

中国餐饮业发展现状及趋势

中国饭店协会会长助理 张军

一、中国餐饮业发展现状

经过近二十多年的改革与发展，中国的餐饮业已经成为第三产业中新的经济增长点。据国家有关部门统计，截止到2003年底，中国的餐饮业正式登记注册的餐饮网点达380多万个，从业人员为2000多万人。在非典的影响下，2003年全国餐饮业营业额还是突破了6000亿元，比上年增长11.6%，显示了较强的增长态势。2004年上半年，中国餐饮业实现零售额3374亿元，预计全年餐饮业零售额将实现7200亿元。

(一) 中国餐饮业占社会消费品零售总额比例逐年递增

中国的餐饮业连续13年保持两位数的快速发展势头，其增长幅度不仅高于全国GDP的增长速度，更高于社会消费品零售总额的增长速度，其增幅一直领先于消费品市场中的各行各业。1991-1995期间全社会餐饮业营业额年均增长率达30.8%；1996-2000期间增长率达19%，年均安置就业人员约160万人；2001-2003期间仍以年均15%的速度增长。餐饮业在扩大内需，增加就业，繁荣市场，促进国民经济发展，满足人民生活水平的提高等方面的贡献率不断提高，成为不可忽视的经济增长点，显示出巨大的发展潜力。

表一、 中国餐饮业占消费品零售总额比例

年 份	营业额 (亿元)	增速 (%)	占消费品零售总额比例 (%)
1991年	492.0	17.2	5.2
1992年	589.7	19.9	6.4
1993年	800.1	35.7	6.4
1994年	1,175.1	46.9	7.2
1995年	1,579.2	34.4	7.7
1996年	2,024.9	28.2	8.2
1997年	2,433.3	20.2	8.9
1998年	2,816.4	15.7	9.7
1999年	3,199.6	13.6	10.3
2000年	3,752.6	17.3	11.0
2001年	4,368.9	16.4	11.6
2002年	5,092.3	16.6	12.4
2003年	6,066.0	11.6	13.2

资料来源：中华人民共和国国家统计局

(二) 餐饮业结构调整取得重大进展，一大批大型餐饮企业集团在市场上发挥着骨干的作用。

近几年来，中国餐饮业的投资结构、市场结构、企业结构发生了积极的变化，呈现出投资结构多元化、市场结构多业态化、企业结构集团化的新特点。

1、在中国饭店协会发布的2002年中国餐饮业100强中，国有及国有控股企业13家，股份制企业8家，中外合资合作(含港澳台)31家，外商独资企业15家，民营20家，其他13家，投资主体多元化。同时，随着原有的国有资产的逐步退出和调整，民营资本在餐饮业中的地位越来越得到提升。

2、从市场结构的角度而言，中国餐饮业出现了多业态蓬勃发展的局面，生态餐饮、商务餐饮、合同供餐、宾馆餐饮、高档餐饮、休闲餐饮、养生餐饮、大众餐饮、餐吧餐饮、大卖场餐饮等多种业态的不断创新在持续地推动着产业规模的不断放大。

3、近几年来，中国餐饮业快速改变多年沿用的单店经营模式，积极发展连锁、配送、网络经营，在全国都涌现了一大批多业态、集团化的餐饮企业。以连锁经营为代表的现代餐饮业加速替代传统餐饮业手工随意性生产、单店作坊式经营、人为经验型管理，向产业化、连锁化、集团化和现代化的方向迈进。麦当劳、肯德基等国际知名品牌根据自身的战略框架，在中国迅速布点，从东部沿海向中西部扩展。而众多民营餐饮品牌则在新兴市场机会的引导下，积极进行品牌横向、纵向延伸，在2002年中国餐饮业100强企业中有79家集团型企业。

(三) 以连锁经营为代表的现代餐饮业发展迅速。

近几年来，餐饮业快速改变多年沿用的单店经营模式，积极发展连锁、配送、网络经营，在中国各地都涌现了一大批多业态的餐馆、快餐连锁企业。

1、部分地区连锁餐饮业零售额增幅显著

2003年中国限额(年营业收入总额200万元及以上，年末从业人员40人及以上)的连锁餐饮业零售额占餐饮业总零售额的4%，比上年的3.6%增加了0.4个百分点。内蒙古、北京、重庆、天津、上海的限额以上连锁餐饮业零售额已占当地餐饮业零售额的10%以上。中国80%以上的地区限额连锁餐饮业零售额均有不同程度的增长。

2、中国连锁餐饮企业业态仍以正餐和快餐为主

2003年限额以上连锁餐饮业法人企业236家中，正餐企业143家，占60.1%，快餐企业78家，占33.1%，这两类业态占限额以上连锁餐饮企业的90%以上。2003年中国连锁正餐业和快餐业营业收入分别增长了36%和16.9%。

3、连锁餐饮企业在中国东部、中部地区比较集中

2003年中国连锁餐饮企业10家以上的地区依次有北京、广东、湖北、上海、浙江、江苏、福建和天津。这些地区的连锁餐饮企业已占全国的63.6%，其中北京的连锁餐饮企业占全国约20%。

4、内资连锁餐饮企业发展缓慢，外资连锁餐饮企业所占份额增长

2003年连锁餐饮业内资企业的营业收入占全部连锁餐饮企业营业收入的50.5%，比上年增加3.6个百

分点，主要是有限责任公司、私营企业所占份额增加所致，在内资企业中国有企业营业收入所占份额下降了1.1个百分点。港澳台商投资和外商投资的连锁餐饮企业的营业收入虽比去年下降0.8和2.8个百分点，但其所占份额已达49.5%，特别是外商投资的连锁餐饮企业的营业收入已占40.4%。

5、超大型连锁餐饮企业的主导作用显著

2003年营业收入5000万元以上的连锁餐饮企业在中国共有90家，占限额以上连锁餐饮企业的38.1%，营业收入5000万元以上的企业有门店4499个，占限额以上连锁餐饮企业的82.5%，比上年增长16.3%。

(四) 中国餐饮业竞争异常激烈

中国餐饮业的市场竞争呈现已十分激烈，呈现以下几个特点：

1、据估计，在中国市场能连续经营5年以上的餐厅不足10%，而许多具有多年历史的中华老字号和国营企业也面临着生存危机，处境困难，或倒闭或被收购。

2、市场热点转换快，在中国的餐饮市场内，品牌企业涨落很快，而不同的菜系与菜品在市场中的流行程度也在不断的提速。

3、消费者对餐饮企业的要求越来越高，中国经济的迅速发展使得个人饮食消费大大增加，消费者对餐饮质量更加重视。

4、市场对从业人员的要求越来越高，服务人员要求具有形象、气质、礼节、语言、专业知识（酒水、菜品、服务等等）、服务技能、公关能力等多项技能，而厨师不仅要具备相应的职业资格，还要有较高的创新能力和对市场的把握能力。

5、政府对餐饮业的管理力度也在逐渐加大。

6、企业竞争策略多样化发展，从以价格为主要竞争手段发展到以特色、服务、文化取胜的多样化竞争格局。

(五) 中国餐饮业存在着突出问题

中国现代餐饮业的发展，取得了可喜的成绩，但是也存在一些问题，其中比较突出的表现在以下五个方面：

1、行业发展缺乏统一规划，市场准入缺乏统一标准，每天都在开张，每天也有关门，造成社会资源的极大浪费。

2、餐饮企业单店经营多，经营方式落后，组织化程度低，不少连锁餐饮企业还是粗放经营，连而不锁，现代化水平不高，科技含量少，企业管理手段、管理技术落后，配送中心、中心厨房发展缓慢。

3、市场秩序不规范，而行业管理的力度和手段不够，立法滞后，公平竞争的市场环境尚未形成。

这些问题已经严重制约了中国餐饮业的进一步发展。

(六) 中国餐饮业的发展空间还很大

1、中国餐饮业的人均消费额和营业额距离发达国家和发达地区仍有很大差距。根据有关统计数据显

示, 中国的年人均餐饮消费仅为20美元左右, 相较于日本的2000美元、美国的950美元、和欧洲国家的480美元还相差的很远。而从营业总额来讲, 2003年美国餐饮业营业总额达到了4300亿美元, 日本为约3000亿美元, 而中国的年餐饮营业总额仅为6066亿人民币, 折合734亿美元左右。

2、餐饮消费的潜力大

2003年, 中国城镇餐桌经济的总量约15908亿, 显示了餐饮业发展的巨大市场空间。同时, 中国经济的迅速发展, 将与中国发达的传统餐饮文化一起促进着中国餐饮消费市场的不断扩大。

二、中国餐饮业的发展趋势

中国餐饮业的发展将呈现出以连锁经营、品牌培育和技术创新为核心的趋势。

(一) 大力发展餐饮业的连锁经营。

连锁经营是餐饮业的发展方向, 经过十几年的发展, 已成为餐饮业普遍应用的经营方式和组织形式, 显示出强大的生命力和发展潜力。中国目前要充分发挥连锁经营的优势, 大力推进餐饮连锁和快餐连锁, 力争经过五年的努力, 初步确定连锁经营在餐饮中的主体地位。主要要抓好以下三个方面的工作: 一是促进连锁经营向特色餐馆和快餐送餐发展; 二是培育一批跨区域、全国性的餐饮连锁示范企业; 三是要进行有效的政策引导。

(二) 积极培育品牌。

品牌经营是现代餐饮业发展的核心竞争力。成熟的消费者选择餐饮消费, 首选品牌餐饮企业, 这是现代餐饮消费的必然趋势。集中抓好三方面的工作: 一是振兴老字号餐饮企业。二是大力发展绿色饭店。三是抓好宣传造势, 支持多种形式的餐饮促销活动。

(三) 加快推进技术创新。

餐饮业是一个老行业、新产业, 传统餐饮业前堂后灶搞经营, 讲究色、香、味、型, 以“味”为主, 与现代化大生产和国际消费需求极不适应, 与国外餐饮行业相比是十分落后的。推进现代餐饮业发展是对传统餐饮业的创新。要抓好三方面的工作:

1、观念创新。消费者消费需求从传统的“色、香、味、型以味为主”向“色、香、味、型, 以健康为主”的转变要求餐饮业的菜品创新更重视营养、以利健康, 讲究卫生、以利安全, 讲究绿色、以利环保, 加快菜品的更新换代, 只有创新, 才能实现新的发展。

2、管理创新。当前餐饮业的管理创新着重解决三个课题: 一是加快培育餐饮业的职业经理人队伍。中国饭店协会按国际标准制定了中国餐饮业第一个行业标准, 按标准已认定了近3000名职业经理, 成为增强餐饮业竞争力的重要依托。二是打破产前、产中、产后相互脱节的餐饮业经营体制, 把加强产前(农产品的基地、进货渠道)、产后(营销、品牌管理)餐饮业产业化薄弱环节的改进作为餐饮业创新的重点。三是加强食品安全, 发展绿色美食, 治理餐桌污染, 加快与国际接轨的进程。

3、技术创新。为推动餐饮业技术创新，中国饭店协会已经成立了中国菜创新研究院，这是中国餐饮业的第一个研究院，目的就是适应WTO的新挑战，推动我国餐饮业的技术创新，扩大交流合作，强化信息服务和提高市场核心竞争力。 概括而言，中国的餐饮业已经进入了一个以创新和提升为主题的时期，在未来的一段时间内，中国的餐饮业发展将呈现以下几个方向：

- 1、从单纯的菜品竞争，向企业品牌竞争发展；
- 2、从单纯追求味，发展到以健康为中心的多元化追求；
- 3、从单一的做大菜系题材，发展到多元化的题材分化；
- 4、从单一的消费结构，发展到多层面、多层次的消费结构；
- 5、从单一的慢餐结构，向快捷化、风味多元化、营养保健化三极发展；
- 6、从单纯的价格竞争，向以菜品、服务、环境为中心全方位竞争；
- 7、从单兵作战向连锁化、集团化发展；
- 8、从跨行业竞争，逐渐向专业化发展；
- 9、从情感化、经验化、家族化的管理向科学化、艺术化、现代公司化发展；
- 10、从无序向法制化、规范化的轨道发展；
- 11、从公款消费为主体的市场发展发展到以私人 and 家庭消费为主体的市场；
- 12、从表浅文化和低文化含量，向深层文化和高文化含量发展。

中国餐饮业发展现状及趋势

중국외식산업의 발전현황과 추세

中国饭店协会 会长辅助 张军

번역 및 통역 : 이 수 백

一、중국외식산업발전 현황

20년 가까이 개혁과 발전을 통해 중국의 외식산업이 제3산업중의 새로운 경제 성장점이 되었다. 국가 통계기관에 의해 2003년말까지 공식적으로 등록된 외식업체는 380만개의 규모를 이루었다. 종업원인원수도 2000만명을 넘었다. SARS의 영향을 끼쳤던 상황하에 전국적인 외식산업의 총매출액은 6000억 위안(인민폐)를 돌파했다. 지난해보다 11.6%를 성장했다. 강한 성장 추세를 나타냈다. 2004년 상반기에 중국 외식산업의 총 소매 매출액은 3374억 위안을 이루었으며 상, 하반기의 총 소매 매출액은 7200억 위안을 이를 전망이다.

(一) 중국외식산업의 사회 소비품 소매매출 총액에 차지하는 비례 증감.

중국의 외식산업이 13년간에 연속적으로 2자리 숫자로 고속성장을 나타냈다. 이 성장폭은 중국의 GDP 성장속도보다 빠르다. 그리고 사회소비품 총매출의 성장속도 보다 훨씬 빠르며 성장하는 폭은 소비시장 중의 어느 사업보다도 앞서고 있다. 1991-1995의 연간 성장율은 전국의 외식산업의 매출액 성장율은 33.8%, 1996-2000년간에 19%, 160만개의 일자리를 창출했다. 2001-2003년간에 15%의 성장율을 유지했다. 외식산업은 내수증가, 취직증가, 시장번창, 국민경제발전을 추진하는 측면에 큰 공을 기여했다. 거대한 잠재력을 나타내고 있다.

<표 1> 중국외식산업이 소비품매출총액에 차지하는 비례

연 도	매출액(억 위안)	성장속도(%)	비 례(%)
1991년	492.0	17.2	5.2
1992년	589.7	19.9	6.4
1993년	800.1	35.7	6.4
1994년	1,175.1	46.9	7.2
1995년	1,579.2	34.4	7.7
1996년	2,024.9	28.2	8.2
1997년	2,433.3	20.2	8.9
1998년	2,816.4	15.7	9.7
1999년	3,199.6	13.6	10.3
2000년	3,752.6	17.3	11.0
2001년	4,368.9	16.4	11.6
2002년	5,092.3	16.6	12.4
2003년	6,066.0	11.6	13.2

资料来源: 中华人民共和国统计局

(二) 외식산업의 구조조정 성취가 크며 많은 외식기업이 시장에서 핵심역할을 한다.

최근 몇 년 사이에 중국외식산업의 투자구조, 시장구조와 기업구조가 적극적인 변화가 나타나 투자구조 多元化, 시장구조 多業態化, 기업구조 集團化의 새로운 특징을 가졌다.

1. 投資主體 多元化, 中國飯店協會가 2002에 발표한 '중국외식산업100대기업'에서 국유 및 국유지주회사 13개, 주식회사8개, 중외합자합작(홍콩,마카오,대만포함)31개, 외국독자회사15개, 민영기업20개, 기타 13개 기업체가 있다. 그리고 국유자산의 조정과 감소에 따라서 민영자본이 외식산업 중의 지위는 점점 높아지고 있다.
2. 시장구조를 살펴보면 중국의 외식산업이 多業態의 왕성한 성장을 볼 수 있다. 生態餐飲, 商務餐飲, 合同供饌, 賓館供餐, 高級餐飲, 休閒餐飲, 養生餐飲, 大衆餐飲, 大賣場餐飲 등 多業態의 끊임없는 혁신을 통해 산업규모의 지속적인 확대를 추진하고 있다.
3. 최근 몇 년간 중국 외식산업이 빠른 속도로 옛날부터 사용해온 독점경영모델을 Franchise, 배달, Net Work경영모델로 변화시킴으로써, 전국에서 많은 다업태, 집단화된 외식기업이 나타났다. Franchise를 비롯한 현대적인 외식산업이 전통적인 외식산업을 대체하고 產業化, 連鎖化, 集團化과 現代化의 방향에 발전한다. 맥도널드, KFC 등 세계적인 브랜드기업이 자신의 전략에 따라서 중국에서 신속하게 점포를 설립하고 동부 연해에서부터 시작해 중서부로 확장했다. 동시에 국내의 많은 민영기업들이 새로운 시장 환경하에서 종횡무진으로 브랜드 발전을 위해 노력한다. 2002년의 "中國餐飲業100大企業"중에 그룹형 기업이 79개 있다.

(三) franchise 경영을 비롯한 현대외식산업이 신속하게 발전

최근 몇 년간 외식산업이 신속하게 옛날부터 사용해온 구식경영모델, 적극적으로 franchise, 배달, Net Work경영으로 변화시켜 중국에서 많은 多業態 음식점, fast food franchise 기업을 나타냈다.

1. 일부지역의 franchise를 경영하는 기업의 매출이 크게 증가
2003년 중국 정액(연매출액은 20만 위안 이상, 연말에 종업원은 40명 이상) franchise 매출액은 외식산업 총매출액의 4%를 차지했으며, 2002년의 3.6%보다 0.4%를 증가했다. 內蒙古, 北京, 重慶, 天津, 上海에서 정액 이상의 franchise 매출액은 현지 외식산업 총 매출액의 10%을 차지했다. 중국80% 이상의 지역에서 정액 franchise 매출액은 각각 다르게 증가했다.
2. 중국의 franchise 기업은 중식과 Fast Food를 경영
2003년 정액 이상의236개 franchise 기업 중에 중식기업은 143개, 60.1%를 차지하고 Fast Food 기업이78개, 33.1%를 차지했다. 두 가지 기업이 정액 이상 음식 franchise 의 90%이상을 차지했다. 2003년에 중국의 franchise 중식산업과 Fast Food산업이 각각 36%와 16.9%를 증가했다.
3. franchise 외식기업이 중국의 동부와 중부지역에 집중
2003년, 중국에서 franchise기업이 10개 이상이 있는 도시는 北京, 廣東, 湖北, 上海, 浙江, 江蘇, 福建과 天津이 있다. 이 지역에 있는 franchise업체들이 벌써 전국의63.6%을 차지했다. 北京의

franchise는 전국의 20%를 차지했다.

4. 국내투자 franchise 발전이 느리지만 외자 franchise 차지하는 비례는 다소 증가

2003년 국내투자 franchise 매출액이 모든 franchise 외식업체 총매출액의 3.6%, 주로 유한책임회사와 사영기업이 차지하는 비례가 증가되었기 때문이다. 국내투자기업 중에 있는 국유기업의 매출액이 차지하는 비례는 1.1%을 감소되었다. 홍콩, 마카오, 대만의 투자와 외국인이 투자하는 franchise 매출은 작년보다 각각 0.8%와 2.8%를 감소했지만 차지하는 비례는 이미 49.5%에 달했다. 특히 외국인이 투자하는 franchise 기업의 매출은 40.4%를 차지했다.

5. super franchise기업이 두드러진 주도적인 역할

2003년, 매출액이5000만 위안 이상이 되는 franchise 외식기업이 중국에서 총 90개, 정액 franchise 기업의 38.15%를 차지했다. 매출액이 5000만 위안이 되는 기업이 총4499개, 정액 이상의 franchise 기업에서 82.5%를 차지했다. 작년보다16.3%를 증가되었다.

(四) 중국의식산업의 경쟁 치열.

중국의식산업의 치열한 시장경쟁은 아래 같은 특징이 있다.

1. 통계에 따라 중국시장에서 연속적으로 5년 이상을 경영할 수 있는 음식점이 10%에 미치지 못한다. 그리고 오랜 역사를 가진 중국의 전통적인 유명한 기업과 국영기업도 생존의 어려움에 빠져 부도 혹은 인수된다.
2. 시장유행의 변화가 빠르다. 중국의 외식시장에 브랜드 기업의 성장과 패배는 빠르고 외식의 다양함과 동시에 시장의 유행속도에 따라 변화가 지속적으로 빨라진다.
3. 소비자는 외식기업에 대한 요구는 갈수록 높아진다. 중국경제의 발전이 개인 음식소비를 증가하게 하는 동시에 소비자가 음식의 질에 대해 더욱 중요시한다.
4. 시장은 종업원에 대한 요구는 갈수록 높아진다. 서비스 직원에 대한 이미지, 기질, 예의, 언어, 전문지식(술, 요리, 서비스 등), 서비스 기능, 공공관계를 처리하는 능력을 구비해야 되며 요리사도 직급에 맞는 자격증을 구비해야 되고 그리고 혁신능력과 시장에 대한 파악능력이 있어야 한다.
5. 정부는 외식산업에 대한 관리도 강화되고 있다.
6. 기업간의 경쟁전략도 다양하다. 가격전략부터 시작하여 특색, 서비스, 문화를 통해 다양한 경쟁전략을 수립한다.

(五) 중국의식산업의 문제점

중국현대외식산업을 발전하는데 뛰어난 업적을 창출했지만 아직 많은 문제점이 존재한다. 주로는 아래와 같이 5가지로 정리할 수 있다.

1. 산업을 발전하는데 통일된 규칙이 없다. 시장에 진입하는Standard없다. 매일 Open하는 데 있고 문을 닫는 데도 있다. 많은 사회적인 자원을 낭비하게 된다.
2. 외식기업은 독점경영이 많고 경영방식이 낙후되고 조직화되지가 않는다. 많은franchise 기업

이 관리가 소홀하고 현대화 수준이 낮다. 과학기술을 활용하지 못하고 기업관리방법과 관리기술이 낙후됐으며 배송센터와 中心廚房의 발전이 느리다.

3. 시장은 무질서, 산업관리가 철저하지 못하고 입법과 괴리되고 공평경쟁 시장 환경이 아직 형성되지 않았다.

이러한 문제점은 이미 중국 음식산업 발전에 심각하게 제약했다.

(六) 중국 외식산업의 발전공간이 매우 큼

1. 중국외식산업의 1인당 평균 소비액과 매출액은 국가와 지역에 큰 차이가 있다. 관련된 통계지표에 따르면 중국에서 일인당 연평균 음식소비는 거의 20달러(\$)가량되며, 선진국과 비교해보면, 일본은 2000\$, 미국은950\$, 유럽은 480\$로 상당한 차이를 두고 있다. 그러나 작년 매출총액에서는 미국음식산업의 매출액은 4300억\$에 달하며, 일본은 3000억\$, 중국은 6066억 위안(인민폐) 미국달러로 환산하면 734억\$정도에 달한다.
2. 외식소비의 잠재력이 크다.
2003년에 중국 도시의 외식경제총액은 약 15908억 위안이며 외식산업발전의 거대한 시장공간을 나타냈다. 동시에 중국 경제의 신속한 발전이 중국의 발달된 전통적 음식문화와 더불어 중국외식소비시장의 끊임없는 발전을 추진할 것이다.

二、중국외식산업의 발전추세

중국외식산업은 Franchise경영, Brand가치증대와 기술혁신을 중심으로 발전하는 추세를 나타내고 있다.

(一) Franchise 경영 발전의 추진

Franchise경영은 외식산업의 발전 방향으로서 10여 년의 발전을 통해 이미 외식산업에서 보편적인 경영방식과 조직형식이 되었고 강대한 생명력과 발전 잠재력을 나타내고 있다. 중국은 현재 Franchise경영의 위세를 충분히 발휘해야 하며 외식 Franchise와 Fast Food Franchise를 추진하고 가능한 5년의 노력을 통해Franchise경영은 외식산업에서의 주도적인 지위를 확정한다. 주로 아래와 같이 3가지의 일에 주의를 기울여야 된다. 첫째, Franchise경영을 특색음식점과 Fast Food배달로 발전하는 것을 추진한다. 둘째, 일부분의 전국적인 외식Franchise시범기업을 육성한다. 셋째, 효과적인 정책으로 유도한다.


(二) Brand화

Brand경영은 현대 외식산업 발전의 핵심적인 경쟁력이다. 소비자가 우선적으로 Brand외식기업을 선택한다. 이것은 현대외식소비의 추세이다. 그래서 집중적으로 아래 3가지 일에 신경써야 한다. 첫째, 전통적 옛날Brand기업을 진흥시킨다. 둘째, green식당을 추진하는데 노력한다. 셋째, 다양한 Event를 통해 적극적으로 홍보한다.

(三) 기술 혁신을 추진한다.

외식산업은 오래되었지만 새로운 산업이다. 전통적 외식산업은 앞에서 영업하고 뒤에서 요리를 만들었는데 色, 香, 味, 型을 추구하면서 “味”를 중심으로 경영해왔지만 이와 현대화 생산과 국제적인 소비 수요에 극히 맞지 않았다. 이는 외국의 외식산업과 비교하면 아주 낙후되었다. 현대적인 외식산업의 발전을 추진하는 것은 전통적 외식산업에 대한 혁신이다. 이를 위해 다음 3가지에 집중해야 한다.

1. 관념의 혁신, 소비자의 소비수요는 전통적인 “色, 香, 味, 型”을 추구하면서 “味 중심”에서 色, 香, 味, 型을 추구하면서 “健康”을 중심으로 바뀌게 되어 외식산업의 음식혁신에 있어 영양과 건강을 중요시하면서 위생, 안전, 유기농, 환경보호 등을 추구한다. 그리고 요리종류의 혁신과 개발속도를 추진해야 한다. 혁신이 있어야 새로운 발전을 추구할 수 있다.
2. 관리의 혁신. 현재, 외식산업의 관리혁신에 있어 3가지 과제를 해결해야 한다. 첫째, 외식산업의 전문경영자를 육성하는 것을 추진한다. 中國飯店協會는 국제표준에 의해서 중국외식사업의 첫 번째 산업표준을 만들었다. 이 표준에 의해 벌써 3000여명의 전문경영자를 인정했다. 이는 외식산업의 경쟁력 증가의 중요한 지주가 되었다. 둘째, 산전, 산중, 산후의 서로 연관성을 잃은 외식산업경영체제를 깨고 산전(농산물기지, Supply Chain)과 산후(Marketing, Brand관리)등 외식산업화의 박약한 부분의 개선을 외식산업혁신의 중점으로 둔다. 셋째, 식품의 안전을 강화하고 유기농 음식을 발전시킨다. 음식오염을 처리하고 국제와 연결하는 과정을 빠르게 한다.
3. 기술혁신, 외식산업 기술혁신을 추진하기 위해 中國飯店協會가 중국요리혁신연구원을 설립했다. 이는 중국 외식산업의 첫 번째 연구원이다. 연구원을 설립하는 목적은 WTO에 가입하는 새로운 도전을 적합하고 우리나라 외식산업의 기술 혁신을 추진하고 교류와 협작을 확대시키고 정보서비스를 강화하고 시장핵심적인 경쟁력을 향상시키기 위한 것이다. 간단하게 요약하면, 중국의 외식산업이 이미 혁신과 진급시키는 주제의 시기에 진입했다. 앞으로 중국의 외식산업이 아래와 같은 방향으로 발전할 것이다.
 1. 단순한 요리종류 경쟁에서 기업 Brand경쟁으로 발전.
 2. 단순한 맛을 추구하는데서 벗어나 건강 중심으로 추구한다.
 3. 단일한 요리재료부터 다원화적인 재료로 발전.
 4. 단일한 소비구조에서 다방면의 소비구조로 발전.
 5. 단일한 慢餐(천천히 식사를 하는 것) 구조에서 빠르고 맛이 다원화, 영양건강화의 방향으로 발전.
 6. 단순한 가격경쟁에서 요리, 서비스, 환경을 중심의 전면적인 경쟁으로 발전.
 7. 한 사람의 작전에서 연쇄화, 집단화로 발전.
 8. 산업을 뛰어 넘어서 경쟁하는 것에서 점점 전문화로 발전.
 9. 정서적, 경험적, 가족적인 경영에서 과학적, 예술적, 현대적인 기업으로 발전.
 10. 무질서에서 법적, 규범적인 궤도로 발전.
 11. 공금소비의 시장에서 개인과 가정소비의 시장으로 발전.
 12. 低 문화수준에서 高 문화수준으로 발전.


To IFMCS 2004 

중국 외식산업의 현황 및 경향

ZHANG JUN,
부회장
중국 호스피탈리티 협회

중국 호스피탈리티 협회


- 10년 간 중국 호스피탈리티 산업에 기여함
- 전국에 회원수는 6,000 이상



중국 호스피탈리티 협회 회원 가입


- 호텔 및 호텔 그룹
- 레스토랑 및 레스토랑 그룹
- 대학 및 대학교
- 지방 호텔 및 레스토랑 협회
- 기타 호텔 및 레스토랑 협회들

• MISSION STATEMENT



CHA는 유일하게 중국의 호텔 및 레스토랑산업의 증진 및 이해를 도모하고자 한다.

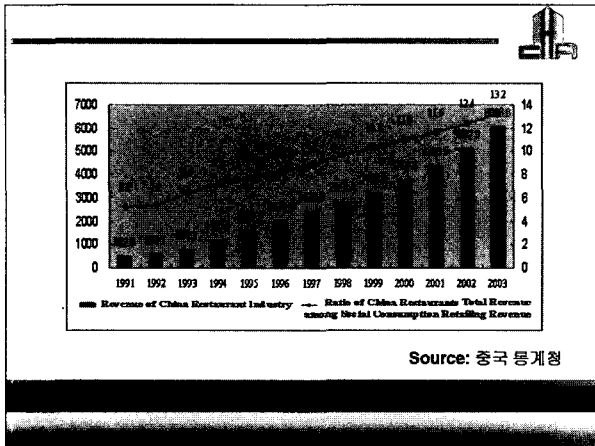
CHA 주요 활동



- 호스피탈리티 전문 경영인 팀을 형성
- 그린(Green) 호텔 및 레스토랑의 표준을 증진
- 중국 고메이(Gourmet) 축제 개최 및 지방 음식축제들 지원
- 호텔 및 레스토랑 엑스포 개최

중국 외식산업의 현황

- 일반 소매업 매출대비 레스토랑 매출비율의 지속성장



중국 외식산업의 현황

- 대규모 레스토랑 그룹이 외식시장의 선두 역할

- 투자의 다중채널
- 시장의 다각화
- 기업의 그룹화

중국 외식산업의 현황

- 체인레스토랑으로 특징 지워지고 있는 현대 외식산업은 급속한 성장

지역별 외식시장에서 체인레스토랑의 비중

- 내몽고 — 해당 지역 외식시장의 30%
- 북경 — 해당 지역 외식시장의 30%
- 중경 — 해당 지역 외식시장의 10%
- 천진 — 해당 지역 외식시장의 10%
- 상해 — 해당 지역 외식시장의 10%

체인 레스토랑의 유형

- 전통적인 식당 - 60.1%
- 패스트푸드 식당 - 33.1%

체인레스토랑의 본부가 위치한 주요 5개 지역

- ▶ 북경
- ▶ 베이징
- ▶ 상해
- ▶ 산둥
- ▶ Zhejiang

지역	비율
北都	18%
西部	20%
东部	62%

- ▶ 체인레스토랑의 국제화
- ▶ 대규모 체인레스토랑의 선두역할

중국 외식산업의 현황

- 경쟁의 심화

고객 수요
직원의 조건
정부의 규제


- 시장에서 퇴출
- 경쟁전략의 업그레이드(upgrade)

중국 외식산업의 현황

- 중국외식 산업에 있어서의 문제점

중국 외식산업의 현황

- 중국 외식산업의 잠재력



중국 외식산업의 경향

- 네트워크 개발
- 브랜드 개발
- 혁신



감사 합니다!
谢谢 !

Tel:86-10-68391409
Fax:86-10-68391438
Email: training@ch-ra.com
