

『전주비빔밥 해외 판로망 구축』을 위한 연구 추진전략 계획서(안)

I 사 업 명 : 전주비빔밥 해외(중국, 영국, 프랑스) 판로망 구축을
위한 현지 연구 추진전략

II 연구사업 목적

전통의 전주비빔밥을 국내에 이어 해외시장에 본격적으로 진출시키기 위한 교두보를 확보하기 위하여 현지 정보를 확보하고, 성공 방향을 모색하기 위한 연구 및 마케팅 방안 등 현지화 추진전략

III 연구추진 개요

- 연구기간 : 2006. 8 ~
- 연구추진 국가 : 중국, 영국, 프랑스(지역 전반)
- 연구대상 품목 : 전주음식(전주비빔밥, 한식, 면류, 김치, 한과, 한떡 등)
- 연구 형태 : 현지법인설립(현지파트너와 합작)을 통한
현지 레스토랑(전주비빔밥 전문점) 개설

IV 연구 기본형태

구 분	중 국, 영 국, 프 랑 스	비 고
점포 CONCEPT	전주비빔밥 전문점/고급레스토랑 형태	
메뉴구색 및 연구	비빔밥6종, 한식3종, 면류3종, 김치, 한과, 한떡	
점포입지	중국 ⇒ 상해, 심양, 북경 중, 다운타운 오피스가 영국 ⇒ 런던(외각) 프랑스 ⇒ 파리	프랑스 파리의 아클리마타 시옹 공원에서 ‘한·프랑 스 수교 120주년’ 기념 “비빔밥으로 맛보는 한국 음식” 이라는 주제로 비빔밥, 불고기, 잡채, 누룽지, 오이채, 식 혜, 떡, 한과 등을 선보임.
점포이미지	한국전통풍 인테리어(한지를 이용한 장식)	점내 전주음식홍보관 운영
점포규모	120평 정도	
제공방식	세팅식사 제공	
개설시기	2007. 5월	

V 연구 추진내용

구 분	내 용	비 고
사업구상 및 기본정보 수집	- 중국, 영국, 프랑스 등 목표시장에 대한 정보수집 (실행가능성 및 비교우위 진출방식 등) - 현지인들의 식습관 및 비빔밥의 적응가능성 - 현지시장의 규모 및 제반 법규 및 관련제도 <정보수집루트 및 준비요건> - KOTRA, 전문사이트, 해당시장관련서적, 언론보도 - 진출기업경험담, 사례연구자료, 현지관계자 상담, 현지박람회 참가 등 - 경영자의 사업 감각, 시장안목, 마케팅능력과 판단력	
사업기본골격 수립 및 시장파악	- 제조유통, 전문식당(사업기본방향) 등에 대한 방식설정 - 단독 또는 합작에 대한 기본방향설정 - 현지시장조사 (사업에 관한 모든 요소에 대해 철저한 현지 시장조사) - 연구조사항목은 개설, 운영을 위한 기초정보 조사 - 수차례에 걸쳐 철저하고도 정밀하게 조사	- 전문식당 방향설정 - 합작우선으로 추진 - 현지시장조사 : 2006. 8월 ~ 11월 (4월간)
정식사업계획 수립 및 분석, 보완	- 현지시장조사결과를 바탕으로 정식사업계획서 수립 <사용기법> SWOT분석, 4P MARKETING MIX, 투자 PORTFOLIO(투자규모산출), B/L & P/L FORECASTING, 실행 SCHEDULING 등 - 정식사업계획서에 따른 부문별 실행전략안 작성 - 정식사업계획서와 실행전략안의 분석, 점검, 평가 (현지 반복출장 필수)	- 2007. 1월한 계획수립예정
투자실시 및 사업추진	- 투자실시 및 제반 실무 추진 등의 본격사업전개 개시 - 투자재원조달(국비, 도비, 시비, 자비 확보예상) - 실무 추진팀 가동 및 현지사업전개 개시	- 2007. 3월 실시예정 - 개설목표: 2007.5월
마케팅 및 영업활동 지속	- 사업의 조기정착, 이익실현을 위해 지속적인 마케팅, 영업활동을 전개	

VI 현지 연구세부 추진계획

1) 전문 연구조사팀 구성 및 방법

시장조사의 전문성과 시행착오 축소 및 실패사례 분석을 위해 아래와 같은 전문 연구조사팀을 구성하여 분야별 조사내용에 전문성을 도모하고자 함.

▶ 시장조사 총괄팀장

중국시장조사 공동팀장	(재) 전주문화재단 장명수 이사장 한국식품연구원 수석연구원 권 대 형 박사
----------------	--

▶ 분야별 담당조사자

구 분	조사내용	비 고
소비자 조사	- 전주비빔밥 소비자 반응도 조사 (사전 샘플충부를 통한 시식반응조사)	
메뉴 개발	- 현지인의 입맛에 맞는 메뉴개발	
점포 개발	- 점포입지, 임대비용 수준, 임대차 관행, 인테리어 업체 현황 등 - 식기, 집기, 비품, 주방 설비 구입처 및 구입가 수준 등	한지를 이용한 장식
원료수급현황	- 원료시장, 원료수급 현황, 원료구입 가격, 원료가공 설비 등	
시장 상황	- 경쟁현황, 한식당 내역, 보급식당 기준, 외국 레스토랑 현황 등	
인력 현황	- 종업원 임금현황 및 인원 수급실태 등	
합작 파트너	- 합작 파트너 합작조건, 투자시기, 과실송금, 신뢰성 조사 등	
진출국 법규	- 중국, 영국, 프랑스 합작 법규, 투자 법규, 식품관련 법규, 시장동향, 무역관련 법규 및 무역실무 관행, 해당국가 투자지침 등	

▶ 주요 조사지역

시장조사 지역	중 국 ⇒ 심양, 상해, 북경, 장춘 등 영 국 ⇒ 런던 등 프랑스 ⇒ 파리 등
---------	--

2) 연구조사실시 FLOW

시장조사팀 구성 ⇨ 협의 및 주제설정 ⇨ 현지조사실시 조사 ⇨
 내용정리 및 협의 ⇨ 추가조사 실시 ⇨ 최종 조사내용 정리 ⇨
 기본사업계획서 작성 ⇨ 평가,분석,보완 ⇨ 최종 사업계획서 작성

3) 현지 연구조사 소요경비

구 분	연구 조사자	소요경비
소비자 조사	제이 투에스(주) 마케팅, 리서치전문회사	
메뉴 개발	한국식품연구원 양혜정 연구원	
점포 개발	전주비빔밥(주)/현지증개소	
원료수급현황	전주비빔밥(주)	
인력 현황	전주비빔밥(주)	
시장 상황	제이 투에스(주) 마케팅, 리서치전문회사	
합작 파트너	KOTRA / 전주비빔밥(주)	
진출국 법규	전문법무법인	
총 계		

VII 월별 연구 및 사업추진 계획

구 분	월별추진	연구 주요 추진내용
사업구상 및 기본정보 수집	2006. 7 ~	- 해외진출 기본계획수립, 기초조사 및 정보수집
사업기본골격 수립 및 시장파악	2006. 8 ~	- 제조유통, 전문식당(사업기본방향)등에 대한 방식조사 - 단독 또는 합작에 대한 기본방향성 조사
정식사업계획 수립 및 분석, 보완	2006.9 ~ 11	- 현지시장 연구조사실시 및 정식사업계획서 수립 - 국내 외식업체 해외진출 성공, 실패사례 분석 등 성공 적인 진출 방안 구축 - 식당개설, 운영을 위한 기초정보조사 - 부문별 운영관리 매뉴얼 등 실행전략 연구 제시 정식사업계획서와 실행전략안의 분석, 점검, 평가
투자실시 및 사업추진	2007.2 ~ 2007.5	- 투자실시 및 제반 실무추진 등의 본격사업전개 개시
마케팅 및 영업활동 지속	2007.5 ~ 계속	- 사업의 조기정착, 이익실현을 위해 지속적인 마케팅, 홍보전략, 기타 성공적 영업활동 전개

“전주비빔밥” 해외 판로망 구축 현지 시장조사계획서

1. 사 업 명 : 전주비빔밥 해외 판로망 구축

2. 사업목적

전통의 전주비빔밥을 국내에 이어 해외시장에 본격진출 시킴으로써 우리 음식문화의 우수성을 세계시장에 널리 알리고 한류 및 국가 이미지를 상승시키며, 또한 이를 통해 수출증대 및 지역경제에 기여하고자 함.

3. 전주비빔밥 해외판로망 추진현황

(1) 기 진출현황

○진출국가 : 일 본(이시카와현 가나자와시)

○진출시기 : 2004년 2월

○진출형태 : 현지법인설립(현지파트너와 합작)을 통한
현지 레스토랑(전주비빔밥 전문점) 개설

*운영주체-일본측: 가나자와시 상공회의소/ 한국측: 전주비빔밥(주)

○투자내역 :

구분	비율
일본측	50%
한국측	50%

○영업현황 : 1호점(합작투자점포)에 이어 2호점(가맹점)개설
-1호점 평균 연매출 !

구분	매출액
1호점	1,000만원
2호점	1,200만원

-현지 언론보도등 호평속 영업전개중

*레스토랑의 완제품은 이미 미국,일본,호주,독일등 4개국에 수출중입니다.

(2) 추가진출 개요

○ 진출희망국가 : 중국

○ 진출예상시기 : 2007년(2006년중 시장조사 완료)

○ 진출형태 : 현지법인설립(현지파트너와 합작)을 통한
현지 레스토랑(전주비빔밥 전문점) 개설

○ 예상투자액 : 1,000만 원

(시장조사완료후 세부사업계획서 제출예정)

○ 재원조달계획 : 자체자금

○ 중국진출 기본형태

구 분	중 국	비 고
점포 CONCEPT	전주비빔밥 전문점/고급레스토랑 형태	
메뉴구색	비빔밥6종,한식3종,면류3종	
점포입지	상해,심양,북경중 다운타운 오피스가	
점포이미지	한국전통풍 인테리어	점내 전주음식홍보관 운영
점포규모	120평 전후	
제공방식	세팅식사 제공	
개설시기	2007. 5월	

4. 사업추진순서

구 분	내 용	진 행 상 태
사업구상 및 기본정보 수집	*중국,미국,영국등 목표시장에 대한 정보수집 (실행가능성 및 비교우위 진출방식등) *현지인들의 식습관 및 비빔밥의 적응가능성 *현지시장의 규모 및 제반 법규 및 관련제도 <정보수집루트 및 준비요건> -KOTRA, 전문사이트, 해당시장관련서적, 언론보도 -진출기업경험담, 사례연구자료, 현지관계자 상담, 현지박람회 참가등 -경영자의 사업감각, 시장안목, 마케팅능력과 판단력	*동북3성 기본조사 2회 실시 *상해식품박람회 참가 *관련자료 및 사례과악 지속진행등으로 기본 사업구상 및 정보수집 완료상태
사업기본골격 수립 및 시장파악	*제조유통, 전문식당(사업기본방향)등에 대한 방식설정 *단독 또는 합작에 대한 기본방향설정 *현지시장조사 (사업에 관한 모든요소에 대해 철저한 현지 시장조사) --시장조사항목은 시장조사계획서에 나타나 있음 --수차례에 걸쳐 철저하고도 정밀하게 조사	*전문식당 방향설정 *합작우선으로 추진 *현지시장조사: 2006.7월-11월에 수회 실시예정
정식사업계획 수립 및 분석,보완	*현지시장조사결과를 바탕으로 정식사업계획서 수립 <사용기법>: SWOT분석, 4P MARKETING MIX, 투자PORTPOLIO(투자규모산출), B/L & P/L FORECASTING, 실행 SCHEDULING등 *정식사업계획서에 따른 부문별 실행전략안 작성 *정식사업계획서와 실행전략안의 분석,점검,평가 (현지반복출장필수)	*2007.11월한 수립예정
투자실시 및 사업추진	*투자실시 및 제반실무추진등의 본격사업전개 개시 -투자재원조달(국비,도비,시비,자비) -실무추진팀 가동 및 현지사업전개 개시	*2007. 3월 실시예정 *개설목표: 2007.5월
마케팅 및 영업활동 지속	*사업의 조기정착, 이익실현을 위해 지속적인 마케팅,영업활동을 전개	

5. 시장조사 세부계획

(1) 시장조사팀 구성 및 조사내용

시장조사의 전문성과 시행착오축소를 위해 아래와 같은 전문조사팀을 구축하여 전문분야별 조사품질 향상을 기합니다.

● 시장조사 총괄팀장

중국시장조사 공동팀장	(재) 전주문화재단 장명수 이사장 한국식품연구원 수석연구원 권 대 형 박사
-------------	--

● 분야별 담당조사자

구 분	조사내용	담당조사자
소비자조사	전주비빔밥 소비자 반응도 조사 (사전 샘플송부를 통한 시식반응조사)	제이투에스(주) -마케팅,리서치전문회사
메뉴개발	현지적응 메뉴개발	한국식품연구원 양혜정 연구원
점포개발	*점포입지, 임대비용수준, 임대차관행, 인테리어업체 현황등 *식기,집기,비품,주방설비 구입선 및 구입가 수준등	전주비빔밥(주)/현지중개소
원료수급현황	원료시장, 원료수급현황, 원료구입가격, 원료가공설비등	전주비빔밥(주)
시장상황	경쟁현황, 한식당내역, 보급식당기준, 외국레스토랑현황등	제이투에스(주) -마케팅,리서치전문회사
인력현황	종업원 임금현황 및 인원수급실태등	전주비빔밥(주)
합작파트너	합작파트너 합작조건, 투자시기, 과실송금, 신뢰성조사등	KOTRA/전주비빔밥(주)
진출국법규	중국합작법규, 투자법규, 식품관련법규, 시장동향,무역관련법규 및 무역실무관행, 중국투자지침등	전문법무법인

● 주요 조사지역

시장조사지역	심양, 상해, 북경
--------	------------

(2)시장조사실시 FLOW

시장조사팀 구성 -- 협의 및 주제설정 -- 현지조사실시 -- 조사
내용정리 및 협의 -- 추가조사실시 -- 최종조사내용 정리 --
기본사업계획서 작성 -- 평가,분석,보완 -- 최종 사업계획서 작성

(3)시장조사 소요경비

구 분	담당조사자	소요경비
소비자조사	제이투에스(주) -마케팅,리서치전문회사	
메뉴개발	한국식품연구원 양혜정 연구원	
점포개발	전주비빔밥(주)/현지중개소	
원료수급현황	전주비빔밥(주)	
인력현황	전주비빔밥(주)	
시장상황	제이투에스(주) -마케팅,리서치전문회사	
협작파트너	KOTRA/전주비빔밥(주)	
진출국법규	전문법무법인	
예비비		
총 계		

6. 일정별 사업추진 계획

구 분	추진일정	세 부 사업내용
사업구상 및 기본정보 수집	2004년말	-해외진출 기본계획수립, 기초조사 및 정보수집
사업기본골격 수립 및 시장과악	2005년초-현재	*제조유통, 전문식당(사업기본방향)등에 대한 방식조사 *단독 또는 합작에 대한 기본방향성 조사
정식사업계획 수립 및 분석,보완	2006.7월-2006.11월	-현지시장조사 실시 및 정식사업계획서 수립 -정식사업계획서에 따른 부문별 실행전략안 작성 -정식사업계획서와 실행전략안의 분석,점검,평가
투자실시 및 사업추진	2007.2월-2007.5월	-투자실시 및 제반실무추진등의 본격사업전개 개시
마케팅 및 영업활동 지속	2007.5월-계속	-사업의 조기정착, 이익실현을 위해 지속적인 마케팅,영업활동을 전개

전 주 비 빔 밥(주)

대표이사 홍 성



전주비빔밥 해외판로망구축 시장조사일정표

전주비빔밥주식회사

I. 중국1호점의 기본방향

1. 로드샵과 샵인샵의 두가지 형태를 기본안으로 놓고 금번 시장조사를 통해 투자규모, 확산속도, 영업가능성등을 충분히 고려한 후 최종판단한다.
2. 로드샵으로 갈 경우 1호점은 모텔샵으로서의 위상을 위해 대형평수, 단독건물, 한식메뉴포함을 고려한다.
3. 샵인샵으로 갈 경우 비빔밥 단독메뉴를 기준으로 하고 식재조리공장을 동시 운영한다.

II. 시장조사 일정표

1. 시장조사내용 및 일정

구 분	조사내용	조사지역 및 일정
1차조사	*중국 외식시장 기초현황 파악 *기존한식당 운영실태 및 운영정보수집	*조사지역:북경,청도,천진,상해 *조사일정:2006. 10.12-10.19
2차조사	*1차조사후 가능성지역 정밀조사 *파트너물색,점포입지,원료수급및 진출인허가 관련법규중심.	*조사지역:1차조사에 따른 가능성지역 *조사일정:2006. 11.16-11.22
3차조사	*2차조사결과에 따른 후보지역 정밀 조사 *후보지 및 점포개설관련 제반실무항목	*조사지역:2차조사에 따른 예상후보지 *조사일정:2006. 12월중순

*3차조사후 조사내용 및 진행상황에 따라 기본사업계획서를 작성한다.

*기본사업계획서 작성후 주요항목 진행에 따라 최종사업계획서를 작성한다.

(3차조사후 최종사업계획서까지 대략 3개월여 소요예상)

2. 시장조사대상 및 세부내용

구 분	조사대상	조사세부내용
1차조사	<외식업소> *북경: 두산그룹운영 <수복성> 온대성사장운영 <대장금> CJ운영 <뚜레쥬르> 우다코우,왕징거리 한국식당가 *청도: 코리아타운 한국식당가및 <본가> *천진: 빈강도쇼펑몰주변 식당가 *상해: 우삼점식당<본가>, 정통한식<이화원> <관련기관> *KOTRA(북경/상해/청도), 전남도상해사무소 농수산물유통공사(북경/상해),한국영사관(북 경/상해)	<외식업소> -식당영업현황, 메뉴구성, 판매가 및 원가 구조, 식자재수급방법, 종업원현황, 제세 및 인허가실태, 운영경험담등 <관련기관> -외식사업진출인허가규정, 시장상황자료, 각종사례수집 및 사업성조언, 기초조사 의뢰 및 파트너물색
2차조사	*1차조사후 가능성지역의 주요외식업소 및 지방정부,상업단체	<외식업소> -영업현황 및 한식당현황파악 <지방정부,상업단체> -파트너물색,인허가규정파악
3차조사	*2차조사결과에 따른 후보지 정밀조사	-파트너협약상담 -점포입지,원료수급,시설집기,인력수급, 메뉴구성,단가 및 원가예측,예상손익등 점포개설관련 제반실무사항조사

III. 1호점개설 예상일정표

2006.9월-12월 : 1,2,3차 시장조사 실시 및 기본사업계획서 작성
 2007.1월- 2월 : 파트너구도 및 점포입지확정 및 최종사업계획서 작성
 2007.3월- 4월 : 합작법인설립, 자본동원 및 점포계약
 2007.4월- 5월 : 점포설비,인원구성,집기비품,원료수급,메뉴확정등 제반오픈작업
 2007. 6월 : 중국1호점 오픈

1. 사업개요 (요약)

단 체 명	재단법인 전주문화재단		
사 업 명	『전주비빔밥 해외 판로망 구축』을 위한 현지 연구시장조사		
사업기간	국 비 : 06.08~11.30 지방비 : 06.08~12.31	사업장소	중 국
사 업 비		보조금	)
		자부담	
		기 타	
사업목적	○ 전통의 전주비빔밥을 국내에 이어 해외시장에 본격진출 시킴으로서 우리 음식문화의 우수성을 세계시장에 널리 알리고 한류 및 국가 이미지를 상승시키며, 또한 이를 통해 수출증대 및 지역경제에 기여하고자 함.		
사 업 추진방법	○ 전주에 소재하고 있는 (재)전주문화재단과 (주)전주비빔밥이 함께 시장조사를 실시		
추진실적	○ 중국에서 가장 인기 있는 대중요리 매운맛특징인 사천요리이며, 한국의 비빔밥 역시 특유의 매운맛으로 중국인들에게 접근할 수 있을 것으로 판단되며 ○ 한국드라마가 중국에서 많이 방송됨에 따라 한국음식문화에 많은 관심을 가지고 있고, 중국인들이 좋아하는 음식은 (1)한국 비빔밥 (2)삼계탕 (3)불고기 순으로 좋아한다. 그러므로 한국 비빔밥의 중국 진출은 충분히 가능성이 있고 유망한 한류 문화의 수출로 연결될 수 있을 것으로 판단됨.		
사업성과	○ 중국 현지 시장 보고서 첨부		

II. 계획대비 사업추진 실적

시 기	사업계획	시 기	추진실적	사 유
06.8 ~ 11	*제조유통, 전문식당(사업기본방향)등에 대한 방식설정 *단독 또는 합작에 대한 기본방향설정 *현지시장조사 (사업에 관한 모든 요소에 대해 철저한 현지 시장조사) - 연구조사항목은 개설, 운영을 위한 기초정보 조사 - 수차례에 걸쳐 철저하고도 정밀하게 조사	06. 8 ~ 11	현지 시장 연구 조사 완료	
07. 1	*현지시장조사결과를 바탕으로 정식사업계획서 수립 <사용기법>: SWOT분석, 4P MARKETING MIX, 투자 PORTPOLIO(투자규모산출), B/L & P/L FORECASTING, 실행 SCHEDULING등 *정식사업계획서에 따른 부문별 실행전략안 작성 *정식사업계획서와 실행전략안의 분석, 점검, 평가 (현지 반복출장 필수)		추진중	
07. 3	*투자실시 및 제반 실무 추진 등의 본격사업전개 개시		계획중	

III. 사업추진성과

○ 2006. 11월까지 중국 현지 시장조사를 실시하여, 중국인들이 한국음식에 대하여 가지고 있는 생각과 한국(전주) 비빔밥이 진출할 예정(안)지를 선별하고, 합작법인을 설립할 3개의 공사를 확인하는 성과를 거두었음.

※ 중국시장전주비빔밥시장조사 보고서 첨부

IV. 자체평가

- 사업추진에 있어 기간이 촉박하여 충분한 조사가 이뤄지지 못한 것으로 생각되지만, 한국(전주) 비빔밥이 웰빙을 넘어 로하스로 바뀌는 현시대에 잘 빠르게 적응하여 세계인의 음식으로 자리매김할 수 있는 기회를 잡아 음식 한류를 일으킬 수 있는 기반 확보
- 향후, 중국을 넘어 유럽 및 미주에 웰빙음식인 한국(전주) 비빔밥 뿐만 아니라, 다양한 한국음식을 소개할 수 있는 기반을 마련할 수 있도록 노력하겠음.

V. 보조 사업에 관한 개선·건의 사항

- 한국(전주) 비빔밥을 해외에 판매하여 소기의 성과를 거두기 위해서는 지속적인 노력과 투자가 필요하며, 한류의 한 분야로서 음식문화를 세계에 소개·홍보하는 노력이 뒷받침되어야 함.

【중국시장전주비빔밥시장조사보고서】

2006.11.10

장춘대외무역경제협력성신자문유한공사

1. 중국요식업 시장현황

- 2004년 5월 외식업 매출액
 - 663억7000만 위안(약 7조9644억 원)
 - 2003년 대비 19.5% 증가
- 중국 외식 산업 시장 규모
 - 1994년 최초로 1000억 위안을 돌파
 - 2001년 이후 매년 1000억 위안(약 12조원) 이상 증가
- 1인당 외식 비용 평균 \$84로 1978년 이후 118배 증가
- 전체 외식 비용 중 동북3성의 비중증가(총 \$43억)

<요식사업 신시장-동북3성>

- 광둥, 상해에 이어 국가정책으로 동북3성 집중개발시작. 그중에서도 길림성 성도인 장춘이 교육, 소비, 문화 도시로서 요식업성장속도가 제일 신속함.
- 장춘은 중국내 타지역보다 역사적, 문화적인연으로 인해 한류열풍이 고조되어 있으며 최근 한국요리 붐이 일고 있음.
- 현재 장춘은 조선족원영의 소규모 한국요리점만 있어 정식한국요리점 개설시 큰 반증예상.

2. 중국인의 요식문화

1) '판(飯)'과 '차이(菜)'

중국인의 음식은 '인스(飮食)'라는 말로 설명할 수 있다. '인스(飮食)'는 다시 '판(飯)'(밥)과 '차이(菜)'(요리)로 나누어진다. 한국인의 식단이 밥과 반찬으로 구성된 것처럼 중국인의 식단은 밥과 요리로 구성된다. 밥과 요리는 각각 독립적인 특성을 지닌다. 요리는 요리로써 단독으로 취급된다. 밥은 미판(米飯:쌀밥)만이 최소한 한 가지 이상의 반찬을 필요로 할뿐이며, 나머지 '판', 즉 면단오(麵條:국수)나 만토우(饅頭:찐방), 자오프(餃子:물만두), 그리고 차오판(炒飯:볶음밥)은 그 자체로 충분히 한 끼의 식사로 성립된다. 즉 별도의 반찬이 없이도 이들 '판'은 그 독자성을 지닌다. 따라서 한국의 <비빔밥>은 중국개념으로는 拌飯이라 할 수 있다.

2) 중국인의 요식문화

중국인은 가정에서의 일상적인 식사는 가능한 간단하게 마련한다. 특히 중국에서는 모든 직장인 숙소에 식당이 별도로 운영되고 있기 때문에 집에서 직접 음식을 만들기도하는 식당에서 사 먹는 경우가 많다. 중국가정구조에서 볼 때 대부분가정은 경제를 남겨 공동 부담하고, 그중 맛 별이부부 가정이 70%에 달한다. 아울러 생활절주가 빨라지고 생활수준 제고 및 생활습관에 따라 대부분 가정은 인스턴트식품과 외식을 많이 한다. 평균 매월 한가정의 외식차수는 약 10회 정도이다.

그뿐만 아니라 많은 특산 직장인들도 생활 편의를 위해 인스턴트식품과 외식을 위주로 음식습관을 갖고 있다.

따라서 가족은 물론 손님이 왔다면 일반적으로 요릿집에서 대접한다. 이때 주인은 경제적 형편에 맞추어 대접하게 되지만 가장 보편적인 인기를 누린 요리는 사천요리로서 다른 말로 추안차이(川菜)라 불린다. 사천요리는 음식의 맛이 대체로 매운 맛 위주이다.

3. 중국내 한식당 영업현황

- 1)중국 많은 지역에서 한국요리점포가 운영되고 있고, 군명시, 해남성, 사천성, 서안시 등 내륙 지역까지도 한국요리점포가 있으며, 대부분 경영상황이 양호 함. 그중 일부는 한국인이 직영하고, 많은 점포들은 조선족이 경영하고 있음. 청도, 상해, 북경, 심양 등 한 국인들이 많이 집중된 도시에 레를 들면 한국요리점 수는: 청도시 200여개, 상해시 100여개, 북경150여개 등으로 분포 되었다.
- 2)한국음식점 찾는 소비자 분석
현재 중국 몇 개 도시에서 거주한 한국인수는: 청도 약10만 여명, 상해 6만 여명, 북경 7만 여명에 달한다. 그중 상해의 한국 유학 생수는 약 2만5천여 명, 이를 제외한 10만 여명의 조선족들도 있다. 한국요리점을 이용하는 고객 중 한국인 40%, 조선족 30%, 중국인 30% 이다.

3)일인당 소비

단순 음식위주로: 40-60위안/인

4)중국에서의 한국음식 프랜차이즈 사업 현황

"투다리" "서라벌" "BBQ" "롯데"4개 브랜드를 분석할 때:

"서라벌"과 "롯데"는 보통 회사직영방식으로 중국에서 운영하고, 회사 이미지를 고려하여 경영 장소면적이 크고, 투자금액의 많아 운영상황이 별로 좋지 않음.

"서라벌"은 상해에 2개 직영점이 있고 중국전역에 9개 가맹점이 있으며, "롯데"는 북경에만 있고 상해에는 없음.

"BBQ"는 비록 프랜차이즈 체인점위주 형식으로 운영하고 있지만 중국에서 경영이 매우 성공한 KFC 와 경쟁 할 수 없어 성공의 어렵다. "투다리"는 비교적 성공적이다.

4. 전주비빔밥에 대한 중국소비자 인식

1) 중국요리문화와 비빔밥

상기와 같이 중국인의 요리는 '판(飯)'(밥)과 '차이(菜)'(요리), 간편을 향하며 요리집이움이 일반화되었으며 가장 인기있는 대중요리가 매운맛특징인 사천요리임을 판단하면 한국의 비빔밥은 중국인에게 아주 잘 받아들여질수 있는 요리이다.

2) 한류

한국 드라마가 중국에서 많이 방송됨에 따라 많은 사람들이 한국음식문화에 흥미 및 그 영양 가치에 새로운 인식을 갖게 되었다. 그전 많은 중국인들은 보편적으로 한국음식이 절임음식이 김치위주로, 영양가치가 없는 음식으로 알고 있었다. 하지만 <대장금>등 한국 드라마가 중국에서 방송된 뒤로부터 많은 사람들이 한국음식에 관심을 가졌고 생소로부터 좋아하게 되었다. 대부분의 중국인이 좋아하는 한국음식은: (1)한국 비빔밥 (2)삼계탕 (3)불고기 순이다.

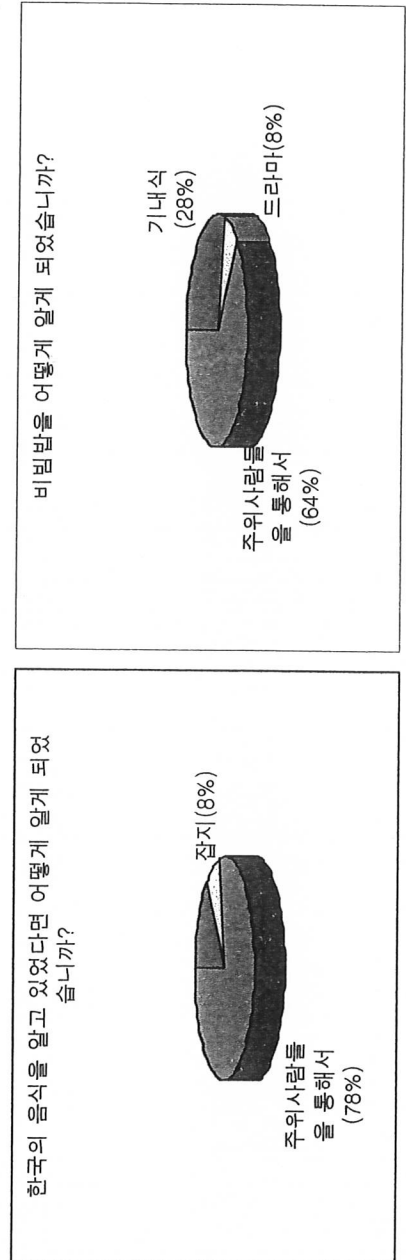
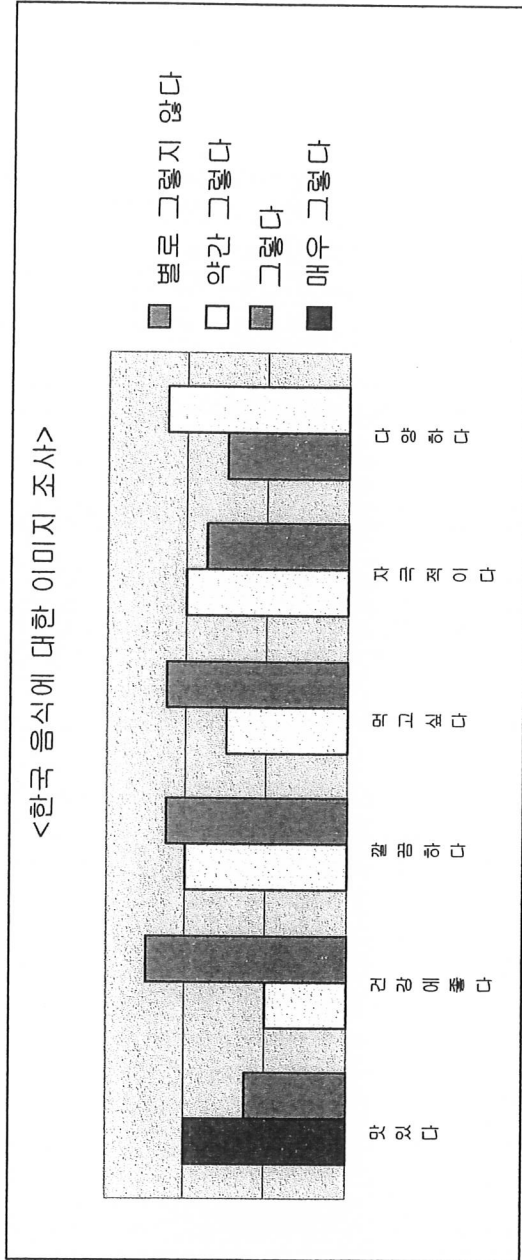
3) 중국인에 대한 비빔밥 가능성

사람들의 생활절주가 빨라짐 과 생활수준의 제고에 따라 편리하고 위생적인 인스턴트식품수요는 점점 커짐에 따라 인스턴트식품의 시장은 지속적으로 확대된다.

중국내 분석에 따르면: 올해부터 인스턴트쌀밥이 중국과 세계 소비시장에서 신속히 열풍을 일어나고 있다. 시장 발전에서 볼 때 중국인스턴트식품시장이 예전까지만 해도 라면으로 독점 되었었으나 현재는 라면 시장은 거의 포화상태 이며, 음식점에서 볼 때 중국인은 면보다 밥을 더 선호 한다. 북경 모 전문기관의 조사에 따르면 중국인들이 인스턴트쌀밥을 좋아하는 비례는 약 59%에 달하고 있다 .

따라서 중국에서의 비빔밥 시장전망을 아주 밝다고 본다.

4)중국인의 한국음식 이미지



5. 전주비빔밥 사업가능성 및 후보도시 제안

● “전주비빔밥” 시장개척

1)식당

(1) 소비자 설정 :상, 중, 하 소비자층 상대로 분석 후 방향 설정

<고급식당>

장점: 고 소비자층 상대로 사업할시 관리가 편하고 마진폭의 높다

단점: 투자금액의 많아 리스크가 높음

<중급식당>

장점: 비빔밥메뉴를 다양화 하여 특색을 날아 내며 기타 메뉴도 추가 함.소비자들의 부담없이 찾을 수 있음

단점: 일반 한식점에서는 비빔밥 주문의 가능함으로 특색 없이는 성공의 어려움

<저급식당>

장점: 직장인상대로 싸고 맛있는 비빔밥공급. 배달주문도 추가함. 많은 직장인의 점심식사 어려운 점을 해결함

단점: 이윤의 낮고 점심시간위주로 영업의 가능함

(2) 규모: 소비자층 설정에 따라 결정

(3) 특색: 전주비빔밥 위주로 기타 메뉴 추가

2) “전주비빔밥” 식품제조업

(1) 중국 매년 인스턴트식품 소모량은 엄청나며, 년 간 판매액은 이미 300억위엔에 달한다, 중국인중 인스턴트 밥을 좋아하는 소비자는 약 59%에 달한다.

(2)중국의 일부 인스턴트 냉동식품 현황: 매상이 높은 외자기업체를 위주를 보면,

예: 물만두: 대만회사에서 생산한 “灣仔碼頭”

200g포장(1인분)7-9위엔

볶음밥: 일본회사에서 생산한 “日冷食品”

250g포장(1인분)8-13위엔

볶음면: 합자기업식품:

200g포장10-15위엔

(3)“전주비빔밥”이 상술 식품과 비교할 때

장점: (1)가격 적절: 중국에서 생산 시, 재료(야채)는 한국보다 1/10싸고, 인력 코스트는 1/5 낮음.

생산원가는 대략 2-4위엔

(2)영양의 풍부함: 8가지야채와 기타 재료 및 영양이 풍부한 비빔밥소스

단점: 지명도가 없기에 광고홍보에 많은 투자가 필요함.

대책: (1) 광고 홍보에 많이 투자하여야 한다.

(2) 지명도가 높은 식품제조(유통) 기업과 합작하여 완벽한 생산설비와 성숙된 유통망을 활용해 시장을 효율적으로 개척할 수 있음.

● “전주비빔밥” 후보도시 제안

중국정부의 근래 역점투자개발지역인 동북3성을 추천하며, 그중 가장 중심지역인
길림성 성도 “장춘”을 전주비빔밥 사업최적지로 추천함.

1) 장춘시 소개 : ○ 옛 만주국의 수도인 장춘은 중국 길시서의 성도로서 면적은 18,881km², 인구수는 686만 명으로 경제개발에
따른 소비여유도시임.

○ 자동차 도시로 유명하며 연간 자동차 생산량이 전국 생산량의 20%를 차지하고 있음.

○ 영화의 도시로서 영화제작소, 영화성 등 관광지가 있으며 중국 영화의 요람으로 알려져 있음. 2년에 한번씩
개최되는 장춘영화제에는 중국 국내는 물론 해외에서도 많은 참가자가 방문하는 성대한 영화제임.

○ 길림대학, 동부사범대학 등 27개 고등학부 및 응용과학연구소, 광학기기연구소 등 약 100여개의 연구기관이
있음.

교육, 연구에 종사하는 사람의 수만도 4만 명이 넘으며 학생수도 100만 명이 넘는 장춘은 교육, 학술의
도시로 유명

2) 장춘시 소비자 구조

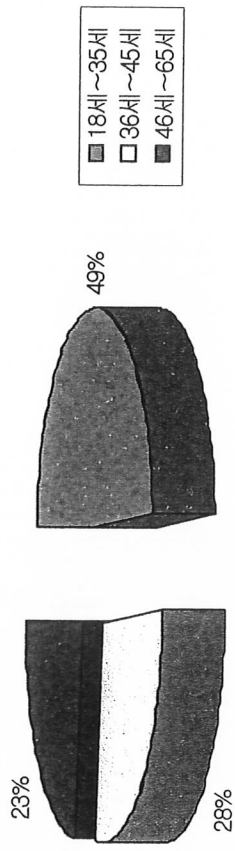
장춘 지역 소비주체, 소비대상, 소비방식 및 소비의식 구조

소비주체	소비대상	소비방식	소비의식
장춘 부유층 장춘 젊은층 외국투자자	국제적 상품	고급화	한류 열풍 매운맛 선호
-소득 수준이 높음 -구매자 연령의 49%가 18~35세 소비자 -교육 도시로서 소비가 활발한 도시 -건강, 여유로움을 추구하는 새로운 소비계층	-다양한 문화 배경 -경영, 여행, 주거 등 경제 · 문화전반에서 “이동성”이라는 특징 강화 -국제적 상품에 대한 소비확산으로 이어지고 있음	-소비 경향이 점점 고급화 -국제적 상품유통이 선진국과 비슷한 수준으로 성장 -경제력이 높아짐에 따라서 소비자들은 상품의 편리성, 다양성, 효율성을 중요시함	-드라마 대장금을 비롯한 한류의 인기로 인해 한국문화 및 한국음식에 대한 관심 증가 -장춘 소비자 입맛 조사 결과 매운 맛에 대한 긍정적인 반응

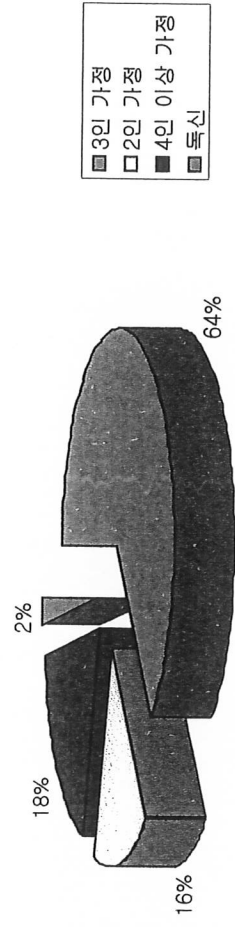
3) 장춘시 소비자 분해

장춘 지역에는 18~35세의 인구가 가장 많은 분포를 보임

장춘 소비자의 연령 분포



가정 규모 및 구성



4) 장춘시 합작방 소개

(1) 吉林中乙實業有限公司

- 주소: 장춘시 쟁월대가 58호
- 전화: 0431-6100537
- 팩스: 0431-6100507
- 대표자: 양중의
- 회사소개: 장춘지역 최대의 수산물요리점 운영회사
장춘 빙설제 박람회운영회사
한국요리점 개설 적극희망

(2) 丹東銘奎貿易有限公司

- 주소: 단둥시 원보구 중부가 17호
- 전화: 0415-2883061
- 팩스: 0415-2883062
- 대표자: 배길수
- 회사소개: 단둥지역 한국산품 전문무역회사
장춘에 한국요리점 개설 적극희망

(3)長春市大杯房地산開發有限公司

- 주소: 장춘시 대경로 151호
- 전화: 0431-2779275
- 팩스: 0431-2771050
- 대표자: 이명성
- 회사소개: 장춘지역 부동산 개발회사
장춘지역 중국요리점 운영회사
한국요리점 개설 적극희망

5. 중국 진출 법규참고자료 : 아래사항 첨부함.

중화인민공화국 중외합자경영기업법

중외합작경영기업합동계약서

중외합작경영기업정관표본