

특집 : 세계 급식 · 외식 산업 최신 동향

중국 식품 프랜차이즈 산업 동향

이 교 민

삼성에버랜드(주)

Trends of Chinese Food and Beverage Franchise Industry

Kyo Min Lee

Samsung Everland Inc., Gyeonggi 446-912, Korea

서 론

식문화를 중시하는 중국의 식품 산업은 경제의 고도 성장과 함께 빠른 속도로 발전하여, 현재 중국의 제3차 산업을 이끄는 주력으로 자리잡고 있다. 특히 지난 몇 년간 중국의 식품산업은 각종 분야에 걸쳐 괄목할 만한 성장을 거듭해왔으며, 시장의 확대 및 고객 요구의 다원화, 영양에 대한 관심 증대 등으로 지속적인 발전 추세에 있다.

중국 전체 식품 산업분야 중 가장 큰 비중을 차지하고 있는 것은 프랜차이즈 산업이라 할 수 있는데, 지난 10년에 걸쳐 규모와 경제력을 갖춘 프랜차이즈 업체들이 출현하기 시작하였고, 전문 메뉴 특화 및 특별 서비스 제공 등으로 빠르게 성장하고 있다.

중국의 프랜차이즈 산업은 이처럼 점차 거대한 시장으로 성장 중에 있으며 2009년 중국 식품업 100장 기업 중, 89개 기업이 프랜차이즈 방식을 채택하고 있으며, 또한 100장 기업 전체 매출의 92.7%를 프랜차이즈 업체들이 점유하고 있는 것으로 조사되었다.

중국 식품산업 발전과정 및 추세

개혁, 개방 이후 빠른 속도로 진행된 경제 발전과 더불어

표 1. 주요 프랜차이즈 기업 운영현황

(’09년 기준, 단위: 원)

	內蒙古小肥羊 (Little Sheep)	全聚德 (QuanJude)
주요메뉴	휘귀(샤브샤브)	북경오리
매출액	2,697억원	2,065억원
전년대비매출성장률	+23.5%	+8.06%
총수익	1,579억원	1,189억원
세전이익	362억원	212억원
순이익률	9.9%	7.44%

어 개인 소득 및 지출이 증가하였으며, 이는 중국 식품 산업의 급속발전으로 연결되었다.

중국 식품산업은 지난 18년 연속으로 두 자리수 성장률을 기록하고 있으며, 향후 성장률 또한 17% 유지가 가능할 것으로 전망되고 있다. 중국 정부의 내수시장 진작 및 국내총생산 가치(GDP)의 지속적인 성장(’09년 1인당 GDP 2,100 달러)으로 식품 관련 산업은 장기간 발전 추세에 있는 것이다.

중국 식품산업의 발전은 시기별에 따라 개혁, 개방에 의한 초기발전 단계, 양적 발전 단계, 프랜차이즈 규모 확대 단계, 브랜드 가치 상승 단계 등 4단계로 나누어진다.

개혁, 개방에 따른 초기발전 단계 (70년대말~80년대)에는 정부의 정책적인 지원으로 투자가 이루어졌으며, 판매망의 점차적인 증가가 시작되었고, 단일 식당 위주의 소규모 경영 형태가 주를 이루었으나, 전통적인 식품업 형태에서 점차 벗어나려는 움직임이 나타났다.

양적 발전 단계 (90년대초)에는 대대적인 사회적 투자로 양적으로 크게 증가하기 시작하였으며, 대도시 위주로 판매망이 늘어 갔고, 프랜차이즈 규모 확대 단계(90년대 중)에는 전문 식품 브랜드가 등장하기 시작하였으며, 전국적으로 체인망이 확대되었다. 특히 Pizza hut, McDonald, KFC 등의 해외 프랜차이즈가 중국에 진출하여 큰 호응을 얻기 시작하였다.

끝으로 브랜드 가치 상승 단계(2000년~)에는 중국의 급속 경제 발전에 따라 식품 산업이 급발전 하였으며, 지명도 높은 대형 식품 브랜드 보유 업체가 성장하였다. 또한 식품 산업에도 브랜드 가치를 높이는 경영 전략을 통한 성장이 중시되고 있다. 이에 ’06년 수익 1억RMB 이상을 올린 160개 프랜차이즈 업체의 총 매출액은 전년 대비 20% 성장한 약 915억RMB(약 16조)에 이르고 있다.

2009년 식품 소비는 지속적으로 증가하여, 전국 전체

표 2. 중국 전체 식품 소매 판매액

(단위: 억RMB)

년 도	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
총판매액	4,368	5,068	6,156	7,486	8,887	10,400	12,352	15,404	17,998

표 3. 년수익 200만RMB이상 프랜차이즈 기업 운영현황

	2007년	2006년	2005년	2004년	2003년
점포수(개)	16,810	11,360	8,514	6,968	6,127
영업면적(평방m)	N/A	588.2	390.8	346.6	304.6
종업원수(명)	N/A	55.7	42.6	40	30.5
영업수익	738억RMB(12조원)	552억RMB(9.4조원)	447억RMB(7.6조원)	400억RMB(6.8조원)	257억RMB(4.4조원)

식품 소매 판매 총액은 17,998억RMB(한화 310조)이다. 동기 대비 16.8% 성장하였으며 사회 전체 소비품 매출의 14.4%를 점유하여, 19년 연속 두 자리수 성장을 기록 중이다. 1978년 54.8억RMB에서 2009년 17,998억RMB까지 327배 성장하였으며, 인당 평균 식품 소비액은 1978년 5.69억 RMB에서 2007년 1,200억RMB까지 209배 성장하였다.

며, 그중 상위 10위 업체가 총 매출의 52.23%를 차지하였다. 근래 들어 대형 프랜차이즈 업체들의 강세가 두드러지며, 100강 기업 내 대부분을 차지하여 중국 식품산업의 주된 경영 방식임을 보여 주고 있다.

식품 프랜차이즈 산업 발전 현황

유명 외자 프랜차이즈 기업의 중국 진출 이후, 중국 로컬 기업들 또한 선진화된 프랜차이즈 가맹 경영 방식을 흡수하였다. 2006년 중국의 일정 규모 이상 수준의 프랜차이즈 업체는 지속적인 증가추세를 보였으며, 년영업액 200만RMB(약3.5억원) 이상의 업체는 349개로 집계되었다. (통계국, 상무부)

2006년의 총 점포수는 11,360개이며, 년 총매출은 551.9억RMB으로(약 9.5조원), 이는 전년 대비 21.5% 성장한 수준이고, 매 업체의 평균 점포수는 32개, 업체당 평균 매출액은 1.58억RMB(약 270억원)이다.

2007년에도 빠른 성장이 지속되었으며 일정 규모 이상의 업체는 410개, 점포수는 16,810개로 늘어나는 등 전년 대비 33.7% 성장을 하였다.

2008년 중국 식품 100강 기업의 총 매출액은 1019.08억 RMB(17.5조원)으로 전년 동기 대비 19.82% 성장하였으

결 론

중국의 식품 프랜차이즈 산업 발전은 유통구조 조정과 개선을 통한 중소기업의 발전 촉진은 물론, 일자리 창출

표 4. 2010년 중국 식품상위 15위 업체

순위	업 체 명	주요 브랜드
1	百勝餐飲集團中國事業部 (YUM China)	KFC, Pizza Hut
2	美心食品有限公司 (Maxim's Catering Limited)	Starbucks
3	內蒙古小肥羊餐飲連續有限公司 (Little Sheep)	Little Sheep (휘귀 전문점)
4	內蒙古小尾羊餐飲連續有限公司 (Little Lamb)	Little Lamb (양고기 전문점)
5	上海錦江國際酒店發展有限公司 (Jin Jiang Hotels)	Yoshinoya
6	天津頂巧餐飲服務諮詢有限公司 (천진 Ding Qiao)	Dico's (양식 패스트푸드)
7	重慶陶然居飲食文化(集團)有限公司 (중경 TaoRanJu Group)	TaoRanJu (사천 음식)
8	重慶德庄實業(集團)有限公司 (Morals Village)	De Zhuang (휘귀 전문점)
9	中國全聚德(集團)有限公司 (China QuanJuDe Group)	QuanJuDe (오리 구이)
10	重慶市毛哥食品開發有限公司 (중경 MaoGe)	MaoGeLaoYaTang (오리 요리)
11	味千(中國)控股有限公司 (Ajsen China Holdings Limited)	Ajsen Ramen (일식 라면)
12	蘇州迪龜飲食管理有限公司 (소주 Dio)	Dio coffee
13	內蒙古草原牧歌飲食連續有限公司 (내몽고 Caoyuan MuGe)	Caoyuan MuGe (휘귀 전문점)
14	重慶龍飲食文化有限責任公司 (The Draon Group)	QiLong (휘귀 전문점)
15	深州市麥廣帆飲食策劃管理有限公司 (MGF)	HaiGangCheng (해산물 전문점)



그림 1. 매출 200만 RMB 이상 업체수 및 업체당 평균 점포수

표 5. 2010년 중국 식음상위 16위~50위 업체

순위	업체명	순위	업체명
16	重慶泰馬餐飲管理有限公司 (중경 Tai Ma)	34	大娘水餃食飲集團股份有限公司 (Da Niang)
17	眞功夫餐饮管理有限公司 (Zhen Gong Fu)	35	淨雅食品集團有限公司 (Zheng Ya)
18	北京合興餐飲管理有限公司 (북경 He Xing)	36	廣州市綠茵閣食飲連續有限公司 (광주 Lv Yin Ge)
19	浙江凱旋門澳門豆撈控股集團 (절강 Kai Xuan Men)	37	紹興市咸亨酒店有限公司 (소흥 Xian Heng)
20	北京東來順集團有限公司 (북경 Dong Lai Shun)	38	河南一尊實業有限公司 (하남 Yi Zun)
21	狗不理集團股份有限公司 (Gou Bu Li)	39	北京湘鄂情股份有限公司 (북경 Xiang E Qing)
22	重慶孔亮飲食文化有限公司 (중경 Kong Liang)	40	浙江五芳齋實業股份有限公司 (절강 Wu Fang Zhai)
23	浙江兩岸食品連續有限公司 (절강 Liang An)	41	索迪斯中國 (Sodexo China)
24	重慶東方菜根香食飲有限公司 (중경 Dong Fang Cai Gen Xiang)	42	北京市金漢斯食飲連續管理 有限責任公司 (Jin Han Si)
25	重慶巴將軍飲食文化發展有限公司 (중경 Ba Jiang Jun)	43	浙江向陽漁港集團股份有限公司 (절강 Xiang Yang Yu Gang)
26	重慶奇火哥快樂食飲有限公司 (중경 Qi Huo Ge)	44	永和大王 (Yong He King)
27	重慶五斗米飲食文化有限公司 (중경 Wu Dou Mi)	45	重慶家全居飲食文化有限公司 (중경 Quan Jia Ju)
28	成都譚魚頭投資股份有限公司 (성도 Tan Yu)	46	中快食飲集團 (China Fastfood Group)
29	小南國(集團)有限公司 (Xiao Nan Guo Group)	47	成都味道江湖菜食飲娛樂有限公司 (성도 Wei Dao Jiang Hu)
30	北京華天飲食集團公司 (북경 Hua Tian)	48	重慶蘇大姐食飲文化有限責任公司 (중경 Su Da Jie)
31	四川海底撈食飲股份有限公司 (사천 Hai Di Lao)	49	溫州云天樓實業有限公司 (원주 Yun Tian Lou)
32	順峰飲食酒店管理股份有限公司 (Shun Feng Hotels)	50	河南百年老馬食飲管理有限公司 (하남 Bai Nian Lao Ma)
33	廣州酒家集團股份有限公司 (광주 Jiu Jia Group)		

등 경제적인 측면에서 긍정적인 역할을 함에 따라 정부의 지속적 지원이 예상된다.

이러한 환경속에서 KFC, Pizza Hut 등 외국계 프랜차이즈 기업들은 현지화 전략 및 중국 지역적 특성에 맞는 점포 확장 등의 노하우를 익혀 이미 큰 성공을 거두었으며, 향후 중국 진출 또한 가속화될 전망이다.

한국 식음 기업에게 있어서는 한류 현상과 맞물려 한식

관련 외식업이 기회로 작용하여 일부 업체들이 진출에 성공하였으나, 아직까지 규모를 갖춘 대형 성공사례는 없다. 그러나 중국 프랜차이즈 시장의 성숙도가 현재까진 비교적 낮은 상태이며, 업체와 일반 소비자들의 프랜차이즈에 대한 이해가 충분하지 않은 상황이므로 충분한 조사와 준비를 한다면 한국 외식기업들에게도 향후 더 많은 많은 기회가 있을 것이라 생각된다.