에 있어 지표가 되는 수치)	매년
4	임금	비전일제 노동자의 최저시급 임금액의 통지	매년

		(상해시의 경우, 시급제임금을 업종별로 공포)	
5	사회보험	사회보험료의 납부기수의 확정에 관한 통지	매년
6	사회보험	각종 사회보험료 요율의 조정	일정률을 상한으로 해 2년마다 갱신
7	사회보험	공상으로 사망한 노동자의 부양직계가족에 대한 정기 위문금의 최저기준의 조정	부정기
8	복리	자택대기 노동자의 최저생활보조금 인상에 관한 통지	매년
9	복리	공공주택적립금 납부 및 보충 공공주택적립금의 임금기수 및 적립액 상하한선의 조정	부정기
10	복리	노동자 정기 생활곤란 보조금의 기준 조정	매년

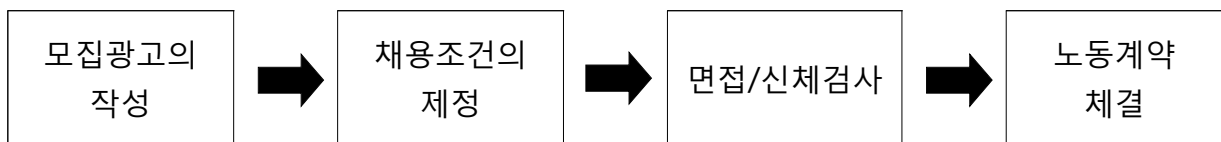
[자료: (법령으로 보는) 중국 노무관리 실무가이드, 코트라]

(6) 고용 절차

(가) 모집 및 채용

- 노동계약법, 노동중재법, 취업촉진법 등 노동자의 권익보호를 우선시 하는 노동법률이 속속 시행됨에 따라 기업의 고용 리스크는 대폭 높아졌으며 사실상 노동관계의 주도권이 노동자의 손에 넘어갔다고 볼 수 있음
- 노동분쟁의 상당수는 무엇보다도 모집채용단계의 허술한 관리가 "화근(禍根)"이 되어 발생하는 경우가 많음. 가장 좋은 고용 리스크의 예방법은 인력채용 관리를 철저히 함으로써 부적격자의 입사를 "입구"부터 원천 봉쇄하는 것임

표 3-14 모집채용 업무 Flow



(나) 노동계약의 설계와 체결

- 노동계약법이 시행되고 나서 서면 노동계약서의 체결이 필수화되고 또한 계약 내용에 대한 규제도 대폭 강화되었음. 사용자의 고용 자주권을 최대화하고

법적 리스크를 최소화하기 위해 노동계약을 어떻게 체결해야 할 것인지는 기업에게 매우 중요한 과제로 부상했음.

- 노동계약의 체결시점에 사용자는 “강자”의 위치에 있게 되므로 향후 인력고용 중에 발생할 수 있는 모든 사항들을 주도면밀하게 검토하여 노동계약서 조항에 최대한 반영하여 약정하는 것이 차후 불필요한 노동분쟁의 발생을 막기 위해 필수적임.

(다) 일상관리

- 노동계약법의 시행에 따라 노동분쟁을 예방하고 노무관리를 규범화하기 위한 일상 관리제도의 충실한 구축이 중요한 과제가 되고 있음. 이 점에서 회사 관리체제의 근간이 되는 규칙제도의 제정은 무엇보다도 중요하다고 할 수 있음
- 제대로 된 규칙제도는 직원관리는 물론이고 노동분쟁의 예방에도 기여함. 기업들이 일상관리의 핵심인 잔업, 근태, 병가, 휴가 등을 제도화하고 고용리스크를 최소화할 수 있는 방법을 파악해야 함

(라) 이직관리

- 노사분쟁의 대부분은 직원이 이직하는 시점에 경제보상금, 잔업비, 사회보험 등 문제가 원인이 되어 발생함. 직원이 근무 중일 때는 설사 기업에 위법행위가 있어도 이를 가지고 문제 삼지 않기 때문임
- 일단 이직 시점이 오면 더 이상 회사의 보복을 두려워하지 않기 때문에 부당대우를 받은 항목을 조목조목 찾아내어 노동중재를 통해 요구하게 마련이기 때문에 더욱이 노동계약법은 사측이 위법해고를 할 경우 정상적인 경제보상금의 2배를 지급하도록 규정하고 있어 해고과정에서 합법적 사유에 부합하지 않거나 절차에 문제가 있을 경우 곧 바로 노동쟁의로 연결되고 있음
- 노동자의 이직상황에 따른 법률규정과 경제보상금 문제, 노동분쟁 리스크를 줄이기 위한 방안을 점검해야 함

< TIP >

- 해외진출 시 현지인 고용에 따른 노사문제 및 국내 직원 현지파견에 따른 노사 문제가 발생할 수 있음. 노사발전재단에서는 이러한 해외진출 기업의 노무관리나 사무문제에 대한 정보제공이나 지원을 하고 있음(노사발전재단 해외투자기업지원 www.nosa.or.kr)

나. 세금 등 관련 규정

(1) 중국 세법

(가) 소득세

경제주체의 소득이 형성된 후 기업의 가치분 소득과 개인의 가치분 소득에 대해 과세되는 세목으로서 기업소득세, 개인소득세가 이에 속함

(나) 유전세

주로 생산, 유통이나 서비스업에서 과세되는 세목으로서 증치세(구 영업세 포함), 소비세가 이에 속함

(다) 재산세/행위세

재산과 행위에 대하여 과세되는 세목으로서 방산세, 도시방지산세, 유산세, 차량 취득세, 인화세, 계약세, 차량선박사용세, 차량선박사용 번호세, 증권교역세, 도축세, 연회세가 이에 속함

(라) 자원세

자연자원의 개발과 이용에 따라 형성된 수입의 높고 낮음에 따라 과세되는 세목으로서 자원세, 토지사용세가 이에 속함

(마) 농업세

농업이나 목축업의 수입을 취득한 기업, 기관, 단체 및 개인에 대하여 징수하는 세목으로서 농업세, 목축업세가 이에 속함

(바) 특정목적세

특정목적 달성을 위하여 특정 대상과 특정행위에 대하여 과세되는 세목으로서 도시 유지보호건설세, 경작지점용세, 고정자산 투자방향조절세, 토지증치세가 이에 속함

(사) 관세

국경을 드나드는 화물, 물품에 대하여 징수함

(2) 기업소득세

(가) 단일소득세 적용

외국기업 소득세와 내국기업 소득세로 구분되어 있던 것이 중국 기업소득세의 특징이었으나, 2008년 이후부터 현재까지 단일 소득세법을 적용

(나) 납세의무자 및 과세연도

- 기업소득세법의 납세의무자는 모든 거주자 기업이며, 거주자 기업은 중국 국 내외의 모든 원천 소득에 대해서 무제한 납세 의무를 부담함
- 납세의무자 : 모든 거주자 기업
- 거주자 기업이란, 중국 경내에 설립되거나, 외국 법률에 따라 설립되었으나, 실질 관리장소가 중국 경내에 있는 기업을 말함
- 비거주자기업이란, 외국법률에 따라 설립되고 실질관리장소가 중국 경내에 존 재하지 않으나, 중국 경내에 기구, 장소를 설치한 기업 또는 기구, 장소를 설 치하지 않았으나 중국 경내 원천소득이 있는 기업을 말함
- 실질 관리장소에 대한 개념적인 규정이 있으나, 구체적인 실무적용은 국가세 무총국과 지방세무국의 해석에 따름
 - ① 기업의 생산과 영업을 실질적으로 총괄 관리하고 통제하는 활동이 행해지 는 장소
 - ② 이러한 활동이 중국 경내에서 이루어지면, 해당 외국법인은 중국 세무상 거 주자 기업으로 간주
 - ③ 거주자 기업으로 간주되는 경우 전 세계 소득에 대해 기업소득세 납세의무 가 부여
- 과세연도 : 양력 1월 1일부터 12 월 31일까지로 함

(다) 과세소득의 계산

- 기업소득세법의 납세의무자는 모든 거주자 기업이며, 거주자 기업은 중국 국 내외의 모든 원천 소득에 대해서 무제한 납세 의무를 부담함
- 수익 : 각종 화폐성/비화폐성 수입을 모두 말하며, 기업소득세법 제 6조상의 수익으로는 상품판매수입, 용역공급수입, 자산양도수입, 배당/분배 등 권익성 투자수익, 이자수입, 임대료수입, 특허권사용료수입, 수증수입, 기타수입 등이 있음

- 신고, 납부 : 익년도 5월말까지
- 납세지
 - ① 주민기업 : 등록지
 - ② 등록지가 경외인 경우 : 실제관리기구 소재지
 - ③ 경내에 기구 또는 장소를 설립한 비주민 기업 : 기구, 장소 소재지 경내에 기구

(라) 원천징수

- 원천징수의 대상이 되는 소득은 중국원천의 이윤(배당), 이자, 기술사용료(로열티 등), 임대료 임
- 원천징수금액 : 원천징수 대상 소득금액 X 원천징수 세율
- 원천징수 의무발생 시점
원천징수 의무발생시점은 발생기준 즉 회사가 해당 비용을 기표하는 시점임 . 의무발생시점으로부터 7일 이내에 납입해야 함

표 3-15 본사로 자회사 이익 이전에 관한 세율 및 난이도

이익배분방법	기업소득세	증치세	난이도
감자 (등록자본 감소)	N/A	N/A	어려움
배당	10% (한중조세조약 적용 지분을 25% 초과 시 : 5%)	N/A	쉬움
로열티	10%	기술/상 표 6%	중간
이자	10%	6%	중간
자문 등 서비스 수수료	간주이익 * 25% (혹은 10%) - 한중 조세조약 적용되어 고정사업장이 아닐 경우 : 0%	6%	중간

[참조. 중국세법의 이해. www.pwc.com 내용정리]

(마) 분공사의 주요세목 신고방식

- 중국 국가세무총국에서 공표한 <다지역 경영 총납세기업 소득세 징수관리장행방법>에 따르면, 기업에 대하여 “통일적으로 계산하고, 등급을 나누어 관리하며, 현지에서 예납하고, 통합하여 정산하는” 기업소득세 징수관리방법을 취하고 있음
- 기업은 자신과 산하 모든 분공사의 납세소득액과 납세액을 통일적으로 계산하여야 하고, 기업과 분 공사는 각각 소재지 세무주관부서의 관리를 받고, 소재지 세무주관 부서에서 매달 또는 매 분기별로 소득세를 신고 및 예납하여야 함
- 기업은 전 연도 종료 후, 당해 연도에 자신과 산하 분공사가 납부하여야 하는 소득세를 계산한 후, 전에 이미 예납한 소득세를 공제하여 많이 납부하였으면 환급받고, 적게 납부하였으면 보충 납부하는 방법임
- 이전에는 기업과 분공사가 조세에 있어서 통합채산하거나 또는 각각 독립 채산하는 방식을 취할 수 있었지만, 2008년 1월 1일부로 신규 기업소득세법이 시행된 후, 소득세 납부와 관련하여 전에 비하여 큰 변화가 발생하였기 때문에 정부당국에서는 다 지역 경영시의 소득세 납부방법을 통일함
- 영업세 등 지방세(소득세는 국가세무국에 납부하는 국세이고, 영업세 등은 지방세임)는 분공사 소재지의 세무주관부서에서 별도로 납부함

표 3-16 분공사와 관련한 주요 세목의 세액계산방식 및 납부

기업소득세	<ul style="list-style-type: none"> • 분기별 기업소득세 신고납부 : 총공사와 분공사의 통합 재무정보에 기초하여 전체 기업소득세 납부세액 계산 → 총공사와 분공사 간 세액 배분 후 각각 납부 • 배분절차 : 전체세액의 50%를 총공사에 배분 → 나머지 50%를 다음 배분율에 따라 총공사 및 분공사 간 배분 <ul style="list-style-type: none"> - 각 분공사 분담 비율 = $35\% \times (\text{분공사 영업수입} / \text{기업 영업수입 총액}) + 35\% \times (\text{분공사 급여액} / \text{기업 급여총액}) + 30\% \times (\text{분공사 자산액} / \text{기업 자산총액})$ - 각 분공사 예납소득세 = 당해 기업의 총예납 소득세 $\times 50\% \times$ 분공사 분담비율
증치세	<ul style="list-style-type: none"> • 총공사와 분공사가 각각 지역별로 증치세 신고 • 판매목적으로 한 분(총)공사에서 다른 분(총)공사로 재화가 이동할 경우 간주매출로 보아 증치세 부과 가능 → 단, 실무상 재화를 수취하는 분공사에서 대금회수나 fapiao 발행 등을 하지 않는다면 간주매출로 볼 가능성 적음
개인소득세	<ul style="list-style-type: none"> • 규정상 개인소득세 납세지에 대한 명확한 지침이 없음

- 통상 고용주 (종업원이 고용관계를 맺고 급여를 지급받는 총공사

[참조. 중국세법의 이해. www.pwc.com 내용정리]

(바) 총공사 및 분공사의 기업소득세 예납 및 확정신고

표 3-17 총공사 및 분공사의 기업소득세 예납 및 확정신고

총공사 및 분공사의 예납	<ul style="list-style-type: none"> • 총공사 및 분공사는 당기 실제 이윤액을 계산하여 위에서 설명한 배분비율로 계산한 예납할 기업소득세액을 총공사 및 분공사가 소재한 각 소재지에서 월별 또는 분기별 예납함 . (단, 분공사 설립 첫해는 예납의무 없음 .) • 만일 , 당기 실제 이윤액을 계산할 수 없는 경우 , 이전년도 이윤의 1/12 (1/12 (1/12 (1/12 (1/12 (월별 예납의 경우)또는 1/4(1/4(1/4(분기별 예납의 경우)를 예납할 수 있음 . • 총공사 및 분공사는 월말 또는 분기말 15일내에 해당세액을 예납하여야 함.
총공사 및 분공사의 확정신고	<ul style="list-style-type: none"> • 총공사는 연도말 종료 후 5개월 내에 연말확정신고를 진행 , 추가 납부 (또는 환급할) 기업소득세액을 분공사 예납시 사용한 계산공식을 사용하여 각 총공사 및 분공사에 배분함 . • 총공사 및 분공사는 각각 계산된 추가납부 (또는 환급할) 기업소득세를 각 기구소재지 주관세무국에 납부 (또는 환급)함.
징수관리	<ul style="list-style-type: none"> • 총공사와 분공사는 각각의 소재지에 세무등기를 진행하여야 함. • 총공사는 매년 6월 20 일전 <총공사 및 분공사간 기업소득세 배분표 > 를 작성하여 총공사 및 분공사 소재지 세무국에 제출할 의무 있음 . • 분공사 소재지의 세무국은 총공사가 제출한 자료를 총공사 소재지 세무국의 자료와 대조할 수 있으며 내용의 차이 등의 원인으로 과소납부한 사실을 발견하는 경우 , 징수관리법에 의하며 50% 50% 50% 및 5배의 벌금 등을 부과할 수 있음 .

[참조. 중국세법의 이해. www.pwc.com 내용정리]

(사) 이전가격 세무관리 강화

- 최근 중국 경제의 급속한 발전은 외자기업에 대한 세무정책에 큰 변화를 가져오게 되어 과거 최우선적으로 외자유치에 총력을 기울였으나, 이로 인해 상대적으로 세무관리가 느슨해지자 적지 않은 외자기업들이 해외 모회사로 이익을 이전시키고 장기간 결손신고를 하는 등 이전가격을 이용한 조세회피 행

위가 만연하고 있음을 중국 과세당국이 인식하고 정책의 방향을 전환함

- 이러한 배경속에서 2009.1.9. 발표된 특별 납세조정 실시방법은 중국의 이전 가격 세무관리 강화를 위한 새로운 출발점이라 할 수 있음

※ 이전가격과세(transfer pricing taxation, 移轉價格課稅)

이전가격과세제도는 국외 특수관계자와의 국제거래시 독립기업간에 거래되는 가격(정상가격)보다 높은 대가를 지불하거나 낮은 대가를 받아 과세소득을 국외에 이전시키는 경우 그 조작된 가격(이전가격)을 부인하고 정상가격으로 과세함으로써 자국의 과세권을 보호하고 국제적인 조세회피를 방지하는 규정임

'정상가격에 의한 과세조정'이라 칭하기도 하는데 납세자가 실질적 지배관계에 의한 특수관계에 해당되지 아니하다는 명백한 사유의 제시가 있는 경우에는 이러한 규정을 적용하지 아니하는데, 이것은 실질적 지배관계에 의한 특수관계요건은 간주규정이 아닌 추정규정이기 때문임

< TIP >

- 해외로 수출하면서 관세·비관세 장벽 등으로 외국 세관에서의 통관과 관련하여 크고 작은 문제들이 발생함. 관세청은 국내기업의 수출활동과 직결되는 해외통관애로를 해결함으로써 물류비용을 절감하고, 신흥 수출시장을 확대하는 등 기업의 경쟁력 강화를 지원하고 있음(관세청 해외통관지원센터. www.customs.go.kr)
- 관세청 해외통관지원센터에서는 통관 애로 해소와 함께 관련된 해당국 재외공관 및 KOTRA, 무역협회, 주요 해외무역지점, 외국상공회의소 등의 연락처를 검색할 수 있으며, 특히 관세청 해외통관지원센터에서는 원재료 수출에 필요한 원산지증명에 관한 상담이나 정보도 제공하고 있음

5 기 타

가. 철수 및 청산

(1) 중국 철수 시 장벽

- 최근 중국시장에 진출한 국내 기업들이 중국의 인건비 상승에 따른 채산성 악화 등의 영향으로 중국에서 철수하는 기업들이 늘어나고 있음
- 중국내 국내 기업들의 경쟁력이 급락하며 그 숫자가 급격히 줄었고 이들은 대거 베트남, 미얀마 등지로 이전해나가고 있으며, 이런 중국철수는 한국기업에 국한된 문제가 아니라 일본 등 해외기업들도 마찬가지로 있음
- 철수의 주요 원인은 중국의 인건비 상승에 따른 채산성 악화이지만, 중국의 외국기업에 대한 정책변화도 큰 요인 중 하나임
- 외자기업에 주던 세제, 고용, 입지 혜택을 없앤 데 이어 2011년엔 근로자 사회보장 면제 혜택도 없어져, 회계, 노무 등 전문부서를 둔 기업들은 그나마 시스템을 통해 해결해나갔으나 중소기업들은 각종 외자기업 혜택이 없어지자 그대로 도산의 위험에 노출되게 되었음. 특히 자국기업에 대한 우대정책과 보조금 혜택, 정부조달 분야의 폐쇄성으로 더욱 어려움이 증가하고 있음
- 진출기업이 철수 시 사용하는 방법은 지분 양도, 합병과 분할, 청산 및 파산 등이 있음

(가) 지분 양도

- 지분 양도는 보유한 투자지분을 외부에 매각하는 방법으로서, 사업 철회를 계획하고 있는 외상투자 기업에게는 절차, 소요시간 및 비용 측면에서 가장 효율적임
- 기존 회사의 계속성을 유지하므로 자산과 부채에 영향이 없이 매수자에게 이전되는 방법으로 철수시 가장 Risk가 적음
 - ① 매수후보 리스트의 작성과 의사타진
 - ② 매수희망자의 선정
 - ③ 비밀유지협약(NDA)의 체결
 - ④ 매수희망자의 공장탐방과 면담
 - ⑤ 양해각서(MOU)의 체결과 초보단계 협상
 - ⑥ 기업실사(Due Diligence)의 진행
 - ⑦ 지분양도계약서의 체결

- ⑧ 관계당국에서 행정절차의 진행
- ⑨ 기업인도와 변경등기
- ⑩ 지분양도대금의 송금

(나) 합병

- 합병이란 2개 이상의 회사가 하나의 회사로 병합하는 것이며, 분할은 반대로 하나의 회사가 둘 이상의 회사로 분리되는 사업조정 수단으로 활용되며, 세무나 해관, 외환 관리 등 기존(소멸) 법인에 적용되는 혜택이나 채권, 채무 등을 승계할 수 있음. 외상투자자의 최저 지분비율, 합작조건, 채권자 보호조치, 고용승계 등 특정한 요건을 충족하는 경우에는 외상투자기업과 중국 내수기업의 합병도 가능함
- 만약, 그룹 내 사업구조조정의 경우에는 중국뿐만 아니라 이외의 지역을 포괄하여 계열사나 특수 관계자간에 직·간접 방식의 지분 양수도, 현물 출자 등 지분 구조변경이 흔히 이루어지며, 이러한 경우에는 지분 양도가액의 적정성 여부, 국가간 이중과세 등에 대한 이슈가 발생함
- 예를 들어, 한국의 회사가 중국 자회사를 외국의 다른 계열사에 양도할 때에는 부당하게 낮은 가격으로 양도할 경우 한국 세법상 불이익이 있고(세법상 특수관계자간 부당행위계산부인 등), 중국에서는 비거주자인 외국 주주의 지분 양도소득에 대해서는 과세권을 행사하려 할 것임
- 부동산 과다 법인이 아닌 경우 한중조세조약상으로는 이러한 지분 양도소득은 한국에서 과세권을 행사하도록 되어있는데, 실무적으로 빠른 심사허가를 위해 소득세를 중국에서 원천징수를 당하는 사례가 많음
- 문제는 한국에 과세권이 있는 이러한 거래에 대해 중국에서 납부한 세금은 한국에서는 정당한 외국납부세액으로 인정해주지 않기 때문에 잘못 대응하면 동일한 소득에 대해 한국과 중국에서 모두 과세당할 수 있음

(다) 청산

- 청산은 경영 손실의 지속으로 기업 존속이 어렵거나, 계약, 정관에서 규정한 해산사유, 영업기한 만료 등의 사유로 회사가 자발적으로 사업 철수를 결정하고 모든 재산과 채권·채무관계를 정리한 후 법인자격을 말소하는 방법

(라) 파산

- 파산은 중국 법원에 파산신청과 허가를 얻어 진행하는 절차로, 외국 주주가 영향력을 발휘할 수는 없고, 잔여재산의 분배도 기대할 수 없지만, 다른 구조

조정 방법에 비해 법원을 통하여 진행되므로 청산 시에 드러나는 세관, 해관 조사의 복잡한 우발 채무이슈가 예상되는 경우에 추진되는 수단임

표 3-18 철수 시 장벽

철수장벽		내용
	임대계약	<ul style="list-style-type: none"> - 임대차 계약기간을 약정하면서 특별히 해지권을 유보한 것이 아니고 임차인의 개인적 사정으로 계약만료기간 전에 계약을 해지하고자 하는 경우, 일방적인 계약해지가 불가능함 - 임차인이 임대물을 약정한 방법대로 또는 임대물의 성격에 맞게 임대물을 사용하지 않아 임대물의 손실을 초래하였을 경우 임대인은 손해배상을 요구할 수 있음 - 임차 기간 만료 전 일방적 해지 시, 납부한 보증금은 돌려받지 못함(통상 월세 3개월치)
	고용계약	<ul style="list-style-type: none"> - 해고 시 사전에 해당 직원에게 반드시 서면으로 통보해야 함 - 퇴직금(경제보상금)은 만 1년마다 1개월 분외 임금을 기준으로 근로자에게 지불해야 함.
혜택 변환	정부혜택 변환	<ul style="list-style-type: none"> - 진출 10년 미만이면서 장려 업종, 새안성 기업, 첨단기업, 특구지역 입주한 기업은 혜택 법인세를 반환해야 함 - 5년 이내 입고된 면세설비의 관세 혜택 반환해야 함 • 재투자로 인해 환급받은 소득세와 중국 설비 구입 혜택으로 환급 받은 증지세를 반환해야 함 - 면세 수출 가공구 內 원재료 재고의 관세를 납부해야 함
창업 수요	창업대가 수요	- 내수 기반 경제성장 정책의 주요 전략으로 서비스업 육성을 추진하고 있어 창업 대기 수요가 높음
	창업중계 시스템	- 컨설팅업체 등이 다수 진출하여 동 창업 중개시스템이 발달, 수요와 공급의 매칭이 원활하여 시장 철수에 용이함

[자료: 중국진출방법 및 절차, (사)한국프랜차이즈산업협회]

(2) 중국 철수 시 노사문제

- 외국인 투자기업의 경우 청산을 진행하기 위해서는 회사의 결의서 이외에도 회사를 설립할 당시 설립허가를 내준 상무국의 사전허가가 필요한데, 청산허가를 내주는 상무국이 허가의 전제조건으로서 회사와 직원들과의 노동관계가 합법적

으로 종료되었다는 증빙을 요구함

- 이럴 경우 직원과의 퇴직금, 해고예고수당, 사회보험료 미납부, 미지급 임금 등의 문제가 발생할 수 있음

(가) 경제보상금과 관련한 분쟁

- 청산과정에서 내자기업과 외국인 투자 기업간의 법률 적용상 커다란 차이점이 있을 수 있음. 내자기업의 경우 내부에서 조기해산을 결정하면 법률상 곧바로 직원과의 노동계약을 종료시킬 수 있어, 노동계약법 제44조 5항을 근거로 해산결의서에 따라 노동계약의 종료로 해서 경제보상금을 지급하면 법적으로 문제가 될 것이 없음
- 그러나 외국인 투자 기업의 경우, 앞에서 언급했듯이 상무국이 허가의 전제조건으로서 회사와 직원들과의 노동관계가 합법적으로 종료되었다는 증빙을 요구함. 이때 직원들이 정상적인 계약종료가 아닌 일방해제 즉, '위법해고'라고 주장하면서 경제보상금의 2배에 상당하는 배상금을 요구하는 사례가 많이 있음

(나) 해고예고수당 관련 분쟁

- 노동계약이 만기가 도래하거나 또는 노동계약법 제40조에 따라 사용자가 해고하고자 하는 경우 30일전에 사전통지를 해야 하지만, 30일전 사전통지 아니하고 아예 1개월분의 임금을 주고 노동계약을 즉시 종료할 수 있음
- 회사가 청산함에 따라 직원과의 노동계약을 종료하는 경우 법률상 30일 전까지 직원에게 사전에 통지할 의무가 없고 따라서 해고예고수당도 지급할 필요가 없음
- 하지만 직원들의 법률에 대한 이해가 부족하여 해고예고수당을 요구하여 직원의 노동계약의 협상해제에 대한 동의를 얻어내기가 어려워 통상 협상을 위하여 해고예고수당을 지불하는 사례가 많음
- 기타 청산 시 직원들과의 노동관계를 조기에 종료하기 위한 협상의 촉진용으로 보상금 등을 요구하기도 함

나. 프랜차이즈 분쟁

(1) 프랜차이즈 관련 분쟁 사례

(가) 행정법규(외자법인의 프랜차이즈 법규 위반) 위반 사례

- 영업 : 서비스업(미용업)
- 원고 : 한미염
- 피고 : 북경인기파의인기건미유한회사(이하 'InchbyInch')

- 사건의 경위

2004년 7월 2일 한 씨는 피고와 《InchbyInch CHINA프랜차이즈계약》을 맺고, 7월 6일 피고에게 가맹점 비용으로 10만 위안을 지불하였다. 그러나 가맹점포 장소를 물색하는 과정에서 피고가 한 씨에게 기술 및 경영관리지도를 하지 않았다.

2004년 12월 한 씨는 피고로부터 변호사 서신을 통해 가맹비용 10만 위안을 지불하지 않았다는 통지를 받았다. 그 뒤 한 씨도 피고에게 계약파기의 뜻을 알리고, 이미 지불한 10만 위안을 환불해줄 것을 요청하였다.

원고는 이 계약이 법률, 행정법규(외자법인이 중국 대륙에 프랜차이즈를 운영할 강제성 규정)를 위반했으며, 피고가 계약 당시 경영범위가 그 제한 범위를 넘어, 상응한 계약 능력을 갖추지 않았으므로 계약 자체가 무효라고 주장했다.

이로써 계약 기대이익 손실을 비롯한 막대한 손해를 입었다고 주장하며 계약을 무효화시키고, 원고에게 가맹 비용 10만 위안과 원고에게 입힌 직접적 경제적 손실(변호사 의뢰비용 및 조사비 등) 6만 위안을 지불할 것을 요구했다.

이에 피고는 쌍방이 맺은 계약은 진의표시로, 계약은 유효한 것이며, 계약 불이행의 과실은 한 씨에게 있으므로 계약 조건 대로 10만 위안을 환불할 수 없으며, 원고가 주장하는 손실에 관해서 본인 책임임을 주장했다.

InchbyInch는 2003년 2월 18일 사업자 등록을 했으며, 법인형태는 외상단독투자자로, 경영 범위는 여성바디케어, 미용서비스, 기능교육 및 관리 서비스이다.

2004년 7월 2일 원고 한 씨는 피고 InchbyInch와 프랜차이즈 계약을 맺었으며, 그 내용은 갑측은 을측에게 InchbyInch 상품과 서비스 제공할 권리를 부여하며, 을 측의 영업활동에 적극적인 지원을 약속한다.

갑측의 상표와 상호명 사용에 동의한다. 을측은 갑측에게 가맹비로 10만 위안을 지불하며, 지불 시점으로부터 한 달 안에 갑측에게 설비비 344,750 위안을 지불한다. 설비 설치완료 및 시험사용 후 을측은 나머지 설비비 296,500위안을 지불한다.

북경시 조양구 아운촌(亚运村) 행정구역 내에 갑측은 2번째 가맹점을 개설해선 안 되며, 위반시 을측에게 관련 손실액을 배상하여야 한다. 만약 갑, 을 측 중 하나가 계약을 위반했을 시, 계약을 이행한 측이 계약을 파기할 권한을 갖는다. 을측의 계약위반 시에는 을측이 지불한 돈이 모두 갑측에 속하게 되며, 갑측의 계약위반 시에는 갑측이 받은 금액 모두를 을측에게 환불해주어야 한다.

법정심문 중 쌍방이 모두 한 씨에게 InchbyInch가 특정된 기기로 바디케어영업을 하는 권리를 부여한 사실을 인정했다.

같은 해 7월 6일 한 씨는 가맹비로 10만 위안을 지불했으며, 2004년 12월 3일 InchbyInch는 변호사서신을 통해 15일 내 계약금 지불의무이행을 요구하였으며, 미 이행 시 InchbyInch는 계약을 파기하며, 받지 않은 한씨의 10만 위안을 위약금으로 하겠다고 알렸다.

같은 달 10일 한 씨는 의뢰한 변호사를 통해 InchbyInch에게 계약이 무효이며, 지불한 가맹비를 환불해줄 것을 요구하였다.

2005년 3월 28일 InchbyInch 국가공상행정관리총국상표국(国家工商行政管理总局商标局)의 심사비준을 통과, 허가 받은 서비스업 항목은 제 44류이며, 그 내용은 보건, 미용원, 안마, 문신, 네일 손질이다.

또한 InchbyInch는 현재까지 프랜차이즈 영업·운영과 관련하여 중국의 관련 부문의 비준을 받지 않은 것으로 조사되었다. 앞서 언급한대로 프랜차이즈 계약, 변호사 서신, 상표등록증, 영수증 그리고 쌍방 당사자의 진술을 증거로 삼는다.

○ 법원의견

중국법률과 행정법규의 강제성규정 및 국가제한성경영규정을 위반한 계약은 무효이다. InchbyInch는 외자법인으로서 중국에의 투자, 획득한 이익 및 기타 합법적인 권익은 중국법률의 보호를 받는다. 그러나 반드시 중국의 법률, 법규 및 금지 혹은 제한된 사업에 관한 규정을 지켜야 한다.

상무부 상업프랜차이즈경영관리방법 제2조에 규정하길, 프랜차이즈는 계약을 통해 franchiser가 상표, 상호, 경영방식 등 경영자원을 franchisee에게 사용할 권리를 부여하는 방식으로, 가맹점은 계약규정에 따라 통일된 경영활동을 해야 하며, franchiser에게 프랜차이즈영업비를 지불한다.

국무원의 《지도외상투자방향규정(指导外商投资方向规定)》 및 《외상투자산업 지도목록(外商投资产业指导目录)》에 근거해, 프랜차이즈는 중국이 점진적으로 개방하는 산업으로 제한성 외상투자항목에 속한다. 또한 2004년 12월 11일 후 외상 투자를 허가하는 것으로 명시되어 있다.

다시 말해, 2004년 12월 11일 전에는 프랜차이즈 형식으로 영업활동을 할 수

없다. 2004년 7월 2일 InchbyInch는 한 씨와의 계약에서 InchbyInch는 한 씨에게 특정상표와 상호를 사용해, 특정설비기기로 바디케어에 관련된 영업활동을 하는 권리를 부여하였으며, 이는 명확히 행정법규의 강제성 규정을 위반한 것이다.

계약 후 단지 한 씨가 InchbyInch에게 가맹비를 지불했을 뿐, 실질적인 계약 이행 단계까지 이르지 않았다. 즉, 한 씨는 InchbyInch의 상표, 상호 등을 이용해 영업활동을 하지 않았다. 동시에 InchbyInch는 현재까지 프랜차이즈 운영 관련한 관련 기관 비준을 받지 않았다. 앞의 진술을 종합해 보면 법원은 이 계약이 무효이며, 외자법인으로서 제한된 경영 범위의 강제성 규정을 분명 알고 있음에도 불구하고, 한 씨와 프랜차이즈 계약을 맺은 과실이 인정돼, 마땅히 한 씨에게 가맹비 10만 위안과 이로 받은 손실에 대한 보상을 해야 한다.

끝으로 《중화인민공화국계약법》 제52조 제5항, 제58조에 근거해 《최고인민법원의 중화인민공화국계약법 적용 관련 문제의 해설—》 제10조에 규정한 대로 한씨와 InchbyInch의 계약을 무효로 보고, 피고는 본 판결이 발효된 날부터 10일 내 10만 위안 및 한 씨가 이번 고소로 지출한 증거 조사비 240 위안을 지불해야 한다.

(나) 계약체결 시 거짓정보 제공 사례

- 영업 : 도소매업
- 원고 : 천곤인
- 피고 : 북경서기휘등과학기술유한공사

○ 사건의 경위

원고 천곤인은 피고 북경서기휘등과학기술유한공사(北京瑞奇辉腾科技有限公司) (이하 서기휘등)에 프랜차이즈계약 분쟁으로 인한 소송을 제기해, 본 법정은 소송을 수리했으며, 법에 의거해 합의법정을 구성하고, 공개 심리를 진행했다.

원고 천곤인의 위탁대리인 왕해평과 피고 위탁대리인 양범, 조신춘이 소송에 참가하였다. 본안은 이미 심리가 종결된 사건이다.

○ 원고 천곤인의 주장

피고는 원고에게 2007년 6월 8일, 피고의 회사는 설립되었고, 피고의 회사는 미국HUTTON그룹의 권한을 부여받아 중국과 동남아시아의 광고 및 업무확장관리를 하고 있으며, 프랜차이즈 활동까지 하고 있다고 소개했다. 피고회사는 언론매체와 협력관계를 맺었으며, 흑룡강 방송국, 북경시나 인터넷 정보서비스유한공사, 비즈니스온라인(북경)네트워크기술유한공사, 북경 박대성향 과학기술유한공사 등에 법인 광고를 냈다.

원고는 2007년 8월 북경에 도착해 현지 조사를 시작했다. 당시 피고는 원고에게 중국 에너지 절약 협회 등 많은 법인에서 받은 인증서와 검사보고서 등의 문건을 보여주었다. 뿐만 아니라 흑룡강 방송국, 북경시나 인터넷 정보서비스유한공사, 비즈니스온라인(북경)네트워크기술유한공사, 북경 박대성항 과학기술유한공사 등에 낸 광고도 보여주었다.

원고는 피고와 2007년 9월 2일 계약을 맺었으며, 두 차례에 걸쳐 피고에게 22,000 위안을 지급하였다. 그러나 당시 피고는 원고에게 영수증을 주지 않았다. 계약 체결 후, 피고는 몇 차례나 계약을 위반했다.

위반한 내용은 다음과 같다.

1. 피고는 프랜차이즈의 자격이 없으며,
2. 피고는 미국HUTTON그룹 등록 시기, 비즈니스 능력, 중국 진출 시기, 브랜드, 품질 등의 정보를 거짓으로 제공했으며, 피고의 제품은 불량제품(생산 허가증, 상품 검사 합격증, 생산 회사와 생산지 표시가 없는 상품)이었으며, 이와 같은 행위는 사기라고 할 수 있다.

계약법 제54조는, 한 쪽이 사기, 협박 등의 방법을 통해 사실에 부합되지 않는 상황에서 상대방과 계약을 체결한다면, 피해를 입는 측은 인민법원이나 중재기구를 통해 계약을 변경하거나 철회할 수 있다고 하고 있다고 규정하고 있다.

이 규정을 들어 원고는 소송을 제기하는 것이며, 법원의 다음과 같은 판결을 요구한다.

1. 피고는 원고와 2007년 9월 2일 체결한 계약을 철회한다.
2. 원고는 피고에게 상표 대리비 22000위안과 물품 구매비 2,466.1 위안, 합계 24,466.10 위안을 청구한다.
3. 피고는 원고에게 기타 손실비 10,000 위안을 지급한다.
4. 본 소송의 비용은 피고 측이 부담한다.

○ 피고 서기휘등의 주장

1. 계약은 원고와 피고가 함께 체결한 것이므로, 원고는 일방적으로 계약을 철회할 권리가 없다.
2. 피고는 프랜차이즈사업 자격이 있다.
3. 피고는 허위광고를 낸 적이 없으며, 설사 허위광고를 했을지라도, 제 4 7 8 프랜차이즈 해외진출 가이드 약을 철회할 근거는 없다.
4. 피고의 상품은 불량 제품(생산 허가증, 상품 검사 합격증, 생산 회사와 생산지 표시가 없는 상품)이 아니며, 품질 상 어떠한 문제도 없다. 만약 품질 상 문제가 있다하여도, 이 역시 계약을 철회하는 이유가 될 순 없다.

이에 따라, 피고는 원고의 소송 기각을 요청한다.

○ 법원 판결

조사확인 결과 서기휘등은 2007년 6월 8일 설립되었다. 한편 2007년 6월 15일, 미국 HUTTON 그룹은 미국 캘리포니아에 설립되었다. 2007년 6월 18일, 서기휘등은 “서기휘등” “HUTTON” 회사명 및 브랜드 도안 등록 신청했다.

2007년 6월 29일, 미국 HUTTON 그룹은 서기휘등에 건축접착필름제품 류의 중국 내 판매, 시공, 기술지원 서비스 및 기타 업무를 위탁했다. 위탁 유효기간은 15년이다.

이후 서기휘등은 다음과 같이 광고했다.

1999년, 처음으로 중국 시장에 진출한 외국화학공업법인으로서, HUTTON은 중국에서 이미 8년의 경험을 쌓았다. 8년 동안, HUTTON은 선진기술과 전문된 높은 품질로, 세계 신형 전자재 법인이 되었고, 세계에서 그 명성을 떨치고 있다. HUTTON은 세계 3대 유리 기능필름 핵심 제조상일 뿐만 아니라, 현재 세계 유리접착필름 서비스업계에서 가장 규모 있는 회사이기도 하다.

미국 HUTTON은 IWFA국제 윈도우 필름협회 주요회원이며, HUTTON 계열 유리 기능 필름 생산량 및 판매량은 세계유리필름 연 총 생산량의 42%를 차지한다. 수십 년 간 국제 시장에서의 조사와 발전으로, 미국 HUTTON은 현재 세계각지에 영업, 판매 네트워크 망을 가지고 있으며, 국제 대형 법인 및 기구와 협력파트너 관계를 이어가고 있다.

HUTTON의 상품은 미주, 유럽, 아시아 등 수십 여 발전국가에서 판매되고 있으며, 중국을 포함한 다수의 발전 국가에도 우수한 품질의 유리필름 제품과 일류 시공서비스를 제공하고 있다. 세계 우수 유리필름 공급업체로서, HUTTON은 연구 및 개발, 생산, 판촉 방면에서 세계적인 운영시스템을 보유하고 있다. 2006년까지, HUTTON 계열 유리필름의 연간 판매량은 이미 60억 제곱인치이며, 2005년 중국 에너지 절약 정책에 맞춰 HUTTON은 중국에 업무 네트워크를 구축하고, 서기휘등에 중국 및 동남아 업무와 HUTTON 계열 유리제품을 중국 및 주변국가에 광고 및 확장하는 업무를 위탁했다.

2007년 9월 2일, 서기휘등과 천곤인은 프랜차이즈 계약을 체결했다. 계약을 통해 서기휘등은 천곤인이 복건성에서 HUTTON접착필름제품판매점을 경영하는 것을 허락했다. 천곤인은 영업권을 얻은 대가로 22,000위안을 일회성 지급하고, 서기휘등은 시가 2,300위안 어치의 개업 증정품과 시가 29,000위안 어치의 HUTTON 시스템 소모품을 천곤인 측에 보내주기로 약속했다. 계약의 유효기간은 2007년 9월 2일에서 2008년 9월 1일까지였다.

2007년 9월 2일과 3일, 천곤인은 약속에 따라 서기휘등에 22,000 위안을 지급했다.

2007년 9월, 미국 HUTTON 그룹과 서기휘등은 공동으로 천곤인 측에게 매취수권서를 발급했고, HUTTON 브랜드와 표지는 미국 HUTTON 그룹에 있다고 규정했다. 같은 달, 미국 HUTTON 그룹과 서기휘등은 공동으로 천곤인측에게 개점라이선스를 발급했다. 서기휘등은 천곤인 측에게 2,300 위안 상당의 개업 증정품과 시가 29,000위안 어치의 HUTTON 접착필름시스템 소모품을 지급했다. 2007년 10월 26일, 천곤인은 서기휘등으로부터 물품을 구매하고 2,466.1 위안을 지급했다. 법정 심문 중, 천곤인은 법원에 광고비, 홍보비, 수도, 전기세 등의 영수증 및 봉급지급대장을 제출하며, 서기휘등의 잘못으로 입은 손실이 10,000 위안에 달한다고 주장했다. 법정 심문 후, 천곤인은 서기휘등에게 물품 구매비 2,466위안을 돌려달라는 요구는 취소한다고 밝혔다.

이상의 사실은 원고가 제출한 협의서, 매취수권서, 개점라이선스, 상표등록검색, 서기휘등의 영업라이선스, 미국 HUTTON사의 정보검색, 서기휘등의 투자유치 안내서, 매도증, 피고가 제공한 미국 HUTTON사의 등록증명, 권한위탁서와 쌍방의 진술로 증명할 수 있었다.

본 법원은 천곤인과 서기휘등이 체결한 계약은 상업프랜차이즈 계약의 특징에 부합된다고 본다.

계약법은 한 쪽이 사기, 협박 등의 방법을 통해 사실에 부합되지 않는 정보로 상대방과 계약을 체결한다면, 피해를 입는 측은 인민법원이나 중재기구를 통해 계약을 변경하거나 철회할 수 있다고 규정하고 있다.

본 안건 중, 서기휘등이 투자 유치 과정 중, 미국 HUTTON 그룹의 설립시일, 회사 실적과 영향력 등은 사실이 아닌 것으로 드러났다. 또한 서기휘등, HUTTON휘등 등은 서기휘등이 신청한 상표들이다.

그러나 매취수권서 중 HUTTON이라는 브랜드는 미국 HUTTON 그룹에 모든 권한이 있다고 쓰여 있으며, 매취수권서와 개점라이선스 중 미국 HUTTON 그룹의 중문명은 서기휘등이 제공한 매취위탁서의 중문명과 일치하지 않았다.

이렇듯, 천곤인은 서기휘등이 제공한 거짓된 정보로 계약을 체결했다. 그러므로 본 법원은 서기휘등이 천곤인과 사실이 아닌 정보로 계약을 했다고 인정한다.

그러므로 본 법원은 천곤인이 제기한 2007년 9월 2일 서기휘등과 체결한 계약 철회요구를 지지한다. 계약이 철회되고 난 후, 계약으로 인해 얻은 금전적인 이익은 반환되어야 한다. 이에, 천곤인이 제기한 브랜드 대리비 22,000 위안 반환요구를 본 법원은 지지한다.

서기휘등이 계약에 따라 천곤인에게 무료로 지급한 개업증정품 및 HUTTON 접착필름시스템 소모품은 서기휘등이 본 법원에 관련 주장을 제기하지 아니한

바, 본 법원에서는 별개의 처리를 하지 않는다.

그러나, 천곤인이 서기휘등에게 요구한 손해배상금 10,000 위안은 관련 증거의 진실성과 관련성을 판단할 수 없어, 본 법원은 이에 대해 인정할 수 없다.

<중화인민공화국계약법> 제54조 제2항, 제58조의 규정에 따라, 판결은 다음과 같다.

1. 천곤인과 서기휘등이 2007년 9월 2일에 계약한 프랜차이즈계약을 파기한다.
2. 북경서기휘등과학기술유한공사는 본 판결이 유효한 직후 10일 내 천곤인에게 22,000 위안을 반환한다.
3. 그러나 천곤인이 제기한 기타 요구에 대해선 기각한다. 만약 판결이 규정한 기간 내에 대금 지불의 의무를 이행하지 않을 경우, <중화인민공화국민사소송법> 제228조의 규정에 따라, 연장 기간 내 두 배의 채무 이자율을 더 지불한다.

본 안건의 수리비용은 총 662 위안이며, 북경서기휘등과학기술유한공사가 부담한다.(본 판결 유효 7일 내 체납)

(다) 계약해지 시 위약금 등 사례

- 업종 : 외식업
- 원고 : 상해피풍당미식유한공사 (이하 '피풍당')
- 피고 : 당(唐)모씨, 해통찬음공사 (이하 '해통')

- 사건의 경위

2003년 피풍당은 당 모씨와 프랜차이즈 계약을 맺었다. 계약 내용은 피풍당이 당모씨에게 피풍당차루 영업권을 주고, 본 가맹점에 대한 노하우를 전달하며, 계약 기한은 5년이다.

당 모씨는 가맹비로 15만 위안(환불 불가 조건으로), 프랜차이즈 보증금 10만 위안(비담보금 성격으로 계약위반 시 피풍당 소유)을 지불하며, 매월 프랜차이즈 사용비, 광고비 등을 지불한다. 또한 만약 상대방이 계약 위반 시 계약을 파기할 수 있으며, 위약금은 30만 위안이다. 당 모씨와 본 프랜차이즈 계약에 참여한 회사가 상술한 의무에 대해 연대책임을 진다.

계약서명 후 당 모씨는 가맹비와 보증금 명목으로 각각 15만, 3만 위안을 지불하였다. 당 모씨는 타인과 공동 출자하여 해통을 설립했으며, 해통은 가맹점 운영의 주체이다. 그 후 당 모씨가 장기간 프랜차이즈 사용비와 광고비를 연체하여, 피풍당이 최고했지만 반응이 없어, 2004년 기소했으며, 가맹점 계약을 파기할 것과 광고비·사용비 4,171.28 위안, 위약금 30만 위안, 보증금 3만 위안을 해통과 연대책임 하에 지불할 것을 요구하였다. 당 모씨는 반소를 통해 피풍당이 직원 교육, 광고 제작 등 계약한 의무를 이행치 않았으므로, 피풍당에 위약 책

임이 있다고 주장했다. 또한 당 모씨는 지나치게 많은 위약금을 법원 조정해 줄 것을 요청했다. 해통은 당 모씨의 의견에 동의했으며, 연대책임에 이의가 없음을 밝혔다.

○ 법원판결

원심법원은 심리 후 피풍당은 계약에 따른 관련 의무를 이행했으며, 당 모씨의 관련 비용 연체는 계약파기 조건이 성립되므로, 피풍당이 계약을 파기할 권한을 가진다. 계약파기 후 상응하는 결과는 일괄적으로 처리한다.

본 계약의 파기하도록 판결하며, 당 모씨는 피풍당에게 광고비, 사용비 4,171.28원과 위약금 15만 위안을 지불해야한다. 이에 관해 해통도 연대책임이 있다. 피풍당은 당 모씨에게 가맹비 12만 위안, 보증금 3만 위안을 환불한다. 피풍당이 불복하여 항소하길, 가맹비 12만 위안과 보증금 3만 위안 반환의무가 없음을 주장했다.

2심법원 심리에서 가맹비는 가맹점이 경영권을 얻기 위해 본사에 지불하는 일회성 비용으로 반환 불가의 조건은 비용의 성격과 업계 관례에 부합하고, 당 모씨에 의해 계약이 파기된 것이므로 가맹비 반환의무가 없다.

실제 이행상황을 종합해 볼 때 피풍당은 구체적인 손해정도를 증명할 증거가 없이, 원심판결의 위약금이 지나치게 많으므로 그 금액을 삭감한다.

또한 본 보증금은 담보성격이 아니므로 반드시 반환해야 한다. 원심판결을 고쳐 12만 위안의 반환의무를 취소시키며, 동시에 당 모씨의 지불 위약금을 15만 위안에서 3만 위안으로 낮춘다.

(라) 영업지역 침해 사례

- 업종 : 도소매업
- 원고 : 왕홍영
- 피고 : 과련(북경)영상과학연구원 (이하 '과련연구원')

○ 사건의 경위

원고 왕홍영과 피고 과련연구원의 기술양도계약 분쟁 사건에 대해 본원은 2005년 5월 9일 공개재판을 열어 심리하였다.

원고 왕홍영과 그의 대리인 만경재는 법정에 나와 소송에 참석하였으나 피고 과련연구원은 본원의 소환을 받고도 정당한 이유 없이 법정에 출석하지 않았기에 본원은 법에 따라 결석재판으로 진행하였다. 이번 사건은 이미 심리종결되었다.

○ 원고 왕홍영의 주장

2004년 8월 18일, 원고와 피고 과련연구원은 '몽려사(夢麗莎) 나노칼라자(瓷)기프린팅' 가맹계약을 체결하고 피고에게 가맹관리비 9,800 위안을 지불하였다. 이 계약에서 과련연구원은 약정한 기술 내용을 하남성 상구시 량완구에서 실시하도록 왕홍영에게 허가하고, 해당 현(시)에서 다른 가맹점을 오픈하지 않겠다고 약속하였다.

그 후 피고는 2004년 11월 23일 제3자 이해영과 가맹계약을 체결하여 이해영이 하남성 상구시에서 원고와 동일한 기술을 실시할 수 있도록 허가하였고, 원고는 이러한 사실을 발견하였다. 왕홍영은 과련연구원이 원고로부터 기술양도비를 받은 후 약정한 지역범위 내에서 다른 사람과 가맹계약을 다시 체결한 것은 양측 계약의 계약을 위반한 것이라고 판단하여 법원에 계약해지 판결을 요청하였다.

또 원고는 법원에 과련연구원이 가맹관리비 9,800 위안, 컵 프린팅기 비용 1,760 위안과 피고의 계약위반으로 인해 원고가 입은 경제적 손실 4,400 위안의 배상 판결을 요청하였다.

○ 피고 과련연구원의 항변

피고가 원고에게 허가한 지역 범위는 상구시 량완구이고, 제3자에게 허가한 지역 범위는 상구시이므로 피고의 행위가 계약위반이 아니며 계약위반에 대한 책임을 질 필요가 없다고 주장하였다.

○ 법원판결

본원은 심리를 거쳐 아래의 사실을 밝혀내었다.

2004년 8월 18일, 왕홍영(을) 및 과련연구원(갑)은 '몽려사 나노칼라자기프린팅 가맹계약'을 체결하였다. 계약에서 갑은 을에게 무료로 '몽려사 나노칼라자기프린팅' 기술을 제공하고, 을은 갑에게 가맹관리비 9,800 위안을 지불하도록 약정하였다.

계약에서는 또 갑이 가맹비를 받은 후 을에게 나노칼라자기프린팅기와 나노컴퓨터지능프린팅기 각 1대, 나노자기프린팅기술 생산자료, 특허증서, 상표등록 증명, 매장의 통일된 설계도안, 깃발 및 포스터, 프랜차이즈가맹수권간판, 영업안내책자, 수료증서 및 수권증서를 제공하기로 약정하였다.

갑은 을에게 하남성 상구시 량완구 범위 내에서 해당 기술을 실시하도록 허가하는 동시에 해당 현(시)에서 다른 가맹점을 오픈하지 않기로 약속하였다. 양측은 계약위반의 경우에 대해서도 협의하여 갑으로 인해 계약이 이행되지 못할 경우 갑이 을에게 가맹비를 반환하기로 약속하였다.

계약을 체결하기 전인 8월 17일, 왕홍영은 과련연구원에게 가맹비 9,800 위안을 지불하였다. 계약이 체결된 후, 과련연구원은 왕홍영에게 나노칼라자기 프린팅기와 나노컴퓨터지능 프린팅기 각 1대, 프랜차이즈가맹 수권간판 1개를 제공하였다. 과련연구원이 제공한 깃발, 포스터, 수료증서 및 수권증서는 모두 인쇄물이고, 나노자기 프린팅기술 생산자료, 특허증서, 상표등록 수리통지서, 상표출원 수리통지서, 매장의 통일된 설계도안 및 영업안내책자는 모두 사본이다.

2004년 8월 22일, 왕홍영은 과련연구원에게 인민폐 3,200 위안을 지불하였고, 과련연구원은 왕홍영에게 컵 프린팅기 1대와 소모품을 제공하였다. 양측 당사자는 모두 컵 프린팅기의 가격은 인민폐 1,700 위안임을 인정하였다. 2004년 11월 23일, 과련연구원은 제3자 이해영과 '몽려사 나노칼라자기 프린팅 가맹계약'을 체결하고, 가맹관리비 7,600 위안을 받았다. 이 계약에서 과련연구원은 이해영에게 하남성 상구시에서 '몽려사 나노칼라자기 프린팅' 기술을 실시할 수 있도록 허가하고, 해당 시에서 다른 가맹점을 오픈하지 않기로 약속하였다.

왕홍영은 과련연구원과 계약을 체결하고 '몽려사 나노칼라자기 프린팅' 기술을 배우기 위해, 또 과련연구원과 분쟁을 해결하기 위한 협상과 소송을 진행하기 위해 수차례 북경시와 하남성 상구시를 이동하면서 교통비 971 위안, 숙소비 415 위안을 지출하였다. 왕홍영은 이번 소송을 위해 복사비 140 위안도 지출하였다.

위와 같은 사실은 왕홍영과 과련연구원이 2004년 8월 18일 체결한 '몽려사 나노칼라자기 프린팅 가맹계약', 2004년 8월 17일과 8월 22일의 은행카드 업무영수증, 과련연구원이 작성한 기술 서비스비 영수증, 과련연구원과 이해영 2004년 11월 23일 체결한 '몽려사 나노칼라자기 프린팅 가맹계약', 북경시와 하남성 상구시 간의 기차표·버스표·숙소비 영수증, 복사비 영수증 및 양측 당사자의 진술이 증명하였다.

본원은 왕홍영과 과련연구원이 2004년 8월 18일 체결한 '몽려사 나노칼라자기 프린팅 가맹계약'은 양측 당사자 진의표시로서, 계약 내용은 국가법률의 규정을 위반하지 않아 해당 계약은 유효하며, 계약당사자는 신의성실의 원칙에 따라 계약에서 약정한 의무를 다해야 한다고 판단하였다.

계약에 따라 과련연구원은 왕홍영에게 '몽려사 나노칼라자기 프린팅' 기술을 제공하고 하남성 상구시에서 다른 가맹점을 오픈하지 않겠다고 약속하였다. 그 후, 과련연구원은 제3자에게 하남성 상구시에서 '몽려사 나노칼라자기 프린팅' 기술을 실시하도록 허가하여 하남성 상구시 내에 같은 기술을 사용하는 가맹점이 존재하는 상황을 발생하게 하였다.

이는 양측으로 하여금 경쟁관계에 놓이게 하는 것이어서 왕홍영이 기대하였던 이익을 얻을 수 없게 하였다. 과련연구원의 이러한 행위는 '가맹계약'을 위반하여 계약을 유지하는 것은 이미 불가능하므로 본원은 왕홍영의 해지계약을 받아들이고 과련연구원은 계약에 따라 9,800 위안의 가맹관리비를 반환하여야 한다.

왕홍영은 응장의거(应将依据) 계약에 따라 제공받은 설비, 간판 및 모든 기타 자료를 과련연구원에 반환하여야 한다.

본원은 계약이행 과정 중 왕홍영이 과련 연구원으로부터 구입한 컵 프린팅기 1대 환불청구를 받아들이고, 과련연구원은 컵 프린팅기 가격 1,700 위안을 왕홍영에게 환불하여야 한다.

과련 연구원은 자신의 계약위반으로 인해 왕홍영이 입게 된 경제적 손해배상 책임을 져야하고, 본원은 왕홍영이 실제 지출 상황에 따라 배상액을 결정하였다.

이와 같은 사실 내용을 종합하여 '중화인민공화국 계약법' 제94조 제4항, 제97조, 제1013조 제1항의 규정에 따라 내린 판결은 아래와 같다.

1. 원고 왕홍영 및 피고 중과과련(북경)영상과학연구원이 2004년 8월 18일 체결한 '몽려사 나노칼라자기프린팅 가맹계약'을 해지한다.
2. 피고 중과과련(북경)영상 과학연구원은 이 판결의 효력이 발생하는 날로부터 10일 내에 원고 왕홍영의 가맹관리비 인민폐 9,800 위안 및 컵 프린팅기 가격 인민폐 1,700 위안을 배상하여야 한다.
3. 원고 왕홍영은 이 판결의 효력이 발생하는 날로부터 10일 내에 피고 중과과련(북경)영상 과학연구원의 나노칼라자기 프린팅기, 나노컴퓨터지능 프린팅기, 컵 프린팅기 각 1대와 프랜차이즈가맹 수권간판 1개, 깃발, 포스터, 수료증서 및 수권증거를 반환하여야 한다.
4. 피고 과련(북경)영상 과학연구원은 이 판결의 효력이 발생하는 날로부터 10일 내에 원고 왕홍영에게 경제적 손해 인민폐 1,526 위안을 배상하여야 한다.
5. 원고 왕홍영의 기타 소송청구는 기각한다.

이번 사건의 소송비용 649 위안은 피고 중과과련(북경)영상 과학연구원이 부담한다. (이 판결의 효력이 발생하는 날로부터 7일 내에 지불)

(마) 계약 불이행 사례

- 업종 : 도소매업
- 항소인(원심원고 및 반소피고) : 광주시영감무역유한공사
- 피 항소인(원심피고 및 반소원고) : 북경자광화우복장복식유한공사

- 사건의 경위

항소인 광주시영감무역유한공사(이하 '영감사')는 프랜차이즈 계약분쟁사건에 대한 광주시 여만구 인민법원의 (2003) 荔法(民)二初字 제690호 민사판결에 불복하여 본원에 항소를 제기하였다.

원심법원은 항소인과 피 항소인이 2002년 5월 16일 체결한 '프랜차이즈계약'은 양측의 진의표시라고 판단하였다. 또한 항소인의 상표사기에 의해 해당 계약을 체결하였다는 피 항소인의 주장에 대해서 항소인이 단지 해당 상품의 상표사용권을 보유하고 있는 것일 뿐 계약한 제품의 상표권자가 아님을 피 항소인이 계약서에 서명할 때 검증하지 않았다.

이는 피 항소인의 해당 권리에 대한 포기로 간주하여야 할 것으로 상표사기는 아니라고 판단하였다.

항소인과 피 항소인의 해당 계약은 합법적으로 유효하므로 피 항소인이 계약에서 약정한 입하량을 달성하지 못하고 계약에 따라 5만 위안의 보증금을 지불하지 않은 것은 계약위반이다.

그리하여 항소인이 계약 규정에 따라 계약을 중지한 것은 합리적이다. 해당 계약은 이미 피 항소인에 의해 철회되었고, 계약상의 경영 업무를 중지함으로써 인하여 실제로 중지되었다.

피 항소인은 계약에서 약정한 입하량을 달성하지 못한 원인으로 항소인이 제공한 상품의 품질에 문제가 있어 매출액에 영향을 주었다고 주장하였다. 그러나 피 항소인이 제공한 상품의 품질 이상을 증명하기 위해 관련 품질검사부서에 상품을 넘겨주어 검사하게 하였으나 이는 피 항소인이 단독으로 검사를 진행한 것으로 피 항소인이 검사를 위해 보낸 제품이 항소인이 피 항소인에게 제공한 제품임을 증명할 수 없다.

품질검사부서도 항소인이 제공한 제품에 대해서만 검사를 진행하였고 검사한 제품이 항소인의 제품임을 증명하지는 않았다.

피 항소인이 항소인의 제품을 판매하여 고객들의 불만과 적의 처벌을 받은 점에 대해서는 근거가 없고, 항소인에게 품질 문제를 제기한 것에 대해서는 항소인이 확인하지 않았으므로 피 항소인이 항소인의 제품에 대해 품질문제를 제기한 항변 이유는 성립하지 않아 원심법원은 지지하지 않는다.

항소인이 피 항소인에게 진열대 비용지불을 요구한데 대해서는 피 항소인도 진열대를 받은 후에야 디자인을 알았고 가격을 안 후 곧바로 이의제기를 하지 않은 사실을 인정하였다.

2003년 4월 10일 피 항소인은 항소인이 4월 3일 피 항소인에게 보낸 팩스에 회신하며 제기한 6가지 의견에서야 비로소 인테리어 비용이 과하게 높다고 지적하였다. 이는 피 항소인이 진열대의 가격이 84,810 위안임을 확인한 것으로 간주하여야 하며, 해당 진열대에는 '명치(明治)'라고 표시가 되어 있으므로 '명치' 제품이라고 판단할 수 있다.

피 항소인이 이미 해당 진열대를 사용하였으므로 진열대 비용을 항소인에게 지불하여야 마땅하다.

진열대 비용에 관한 분쟁은 '프랜차이즈 계약'의 관련 규정과 3년 기한에 따라 환산하여야 하며, 피 항소인은 해당 진열대를 국무(国贸) KH 전문매장의 4.5개월 사용기간의 50%의 사용 비용을 지불해야 하며, 해당 진열대를 항소인에게 반환해야 한다.

반환 비용은 항소인과 피 항소인이 각각 50%씩 부담해야하며 항소인이 피 항소인에게 물건 대금 125,730 위안을 지불하라고 요구하는 것은 '프랜차이즈 계약' 상의 물건 대금 37,380 위안과 위탁판매대금 88,422 위안으로 구성되어있다.

위탁판매제품은 이 계약에 명시되어 있지 않은 다른 법률관계에 속하기 때문에 이번 사건에서는 다루지 않고, 또 이 계약의 물건대금 37,308 위안 중 아직 5012.10 위안 가치의 물건이 있기 때문에 해당 계약의 15조 규정에 따라 피 항소인은 5012.10 위안 가치의 재고 상품을 항소인에게 반환해야 한다.

그리하여 비항소인은 물건대금 32,295.9 위안을 항소인에게 지불해야 한다. 항소인은 2003년 4월 1일 피 항소인에게 대금지불통지서를 피 항소인에게 발송하여 그 해 2월분의 물건 대금의 지불을 요구하였지만 해당 물건 대금이 이미 판매된 상품의 가격인지 확인할 수 없고, 그 해 6월 3일부터 항소인이 계약 중지를 제기하면서 피 항소인과 줄곧 물건 대금 결산을 진행하지 않았으므로 항소인이 피 항소인에게 물건 대금 미지급을 이유로 위약금 지불을 요구하는 것은 증거 부족으로 원심법원은 인정하지 않았다.

항소인이 피 항소인에게 조사비, 출장비 지불을 요구하는 것에 대해 항소인이 조사 사유에 대한 관련 근거와 그와 관련되어 발생한 출장비에 대해서는 원심법원은 인정하지 않았다.

항소인이 피 항소인에게 변호사비 지불을 요구하는 것은 법률 근거가 존재하지 않으므로 법원은 이 역시 인정하지 않았다. 항소인이 계약서의 제24조 제3항의 규정에 따라 피 항소인이 어떠한 계약위반도 하지 않았다고 판단할 때에만 보증금을 반환할 수 있다.

계약서의 제24조는 계약중지의 조건과 보증금의 반환 방식을 규정한 것이고 계약서 제19조의 보증금 관련 규정에서 피 항소인이 독단으로 계약 해지 시에는 보증금을 반환하지 않는다고 명확히 정하였으므로 항소인의 항변이유는 성립하지 않아 원심법원은 이를 인정하지 않았다. 피 항소인은 반소하여 항소인에게 보증금 반환을 요구하는 것은 합리적이어서 원심법원을 이를 인정하여 항소인은 10만 위안의 보증금을 피 항소인에게 반환해야 한다. 피 항소인이 반소하여 항소인이 불량 제품을 공급하고 독단으로 계약을 해지한 점에 대해 경제적 손실을 배상하라고 주장하는 것은 근거가 부족하여 원심법원은 이를 인정하지 않았다.

피 항소인이 반소하여 항소인이 타인에게 사실과 다른 내용의 편지를 발송하여 피 항소인에게 배상금 지불과 사과를 요구한 것에 대해 법원은 항소인이 타인

에게 보낸 편지는 합법적인 상품 상표의 사용권을 행사하기 위한 것이고 항소인이 피 항소인과 체결한 계약을 취하한 것은 계약 규정을 위반한 것이 아니고 편지 내용도 사건사실 내용과 부합하여 항소인의 행위가 피 항소인의 명예를 해친 것이라고는 볼 수 없어 피 항소인의 요청은 받아들여지지 않았다.

피 항소인이 항소인에게 소송과 관련되어 지불한 비용을 지불하라고 요구하는 것은 계약 중지가 피 항소인의 위약에 의해 일어난 분쟁임으로 항소인에게 관련 비용을 지불하라고 요구하는 것은 불합리하여 원심법원은 이를 지지하지 않았다.

이를 종합하여 중화인민공화국민법통칙(中华人民共和国民法通则) 제54조, 84조, 제85조, 제88조 제1항, 제106조 제1항 제7호, 제109조에 따라 아래와 같이 판결을 내렸다.

- 판결

피 항소인은 원심판결의 법률효력발생일로부터 15일 내에 '명치' 진열대 비용 5300.63 위안을 항소인에게 지불한다.

피 항소인은 원심판결의 법률효력발생일로부터 15일 내에 '명치' 진열대를 항소인에게 반환하고 반환 비용은 항소인과 피 항소인이 각각 50%씩 부담한다.

피 항소인은 원심판결의 법률효력발생일로부터 15일 내에 물건대금 2,295.9 위안을 항소인에 지불한다.

피 항소인은 원심판결의 법률효력발생일로부터 15일 내에 항소인이 제공한 5,012.10 위안 가치의 재고상품을 항소인에게 반환하고 비용은 항소인이 부담한다.

항소인은 원심판결의 법률효력발생일로부터 15일 내에 보증금 10만 위안을 피 항소인에게 반환한다.

항소인·피 항소인의 기타 소송청구는 기각함. 소송비용 7,676 위안 중 항소인이 5,962 위안, 피 항소인이 1,714 위안을 부담한다. 반소비용 7,473 위안 중 항소인이 3,510 위안, 피 항소인이 3,963 위안을 부담한다.

(2) 상표 관련 분쟁

(가) 상표권 침해 사례

- 업종 : 외식업
- 원고 : 상해흥기영화(永和)식품발전고분유한공사 (이하 흥기영화식품)
- 피고 : 흥가부, (닝파시해서영화(宁波市海曙永和)콩음료점, 닝파시해서천일영화(宁波市海曙天一永和)콩음료점 업주)

- 사건의 경위

흥기영화식품은 전국 각지에 200개가 넘는 콩 음료 가맹점을 가지고 있다. 하지만 절강닝파(浙江宁波)의 가맹점이 법원에 의해 “영화두장(永和豆浆)”의 상표의 사용 금지와 원고에 5만 위안의 경제손실을 배상, 신문에 사과문 기재의 판결을 받았다.

1심에서 법원의 판결 이유는 “영화(永和)”는 절강 현지 법인의 상호로, “영화두장(永和豆浆)”은 이미 오랫동안 현지 법인의 간판으로 사용되어 상당한 지명도를 가지고 있으나 흥기영화식품은 현지에서 본 상표의 상품을 판매하거나 광고를 한 적이 없으므로 성실신용원칙에 근거해 이상과 같은 판단을 내렸다.

흥기영화식품은 2005년 Ning파시에서 “영화두장” 가맹점을 운영하려 했으나 Ning파의 개인 사업자 흥가부와 석연평 등 2인이 이미 1997년 6월, 2000년 5월에 Ning파공상부문(宁波工商部门)에서 등록한 6개의 “영화두장” 요식업체(이하 Ning파영화)를 경영하고 있었다.

Ning파영화사가 흥기영화식품의 두 가맹점이 법인 명칭권을 침해했다고 고발했으며, 흥기영화식품은 Ning파영화가 상표권을 침해했다고 고발하였다.

흥가부가 등록한 법인은 Ning파시 해서구에 위치하며 법인 명칭은 각각 Ning파시해서영화두장점(宁波市永和豆浆店), Ning파시해서천일영화두장점(宁波市海曙天一永和豆浆店)과 Ning파시해서취백영화두장점(宁波市海曙翠柏永和豆浆店)이다.

석연평이 등록한 법인은 Ning파시 강동구에 위치하며 법인 명칭은 각각 Ning파시강동승영화두장점(宁波市江东南胜永和豆浆店), Ning파시강동백장영화명전풍미찬관(宁波市江东百丈永和名典风味餐馆), Ning파시강동백학흥Ning파영화두장점(宁波市江东白鹤兴宁永和豆浆店)이다.

위의 6개 점포는 모두 “영화두장”을 법인명칭의 약칭으로 간판에 사용하고 있다. 흥가부와 석연평은 흥기영화식품이 해서구와 강동구에 “영화두장”을 간판으로 사용하는 두 개의 가맹점을 운영하려는 행위는 그들의 법인약칭 “영화두장”과 충돌을 일으킨다고 주장하였다.

올해 5월 9일 흥가부는 흥기영화식품의 한 가맹점 주인 조하를 고발해 법정에 세웠으며, 석연평은 다른 한 가맹점 주인인 장자파를 고발하였다. 피고가 멋대로 자신들의 법인상호인 “영화두장”을 간판으로 사용했으며, 자신들의 법인명칭권을 침해했다고 고발했으며 또한 이는 부정행위라고 주장하였다.

8월 10일 Ning파시 중급인민법원이 1심판결에서 피고가 즉각 Ning파점에서 사용하는 “영화두장”의 간판 사용을 중지해야 한다는 판결을 내렸다. 법원은 민법통칙규정에 의거하여 개인사업자는 명칭권을 가지고 있다고 판단하였다. 또한 <법인명칭등기관리규정> 및 실시방법에 의거해 개인사업자의 법인명칭권은 행정구역, 상호, 업종, 조직형식으로 구성되며 “영화”는 상호이고 “두장”은 요식업체의 조직형식을 드러내므로 원고는 등록한 명칭에 법적으로 명칭권을 가지고 있으며 “두장” 식품명과 “영화” 상호를 이어 국가가 허용한 약칭 범위 안에 있으

므로 법률로 보호 받아야 한다고 판단하였다.

이 외에도 법원은 피고가 권리를 부여 받아 사용한 상표 “영화 YONGHE” (永和 YONGHE) 및 그림은 상품의 상표일 뿐 서비스상표가 아니라고 판단하였다. 임의로 상표 조합의 일부분인 “영화”를 간판에 드러나게 사용함으로써 중국의 등록상표전용권은 심사를 거쳐 등록된 상표에 국한한다는 상표법 규정을 어겼다.

< TIP >

- 해외진출 시 합작방식이나 마스터 프랜차이즈방식의 경우, 파트너와 분쟁이 발생하기도 함. 따라서 계약단계에서 이러한 분쟁이나 리스크(Risk)의 예방조치나 해결방식을 내용에 포함할 필요가 있음
「TV 외식기업의 중국 진출전략 > 2.중국 진출전략(진출유형) > 나. 파트너 선정 시 주의사항」 참조

다. 식당 개업 절차

(1) 사업자 등록 절차

- ‘중국 도농 개인사업자 관리 잠정 조례 실시세칙’ 제 2조에 의거에 따라 개인사업자 신청인은 반드시 중국호적 증명을 제출할 수 있어야 함
- 따라서 외국인은 단독으로 개인사업자 등록을 할 수 없으며 외국인 또는 외국기업은 반드시 법인(독자, 합자, 합작법인)을 설립해야 하며 합자 또는 합작법인을 설립할 경우 중국파트너는 반드시 법인사업자여야 함.

< TIP >

- 외국인은 단독으로 개인사업자등록을 할 수 없으며 외국인 또는 외국기업은 반드시 법인(독자, 합자, 합작법인)을 설립해야하며 합자 또는 합작법인을 설립할 경우 중국파트너는 반드시 법인사업자여야 함.

(2) 인허가 관련 정보

(가) 식당 창업 시 필요 인허가

- 인허가 요건
 - ① 가장 먼저 해야 할 수속은 사용 가능한 식당 명칭인지 식당이 위치할 지역

의 공상국에 허가를 받아야 하는 것임.

- ② 외식업 서비스 허가증을 발급받기 위해서는 해당 지역을 관할하는 식품약품감독관리부서가 요구하는 다음과 같은 조건들을 만족해야함
- ③ 유해 장소 및 오염원으로부터 일정 간격을 유지해야하고 소비자에게 제공하는 식품의 품종과 수량에 상응하는 식재료의 처리·가공·저장 장소는 청결해야함.
- ④ 소비자에게 제공하는 식품의 품종과 수량에 상응하는 설비를 갖추어야 함.
- ⑤ 소독실 · 탈의실 · 세척실 · 채광 · 조명 · 통풍 · 냉동냉장 · 먼지 방지 · 해충 방지 및 폐수 처리시설·쓰레기 보관시설을 구비해야함.
- ⑥ 식품안전 관련 교육을 수료한 식품안전 관리요원이 있어야 하며 해당 영업장에 상응하는 식품안전제도가 구비되어 있어야함.

○ **인허가에 필요한 라이선스**

- ① 공공장소 위생허가증을 취득하지 못할 경우 식당 영업을 개시할 수 없음.
- ② 식당의 업주는 종업원으로 하여금 매년 건강검진을 받도록 하고 건강합격증명을 취득한 자에 한해 고용해야함. 제출 서류로는 다음과 같음.
 - 위생허가증 신청양식
 - 법정 대표인 또는 책임자의 신분증
 - 해당 공공장소의 지리적 위치 도면 및 평면도와 위생시설 평면배치도
 - 해당 공공장소 위생 검사 또는 평가 보고서
 - 해당 지역을 관할하는 위생 행정부서가 요구한 기타 서류

○ **인허가 절차 및 구비서류**

외식업서비스허가증을 발급받기 위해서는 다음과 같은 서류를 제출해야 함

- ① 명칭예선택준 증명서
- ② 외식업 영업장의 설비 배치도, 위생시설 등의 도면
- ③ 법정대표인(업주 또는 책임자)의 신분증 사본
- ④ 식품안전관리요원의 자격 증명 자료
- ⑤ 식품안전제도의 보증 등 식품약품 감독 관리국이 요구하는 기타 서류

(나) 주류 허가증

외식업서비스허가증을 발급 받은 식당에 한해 주류 판매 가능함

(3) 인허가 절차

- 중국은 개인사업자로 식당을 개업할 수 없음(법인형태로 진행해야 함)
- 대부분 외자기업은 주식회사보다는 유한회사로 진행을 많이 함(주식회사 상무부 허가 어려움) 유한회사 설립의 초저등록자본금은 3만 위안임

- 중국은 지역(성)에 따라 식당 창업절차가 다르고 허가제임. 관할 관청에서 소방, 위생, 환경 등 일일이 허가를 받아 진행해야 함
 - ① 공상행정관리부에 상호등록사전심사 신청 : 식당이 위치할 예정지의 상무국에 관련 자료 제출
 - ②公安소방기관에 '소방심사의견서' 심사 수속
 - ③ 위생시관에 '공공장소위생허가증' 심사 수속
 - ④ 식품약품감독관리국에 '식품위행허가증' 심사 수속
 - ⑤ 환경보호국에 '오수처리 허가' 심사 수속
 - ⑥ 대외무역경제위원회에 '결재비준증서'수속
 - ⑦ 광상부에서 '영업허가증' 신청 후 수령
 - ⑧ 기술감독주에서 '조직기구토드' 신청 수 수령
 - ⑨ 세무서에서 '세무등기증' 신청 수 수령(유한회사는 국세국이 업무 담당)

< TIP >

- 식당창업에 관한 구체적인 절차를 알고자 하는 진출기업은 '2016 글로벌 한식·외식 산업조사 결과보고서. 한식재단'을 참조길 권함

1 진출 시 고려점

가. 법률 및 제도적 측면

(1) 프랜차이즈 관련 법률

- ① 중국에서 프랜차이즈사업을 영위하기 위해서는 일정한 조건이 필요함
 - 2곳 이상의 직영점 확보 + 1년 초과 영업기간
 - 성숙한 경영방식 + 교육 등의 서비스를 제공할 능력 보유
 - 프랜차이즈기업 운영은 기업으로 운영해야 함
- ② 상무주관부서(MOFCOM)에 프랜차이즈 등록 및 지속적인 신고
 - 첫 계약일로부터 15일이 내에 상무주관부서(MOFCOM)에 프랜차이즈 등록
 - 매년 실적 보고 및 수시 변경사항 보고
- ③ 프랜차이즈 법률에 따라 가맹사업 운영(법률규정에 따른 가맹점과 관계)
 - 가맹계약일로부터 30일 전 정보 및 가맹계약서 견본 제공 의무
 - 계약기간, 계약해지 등 가맹점과의 관계 법률에 규정
- ④ 중국의 각 지방정부마다 공정거래와 관련된 지방법규가 있으므로 이것도 주의해야함(중국의 경우 지방정부에 입법권이 있음)

(2) 기업설립 관련 법률과 제도

- ① 국내와 달리 중국에서 프랜차이즈를 운영하기 위해서는 반드시 개인사업자가 아닌 기업으로 운영하여야 하기에 기업설립 조건과 절차를 숙지하여야 함
- ② 최근 중국 당국이 중국에 진출한 외국기업에 제공했던 혜택을 줄이면서 자국 기업의 보호정책을 시행함
- ③ 외국인 개인의 중국 부동산 구입과 관련하여 규제를 완화하였지만, 큰 변화 없음
- ④ 법률의 프랜차이즈 정의에 따라 가맹본부는 적법한 상표나 특허권을 가맹점에 부여해야 하기 때문에 가맹본부는 사전에 브랜드를 상표등록 하여야 함

- ⑤ 중국의 경우 지식재산권을 보호하려는 정책을 시행하고 있지만, 아직 일반인에게까지 보호정책이 확산되지 못하여 복제나 남용하는 사례가 많음

(3) 계약관련 법률과 제도

- ① 중국의 경우 지식재산권을 보호 미흡에 따라 계약내용을 구체적으로 작성
- ② 반공정경쟁법 등 최근 가맹점사업자를 보호하기 위한 경제법 제정

(4) 현지운영 관련 법률과 제도

- ① 2008년 1월부터 시행된 노동계약법은 親기업적 법환경에서 親노동적인 법환경으로 바뀜
- ② 新노동쟁의중재법의 등장으로 노동분쟁의 증가로 해외진출 기업 운영에 어려움 증가
- ③ 중국정부는 개혁개방 이후 경제발전을 위해 “중앙집권체제”의 전제하에 지방분권화, 즉 중앙권력의 지방 위양정책을 추진해오고 있음
- ④ 외국기업 소득세와 내국기업 소득세로 구분되어 있던 것이 중국 기업소득세의 특징이었으나, 2008년 이후부터 현재까지 단일 소득세법을 적용

(5) 기타 법률 및 제도

- ① 인건비 상승에 따른 채산성 악화 등의 영향으로 중국에서 철수하는 기업이 증가하고 있음
- ② 기업 철수 시 상무부의 허가가 필요하여 세무 및 노무문제로 청산 등 철수의 어려움이 존재함

나. 현지시장 및 문화적 측면

(1) 인구통계 및 정치 · 사회 · 문화

- ① 세계 최대의 인구대국인 중국의 생산가능인구가 2015년부터 감소세로 전환되는 등 저출산, 고령화로 인구구조가 급속하게 변화되고 있음

- ② 아직 1인당 소득이 낮은 상태에서 노후대비 부담 증가로 가계소비는 위축되는 한편, 저임금 노동력에 대한 구인난과 임금 급등이 제조업 경쟁력 약화로 작용
- ③ 미국과의 무역분쟁 등 불확실성이 확대되면서 성장률이 다소 둔화됨
- ④ 중국의 외식산업(요식업) 시장 규모는 2017년 3조9600만 위안 규모로 전년 대비 10.7% 성장하였으며 2018년에는 4조3000억 위안을 넘어설 것으로 전망
- ⑤ 중국도 국내 외식현황과 유사하게 폐업률과 경쟁률이 높아지고 있음
- ⑥ 새로운 소비층으로 여성과 젊은 층이 대두됨
- ⑦ 중국도 외식업 비중이 높고, 소규모 프랜차이즈 기업이 많은 등 국내 프랜차이즈 현황과 유사한 추이를 보이고 있음

(2) 특수상황

- ① 중국은 957만 2900km²의 큰 땅을 가지고 있기 때문에 지역에 따라 각기 다른 기후와 문화를 가지고 있음
- ② 최근 1선 도시에서 2선 도시로 프랜차이즈 산업이 확산됨

2 중국 진출전략(진출유형)

가. 가장 유리한 진출방식 선정

(1) 진출유형과 특징

(가) 마스터 프랜차이즈(라이선싱)

- 파트너사가 특정 지역 내에서, 일정기간 동안 가맹본부의 프랜차이즈 시스템과 비즈니스 콘셉트를 독점 사용하며 스스로 매장을 운영하거나 가맹점을 모집할 수 있는 사업권 자체를 가지게 되는 진출 방식
- 문화적, 제도적 환경의 차이가 커서 현지에서 **경험이 많은 파트너에게 의존**하는 것이 유리한 경우에 적합함
- **재정 자원은 부족**하나, 프랜차이즈 시스템이 잘 갖추어져 통제할 수 있는 **내부역량이 충분**한 경우에 적합함

(나) 합자(합작) 투자

- 가맹본부와 현지 파트너가 함께 합자(합작) 투자회사를 설립하는 형태로, 합자투자의 경우 자본투자 비율에 따라 경영권 및 이익 배분 등이 결정되며, 합작투자의 경우 자본투자가 아닌 계약 내용에 따라 결정됨
- 법적으로 외국 기업의 **단독 투자를 허용하지 않는 지역**으로 진출하는 경우에 적합함
- 장기적인 관점에서 가맹본부의 **적극적인 참여를 통해 사업을 확장**시키고자 하는 지역으로 진출하는 경우

(다) 직접 진출

- 가맹본부가 외부 파트너의 도움 없이 현지에서 직접 사업을 운영, 준비과정부터 정착에 필요한 모든 비용과 인력을 직접 부담하며 현지 운영 및 사업 확장에 대한 책임도 모두 가맹본부에서 부담
- 규모가 큰 대기업이나 **자금력과 내부 역량이 잘 갖추어져** 있어 현지에서 자체적인 경영이 가능한 경우에 적합함

- 노하우 유출을 피하기 위해 **강력한 통제가 필요**하거나, 법적으로 브랜드나 **노하우 보호가 취약한 지역**으로 진출하는 경우에 적합함

(라) 국제 가맹

- 국내에서의 가맹사업과 마찬가지로, 가맹본부가 가맹 사업자와 하나의 단위 가맹점 운영을 계약하는 형태로 국내 가맹본부가 현지 가맹점을 직접 관리하는 형태
- 진출 시장이 한국과 가깝거나 출장 및 체류 **비용에 대한 부담이 크지 않아** 관리 및 교육이 어렵지 않은 경우에 적합함
- 본격적인 현지 진출에 앞서 **직접 투자나 파트너를 통한 진출이 어려운 경우**에 적합함

(2) 진출유형 선택을 위한 시장의 적합도

- 해외 진출유형을 선택하기 위해서는 우선 진출기업의 내부요소와 진출시장의 외부요소를 사전에 파악과 분석하여함
- 내부요소
 - ① 투자자금 보유(재무현황)
 - ② 담당 인력 역량(언어능력, 기획능력, 교육능력, 추진능력, 법률지식 등)
 - ③ 브랜드 경쟁력(차별성, 진출시장의 적합성)
 - ④ 물류 및 생산 시스템(식재료의 유통 시스템 유무, 해외 공급 능력, 해외 구축 능력 등)
- 외부요소
 - ① 시장 진출 규제(외국기업의 직접진출 제한 사항 유무, 기업설립의 수월 정도)
 - ② 시장 안전성(진출국의 지식재산권 보호 정도)
 - ③ 시장에서 대한민국 국가 브랜드의 인식 정도(한류 열풍의 정도)
 - ④ 시장의 규모(소득수준 및 인구 현황)
 - ⑤ 서비스 마인드(진출국의 서비스 마인드 수준)
 - ⑥ 시장 안정성(노무, 세무 등 기업 운영에 필요한 제도의 안정성)
 - ⑦ 시장의 특수성(진출국의 문화적 특수성 여부)
 - ⑧ 시장의 성숙도(진출국의 프랜차이즈시장의 성숙도)
- 투자자금이나 인력역량 등 내부요소는 각 기업이 처해있는 상황에 따라 달라질 수 있기에 논하지 않고, 본 교재에는 외부요소를 중심으로 논하기로 함

표 4-1 진출유형 선택을 위한 시장의 적합도

외국기업의 직접진출 제한 사항이 있는가?		
<있음>	←—————→	<없음>
마스터 프랜차이즈, 합작투자	국제가맹	직접진출
진출국에서 기업설립의 수월(투자혜택)한가?		
<어려움>	←—————→	<수월함>
마스터 프랜차이즈, 국제가맹		합작투자, 직접진출
진출국의 국민들이 지식재산권 보호에 대한 인식이 높은가?		
<높음>	←—————→	<낮음>
마스터 프랜차이즈, 합작투자		국제가맹, 직접진출
진출국에서 한류 열풍의 정도는 어떠한가?		
<높음>	←—————→	<낮음>
직접진출, 합작투자	마스터 프랜차이즈	국제가맹
진출국의 소득수준이 높은가?		
<낮음>	←—————→	<높음>
국제가맹, 마스터 프랜차이즈	합작투자	직접진출
진출국의 서비스 마인드가 높은가(매장의 서비스 질 유지)?		
<높음>	←—————→	<낮음>
마스터 프랜차이즈, 합작투자		국제가맹, 직접진출
노무, 세무 등 기업 운영에 필요한 제도가 안정적인가?		
<불안정>	←—————→	<안정>
국제가맹, 마스터 프랜차이즈	합작투자	직접진출
진출을 방해하는 진출국의 문화적 특수성이 있는가?		
<있음>	←—————→	<없음>
합작투자, 마스터 프랜차이즈	국제가맹	직접진출
진출국의 프랜차이즈시장의 성숙도가 높은가?		
<낮음>	←—————→	<높음>
국제가맹, 마스터 프랜차이즈	합작투자	직접진출

상기의 적합도는 개괄적인 것으로 구체적인 상황에 따라 달라질 수 있음

< TIP >

- 상기 선정 요인들은 기업 및 아이템현황 및 진출국의 특수성에 따라 중요도나 적합도에서 차이가 있을 수 있음
- 특히 진출국에서의 한류영향력은 해외진출 시 초기 정착단계에서는 큰 영향력이 있을 수 있지만, 이후 지속적인 사업의 성장이나 유지면에서는 영향력이 크지 않을 수 있음

(3) 유리한 진출유형 선정

고려요소	마스터 프랜차이즈	합자 투자	직접 진출	국제 가맹
프랜차이즈 관련 법률과 제도				
2곳 이상의 직영점 확보 + 1년 초과 영업기간	▲유리	▲유리	▽불리	-
프랜차이즈기업 운영은 기업으로 운영해야 함(투자비용 증가)	▲유리	▽불리	▽불리	-
프랜차이즈 등록 및 지속적으로 신고 절차 존재	▲유리	▲유리	▽불리	▲유리
법률규정에 따른 가맹점과 관계	▲유리	-	▽불리	▲유리
지방정부마다 공정거래와 관련된 지방법규 조재	▲유리	-	▽불리	▲유리
기업설립 관련 법률과 제도				
기업설립 조건과 절차	▲유리	▽불리	▽불리	-
자국 기업의 보호정책을 시행	▲유리	▲유리	▽불리	-
부동산 구입과 관련 하여 규제를 완화	▽불리	▲유리	▲유리	▽불리
사전에 브랜드를 상표등록	-	-	-	-
복제나 남용하는 사례 많음	▽불리	-	▲유리	-
계약관련 법률과 제도				
지식재산권을 보호 미흡 따른 계약 내용 구체화	▽불리	-	▲유리	▽불리
반공정경쟁법 등 최근 가맹점사업자를 보호정책 강화	▲유리	▽불리	▽불리	-
현지운영 관련 법률과 제도				
親기업적 법률환경에서 親노동적인 법률환경 변화	▲유리	▽불리	▽불리	▲유리
노동분쟁의 증가	▲유리	▽불리	▽불리	-

지방분권화	▲유리	▲유리	▽불리	-
외국기업소득세와 내국기업소득세 단일 소득세법을 적용	-	▲유리	▲유리	-
기타 법률과 제도				
인건비 상승에 따른 채산성 악화	▲유리	▽불리	▽불리	▲유리
철수의 어려움 존재	▲유리	▽불리	▽불리	▲유리
인구통계 및 정치.사회.문화.경제현황				
가계소비 위축	▲유리	▲유리	▽불리	-
외식산업(요식업) 시장규모 확대	▽불리	▲유리	▲유리	-
폐업률과 경쟁률이 높음	▲유리	▲유리	▽불리	
여성과 젊은 층이 소비층으로 대두	-	▲유리	▲유리	-
특수사항				
각 지역마다 다른 환경	▲유리	▲유리	▽불리	-
2선 도시로 프랜차이즈산업 확산	▲유리	▲유리	▽불리	-

- 앞에서 언급했듯 진출유형은 진출기업의 내부요소와 진출시장의 외부요소를 종합적으로 판단하여야 함
- 본 교재는 진출국의 법률 및 제도를 중심으로 기술하기에 진출시장의 외부요소를 바탕으로 진출유형을 선정하며, 진출을 희망하는 기업은 내부요인도 종합적으로 판단하여야 함
- 그리고 실제 해외진출은 국제가맹으로 진출하였다가 파트너를 만나 합작투자나 마스터 프랜차이즈로 진행되기도 하고, 합작투자로 진행하다가 파트너의 지분을 인수하여 직접 진출형태로 운영되기도 하는 등 정형적이지 않고 상황에 따라 변형 내지 복합적으로 진행되기도 함.
- 따라서 아래의 내용은 진출유형 선정의 외부요인 판단에 참조하길 바람

< TIP >

- 해외진출유형 선정을 위한 내부요인은 『aT한국농수산물유통공사의 **해외진출 외식기업실무매뉴얼 MAPPS(Manual of A Global F&B Business Project Plan & Strategy)**』참조하길 권함

(가) 시장 진출 규제

제 등으로 인하여 국민적인 저항력도 매우 큼

⇒ 유리한 방식을 선정하기 어려움

(라) 시장의 규모

진출국의 소득수준이 높은가?		
<낮음>	←—————→	<높음>
국제가맹, 마스터 프랜차이즈		합작투자
		직접진출

- 인구가 13.89억명(2017년 기준)으로 세계 1위이며, 2018년 명목 GDP도 14조 925억 달러로 세계 2위의 매우 큰 소비시장을 형성하고 있음
- 하지만 1인당 명목GDP는 10,088달러(2018년)로 세계 73위로 아직 개발도상국 수준임

⇒ 국제가맹, 마스터 프랜차이즈 방식이 유리

(마) 서비스 마인드

진출국의 서비스 마인드가 높은가(매장의 서비스 질 유지)?		
<높음>	←—————→	<낮음>
마스터 프랜차이즈, 합작투자		국제가맹, 직접진출

- 아직 태도나 서비스 마인드가 좋은 직원을 구인하기가 어려우며, 이직 등이 잦음

⇒ 국제가맹, 직접진출 방식이 유리

(바) 시장 안정성

노무, 세무 등 기업 운영에 필요한 제도가 안정적인가?		
<불안정>	←—————→	<안정>
국제가맹, 마스터 프랜차이즈		합작투자
		직접진출

늘어나고 있음

나. 파트너 선정 시 주의사항

- 해외진출 유형 중에서 마스터 프랜차이즈, 합자(합작)투자, 국제가맹 유형은 진출국의 파트너 선정이 사업의 승패에 결정적인 요소임
- 특히, 자금과 인적·물적역량, 경험이 부족한 국내 외식 프랜차이즈의 경우 해외진출 시 많은 자금과 역량을 투입하기가 어려워 신뢰할 수 있고 역량있는 파트너가 반드시 필요함

(1) 파트너 선정 기본절차

- 파트너를 선정하는 기본 절차는 아래와 같음
 - ① 파트너 기준 구축
 - ② 적극적 파트너 탐색
 - ③ 파트너 선정
 - ④ 계약 가이드라인 구축
 - ⑤ 파트너 계약 체결

(가) 파트너 기준 구축

- 파트너 선정에 앞서 파트너에 대한 명확한 기준을 수립하고 파트너 탐색에 임해야 훨씬 더 효율적인 협상을 진행할 수 있음
- 파트너 기준 구축의 조건은 다음과 같음
 - ① 재무 구조 : 현지 정착에 대해 어느 정도를 투자할 수 있는지, 지속적인 사업 확장을 위해 관리 비용을 감당할 수 있는지에 대한 조건 파악
 - ② 현지 시장 및 업종 관련 경험 : 현지 시장에서의 외식업의 경험 보유 여부의 파악
 - ③ 현지 평판 및 네트워크 : 파트너의 현지 평판과 네트워크는 현지에서 사업을 성공하게 하는 중요한 조건임
 - ④ 투자 의지 : 현지 사정에 아무리 능하더라도 비전을 공유하지 못한다면, 운영 및 장기적 사업 확장단계에서 잦은 충돌이 일어날 소지가 다분하여 주의가 필요함

(나) 적극적 파트너 탐색

- 해외박람회 등 관련 행사나 네트워크를 활용하여 직접 파트너를 탐색하거나, 홍보루트를 통하여 파트너의 참여를 적극적으로 유도하고 탐색하는 단계임
- 파트너 탐색 루트는 다음과 같은 것이 있음
 - ① 홍보 채널 구축 : 글로벌 홈페이지, 해외 사업 안내서, 매체를 통한 홍보
 - ② 적극적 파트너 탐색 : 박람회, 바이어 상담회(기업 설명회), 글로벌 브로커
 - ③ 직접 문의 : 현지 외식 그룹 또는 식품 그룹 등에 직접 문의

(다) 파트너 선정

- 잠재 파트너에 대해 앞서 구축한 기준을 바탕으로 상호 평가와 국내방문, 협상을 통하여 계약 관계로의 진전 여부를 결정하는 단계임
- 파트너 선정 시 중요한 요소를 다음과 같음
 - ① 파트너 검토 : 브랜드 인지도와 운영능력을 파악하기 위하여 관련 서류 및 마케팅 계획서를 요구할 수 있음. 이를 통하여 투자 의지, 자금력, 업종 경험 등에 대해서도 직·간접적으로 판단 가능
 - ② 협상 단계 : 상호 평가하고, 관계형성을 시작할 수 있는 미팅 단계임
 - ③ 본사 및 사업장 방문 : 국내 본부 및 현지 파트너 본사 및 사업장이 얼마나 체계적으로 운영되고 있는지 방문을 통하여 실질적으로 파악하는 단계

< TIP >

- 파트너 검토 시 파트너가 본사 브랜드를 얼마나 잘 이해하고 운영할 것인가를 판단하기 위해 관련 기본서류(최근 3년간 재무제표 (자산 관련 증명서), 회사 소개서 (경력 증명서), 신용 등급 증명서)와 함께 마케팅 계획서를 요구할 수도 있음
- 기본적인 서류를 바탕으로 정량적인 평가를 할 수 있으며, 마케팅 계획서는 업종에 대한 경험이나 사업 역량에 대한 부분을 동시에 평가할 수 있는 중요한 단서가 됨

(라) 계약 가이드라인 구축

- 파트너와의 계약 단계를 지장이 없도록 필요한 서식을 갖추는 단계임
- 계약 가이드라인을 구축하는 3가지 방법은 다음과 같음
 - ① 비밀유지계약서(NDA-Non Disclosure Agreement) : 파트너와 계약 단계로 가기 위해 양당사자가 가진 정보들이나 조건을 제공하는 단계임. 주의할 점은 중요 정보들을 주고받기 때문에 정보 보호를 위한 장치를 반드시 갖추어야 함

- ② 투자 의향서(LOI-Letter Of Intent), 양해각서(MOU-Memorandum Of Understanding) : 본격적인 계약 단계로 가기 전에 MOU 및 LOI를 먼저 체결. 사전에 법문 자문과 자료를 준비를 하여야 함
- ③ 표준 계약서 검토 : 현지 사정과 파트너와의 논의를 통해 업체별로 계약서가 달라지겠지만, 표준 계약서를 검토하는 것은 기본적으로 어떠한 사항을 포함해야 하는지, 우리가 놓치고 있는 부분은 없는지 점검함

(마) 파트너 계약 체결

- 파트너와 사업 계획에 대한 합의를 진행하면서, 계약을 체결하고 본격적으로 개점 준비로 진입하는 단계임. 계약서를 작성할 때에는 미래에 발생할 수 있는 다양한 위험 변수를 고려하여 작성해야 함
- 계약서 작성 주의해야할 점은 아래와 같음
 - ① 계약서를 작성할 때는 전문가의 도움 필수 : 법률전문가와 및 번역가 필요
 - ② 계약서 작성 시, 주요 점검 사항을 꼼꼼하게 체크
 - ③ 현지 법인을 설립하지 않는다고 하더라도 현지 법률의 충분한 검토 후 작성
 - ④ 앞서 진행한 사업 계획과의 비교를 통해 모순되는 부분이나 누락된 사항이 없는지 체크. 운영 매뉴얼이 준비된 경우에는 현지 운영 지원 및 개발 계획과 관련된 사항이 문제가 없는지 체크
 - ⑤ 수차례의 논의와 수정 과정을 통해 계약서를 완성. 파트너와 상호 검토 및 합의를 통해 계약서를 수정하고, 꼭 변호사의자문을 받아 확실하게 점검

< TIP >

- 해외진출 시 합작방식이나 마스터 프랜차이즈방식의 경우, 파트너와 분쟁이 발생하기도 함. 따라서 계약단계에서 이러한 분쟁이나 리스크(Risk)의 예방조치나 해결방식을 내용에 포함할 필요가 있음
- 파트너와 분쟁유형
 - 지식재산권 분쟁 : 파트너와 상표권이나 Know-how 등 지식재산권에 관한 분쟁으로 사업이 중단되기도 함. 협상이나 MOU단계에서 쌍방의 중요한 정보가 교환되기 때문에 계약 전 단계인 MOU단계에서 상표권이나 지식재산권 보호조치가 필요함
 - 파트너의 지원부실 : 회사의 설립과 운영자금, 원재료 등 물류구축, 인테리어 및 설비의 공급지원, 홍보 및 마케팅 운영, 적극적인 가맹점 개설 등 현지 파트너의 지원이 제대로 되지 않아 사업을 실패하는 경우가 많음. 계약체결 시 구체적인 규모와 시기(Schedule), 투입 및 운영방법의 기재가 필요함
 - 본사의 매뉴얼 및 컨셉 미준수 : 현지 파트너가 자신의 이익을 위해 다른 제품을 끼워 팔거나 인테리어나 설비를 바꾸는 경우가 있음. 이 경우 브랜드 이미지가 손상될 수 있으며, 제품의 맛과 품질, 서비스도 달라질 수 있음. 계약 전 사업계획 단계에서 현지에 맞는 구체적인 매뉴얼 및 컨셉의 수립이 필요하며, 이를 위반할 경우 대응방법을 계약서에 기재할 필요가 있음

- 경영 및 실적 악화 : 예측하지 못한 실적 악화, 채무초과, 국가 위험요인 (Country risk) 등으로 인하여 사업이 좌절되는 경우도 있음. 계약체결 시 경영 실적과의 괴리, 누적손실 등에 대한 분석을 통해 사업축소 또는 철수 등에 관한 기준을 결정해 둘 필요가 있으며, 사업축소 또는 철수 시 발생할 수 있는 채권과 채무의 정리(채무변제 및 채권회수), 종업원 관계, 기존 가맹점과의 계약 관계, 지식재산권 사용 및 보호, 법인의 존속 및 폐업, 수속과 사무처리를 위한 변호사나 회계사 등 위임 등을 사전에 기재할 필요가 있음

(2) 파트너 선정 시 주의사항

(가) 재무 구조 파악

- 사업을 지속적으로 확장하기 위해서 파트너의 자금력은 중요한 요인임
- 초반에는 파트너가 직영점을 운영하면서 가맹사업을 준비하도록 하는 편이 현지에서 브랜드를 정착시키는 데에도 더욱 안정적인 방법임
- 업종 및 기업의 사업 목표와 계획에 따라 파트너의 자본금 또는 자산에 대한 기준을 수립해 두는 것이 바람직함
- 검증 방법
 - 파트너사 제공 자료를 통해 최근 3년 간 재무 구조 검토 또는 국가별로 신용 평가 기관을 통해서 자료 구매

(나) 현지 시장 및 업종 관련 경험 파악

- 현지 파트너는 현지에서 일정 부분 현지에서 가맹본부를 대신하여 사업을 정착시키고 성장시키는 역할을 맡게 되므로, 파트너의 현지에서 운영 및 관리 역량을 갖추고 있는지를 판단하는 것은 필수적인 조건임
- 파트너의 외식업과 관련된 경험을 바탕으로 식재료 통관이나 인증, 인허가 등과 같은 현지 변수들에 있어 파트너의 경험을 활용하고, 시행착오를 줄일 수 있음
- 검증 방법
 - 파트너사의 회사 소개 관련 자료를 통해 사업 현황 및 실적 검토

(다) 현지 평판 및 네트워크 파악

- 파트너의 현지에서 위상과 경영진에 대한 주변 평판, 건실한 네트워크 보유는 지속적인 사업운영에 중요한 요소임

- 현지 평판 및 네트워크는 건물 입점, 각종 인허가나 법적인 절차, 시장조사 등 해외진출 시 발생할 수 있는 문제를 수월하게 해결할 수 있도록 하여 줌
- 검증 방법
 - 현지의 정부 기관, 협회 또는 타 기업 등 현지의 한인 네트워크를 통해 확인하거나, 현지 신용평가 기관으로부터 자료를 구매하여 비재무적인 요소에 대한 검토

(라) 투자 의지

- 해외진출 사업은 현지 파트너와 함께 진행하는 것으로 파트너의 비전공유와 투자의지가 중요함
- 검증 방법
 - 상담 신청서를 통해 기본적인 투자 의향을 파악할 수 있으며, 심층 미팅에서 현지 사업 개발 관련 사항 협의를 통해 파악

(3) 계약진행 단계

- 비밀유지계약서(NDA: Non Disclosure Agreement) 작성
- 법인 정보 및 사업 관련 서류 교환
- 투자 의향서(LOI : Letter Of Intent) 교환
- 양해각서(MOU : Memorandum Of Understanding) 체결
- 협상 진행 및 계약서 작성
- 본 파트너 계약 체결

※ 비밀유지계약서 (NDA : Non Disclosure Agreement) : 브랜드의 기밀과 노하우가 수록된 정보를 주고 받기 때문에 원활하게 본 계약 단계로 진행되지 않는 경우 정보 유출의 위험에 노출될 수 있어 사전에 비밀유지 약정을 함

※ 투자의향서(LOI : Letter Of Intent) : 계약으로의 발전 단계에 있음을 상호 의지를 확인하는 절차. 투자의향서(LOI)를 교환한 후에 상호 조직 및 사업에 대한 심층적인 자료들을 교환하는 단계로 이어짐

※ 양해각서(MOU : Memorandum Of Understanding) : 계약 조건에 대한 상세한 협상이 이루어지는 단계. 최종 계약을 위한 협상 일정을 확인하고, 계약 지역, 기간, 로열티, 가맹비 등 계약서 작성을 위한 협상 단계를 진행

< TIP >

- 자세한 해외 파트너 선정절차와 내용은 「aT한국농수산물유통공사의 해외진출외식기업실무매뉴얼 MAPPS(Manual of A Global F&B Business Project Plan & Strategy)」참조하길 권함
- 계약체결에 관한 전문가들의 추천 프로세스
신청서 작성 (회사 기본 정보 교환) > NDA 체결 > 1차 상호 실사 실시 (상호 방문/ 상담/ 자료 교환) > MOU/ Mandate 체결 > (시장 조사 / 기본 매뉴얼 교육/ 운영 시스템 점검/ 현지 시장 세부 조사 > 현재 유통/공급업체 물색/ 현지 마케팅 전략 수립) > Term Sheet 전달 > 계약 조건 협상 - 계약 체결 (소요 기간 약 6개월 ~1년)
- MOU 보다는 자세하게 규정된 Mandate가 더 선호기도 함. Mandate의 경우 일정 금액을 미리 받는 조건으로 상대방에게 독점적 시장 조사 및 협상권을 부여하고 지급 금액을 일부는 환불 가능 하도록 조정함

표 4-2 파트너 탐색 지원사업

기관	지원 사업	지원 내용	문의
농수산물유통공사	해외 프랜차이즈 박람회	외식업체의 해외 시장 개척을 위해 현지 박람회에 참가하여 해외 파트너 발굴	aT 식품외식기업부 061-931-0719
KOTRA	무역사절단	중소기업의 해외 진출을 위해 KOTRA가 지자체, 유관 기관과 해외로 파견되어 현지바이어와 상담 지원	KOTRA 수출첫걸음팀 02-3460-7331, 7330
	해외 전시회 한국관 참가	KOTRA와 유관 단체가 공동으로 해외 전시회에 한국관을 구성하여 국내 기업의 참가를 도움	KOTRA 해외전시팀 02-3460-3331, 7291
	해외 비즈니스 출장 지원	해외 비즈니스 출장에 대한 바이어 상담주선, 출장 안내 자료 등 제공	KOTRA 해외진출상담센터 02-3460-7334, 7336

(4) 파트너 선정 참고용 APPLICATION SAMPLE

여기에서 제시하는 Application 샘플은 마스터 프랜차이즈 계약 문의나 상담이 들어왔을 때, 해외 파트너의 기본 사항을 알기 위하여 파트너에게 제공하여 스스로 체크하게 하여 파트너의 계약의지를 알 수 있고, 이후 계약체결 전 단계의 기본 자료가 되는데 도움이 될 것임.

MASTER FRANCHISE APPLICATION

마스터 프랜차이즈 신청서

Please return via fax or email:

email

Fax

Phone

From: _____

Date: _____

팩스 또는 이메일을 통해 반환하십시오.

이메일

팩스

전화

보낸 사람 : _____

날짜 : _____

Individuals or companies whom have multiple restaurant or franchise ownership experience are welcome to apply.

Applicant must have a net worth of at least \$ _____ US and a liquid amount of \$ _____ US Franchise Fees depend on the size of the territory and quality of opportunity.

레스토랑이나 프랜차이즈 소유주 경험을 가진 개인이나 회사는 신청할 수 있습니다.

신청자는 적어도 미화 _____ 달러의 순자산과 미화 _____ 달러의 액수의 미화가 있어야합니다. 프랜차이즈 요금은 지역의 크기와 기회의 질에 따라 다릅니다.

PERSONAL INFORMATION

Please have each principal complete a copy of this form. (If you are a group of investors, please forward resumes of each operating partner).

Name: _____

Address: _____

Home Phone: _____ Work Phone: _____

Best time of day to reach by phone: _____

Fax: _____ Email: _____

Date of birth: _____ Social Security Number: _____

Education (highest level attained): _____

개인 정보

본 양식의 각 장을 작성하게 하십시오. (귀하가 투자자 그룹 인 경우 각 운영 파트너의 이력서를 전달하십시오).

이름 : _____

주소 : _____

집 전화 번호 : _____ 직장 전화 번호 : _____

전화로 연락하는 데 가장 좋은 시간 : _____

팩스 : _____ 이메일 : _____

생년월일 : _____ 사회 보장 번호 : _____

교육 (최고 수준 달성) : _____

EMPLOYMENT HISTORY FOR PAST 10 YEARS (current to past)

Current company: _____ Job Title: _____

Address: _____

Phone number: _____ Length of employment: _____

Current salary: _____

Past Employment:

Company	Job Description	Salary	Employment Dates:
---------	-----------------	--------	-------------------

_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____

List three character references:

Name	Phone number	Relationship
------	--------------	--------------

_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____

지난 10 년 동안의 고용 역사 (과거에서 현재까지)

현재 회사 : _____ 직책 : _____

주소 : _____

전화 번호 : _____ 취업 기간 : _____

현재 급여 : _____

과거 고용 :

회사	직업	연봉	고용날짜
----	----	----	------

_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____

아래 세 개 추천장 기술하십시오.

이름	전화번호	관계
----	------	----

_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____

GENERAL INFORMATION

How did you become interested in a Coffee Beanery franchise? (choose one)

- Advertisement (list publication) _____
- Existing store (list location and country) _____
- Web Site (explain) _____
- Other (explain) _____

What is your Country or Territory of interest?

1st preference: _____

2nd preference: _____

Have you ever been a Franchisee? _____ If yes, identify company _____

Have you ever been a Master Franchisor? _____ If yes, identify company _____

Have you ever operated a Restaurant(s)? _____ If Yes, Single or Multiple Units?

What credentials do you possess that would qualify you to be a Master Franchisee for ()?

Why do you feel you would be successful in operating a Master Franchise?

일반 정보

당신은 어떻게 Coffee Beanery 프랜차이즈에 관심을 갖게 되었습니까? (하나 선택)

- 광고 (게재 목록) _____
- 기존 상점 (목록 위치 및 국가) _____
- 웹 사이트 (설명) _____
- 기타 (설명) _____

관심 있는 국가 또는 지역은 무엇입니까?

첫 번째 선호도 : _____

두 번째 선호도 : _____

프랜차이즈가 한 적이 있습니까? _____ 있으면 회사를 기재하십시오 _____

마스터 프랜차이즈가 되셨습니까? _____ 예인 경우 회사를 기재하십시오 _____

혹시 레스토랑을 운영 한 적이 있습니까? _____ 예, 단일 또는 복수 단위? _____

(_____)의 마스터 프랜차이즈가 되는 데 필요한 자격 증명은 있습니까?

왜 마스터 프랜차이즈 운영에 성공할 것이라고 생각하십니까?

FINANCIAL INFORMATION

Annual Salary: _____ Bonus: _____ Profit Sharing: _____

금융 정보

연봉 : _____ 보너스 : _____ 이익 : _____

Current Assets

Current Liabilities

Checking account _____ Notes payable (banks) _____

Savings account _____ Notes payable (other) _____
 Stocks & Bonds _____ Mortgage _____
 Loans Receivable _____ Real Estate _____
 Real Estate Income _____ Mortgage _____
 Home (fair market value) _____ Other _____
 Other real estate owned _____
 Life insurance (cash value) _____
 Other assets (list) _____

TOTAL ASSETS \$ _____ TOTAL LIABILITIES \$ _____

NET WORTH (total assets less liabilities) \$ _____

유동 자산

유동 부채

수표 계좌 _____ 지급 할 메모 (은행) _____
 저축 계좌 _____ 지불 할 메모 (기타) _____
 주식 및 채권 _____ 모기지 _____
 대출 미수금 _____ 부동산 _____
 부동산 소득 _____ 모기지 _____
 집 (적정 시장 가치) _____ 기타 _____
 소유하고 있는 다른 부동산 _____
 생명 보험 (현금 가치) _____
 기타 자산 (목록) _____

총 자산 \$ _____ 총 책임 \$ _____

NET WORTH (부채를 제외한 총 자산) \$ _____

How much liquid capital do you or your group have to invest in both the necessary infrastructure and stores?

\$ _____

Do you currently have a source of financing? Yes ____ No ____

Will you have a partner(s) or other investors? Yes ____ No ____

Please provide detailed resumes of all operating partners.

귀사 또는 귀사의 그룹이 필요한 인프라와 매장 모두에 투자해야하는 유동성 자본

은 얼마입니까?

\$ _____

현재 자금 조달 원이 있습니까? 예 아니오 ____

파트너 (들) 또는 다른 투자자가 있습니까? 예 아니오 ____

모든 운영 파트너의 자세한 이력서를 제출하십시오.

Bank Reference

Name: _____

Address: _____

Account # _____ Contact: _____

Checking _____ Savings _____

Please provide any additional information that you feel would support our decision to move forward, relative to your abilities and previous business experience that would provide for a successful launch of () concept within your country.

귀하의 국가에서 () 컨셉을 성공적으로 시작할 수 있도록 귀하의 능력 및 이전 비즈니스 경험을 비추어 성공할 것으로 생각되는 추가 정보를 제공하십시오.

Please include your company financial statement and corporate portfolio.

회사 재무제표와 회사 포트폴리오를 포함하십시오.

I authorize a background check and investigation (including preparation of credit reports) of all statements and financial information disclosed herein, and release all parties from liability for any damage that may result from furnishing any information to you.

Signature	Date
<p>본인은 여기에 명시된 모든 진술 및 재무 정보에 대한 배경 조사 및 조사 (신용 보고서 준비 포함) 권한을 부여하며 귀하에게 정보를 제공함으로써 발생할 수 있는 모든 손해에 대해 귀하에게 책임지지 않도록 합니다.</p>	
_____	_____
서명	날짜

(5) MOU(Memorandum of Understanding)

- 업무협약(Memorandum of Understanding)은 약칭으로 MOU로 표시하며, MOU의 전 단계로는 계약에 앞서 참여의사를 표시하는 의향서(LOI, Letter Of Intent) 등이 있음
- 일반적인 의미에서의 MOU는 양 기관간에 계약이나 전략적 제휴를 하는 경우 정식계약의 체결에 앞서서 양 기관간의 이해나 기본적인 합의 사항을 확인하는 문서이다. 따라서 MOU는 본 계약에서 명시하게 되는 구체적인 계약의 조건들(책임과 의무사항, 업무내용, 절차 등)은 정식계약에서 구체적으로 논의하여 맺기로 하고, 우선 본 계약을 위해 양 기관이 협력하기로 약속하는 문서임
- MOU를 체결하면 제3자가 끼어들 여지를 미리 차단하자는 효과를 기대하는 경우도 있으며, 구체적인 조건 협의에 들어가기 전에 미리 공동협력 의지를 대외에 홍보용으로 천명할 필요가 있을 때에도 시급히 추진하게 됨
- 따라서, MOU의 주요 내용은 "A기관과 B기관은 어떠한 업무를 공동으로 추진하기 위해 상호 협력하기로 한다"는 것이 그 골자가 되며 어떤 공동 업무를 왜 공동으로 추진하려고 하는 지에 대한 것을 "목적" 부분에 명기하게 됨
- 다음으로 양 기관의 "협력과 역할"에 대해 정의함. 즉, "A기관은 원래 어떤 일을 잘 하는 기관이며, B기관은 어떤 분야의 일을 잘 하는 기관이니 각자가 잘 하는 분야의 역할을 제공한다"는 기본적 역할 정의가 들어가며, 상호 민감한 부분이나 Binding이 될 만한 조건들은 보통 제외시킴
- 그 다음으로는 일반적인 계약서 등에 들어가는 계약기간(유효기간), 비밀유지의무(상호간 취득정보 누설방지 조건), 향후 업무추진 방향과 일정계획이 들어갈 수 있음
- 이러한 MOU는 상호 구속적인 조건을 두지 않으며 큰 부담이 없는 내용을 계약으로 체결하는 것이 일반적임

- MOU의 법적 효력은 의향서(LOI) 등과 마찬가지로 합의내용의 구체성 및 표현의 구속력 여부에 따라 개별적으로 판단해야 할 것으로 봄
- 예비적 합의 성격의 MOU라면 원칙적으로 계약서와 동일한 효력을 갖는다고 볼 수 있으나, 업무협약 위반의 경우에도 법률적인 강제성은 없으며 도덕적인 비난이나 업무협약의 파기 등을 통하여 의사를 표현할 수 있을 뿐임
- 그러므로, MOU의 내용을 이행하여 소기의 목적을 달성하기 위해서는 양 기관 기관장의 관심, 실무위원회 또는 운영위원회를 통한 상호간의 업무협조, 실무 간사간의 원활한 의사소통 등의 다양한 방법이 강구되어야 할 것임
(자료. 업무협약(MOU) 체결 매뉴얼. 특허청)

< TIP >

- 아래 업무협약(MOU) 양식샘플은 특허청의 업무협약(MOU) 체결 매뉴얼 내 자료로 프랜차이즈에 특화된 양식이 아닌 일반적인 업무협약(MOU) 양식임
- 업무협약(MOU)의 필요성과 마스터 프랜차이즈 계약체결 전 단계를 알고자하는 프랜차이즈 기업은 「IV. 외식기업의 중국 진출전략 > 2. 중국 진출전략(진출유형) > 나. 파트너 선정 시 주의사항」 참조하길 권함

Memorandum Of Understanding

A Organization and B Organization, contract to cooperate with each other for benefits between both organizations with faith and sincerity as followed.

The 1st one (Purpose)

The memorandum of understanding is for the purpose of having cooperative relations for orders and accomplishment of the contents supply business which takes advantage of the network through strategic business alliance between both organizations.

The 2nd one (Mutual faith)

Both organizations cooperate to consider the convenience of the other party with first priority for orders and accomplishment in the business.

The 3rd one (Mutual agreement execution)

1. Both organizations sincerely execute the contents of the understanding memorandum according to faith and sincerity.
2. All facts that find from both organizations for joint discussion process will not be able to expose outside without any prior consultation and all responsibilities that occur concerning a violation are charged on a violator.

The 4th one (Other facts)

1. The understanding memorandum supposes that B will have the right to supply the broadcasting contents in the A.
2. The separate detail contract will be drawn up and come to an agreement concerning business conditions and concrete methods.
3. Facts that are not referred in the understanding memorandum will be decided by both companies for separate way.
4. The understanding memorandum is available for a year as long as it is not revised under agreement of both organizations.

Both organizations make every effort for the successful propulsion and an accomplishment of the enterprise, in order to identify that the understanding memorandum is formed, both organizations need to draw up 2 copies of the form and seal registration, keep an copy each.

Month, Date, 2010

A Organization

President △△△

B Organizations

President ○○○

업무제휴 협약서(Memorandum Of Understanding)

‘갑’ 기관과 ‘을’ 기관은 신의와 성실로 상호 협조하여 양 기관의 업무 수행상 원활할 수행을 위하여 다음과 같이 업무제휴 협약을 체결한다.

제1조 (목 적)

본 업무협약은 양 기관간 전략적 업무제휴를 통해 양 기관의 업무를 수행함에 있어 ‘갑’과 ‘을’은 상호 협력관계를 갖는 것을 목적으로 한다.

제2조 (상호 신의)

양 기관은 본 업무의 수행을 위해서 상대방의 편익을 최우선으로 고려하여 협력한다.

제3조 (합의 이행)

1. 양 기관은 신의성실의 원칙에 입각하여 본 업무협약의 내용을 성실히 이행한다.

2. 양 기관간 공동협의 과정에서 습득한 모든 사항은 양 기관 간 사전 협의 없이 외부에 유출할 수 없으며, 이를 위반하여 발생하는 모든 책임은 그 위반 당사자가 부담한다.

제4조 (기타 사항)

1. 본 업무협약은 '갑' 기관과 '을' 기관의 업무수행과 관련하여 협력할 것을 전제로 한다.

2. 본 업무협약서에 언급하지 아니한 사항에 대해서는 양 기관간 별도 협의하여 정하기로 한다.

3. 본 업무협약서는 양 기관의 합의 하에 수정되지 않는 한, 1년간 효력을 발휘한다.

본 업무의 성공적인 추진 및 수행을 위하여 양 기관은 맡은 바 최선의 노력을 다하며, 업무협약서가 성립함을 증명하기 위해 2부를 작성하여 양 기관이 기명 날인한 후 1부씩 보관한다.

20 년 월 일

'갑' 기관
△△△ (인)

'을' 기관
○○○ (인)

3 중국 진출단계별 전략

외식 프랜차이즈 기업이 중국 진출 시 법률 및 제도적 제한, 지식재산권 보호, 한류 열풍, 진출국의 소득수준, 진출국의 노무 및 세무 등을 종합하여 볼 때, 합자투자나 직접 진출보다는 마스터 프랜차이즈 방식이 유리함

'마스터 프랜차이즈 방식'으로 진출할 경우 '①해외진출 준비단계'와 '②해외진출 확정 단계'만으로도 해외진출이 가능할 수 있으며, '③해외개업 준비단계', '④해외사업 관리 단계'는 현지 파트너에 의해 운영될 가능성이 많음

마스터 프랜차이즈 방식의 중요한 요소로는 실질적으로 현지에서 사업을 운영하는 '**파트너의 선정과 계약, 관계유지**'와 브랜드나 노하우 보장을 위한 '**지식재산권 보호**', 매장의 운영에 필요한 핵심 원재료나 식재료를 원활하게 공급할 수 있는 '**물류 유통시스템 구축**', 현지 파트너가 가맹본부의 룰(rule)과 이념(concept)이 현지에 잘 적용시킬 수 있는 '**프랜차이즈 계약과 매뉴얼, 교육**' 등을 들 수 있음. 각 단계별로 중요한 전략은 다음과 같음

가. 진출단계별 주요 전략

(1) 해외진출준비

(가) 주요 항목

절차	내용	주요 법률/제도
1 진출 검토	<ul style="list-style-type: none"> ○ 진출 동기, 내부 검토 및 외부 문의에 의한 검토 	
2 목적의 명확화 Self 역량 진단 진출유형 탐색	<ul style="list-style-type: none"> ○ 현황 점검을 통한 해외 사업 목표 수립 및 인력 구성 ○ 해외 진출 사업 추진 역량에 대한 자가 진단 1주 ○ 4가지 진출 형태에 대한 탐색 및 결정 	진출유형 결정
3 기초 조사 해외진출 사업계획	<ul style="list-style-type: none"> ○ 해외 진출 사업을 위한 목표 시장에 대한 개괄적인 조사 ○ 해외 사업의 경쟁력 검토 및 재무 계획을 통한 사업 계획서 작성 	
4 지식 재산권 취득	<ul style="list-style-type: none"> ○ 상표권, 특허 및 실용신안, 도메인 관련 지식 재산권 취득 	상표권 등 지식재산권

(나) 단계별 핵심 key

1) 내부역량 분석

- 보유 아이템 : 중국 현재 트렌드에 맞는 아이템, 주고객층, 소득수준, 마케팅 방법 파악
- 재무현황 파악 : '마스터 프랜차이즈 방식'의 경우, '직접진출 방식'보다는 투자비용이 적게 들지만, 시장조사나 원재료 공급, 직원파견과 교육, 전문가 활용 등 상당한 비용이 투자됨
- 인력현황 파악 : 언어(영어, 중국어) 소통, 기획능력, 파견시 교육능력, 사업추진 능력, 계약관계 등 법률지식 보유 직원
- 물류 및 생산 시스템 : 식재료 생산 및 유통 시스템, 해외 공급 능력

2) 외부 분석

- 진출예정국 시장 기초조사 : 국가현황, 인구통계 및 정치·사회·문화현황, 경제현황, 프랜차이즈 시장현황 등 조사
- 「Ⅱ. 중국 개요 > 1. 국가현황」 참조

3) 지식재산권 보호조치

- **상표등록 및 특허등록 진행** : 등록대행 업체 활용, 중국은 개별국 직접출원 외 마드리드시스템, PCT 이용 가능
- 도메인 등록 진행
- 「Ⅲ. 중국 프랜차이즈 관련 법률과 제도 > 1. 진출 시 프랜차이즈 주요법률 > 나. 기업설립 및 인허가」 참조

4) 진출유형 선정

- 진출기업의 내부요소와 진출시장의 외부요소의 분석을 통한 진출방식 선정
- **유리한 진출 방식 선정** : 마스터 프랜차이즈 방식
- 「Ⅳ. 외식기업의 중국 진출전략 > 2. 중국 진출전략(진출유형) > 가. 가장 유리한 진출방식 선정」 참조

(2) 해외진출확정

(가) 주요 항목

절차	내용	주요 법률·제도
5 해외사업 홍보채널 구축	○ 파트너 탐색 및 해외 사업 안내를 위한 홍보 채널과 상담 서식 준비	
6 1차 현지 시장 조사	○ 경쟁 브랜드, 외식 시장 트렌드 등 파트너 탐색을 위한 현지시장 조사	
7 파트너 기준 적극적 파트너탐색	○ 파트너 탐색에 앞서 해외 사업 파트너에 대한 기준 구축 ○ 박람회, 설명회, 직접 탐색 등의 루트를 통한 적극적 파트너 탐색	
8 파트너 선정 계약 가이드라인 구축	○ 마케팅 계획, 재무 상태 등의 검토를 통한 파트너 선정 ○ 파트너 계약을 위한 표준 계약서 검토 및 서식 준비	파트너선정 기준 마스터 프랜차이즈 계약
9 2차 현지 시장 조사 파트너 계약 체결	○ 개점 준비를 위한 입지 및 각종 협력사 탐색 ○ 현지 사업 운영 계획의 최종 점검을 통한 파트너와의 계약 체결	
10 현지 법인 설립	○ 직접 진출 및 합자(합작) 투자 진출에 대한 법인 설립 절차 진행	외국인 투자관련 법률 프랜차이즈 관련 법률
11 입지 선정	○ 최종 입지 선정 및 점포 계약	부동산관련 법률
12 해외본부 운영매뉴얼 해외본부 및 점포 운영자교육	○ 현지 법인 또는 파트너사 운영을 위한 매뉴얼 제공 ○ 해외 본부 (가맹점주) 및 점포 운영자의 역량 향상 교육	

(나) 단계별 핵심 key

1) 파트너 선정

○ 파트너 기준 구축

- ① 재무 구조 : 파트너사 제공 자료를 통해 최근 3년 간 재무 구조 검토 또는 국가별로 신용 평가 기관을 통해서 자료 구매
- ② 현지 시장 및 업종 관련 경험 : 파트너사의 회사 소개 관련 자료를 통해 사업 현황 및 실적 검토
- ③ 현지 평판 및 네트워크 : 현지의 정부 기관, 협회 또는 타 기업 등 현지의 한인 네트워크를 통해 확인하거나, 현지 신용평가 기관으로부터 자료를 구매하여 비재무적인 요소에 대한 검토

- ④ 투자 의지 : 상담 신청서를 통해 기본적인 투자 의향을 파악할 수 있으며, 심층 미팅에서 현지 사업 개발 관련 사항 협의를 통해 파악
- ⑤ 중국기업은 합작법인을 선호
- 파트너 탐색
 - ① 홍보 채널 구축 : 글로벌 홈페이지, 해외 사업 안내서, 매체를 통한 홍보
 - ② 적극적 파트너 탐색 : 박람회, 바이어 상담회(기업 설명회), 글로벌 브로커, 직접 문의
 - ③ 기타 루트 : 매장 방문 후 선제안, 계열사 또는 타 브랜드의 기존 파트너
- 파트너 선정
 - ① 파트너 검토 : 기업의 기준에 따라 계약관계로의 발전 가능성을 판단하는 단계. 파트너에 대한 자료를 수집할 때에는 파트너로부터 기본적인 서류를 요구할 수 있으며, 유관 기관의 도움을 통해 관련 정보들을 얻을 수 있음
※ 계약 전 요청 가능 서류 - 최근 3년간 재무제표(자산 관련 증명서), 회사 소개서(경력 증명서), 신용 등급 증명서, 마케팅 계획서
 - ② 협상 단계 : 서로 얼마나 준비가 되어있는 기업인지, 그리고 브랜드의 확장을 위한 비전을 함께 공유할 수 있는 것인지를 평가. 즉, 서류를 통해 구조적인 평가가 끝났다면 협상 단계에서는 계약 조건에 대한 조율과 동시에, 파트너로서의 경영 철학을 평가하게 됨
 - ③ 본사 및 사업장 방문 : 서로의 본사 및 사업장 방문을 통해 현장을 확인하는 단계임
- 「IV. 외식기업의 중국 진출전략 > 2. 중국 진출전략(진출유형) > 나. 파트너 선정 시 주의사항」 참조

2) 시장조사

- 1차 시장조사 : 1차 현지 시장 조사는 목표 시장이 사업성이 있을지를 파악하고, 실제오픈하기 위한 대략적인 사항들을 체크하는 것을 목적으로 해야 함
 - ① 경쟁 브랜드 조사
 - 조사목표 : 각 브랜드의 차별성 및 전략 파악, 식재료 수급 현황 파악
 - 주요 조사 사항 : 규모 및 일반 현황(경쟁 브랜드 위치 및 규모, 경쟁 브랜드 콘셉트, 경쟁 브랜드 주요 고객, 경쟁 브랜드 매장 운영 인력 수), 경쟁력(경쟁 브랜드 품질 (Quality), 경쟁 브랜드 서비스 (Service), 경쟁 브랜드 위생 및 청결 상태 (Cleanliness)), 식재료 수급 현황(경쟁 브랜드의 식재료 수급 현황 파악, 추가 식재료 공급 업체 파악)
 - ② 외식 시장 조사
 - 조사목표 : 현지 운영을 위해 메뉴, 설비, 인테리어 등의 표준화된 사항 중 변동이 필요한 사항 파악, 시공 및 인테리어 관련 업체 현황 파악
 - 주요 조사 사항 : 트렌드(현지 유명 브랜드 현황, 글로벌 브랜드 현황), 시공 및 인테리어(시공 및 인테리어 업체 파악, 시공 및 인테리어 비용), 식

문화(메뉴 관련 현지 고객 특성 파악, 시설 관련 현지 고객 특성 파악)

③ 상권 조사

- 조사목표 : 주요 상권의 일반 현황 파악을 통한 1호점 입점 전략 수립, 목표 시장에서의 개발 계획 수립
- 주요 조사 사항 : 규모 및 일반 현황(주요 상권의 시장 규모, 주요 상권의 고객 특성 및 소비 수준, 주요 상권의 교통 편리성 및 주변 환경), 경쟁 수준(주요 외식 브랜드 입점 상황, 경쟁 브랜드 입점 상황, 수익성 및 안정성), 시간대별 특이 사항(사회 문화 및 종교적 요인으로 인한 특이 사항, 계절, 시간대별 상권 특성), 개발 전략의 수립(개발 희망 상권 파악, 1호점 입점 후보지 파악)

○ 2차 시장조사 : 점포를 오픈하기 위한 본격적인 준비를 하고 현지 협력 업체 탐색을 위한 시장 조사가 진행되어야 함

① 주요 입지 탐색

- 조사목표 : 주요 입지 리스트 현황 및 계약 조건 파악을 통한 입점 후보 리스트작성
- 주요 조사 사항 : 일반 현황(주요 입지 주변 환경, 주요 입지의 고객 특성, 주요 입지의 경쟁 브랜드 현황), 계약 조건(주요 입지 임차료, 주요 입지 기타 계약 조건), 교통 및 주거 환경(주요 입지 교통 편리성, 주요 입지 주변 주거 환경)

② 협력 업체 탐색

- 조사목표 : 시공 및 인테리어 업체 검토, 식재료 공급 업체 검토, 설비 및 물품 공급 업체 검토
- 주요 조사 사항 : 시공 및 인테리어 업체(주요 업체 실적, 작업 관련 사항 논의, 시공 및 인테리어 비용), 식재료/설비 및 물품 공급 업체(식재료/설비 및 물품 수출 가능 여부, 주요 업체 사업자 정보, 주요 업체 유통 시스템, 주요 업체 공급 비용)

○ **법률 및 제도적 규제 파악** : 상업프랜차이즈 관리조례 특별법 존재, 2곳 이상의 직영점 확보 및 1년 초과 영업기간 필요 (2+1), 상무주관부서(MOFCOM) 프랜차이즈 등록 등 규제가 존재

○ 현지시장 및 문화적 특수성 파악

○ 「Ⅲ. 중국 프랜차이즈 관련 법률과 제도 > 1. 진출 시 프랜차이즈 주요법률 > 가. 프랜차이즈 관련 법률 소개」 참조

3) 파트너 계약 체결

- 계약 가이드라인을 구축 : 비밀유지계약서, 투자 의향서, 표준 계약서 검토
- **계약서 작성 및 체결** : 전문가의 도움, 주요 점검 사항 체크, 현지 법률의 검토

토, 해외진출 사업 계획과 비교, 변호사의 자문

- 「Ⅲ. 중국 프랜차이즈 관련 법률과 제도 > 1. 진출 시 프랜차이즈 주요법률 > 다. 계약체결」 참조

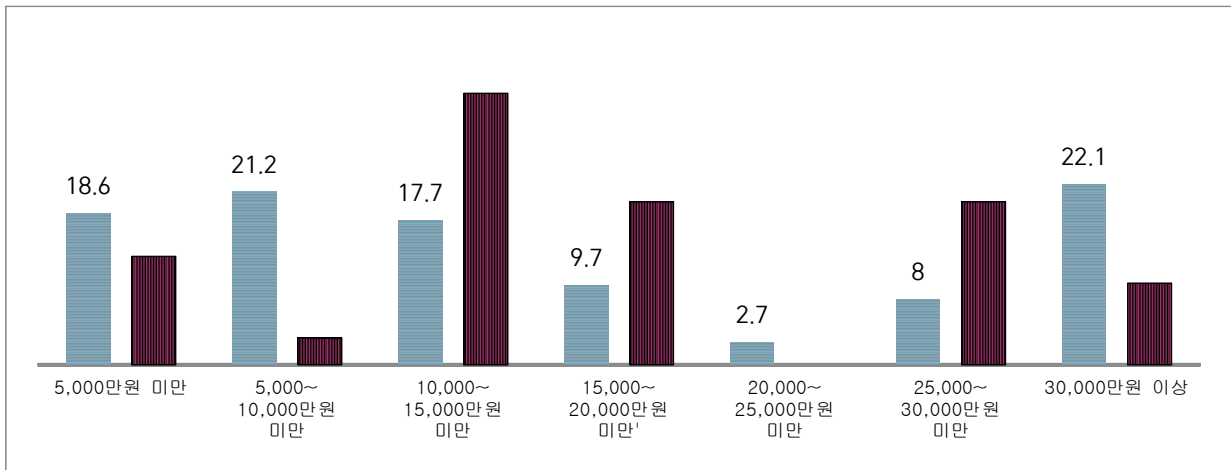
< TIP >

- 계약 조건을 논의 하는 과정에서 현지에 맞는 일종의 TEST UNIT의 개발을 공동 투자로 진행하고 성공적일 경우, 마스터 프랜차이즈로 전환한다는 조건으로 협의를 하는 방법도 있음. 이 경우 협상 과정에서 현지 전문가의 조언과 세부적인 계약서 조율 작업이 반드시 필요함

4) 해외본부 운영매뉴얼 해외본부 및 점포 운영자교육 작성

※ 마스터 프랜차이즈 계약금 책정 : 마스터 프랜차이즈 방식으로 진출 시, 계약금 1억~1.5억이 다수이며, 그 다음으로는 1.5~3억의 계약을 체결하는 경우가 많음

표 4-3 마스터 프랜차이즈 계약금현황



[참조. 2017 외식기업 해외진출 실태조사, aT한국농수산물유통공사]

(3) 현지 개업준비

(가) 주요 항목

절차	내용	주요 법률.제도
13 메뉴 및 식재료 시스템구축	○ 메뉴 확정, 식재료 수출 및 현지 조달 등의 시스템 구축	수출입관련 법률

설비 및 물품 조달 계획	○ 설비 및 물품에 대한 수출 및 현지 조달 등의 시스템 구축	
14 점포 운영 매뉴얼	○ 현지 점포 운영에 대한 매뉴얼 제공	외식 및 식품 관련 법률
15 인허가 취득 및 매장 시공	○ 인허가 사항 취득 및 기타 요소의 최종 점검을 통한 ○ 매장 시공 및 인테리어	인허가관련 법률
16 매장 인력 채용 및 교육	○ 매장 운영을 위한 조리, 홀 등의 인력 채용 및 교육	노동관련 법률
17 오픈 마케팅	○ 온라인 및 오프라인 루트를 활용한 오픈 마케팅	
18 오픈	○ 오픈에 대한 최종 점검 및 오픈 리허설	

(나) 단계별 핵심 key

1) 메뉴 및 식재료 시스템구축 설비 및 물품 조달계획

- 식재료 및 설비의 조달 방법 결정(한국 또는 중국)

2) 점포운영매뉴얼

- 매장의 개점부터 운영까지의 현지에 맞는 매뉴얼 작성

3) 매장시공 및 인허가

- 매장 인허가 사항 파악, 매장운영 시 발생하는 Risk 체크, 중국의 현지인 전문가 활용

4) 매장 인력 채용 및 교육

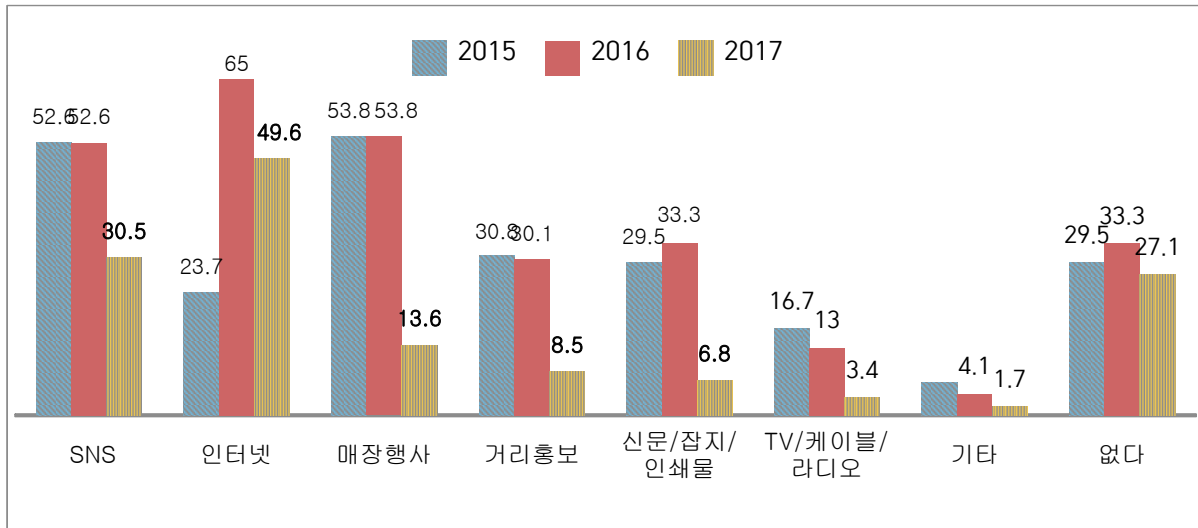
- 매장 직원 구인 방법 확보, 직원 운영 계획 수립, 급여 및 상여금 지급 계획 수립, 고용계약 체결
- 「Ⅲ. 중국 프랜차이즈 관련 법률과 제도 > 1. 진출 시 프랜차이즈 주요법률 > 라. 현지운영」 참조

5) 매장 홍보 마케팅

- 홍보 마케팅 수단과 방법 수립 : 주고객층 대상 홍보 및 마케팅 계획수립
- 한류의 활용

※ 현지 매장 홍보 및 프로모션 : 해외 매장 프로모션 진행시 SNS(블로그, 카페, 페이스북 등) 활용 다수. 다음으로 인터넷, 매장행사를 통한 활용이 많음

표 4-4 현지 매장 프로모션 현황



[참조. 2017 외식기업 해외진출 실태조사, aT한국농수산물유통공사]

(4) 해외사업 관리

(가) 주요 항목

절차	내용	주요 법률.제도
19 글로벌 슈퍼바이징 사업 확장	<ul style="list-style-type: none"> ○ 감리 및 본부 지원 계획 수립 ○ 해외 사업 확장 전략 수립 및 지속적 시장 개 	세무 및 자금송금관련 법률 가맹계약체결 가맹점계약관계 분쟁해결 철수 및 폐업

(나) 단계별 핵심 key

1) 현지 파트너 관리

- 「IV. 외식기업의 중국 진출전략 > 2. 중국 진출전략(진출유형) > 나. 파트너 선정 시 주의사항」 참조

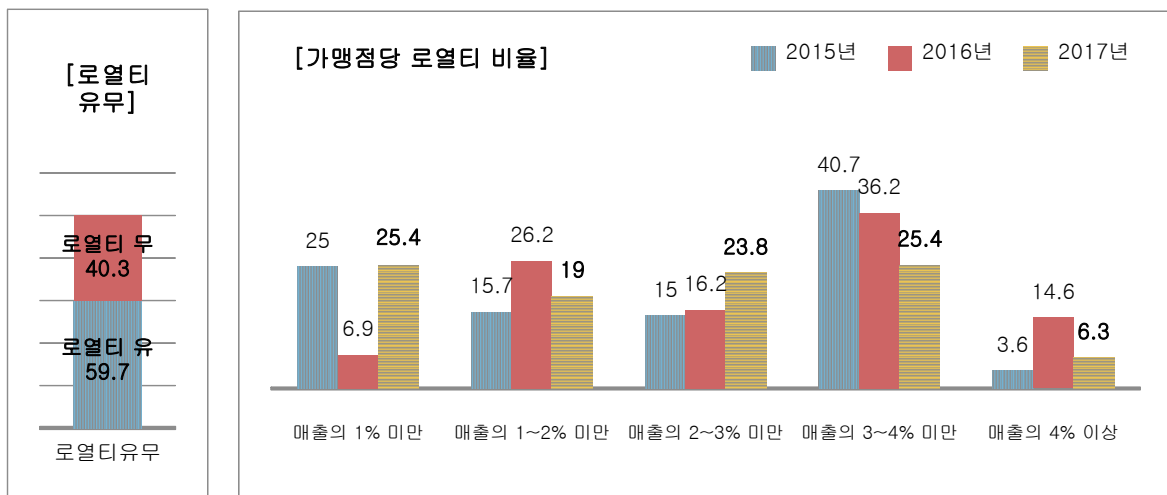
2) 가맹계약서 작성

- 「Ⅲ. 중국 프랜차이즈 관련 법률과 제도 > 1. 진출 시 프랜차이즈 주요법률 > 다. 계약체결」 참조

※ 가맹점 당 계약금 : 매장 당 계약금은 1천만 원 미만이 가장 많으며, 전년도 대비 전반적으로 계약금이 증가함

※ 가맹점 당 로열티 : 해외 진출 외식기업 59.7%가 가맹점당 로열티 있음.
가맹점당 매출의 4%미만대의 로열티를 책정하여 사업을 운영하는 경우가 골고루 분포함

표 4-5 가맹점당 로열티현황



[참조. 2017 외식기업해외진출실태조사, aT한국농수산물유통공사]

4 중국 프랜차이즈 성공사례

가. YOSHINOYA

(1) 기업현황

- 기업명 : YOSHINOYA CO., LTD ○ 브랜드명 : YOSHINOYA(吉野家)
- 업 종 : 돈부리
- 홈페이지 : www.yoshinoya.com
- 현지기업명 : 요시노야 (중국) 투자 유한 공사 / www.yoshinoyachina.com
- 진출일(설립일) : 2015.6.9
- 진출방식 : 요시노야(중국)투자 유한공사
 합작 유한 공사
- 현지 매장수 : 전체 540개, 직영 121개, 가맹 418개 (2018.12월 기준)
 상하이 직영 8 / 청도 직영 18 / 심천 직영 48 / 복건 직영 16
 무한 직영 21 / 쓰촨 직영 4 / 충칭 직영 4 / 강서 직영 1
 허난 직영1 / 베이징 가맹 231 / 랴오닝 가맹 89
 헤이룽장. 지린 가맹 23 / 내몽골 가맹 12 / 홍콩 가맹 62
 칭하이 가맹 2

(2) 기업소개

- 주식회사 요시노야(영문명 : YOSHINOYA CO., LTD.) 2013년 12월 26일 설립
- 규동을 주력 상품으로 맛있고 쉽고 빠른 음식을 제공한다는 컨셉으로 전통의 맛을 지키면서 개량하여, 새로운 상품을 창출하려는 노력을 계속하여 왔음
- 세계화, 정보 기술의 비약적인 발전 등을 빠른 현대시대에 맞추어 점포의 디자인과 원자재 조달 등 외식 산업도 기존의 비즈니스 모델을 답습하는 것만으로는 운영할 수 없다는 것을 깨닫고, 스스로 변화를 만들어 고객에게 새로운 가치를 제공하려는 기업임
- 1975년 미국을 시작으로 해외진출을 하여, 1990년대에는 아시아로 확장을 가속화하였고, 2015년에는 말레이시아 등 이슬람권에도 진출하였음

- 현재는 축적된 출점 노하우를 바탕으로 글로벌 체제를 확립하고, 해외 1,500점포를 목표로 새로운 사업 확대를 추진하고 있음

(3) 진출현황

(가) 진출연혁

- 1992년 베이징 1호점 (왕푸징) 오픈 (3월 18일)
- 2002년 상해 1호점 (남경 동 시설店) 오픈(8월 8일)
합작 상하이 요시노야 궈궈 유한공사 설립(6월 3일)
- 2003년 내몽고 1호점 (維特 리 텐션) 오픈(11월 15일)
- 2005년 베이징 요시노야 궈궈 유한공사가 "2004 년 중국 FF 체인 시장 소비자들이 가장 사랑하는 브랜드 '로 인정된다.
- 2008년 복건 1호점(元洪城점)이 오픈(9월 2일)
합작회사 복건 요시노야 궈궈 유한공사 설립(6월 5일)
- 2011년 헤이룽장 지린 1호점(埃德 蒙頓점) 오픈(9월 30일)
- 2014년 청도 1호점 (청도 영旺店) 오픈(3월 7일)
요시노야 餐飲관리(상해) 유한공사 청도 분공사 설립(3월)
- 2014년 무한 1호점 (무한 영旺夢樂城金潭店)
하나마루 우동과 함께 오픈(12월 19일)
요시노야 餐飲관리 (무한)유한공사 설립(8월)
- 2015년 요시노야(중국)투자 유한공사 설립(6월 9일)
- 2016년 칭하이 西寧申 다카시 관리 유한 공사와 프랜차이즈 계약을 체결(9월)
- 2017년 청두 龍蟠 实业 유한 공사와 합작 계약을 체결(6월)
- 2018년 충칭 1호점(후베이 성 하늘 거리) 오픈(5월 16일)
요시노야 餐飲 관리(충칭) 유한공사 설립(2월)

(나) 진출전략

1) 메뉴의 현지화

- 요시노야는 음식 종류나 맛을 중국 현지인들이 쉽게 즐길 수 있도록 바꾸는 등 현지화에 적극적임. 예를 들어 위상로스 덮밥 등의 중국 음식에 덮밥을 가미하거나, 한국음식이 중국에서 유행하자 김치 돼지고기 덮밥을 출시하는 등 현지에 맞는 메뉴를 개발함
- 16개의 다양한 세트메뉴의 구성과 탕(湯), 샐러드, 반찬, 음료 등의 사이드 메뉴로 다양한 연령대의 소비자를 공략함. 특히 탕(湯) 메뉴의 경우, 대부분의 중국인이 식사 시 뜨거운 탕(湯)을 함께 먹는다는 사실에 착안해 개발한 메뉴임
- 덮밥 메뉴의 경우, 사이즈를 중/대로 나눠서 제공함. 아침 외식 문화가 발달한 중국인만큼, 북경 YOSHINOYA도 아침 메뉴를 제공하며 각 식사대별 소비자를 공략하고 있음
- 북경 법인 설립 후, 중국 현지인을 대상으로 매장 운영매뉴얼을 재구성, 메뉴부터 시작해서 매장 인테리어 부분까지 중국식 YOSHINOYA로 재탄생시킴
- 덮밥 메뉴 구성과 식탁 디자인, 용기(容器) 선택에 이르기까지 북경 법인이 현지 상황에 따라 구성, 현재 북경 법인의 사업권에서 운영 중인 매장과 일본 본사의 매장은 다소 차이를 보이고 있음
- 적극적으로 일본 브랜드의 이미지를 버리고 중국 현지화를 추진

2) 덮밥의 패스트푸드화

- 간편하고 빠른 패스트푸드점의 운영방식에 착안. 주문부터 착석, 식사에 이르기까지 셀프로 이루어지고, 매장 내 테이블 정리 담당 직원이 적극적으로 테이블을 안내해 줌
- 음식주문부터 메뉴제공에 이르기까지 종업원간의 역할분담이 잘 이루어져 대략 3~5분정도의 속도로 음식이 제공됨

3) 저렴한 가격

- 대부분의 메뉴가 약 30원대(한화 5,700원 수준)의 중, 후반대로 가격으로 고객 만족도가 높음

4) 깔끔한 포장 및 배달 서비스

- 단품 주문의 경우에도 배달 서비스 제공
- 포장 주문 시 덮밥 위의 고기나 소스 등은 개별 포장되어 제공되며, 탕(湯)의 경우 집에서 차(茶)를 마시듯 따뜻한 물에 타서 마실 수 있는 분말 스프의 형식으로 제공됨

5) 개점 입지 조건

- 인구, 교통 밀집 지역과 비즈니스 중심 지역본사에서 상권 시찰단을 파견, 상권 일대의 소비력, 인구·차량 유동량, 소비 연령대, 소득 분포 등을 파악한 후 입점 여부를 판단함
- 매장 위치에 따른 3가지 운영 전략
 - ① 백화점, 쇼핑센터 등 대형 상가 속 매장 : 이들 상권의 대형 유동 인구를 공략한다는 전략
 - ② 음식점이 몰려 있는 식당가 속 매장 : 식사를 위해 본 상권을 찾은 소비자를 공략한다는 전략
 - ③ 동종 업계가 없는 상권 내 단일 매장 : 식사를 원하는 상권 유동 인구를 독점한다는 전략

6) 양심 브랜드 기업 문화

- '품질은 양심'이라는 가치관을 바탕으로 다음의 행동 지침을 제정
 - ① 양심적으로 회사, 근무, 고객, 동료에 대해
 - ② '표준 근무 매뉴얼'을 준수한다
 - ③ 고객의 마음으로 생각한다
 - ④ 내가 외면하는 제품은 고객도 외면한다
- 전 직원의 모든 근무 과정에서 '품질은 양심'이라는 가치관을 실현함
- 실제로 안전하고 청결한 식자재 구입 및 가공을 위해 2004년 1월부터 북경 YOSHINOYA 법인의 전 매장 및 물류 배송 센터에서 'HACCP - 위해 요소 중점 관리 기준' 시스템 적용(참조. 토종 프랜차이즈 해외시장 생존전략. KOTRA)

< TIP >

- 맛이나 매장운영을 중국 현지인에 맞게끔 현지화
- 성공한 패스트푸드 프랜차이즈 방식을 적극적으로 도입함

나. 파리바게뜨

(1) 기업현황

- 기업명 : SPC그룹
- 브랜드명 : 파리바게뜨
- 업 종 : 베이커리
- 홈페이지 : www.paris.co.kr
- 설립일 : 2003년 11월
- 진출방식 : 독자진출
上海/北京艾絲碧西食品有限公司(2개 법인)
- 현지 매장수 : 235여 개(직영 107개, 가맹 128개)(2018 기준)

(2) 기업소개

- 파리바게뜨는 SPC그룹의 브랜드로 국내에 유럽풍 베이커리 문화를 처음 소개하고 발전시키며 대한민국 베이커리 시장을 선도해온 프리미엄 베이커리 브랜드임
- 언제나 갓 구운 신선한 빵을 제공하며 고급스럽고 차별화된 제품으로 일본식, 미국식 빵 위주였던 국내 제빵 시장에 프랑스의 대표적인 빵과 다양한 유럽풍 제품을 도입하였고, 버터크림 케이크 위주였던 케이크 시장에 생크림케이크 트렌드를 개척함
- SPC그룹은 2000년대 초반부터 적극적으로 해외시장 진출을 추진하여 중국과 미국, 프랑스, 베트남, 싱가포르에서 파리바게뜨 브랜드로 360개가 넘는 매장을 운영하고 있음
- 아시아, 중동, 북미, 유럽 등 신시장을 개척해 2020년까지 3,000개의 매장을 열 계획을 가지고 있음
- 현재 SPC그룹은 중국에서 고급 베이커리 기업으로 확고하게 자리 잡아가고 있음. 2004년 상하이에 파리바게뜨 1호점을 개설한 이후 적극적으로 사업을 확장해 베이징, 난징, 다롄 등 중국 주요 도시에 230개가 넘는 매장을 성공적으로 운영하고 있음

(3) 진출현황

(가) 진출연혁

- 2003년 현지 법인설립, 생산공장 준비
- 2004년 중국 1호점 구베이점 개설(9월)
시엔샤루 2호점 개설(10월)
- 2008년 중국 중경제품 품질 보장센터가 선정한 품질, 서비스, 고객신뢰도 AAA 브랜드로 선정됨
- 2010년 상하이 가맹 1호점 개설(7월)
중국 베이커리 식품 공업협회(中国烘焙食品工业协会)가 뽑는 '중국 10대 브랜드'에 외국 브랜드 최초로 선정. '5성급 베이커리'의 칭호를 받음
- 2012년 중국 100호점 개점
- 2017년 중국 200호점을 청두시(成都)에 오픈(8월)

(나) 진출전략

1) 현지화와 고급화, 차별화

파리바게뜨의 글로벌 전략의 핵심은 고급화, 다양화, 고품질화, 현지화를 꼽을 수 있음

① 고급화

파리바게뜨는 철저한 현지 조사 뒤 중국 주요 도시의 중심 상권과 고급 주택가를 공략해 고급 베이커리 브랜드로 포지셔닝하는 전략을 세움

가격도 중상층 이상의 중국 소비자 심리를 고려해 타 베이커리 브랜드보다 20~30% 높게 책정. 중심 상권에 위치한 매장에 고가격·고품질을 내세워 중국 내 핵심 소비층인 바링허우(1980년대 출생)과 주링허우(1990년대 출생)를 공략하여 성공적으로 정착함

② 현지화

1990년대 중반부터 중국 현지에 직원들을 파견해 수년 동안 식음료와 외식 시장을 철저하게 분석하고, 또 현지인의 입맛에 맞게 특화된 메뉴 비중을 20%로 유지하고, 매장에서 직접 빵을 굽는 제빵기사들도 대부분 현지 인력을 채용함

제품의 현지화를 위해 파리바게뜨의 80%는 한국 본사제품, 20%는 현지 개발 제품을 개발, 판매하고 있으며, 이러한 현지화 노력에 힘입어 전체 고객 중 중국인이 90% 이상을 차지할 정도로 현지인 대상 시장에서 큰 성공을 거두고 있음

대표적인 현지화 메뉴는 '짱짱바오(脏脏包·더러운 빵)'으로 짱짱바오는 페이스트리에 코코아 파우더가루를 묻힌 제품으로 빵을 먹으면서 손과 입에 초코 가루가 범벅이 되는 게 특징임

③ 차별화

파리바게뜨는 한국 시장에서 적용되는 베이코오프(bake-off) 시스템을 중국에 도입하여 기존 중국 베이커리시장이 공장에서 제작된 빵을 배달하는 방식과 차별화를 두고 있음

2) 마케팅 전략

① 적극적인 홍보

중국은 드라마에 브랜드가 직접적으로 노출이 가능하여 PPL을 적극적으로 활용하고 있음. 파리바게뜨는 '페이창우랴오(非常無聊)' 등 중국의 흥행영화, LG 휴대폰 CF, 중국공익광고 등에 장소를 협찬함

② 사회참여

2005년부터 고객들이 직접 참여하는 케이크 만들기 교실 행사를 900회 이상 진행하고, HSBC국제골프대회와 F-1경기대회 등 대형 행사 파트너로 참여하는 등 브랜드 인지도 제고를 위한 다양한 전략을 펼치고 있음

3) 출점전략

파리바게뜨는 마스터 프랜차이즈(MF)를 통하여 좀 더 빠르게 매장을 늘릴 수 있었지만, 한국의 파리바게뜨처럼 중국도 각 매장별로 서비스와 품질의 통일을 우선해야 한다는 내실 경영에 집중하기 위하여, 철저하게 현지 가맹체계 확립에 주력함

4) 물류유통시스템

파리바게뜨는 일부 제품만을 공장에서 만들고 대부분의 빵은 매장에서 직접 만드는 '베이코오프(Bake-off) 시스템'을 적용하고 있음

자체 공장과 물류 시스템을 통해 제품을 하루 두 번 매장으로 배송하고, 중국 국가규정과 사내규정을 통하여 유통기한을 관리하며 공장에서 생산된 빵은 일반적으로 유통기한 3~4일, 점포에서 구운 빵은 당일판매 후 여분은 폐기함

5) 진출 시 애로점

브랜드인 파리바게뜨(巴黎貝甜,바리베이텐)가 수년째 상표 등록 거부로 어려움을 겪고 있으며, 중국 유사 브랜드와의 상표 관련 분쟁도 진행하고 있음

최근 중국내 환경보호가 강화되면서 주상복합건물의 경우 '베이코오프(Bake-off) 시스템' 인허가가 매우 까다로워 점포확보에 어려움이 있음

< TIP >

- 지역별로 특성에 맞게 진출방식을 달리하여 출점
- 고유의 특성이 차별성을 유지하면, 지역에 맞는 메뉴개발 등 현지화 적용
- 적합한 가맹점사업자를 선정하고 철저한 교육 시행

다. 미스터피자

(1) 기업현황

- 기업명 : MP그룹(MPK그룹)
- 브랜드명 : Mr.Pizza
- 업 종 : 피자
- 홈페이지 : www.mrpizza.co.kr
- 진출일 : 2000년
- 진출방식
 - 베이징 분공사(分公司)는 북방지역을 맡고 있으며, 북방지역의 80%가 가맹 형태로 운영
 - 상하이 분공사(分公司)는 중국측 파트너 금융그룹과 공동으로 직영형태로 운영중임
- 현지 매장수 : 130여 개(2018.9월 기준)
베이징 분공사 점포 80여개, 상하이 분공사 점포 50여개

(2) 기업소개

- MP그룹은 대한민국의 외식 기업으로, 피자 전문점인 <미스터피자>와 커피&머핀 전문점인 <마노핀>을 운영하고 있음
- 1990년 서울 이화여자대학교 앞에 미스터피자 1호점을 오픈한 이후 2000년대 중반 지속적인 여성마케팅과 '300% 원칙'을 지키며, 국내 대표 피자 업계로 성장

- 2012년 사명을 미스터피자 Mr.Pizza Korea의 약자인 MP그룹으로 바꾸고, 글로벌 종합 외식기업으로서의 비전 실현을 위해 해외진출을 본격화
- 2000년 미스터피자의 중국 베이징 진출을 시작으로 2007년 세계 최대 피자 시장인 미국에도 진출. MP그룹은 현재 국내외에 600여 미스터피자와 마노핀 매장을 운영 중에 있음

(3) 진출현황

(가) 진출연혁

- 2000년 중국 1호 매장(북경 건국문점) 개설
북경 건국문점 우수 피자점 선정
- 2009년 대중점평(중국 전국 먹거리 소비자 평가 사이트)인기 음식점 선정
- 2010년 중국내 매장 수 20개점 오픈
- 2013년 미스터피자, 중국 상하이 1호점 복주로점 오픈
중국 유통업체 금융그룹과 합자 조인식 체결
- 2015년 중국 100호 매장 개설

(나) 진출전략

1) 현지화와 차별화 조화

- 미스터피자 고유의 제품 특징을 유지하면서 담백한 피자 맛을 선보여 중국인들에게 인기 얻음
- 현지 식재료 수급상황과 중국인들의 입맛을 감안하여 현지화된 메뉴 개발

2) 마케팅 전략

- 한국의 스타킹 프로그램, 중국의 CCTV 등에도 소개된 적이 있는 피자 도우 퍼포먼스로 중국에서 큰 인기를 얻음. 중국 소비자들의 먹고, 보고, 즐기는 것을 동시에 만족시킴
- 중국에서는 특히 식품 안전성이 중요한 이슈이기 때문에 유리로 오픈된 주방을 운영하여 신뢰도와 소비자의 관심을 받음

3) 출점전략

- 자사의 핵심역량을 바탕으로 철저한 상권 분석과 소득수준을 고려하여 시내 핵심지역에 입점
- '선 직영 후 가맹' 전략 활용, 이를 통해 브랜드 이미지 고취
- 가맹점사업자 선정에 있어서 자질, 신용, 경험을 중시하여 선정하고, 엄격한 교육을 실시

4) 진출 시 애로점

- 점포 개발 시 한국 측 방식과 중국 측 방식에 있어 운영방식의 차이가 있음
- 계약 작성 시 본 계약서 외에도 보증 협의서 삽입 등의 내용에 대해 충분한 협의가 필요

< TIP >

- 지역별로 특성에 맞게 진출방식을 달리하여 출점
- 고유의 특성이 차별성을 유지하면, 지역에 맞는 메뉴개발 등 현지화 적용
- 적합한 가맹점사업자를 선정하고 철저한 교육 시행

라. 서래갈매기

(1) 기업현황

- 기업명 : (주)서래스터
- 브랜드명 : 서래갈매기
- 업 종 : 요식업. 고기
- 홈페이지 : www.seoraester.co.kr / www.sseoraeglobal.com
- 진출일 : 2012.9
- 진출방식
 - 상하이와 베이징은 직영점과 가맹점 운영.
 - 나머지 지역은 MF(마스터 프랜차이즈) 방식의 계약으로 파트너쉽 체결
- 현지 매장수 : 53 개(2018.12월 기준)

(2) 기업소개

- 돼지 특수부위, 부속고기를 옛날 방식으로 정을 느낄 수 있도록 현대화한 저렴한 가격의 주점형 고기집 프랜차이즈 기업임
- 서래갈매기는 2007년 서울 회기역 근처에서 작은 가게로 시작하여, 2년 뒤 프랜차이즈로 전환해 가맹점이 200여 개까지 성장함
- 2012년부터 국내보다는 해외진출로 방향을 전환하여, 중국 상하이에 테이블 16개를 둔 직영 1호점 개점을 시작으로 현재 중국 53개, 홍콩 7개, 인도네시아 6개, 싱가포르 2개 등 해외 88개 매장을 보유한 해외진출 성공기업임

(3) 진출현황

(가) 진출연혁

- 2012년 중국 1호점 상하이 매장 오픈
- 2013년 산둥성, 요녕성, 강소성 마스터 프랜차이즈 계약체결
- 2014년 저장성, 광둥성, 허난성, 후베이성 마스터 프랜차이즈 계약 베이징 1호점 오픈
- 2015년 산시성, 길림성 마스터 프랜차이즈 계약 산시성 직영점 오픈
- 2016년 중국 충칭 1호점 개점

(나) 진출전략

1) 고유의 컨셉 유지

- 서래갈매기는 중국진출 시 현지화보다는 자체 브랜드 고유컨셉을 그대로 유지하는 정책을 시행. 현지화한 음식이 아닌 한국의 맛을 그대로 보여주기 위해 노력
- 하지만 한국의 맛을 그대로 전하기에는 기본적으로 한국의 식재료 수출이 어렵기 때문에 현지에 있는 식재료를 최대한 활용하고 된장과 같은 소스는 중국에 수출하는 한국 기업을 활용하는 등 서래갈매기 본연의 맛과 가장 유

사한 것을 일일이 선택하여 맛을 유지함

- 현지화를 최대한 하지 않는 이유 중 하나는 최근 직접 한국에서 음식을 먹어 본 사람들이 한국의 맛과 동일한 맛을 선호하는 경향도 있음

2) 현지 식재료를 사용할 수 있는 소스 레시피 개발

- 한국의 식재료 수출이 어렵기 때문에 현지에 있는 식재료를 최대한 활용하고 된장과 같은 소스는 중국에 수출하는 한국 기업을 활용하는 등 서래갈매기 본연의 맛과 가장 유사한 제품을 선택하여 소스 등을 개발
- 고기도 중국 현지에서 조달하여 신선도를 유지함

3) 본사의 직원 직접 파견

- 본사의 직원을 직접 파견하여 중국현지를 경험하게 함으로써 직원들의 역량을 높임
- 한국 음식점이기 때문에 매장에 한국인 직원 또는 한국말을 하는 직원이 한 명쯤은 있어야 한다는 인식이 있어, 직영점에는 아직도 한국인 직원들이 상주하며 근무

4) 다양한 방법으로 진출

- 현지법인 설립, 본사에서 직접 투자하는 해외 직영점 운영, 판권을 판매하는 마스터 프랜차이즈 3가지 방식으로 운영(특히 현지 법인 운영의 경우 인력에서부터 법률적인 문제까지 애로사항이 많았음)

5) 한류마케팅 활용

- 주요 고객이 2~30대 여성으로 가족단위로 올 경우에도 거의 여성의 주도하에 방문하는 경우가 많음. 한류(드라마, 영화 등 대중문화와 패션뷰티 등)에 익숙하고 한국의 맛을 경험하고자 하는 여성 고객을 대상으로 마케팅 진행
- 해외진출 시점이 드라마 '별에서 온 그대' 등을 통한 한식 열풍이 불기 시작한 때로 한류를 활용할 수 있는 메뉴 등으로 현지 진출에 탄력을 받음

6) 교육 강화

- 표준화 경영관리 및 각 지역별 운영 특성을 감안한 맞춤형 프랜차이즈 교육을 병행하였으며, 비용절감 및 리스크 최소화

- 베이징, 상하이 외의 마스터 프랜차이즈 계약을 맺은 지역에도 직영점과 같은 관리 효과를 내기 위하여 매장 오픈 전후로 두 달간 한국 본사에서 3인 1조의 교육팀을 직접 파견하여 초기 안정적 운영을 지원

7) 적합한 가맹점사업자 선정

- 가맹점사업자 선정 시 다음과 같은 선정조건 고려.
 - ① 가맹점 직접 운영을 목적으로 해야 함(단순투자개념일 경우 다른 조건이 맞아도 가맹점 개점 불허)
 - ② 점포위치 심사 엄격(상권분석, 유동인구 분석 등 확인)
 - ③ 사업에 대한 열정

8) 애로사항

- 진출 초기 마스터 프랜차이즈 계약서, 점포계약서, 인력채용 등 중국의 법률 및 제도를 적용하는데 어려움
- 중국 당국에서 요구하는 환경, 소방, 위생기준에 부합하는 것은 거의 불가능 할 정도로 까다로우며, 식약청, 출입국검역소 등의 규정을 잘 이해하고 있지 않으면 적절한 대처가 어려움
- 본사 직원의 해외출장과 현지에서의 언어문제
- 동종 아이템의 프랜차이즈 기업 간의 현지에서 경쟁
- 고품질의 고기를 안정적으로 공급해줄 수 있는 거래처를 확보
- 숯불구이에 적합한 조건을 갖춘 매장을 찾는 것이 매우 어려움(특히, 대형 쇼핑몰 내 입점을 추진할 경우 에어컨 전기소모량, 배연시설, 도시가스 공급선 등 여건에 부합한 매장을 구하기가 어려움)
- 지역별, 계층별로 경제수준 차이가 있어 소비자 분포가 균등하지 못해 사업 확장에 대한 어려움이 있음

< TIP >

- 현지화보다는 브랜드 고유의 컨셉을 유지
- 현지의 식재료를 활용하여 고유의 맛과 품질을 유지하기 위해 노력
- 진출 시 마스터 프랜차이즈, 직접진출, 법인설립 등 현지 사업의 상황에 맞는 진출 방법 선정
- 계약관계, 인허가 문제, 고용 문제 등 법률과 제도적 어려움이 존재

해외 주요국 프랜차이즈 법률정보 조사

2018년 12월 인쇄

2018년 12월 발행

편저·발행



농림축산식품부



한국농수산물유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

전라남도 나주시 문화로 227 한국농수산물유통공사

TEL: 061)931-0743 FAX: 061)804-4540

보고서 작성



프랜차이즈산업연구원

The Institute for Franchise Industry Studies

서울시 서초구 신반포로 314 임송빌딩 5층

TEL: 02)2233-4777 FAX: 02)2233-8985

동 자료는 The외식(<http://www.atfis.or.kr>) 사이트를 통해
무료로 다운받아 볼 수 있습니다.

④ 공공누리 제4유형의 개별조건



출처표시

출처표시 이용자는 공공저작물을 이용할 경우, 다음과 같이 출처 또는 저작권자를 표시해야 합니다.

ex) 공공누리에 따라 000(공공기관의 명칭)의 공공저작물 이용*은라인에서 출처 웹사이트에 대한 하이퍼링크를 제공 하는 것이 가능한 경우에는 링크를 제공하여야 합니다.

이용자는 공공기관이 이용자를 후원한다거나 공공기관과 이용자가 특수한 관계에 있는 것처럼 제3자가 오인하게 하는 표시를 해서는 안됩니다.



상업적 이용금지

상업적 이용금지 비영리 목적으로만 이용 가능

상업적 이용이 금지된 공공물저작물은 영리행위와 직접 또는 간접으로 관련된 행위를 위하여 이용될 수 없습니다. 다만, 별도의 이용을 허락 받아 공공저작물을 상업적으로 이용하는 것은 가능합니다.



변경금지

변경금지 저작물을 변경 혹은 2차 저작물 작성금지

공공물저작물의 변경이 금지될 수 있습니다. 또한 내용상의 변경 뿐만 아니라 형식의 변경과 원저작물을 번역·편역·각색·영상제작 등을 위해 2차적 저작물을 작성하는 것도 금지 대상 행위에 포함됩니다.