

중국 소기업·소자본 창업설명회

2003. 10. 21 서울(KOTRA 국제회의실)

2003. 10. 23 울산(중소기업지원센터 회의실)

KOTRA 중국지역본부

◆ 설명회 개요

[서울]

- 일 시 : 2003. 10. 21(화) 13:00~18:20
- 장 소 : KOTRA 지하 1층 국제회의장

[울산]

- 일 시 : 2003. 10. 23(목) 13:00~18:20
- 장 소 : 울산 중소기업지원센터 강의실

◆ 일 정

시 간	주 제	연 사
13:00~13:50	중국 서비스업 진출 성공 및 실패요인 분석	박한진 차장 (KOTRA 상하이무역관)
14:00~15:20	중국 무역업 진출사례	유원일 총경리 (WIL HK Trading Co., Ltd.)
15:30~16:50	중국 대형매장 고급구두 판매사례	이학진 총경리 (YEBBN 상해국제무역유한공사)
17:00~18:20	중국 요식업 진출사례	한용태 이사 (靑島투다리快餐유한공사)

목 차

1. 중국 서비스업 진출 성공 및 실패요인 분석	1
2. 중국 무역업 진출사례	11
3. 중국 대형매장 고급구두 판매사례	19
4. 중국 요식업 진출사례	27

중국 서비스업 진출
성공 및 실패요인 분석

KOTRA 상하이무역관

박한진 차장

공군사관학교 교수 역임

재정경제부 중국전문가포럼 위원

상하이 復旦大 다국적기업관리 박사과정

저서 : 박한진의 차이나포커스, 2002 外

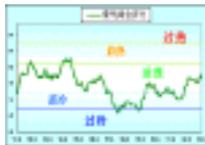
중국 서비스업 진출 성공실패 요인



KOTRA 상하이무역관
박한진 차장

1

목 차



요즘 중국경제 어떻게 돌아가나

경기과열 논란, 부동산 거품론
위안화 환율논쟁
베이징올림픽과 상하이엑스포



소기업/소자본 창업 성공하려면

들뜬 마음과 경계심
사기 당하지 않으려면
계약서 작성과 미수금 방지 ...

2

목 차



어떤 업종으로 창업하나

애완견	화훼	웨딩샵
카센터	관상어	완구점
안경점	가구점	



정보수집 어디서 어떻게 하나

중국어 구사력 최우선
창업설명회 참가
인터넷 정보검색과 시장 실사

3

요즘 중국경제 어떻게 돌아가나



4

소기업/소자본 창업 성공하려면

- 들뜬 마음과 경계심
 - 중국시장에 대한 오해, 과대평가, 과소평가
 - 군자협정(구두계약)이란 없다
- 사기당하지 않으려면
 - 사기판단 요령, 진짜 회사와 가짜 회사
 - 점포연을 때 조심
- 계약서 작성과 미수금 방지

5

어떤 업종으로 창업하나 : 애완동물

- 상하이 애완동물시장 年 6억 위안대 급성장
 - 애완동물 양육에 1인당 月 3백 위안 지출
 - 올 8월 상하이 애완동물展 8만 명 모여
 - 미용, 조련, 사료, 동물용 완구, 獸醫 동반 호황
 - 90일 조련과정 6천 위안 호가
 - 커지는 시장 : 체인점 개설붐 예고
- 미용, 수의 등 외국인 다수지분 투자가능
- 최저 등록자본금 14만 달러
 - 분양(매매)은 외국인투자금지 분야



6

어떤 업종으로 창업하나 : 화훼



- 중국의 양대 화훼시장
 - 雲南(생화), 廣州(분재)
 - 廣州화훼교역센터 홍콩인 소자본 창업관심
- 창업비용 : 최소 약 3만 위안 내외
 - 임차료 : 월 4백 위안(15 M2)
 - 보증금 : 2천 위안
 - 인테리어 : 3천 위안 - 등록비 : 3백 위안
 - 공과금 : 월 수백 위안 - 인건비 : 월 1천 위안
 - 화훼구입.진열비 : 약 1~2만 위안
- 廣州화훼교역센터 매출액 : 21.5억 위안(02)



7

어떤 업종으로 창업하나 : 웨딩샵

- 상하이 매년 10만 쌍 결혼
 - 결혼비용 평균 15만 위안
 - 예식.신혼여행비 지출 7만 위안
- 9월 결혼한 張선생 사례(위안)
 - 사회자(2.5천), 악단(6천), 신부화장(0.6천)
 - 촬영(1.2천), 차량(2천/3時), 연회...
 - 좀 비싸도 예식전문업체에 맡겨
- 외국인직접경영은 아직 어려운 점 많아
 - 웨딩샵 오픈 후 판매는 가능하나 대여는 안돼 (중국인들도 웨딩드레스 대부분 빌려입어)



8

어떤 업종으로 창업하나 : 카센터

- 소득증가로 마이카 시대 서서히 도래
 - 2025년 세계 최대 자동차시장 전망
 - 카센터 창업비용 최소 5만 위안
(廣州華南汽貿廣場내 월 임차료 25위안/M2)
- 외국과는 다른 카센터 개념
 - 세차, 광택, 액세서리, 음향기 판매가 대종
 - * 손세차보다 자동세차가 비싸
 - 경쟁치열해 장소, 서비스경쟁력이 관건
- 조만간 홍콩인들 독자경영 바람볼 듯
 - 연료첨가제는 공급부족, 외국인투자장려



9

어떤 업종으로 창업하나 : 관상어

- 홍콩인 陳漢全의 경험
 - 廣州 芳村區에 7만 위안으로 창업
 - 7만 M2 면적에 8백 여 점포 운집
 - 한 마리 80위안~수 만 위안짜리도 팔려
 - 월 4만 위안 이상 매출
- 창업비용 내역(위안)
 - 3개월 임차료(9.6천), 첫달 관리비(0.4천), 첫달 수도전기료(1.5천), 관상어 구입(60천), 첫달 인건비(1.0천/1인), 등록비(0.3천)
- 관상어는 홍콩업체가 필리핀에서 조달, 공급



10

어떤 업종으로 창업하나 : 완구점

- 홍콩인 方瑚璇(여; 迪美行)의 경험
 - 廣州一德路에 15만 위안으로 5년 전 창업
 - 광동성은 세계 완구생산량의 70%
 - 지역별로 다른 취향
(광동은 고급 외국브랜드 선호)
(디즈니완구는 華北서 인기)
- 창업비용 내역(위안)
 - 월 임차료(7천/70M2), 보증금(14천),
인건비(2.0천/2인), 등록비(0.3천)
월 참고료(1.0천미만), 완구구입(수만 위안)
 - 유동자금 20만 위안 별도 확보해야



11

어떤 업종으로 창업하나 : 안경점

- 홍콩인 伍志華의 경험
 - 廣州眼鏡城에 23.6만 위안으로 5년 전 창업
 - 중국산 안경제품 내수대리판매
 - 인근 수백개 안경점과 달리 고급품 취급
(10위안 저급 선글래스 고작 3위안 이윤)
 - 저급품은 이미 포화상태
- 창업비용 내역(위안)
 - 3개월 임차료(4.5천), 보증금(200천),
인건비(1.0천/1인), 등록비(0.2천)
월 참고료(0.3천), 관리비(0.3천)
안경구입(30천)



12

어떤 업종으로 창업하나 : 가구점

- 廣州 최대 고급가구 전문상가 美居中心
 - 가구, 전자재, 전기제품, 자동차 판매
 - 高소비 중산층 주고객(年10% 매출신장)
- 창업비용 50만 위안대 이상
 - 임차료 : 월 60~70위안/M2(2층 기준)
 - 관리비 : 월 43위안/M2
 - 창고료 : 월 1위안/M2
- 홍콩계 樂滿第가구(歐捷樂公司)의 고전
 - 이태리, 프랑스제 최고급 가구 수입 판매
 - “중국 고객은 오랜시간 설득해야 판매 가능”



13

정보수집 어디서 어떻게 하나

- 중국어 구사력 최우선
 - 언어가 통하지 않으면 실패의 지름길
 - 정보수집 자체가 불가능
- 각종 창업설명회 참가
 - 프랜차이즈 창업은 국제특허경영순회전 등 (franchise.com)
- 인터넷 정보검색과 시장실사
 - kotrachina.org, cn.yahoo.com 등
 - petintheworld.com, bjfisheries.net 등
 - 시장실사 반드시 병행해야

中国入世报告



14

중국 무역업 진출사례

WIL HK Trading Co., Ltd.

유 원 일 총경리

서울대 경영학과

선경 베이징지사 근무

선경 광저우 지사장 역임

저서 : 중국에서 큰 돈버는 장사 따로 있다, 2002

1. 중국을 보는 안목

- 한국인이 중국을 보는 시각은 긍정과 부정으로 현저하게 나뉜다.

긍정 : 커가는 대국, 놀라운 성장속도, 넓은 면적과 다양한 인종에서
올어나오는 포용력, 많은 인재, 못사는 사람들이 주는 편안함

부정 : 냄새나고 지저분함, 서비스정신의 결여, 사기근성, 폐거리근성,
예의 부족 등

긍정과 부정 모두가 현실이고 어느 나라나 있는 것이므로 공평한 시각
이 요구된다.

- 경제적인 면으로 보는 중국과 문화적인 차원으로 보는 중국

경제적인 면 : 우리는 축복받은 나라. 왜냐하면 급속발전하는 대국(거
대한 시장과 공장)이 근거리(에)에 위치해 있는데 따른 어
부지리를 잘 활용하여야 한다.

문화적인 차원 : 동일한 동방문화의 토양으로 문화충격을 덜 느낀다.
그러나, 중국의 문화가 앞으로 발전할 가능성이 있는
지 따져봐야 한다. 미국의 단순 모방이 끝나고 자체
문화적인 리더십을 갖추게 될지는 미지수이다.

너무 경제적인 차원으로만 접근하면 중국진출의 생명이 짧아진다.

문화적인 면에서 중국의 발전가능성과 장,단점을 잘 사고하는 자세가
필요하다.

- 중국에서의 한국, 한국인의 역할 :

한류열풍이 주는 가능성을 잘 알아채야 한다. 우리나라는 나라 전
체로 tax-free지역, 문화의 창조발굴역할을 하자. 문화가 한국에서 들
끓어서 소화되고 익혀져서 새로운 문화의 흐름을 리드하는 곳이 되
어야한다. 단, 중국은 유흥의 배설장소가 되어서는 안된다.

2. 한국의 대중국 무역의 발전단계 및 과제

- 첫단계 : '80년대 말과 '90년대 초까지=홍콩을 통한 간접무역시대. 중국어 통역 가능한 사람들의 여행가이드나 주요인사 면담알선 역할이 컸음. 미국이나 캐나다 교포의 역할 및 사업이 두드러진 시대. 이미 홍콩이나 동남아의 화교들은 중국의 해외시장정보부족과 비효율적인 관료제도를 이용하여 대자본을 축적하던 시기. 일본이나 미국의 대기업들이 정부차원에서 큰 사업을 영위하던 시기.
- 두번째 단계 : '90년대 초에서 '90년대 중반까지=국교수립이 되고('92년) 대기업의 지사망이 확충되며 직교역이 시작되어 대단히 활발한 거래가 이루어짐. 대부분 원자재(에너지, 화공, 철강, 플랜트)의 대중국 수출과 원료(곡물, 석탄 등)의 수입이 주요한 무역액을 형성. 마치 스폰지가 물을 흡수하듯 거래액의 성장이 눈부시게 이루어진 시기. 고급 제품이 아닌 저급제품의 처리시장으로서 중국시장이 한국경제의 발전에 지대한 역할을 함. 그러나, 무역관행의 미성숙과 중국인의 신용도 부족으로 많은 무역상의 문제와 손실도 발생한 시기임. 동남아나 홍콩의 화교들은 이미 중국을 OEM공장화해 미국이나 유럽시장을 공략하기 시작한 시기. 일본과 미국의 대기업들의 진출은 산업프로젝트 투자로 큰 방향을 정하고 LOBBY활동함.
- 세번째단계 : 90년대 중반부터 현재까지=저급 원자재시장이 포화상태에 이르고 대만이나 동남아의 경쟁국들에 밀리기 시작하는 단계. 각 기업, 상사의 거래액이 거북이 걸음을 걷기시작함. '90년대말부터 보따리 장사꾼의 진출이 두드러지고 전자, 의류, 음식점 및 소규모 공장투자등 대중국투자가 급성장하기 시작. 삼성과 LG등 대기업의 중국진출도 눈부시게 이루어지며 성과를 올림. IT분야의 진출도 시작. 한류의 시작으로 많은 문화인사들이 중국방문. 유학생숫자도 급속도로 성장. 중국의 각 지역별로 교민사회가 형성되기 시작해 북경, 상해, 청도등

지의 교민들을 상대로 한 음식점, 이발소, 여행사, 포워딩회사, 부동산 소개소등이 엄청나게 늘어남. 반면 중국산업의 경쟁력(기술수준)이 급 성장함에 따라 미국이나 유럽시장에서 한국의 시장점유율이 하락하는 요인이 되고 이로 인해 중국으로 생산기지를 옮기는 한국공장들이 많아짐. 세계적으로 생산라인의 중국이전이 가속화되면서 중국은 세계의 공장화가 되어가나 과다생산과 수요부족, 불경기로 인한 공급과잉상태를 보이고 있음.

- 현재의 과제 : 중국은 더이상 저가제품의 처리장소가 아님. 세계의 기업들과 경쟁하는 장소임. 단, 아직도 내륙지역이나 동북지역으로 어리숙한 니치마켓이 존재함.

우리는 한류나 삼성전자의 성공에서 많은 것을 배워야함. 우리의 문화적인 능력을 잘 활용해야함. 중국과 싸워 이긴다기보다는 '기대기전법'이 좋음. 한국인의 활동무대를 넓게 가지고 간다는 테리토리(territory) 확장 의식이 필요. 한국에서 성공한 것이 중국에서도 성공함. 한국과 중국의 문화적인 미세한 차이를 잘 찾아내어 중국소비자들을 만족하는 제품을 개발해야함. 디자인의 장점과 산뜻한 이미지, 디테일에 강한 강점을 활용해야함. 중국이 망하면 한국도 절대 좋을게 없음.

3. 중국사업의 성공 및 실패요인

- 중국사업의 성공요소: 중국에 대한 애정, 중국어 구사능력, 혼자하지 않고 과거의 축적된 경험을 배우려는 자세, 판씨를 잘 맺는 능력, 여러가지 다른 것들을 잘 분별하고 종합하는 능력, 과감한 투자와 실패시 신속하게 철수하는 능력.

로마에 가면 로마법을 따르자. 현지의 문화와 습관을 인정하자.
청나라시대 지배계급인 만주족이 한족을 부하로 삼아 다스리지 않았나?

- 한국사람이 중국에서 실패하는 이유 몇가지

- 1) 같은 한국인끼리의 지나친 경쟁
- 2) 늘 뭔가 가르치려고 든다 : 기술적인 부문, 훈련에 대한 것은 가르쳐야하지만, 중국인을 낮게 보고 무시하면 그대로 당한다고 보면 된다.
- 3) 높은 사람 많이 안다는 사람을 너무 의지한다 : 제대로 되는 것 별로 못 봤다.
- 4) 돈 좀 있다고 자랑한다 : 있는 돈 다 털리는 경우가 많다. 없는데 모르는체 해라.
- 5) 업계의 1위가 되려고 너무 노력한다. 또는 1위인것처럼 자랑한다 : 1위는 늘 경계의 대상이 된다는 것을 잊지말자. 늘 2위만 한다는 생각이 도움이 될때가 많다. 돈은 남모르게 숨어서 벌어야 한다.
- 6) 중국, 중국인, 중국문화를 근본적으로 싫어한다 : 짐싸서 빨리 돌아가는게 낫다.
- 7) 술과 여자에 맥 못춘다 : 돈다 털리고 가정파탄나고, 몸 버리고 여권 뺏기면 남는게 없다.
- 8) 하도 당해서 중국이라면 이가 갈린다

- 어떤 사업이 중국에서 성공가능성이 있을까?

- * 주택사업과 자동차관련사업: 중국의 5자(방자, 처자, 차자, 전자, 금자)중에서 남은 두가지로 이와 관련된 것이 잘될것으로 보임. 인테리어사업과 자동차 용품사업이 이에 해당.
- * 올림픽, 환경사업 : 2008 북경올림픽을 주시해 도시미화나 환경관련 사업을 북경이나 기타 행사장이 있는 곳에서 가능성이 많음.
- * 한류관련 사업 : 카라오케 근무하는 여성들을 상대로 하는 의류, 화장품, 성형 수술관련 사업등과 문화행사관련 사업(광고포함)이 가능성이 많아 보임.

* 인터넷, IT관련 사업 : 우리의 젊은 인재들이 조그만 다락방에서 밤 새워 개발하는 게임소프트웨어나 인터넷관련 아이템을 중국에 접목시키는 사업.

* 출판, 방송사업 : 양국의 이해증진을 도모하는 사업.

싼 임금이라고 공장차리는 것은 심사숙고요망.

- 어떻게 해야 중국에서 성공하나? 구체적인 절차는?

* 지역의 설정 : 중국은 지역마다 한 나라라고 보면 된다. 광둥이 좋다.

* 아이템의 설정 : 가장 자신있는 것으로 하나를 집중적으로 판다.

* 형태의 설정 : 단순 무역으로 1~2년 하면서 시장의 관행과 시장상황을 파악한다.

그냥 나와서 사무실하나 얻어 시작하는 것도 방법이다.

홍콩 페이퍼컴퍼니를 이용하자(세금, 돈입금)

법적인 회사설립을 절대 서두르지 말자.

중국인 이름으로 중국내 회사설립하는 것은 반대한다.

좋은 파트너를 눈여겨 보아두었다가 50:50으로 합작한다.

(파트너에게는 중국내 골치아픈 문제를 일임한다)

돈주머니를 쥐고 있으면 된다.

공장은 한 5년간 오다가 확정적일때 시작하자.

무역국내유통공장의 순으로 생각해보자.

* 생각은 철저하게 행동은 과감, 신속하게.

4. 중국에 대한 비전

- 우리나라 젊은 실업자문제의 해결책 : 연간 30만명의 졸업생을 배출하

나 유명 대학졸업생이 일용직 노무자를 하고있는 현실. 왜 우수한 젊은 인재들이 도서관에서, 학원에서 배회하나? 중국에 나와라! 일단 중국어부터 배우고, 중국을 알고나면 할일은 많다.

한국의 기업들이 이런 중국에 있는 한국의 젊은이들을 현지채용하는 시스템을 만들고 정부는 장려해야한다.

- 중국에서 뿌리를 박자. 중국을 우리의 터전으로 삼자. 중국의 넘쳐나는 외화를 이용해 발전하자. 우리의 이웃 동네라고 생각하자. 미국지향을 벗어나서 중국을 다시 보자. 레버리지로 이용할줄 아는 지혜가 필요하다.

5. 중국어 학습비결

- 한국선생님, 조선족한테는 가급적 배우지 말자
- 한국에서 외국어대학이나 중문과나온 사람 중국어실력 웬만하면 그냥 무턱대고는 믿지말자
- 발음을 중요시하자
- 항상 겸손한 자세로 초급부터 다시 시작한다
- 한자를 안다고 그냥 고급중국어로 진도를 빨리 나가면 나중에 머리에 남는게 하나도 없다
- 중국어는 완전한 외국어이다. 우리가 아는 한자는 우리의 한자일뿐이다 그래서 처음부터 애들처럼 배워야한다
- 카라오케같은 곳에서 하는 중국말이 전부라고 생각하면 안된다
- 중국어를 배울려면 북경, 대련같은 북쪽지역이 제일 좋다
- 한국사람 별로 없는 후미진 지방에 가서 완전히 고립되어 한달간 지옥훈련을 하고 나오면 입이 풀리고 귀가 풀린다. 즉, 북경같은 곳에 가서 맨날 한국 친구들과하고 어울리면 시간낭비다
- 한국보다 중국이 돈이 안든다.

중국 대형매장
고급구두 판매사례

YEBCN상해국제무역유한공사

이 학 진 총경리

국립대만사범대 대학원 졸업

대만LG산전 근무

동양엘리베이터 상하이 지사장

엘칸토 중국 제조법인장 겸 무역법인장

(소비시장진출의 성공과 실패)

1995년 9월 6년의 대만생활을 접고 꿈에 그리던 상해 땅을 밟았다. 상해는 나에게 있어서 어찌면 꿈이자 희망이었다. 많은 사람들이 북경을 꿈꾸고 있는 동안 나는 나의 성격과 나의 미래를 고려 상해를 선택했던 것이다. 중국에 진출한 한국인들도 크게 북경, 청도 그리고 상해 지역으로 나누어 그 성격이 그네들과 닮았다고 농담을 하는데 농담만은 아닌 것 같다. 중국인의 성격이 지역별로 워낙 차이가 많이 나서 어떤 성격의 사람이 어떤 아이템으로 어느 지역을 진출하느냐가 성공의 열쇠라고까지 할 수 있다.

우선 난 한국의 D엘리베이터 회사의 상해 지사장으로 파견 나와 1년을 하늘만 쳐다보고 장사를 했다. 그러나 앞서 말한 것처럼 엘리베이터란 아이템이 나와 맞지 않았고 한국 엘리베이터란게 상해지역과 맞지 않아서 많은 고생을 했다. 상해는 이미 일본계, 미국계, 유럽계 회사가 이미 오래 전에 진출하여 성공을 거둔 지역이었고 상해인들의 인식에 한국이란 이미지가 그다지 좋지 않을 때였다. 그러니 영업을 하려니 힘만 들고 팔리지 않는 건 당연지사였다.

그래도 난 포기하지 않고 주변 지역과 곤명이나 오지 지역을 공략해 1,000만불을 달성하고 회사를 사직했다. 반면 다른 지역은 극명히 그 명암이 갈렸다. 동북지역에 진출한 지사장은 크게 성공을 하였고 광주지역에 진출한 지사장은 큰 실패를 경험해야 했다. 중국을 진출하는 첫 번째 열쇠는 파견자에 달렸고 그 사람이 어느 지역에 파견 되느냐도 매우 중요하다. 그보다 먼저 어떤 아이템이냐에 따라 어느 지역을 먼저 선택 공략하느냐는 실패와 성공을 반영하게 한다는 것을 명심해야한다.

바뀌서 얼마 전 개인 사업자가 나와 상담을 요구했다. 그러나 나는 그 자리에서 면박을 주고 싶은 마음이 들었다. 그 이유는 진출하려는 아이

템이 우선 중국사정과 맞지 않았고 다른 사람이 해서 망한 아이템이란 것을 알고 있었으나 그 외에는 중국진출의 초보적인 지식도 갖추지 않고 바로 진출하려고 한다는 것이었다. 중국에 있는 지인이 한마디 한 것을 믿고 진출하려 한다는 것이었으며 알지도 못하는 조선족 사장과 합작을 하려 한다는 것이었다. 그리고 심지어 중국어는 한마디도 하지 못한다는 것이다. 백전백패였다.

그러나 난 그 분에게 그 어떤 조언도 하지 못했다. 너무 이곳에 대해 모르고, 중국이 뜨니까, 그저 한국이 안되니까 진출하려 한다는 것이었다. 무모한 진출은 국가경제를 더욱 멍들게 한다. 많은 준비를 하고 계획하고 시간을 충분히 갖고 진출해야 하는 곳이 중국이라는 것을 명심해야 하겠다.

정리하면 개인사업자중에 진출능력이 의심되는 사람, 즉 언어적인 측면에서 조선족 통역에 100% 의지해야 한다면 진출을 고려해야 하겠고 두 번째로 아이템의 성공 가능성에 대한 자문에 돈을 투자해야 하며, 세 번째로는 처음 진출하는 지역과 자신과의 궁합에 많은 신경을 써야겠다.

진정한 내수로의 진출은 엘리베이터를 그만 두고 엘칸토라는 한국내수 전문업체에 입사를 하면서 이루어졌다. 지금부터 엘칸토의 중국내수시장 전략의 성공과 실패에 대해 사례를 중심으로 설명하도록 하겠다.

엘칸토는 1996년 중국내수시장에 진출했다. 매우 특이한 점은 내가 입사하기 전에 이미 중국조선족의 명의로 매장을 개설했다는 것이었다. 그것도 모두 로드샵(임대매장)으로 매장을 개설해 놓았다. 그때 중국에 같이 진출한 업체는 E사와 K사로 한국 굴지의 구두제조사들이었다. 그들은 중국 한족의 명의를 빌려 중국에 진출한 것으로 알려져 있다.

결론적으로 3사의 이런 전략은 3사가 모두 큰 피해를 보고 내수시장을 포기하는데 까지 이르렀고 실제로 엘칸토를 제외한 양사가 철수를 했다.

쉬운 방법을 선택했던 것에 대한 대가였다. 엘칸토는 그때 중국 상해부근에 공장을 매입하고 상해를 거점으로 수출과 내수를 동시에 공략하는 정책을 썼고 그 정책은 회사를 유지하는데 많은 도움이 되었다.

1998년부터 대리상에게 위탁한 모든 영업권을 돌려받고 제조업체 명의로 직접생산 판매를 시작했고 그 기반이 지금까지 이어져 이제는 중국에서 비상을 시작했다. 중국인 명의로 중국영업을 하는데는 한계가 있다. 장부를 직접 관리하면 문제가 없으나 누가 자신의 회사 장부를 내 놓겠는가. 그리고 설사 장부를 관리한다고 해도 나중에 권리주장을 한다면 모든 것을 한 순간에 잃는 수도 있으니 모두 잘 하는 일은 아닌 것 같다. 중국에서 가장 중요한 일은 중국을 무시하지 말고 그들의 법과 질서를 잘 따르고 이용해야 한다는 것이다. 불법은 악순환의 시작이며 패가망신의 지름길이다.

'98년부터 당사는 직접 영업에 들어갔다. 수입제품을 중국제조로 바꾸는 큰 모험이 시작됐으나 이미 조금 알려진 브랜드라서 큰 타격은 없었다. 다만 백화점의 난립과 제조업체의 증가로 내부의 적과의 싸움이 시작되어 매출이 격감하기 시작했다. 결국에는 그런 상황을 타개하기 위해서 제조업체 명의로 수입을 시작했고 그 수입이 문제가 되어 난 공상국에 잡혀가 무진 고생을 감수해야 했다. 다만 회사가 망할 수도 있던 문제가 벌금으로 끝났고 나 자신도 지옥에서의 탈출을 경험했다.

이 사건을 계기로 더욱 중국법을 지키자는 목소리를 높여갔고 현재는 안정된 발판에서 성장을 기대하는 계기가 되었다. 그러나 제조업체의 내수는 한계가 있었고 특히 상해는 한국에서 멀기 때문에 자재 조달에 심각한 문제가 있어 히트상품조차도 제때 못 파는 경우가 허다해 문제는 심각함을 더해 갔다. 그런 와중에 내가 주목했던 것은 중국 상해 포동지역의 보세구였고 그 곳은 우리의 희망이 되었다. 그 곳에 20만불 이상의 자본금으로 무역법인을 설립하면 중국내수가 된다는 것을 모르고 있었던 것이다.

우리는 바로 법인을 설립했고 현재 그 법인을 통해 무역, 구두수입, 수출, 중국내수 모든 것을 망라해서 진행하고 있다. 법적으로도 아무런 하자가 없는 것은 두 말할 나위도 없다. 이런 조건이 갖추어 지면서 나는 우선 거래하던 백화점을 정비했는데 그것은 우선 소규모 매대는 철수하고 대규모 매장의 집중적인 공략과 매장확장을 도모했다. 이것은 대리점 모집에서 유리한 조건을 점유하기 위한 수순이었고 그 전략은 확실히 맞아 떨어졌다.

그리고 다음으로 회사의 무게를 가볍게 하기 위해서 생산과 영업을 완전 분리했으며, 그리고 재고매장을 상해가 아닌 주변지역에 만들어 대리점화 하면서 실리와 브랜드가치 하락을 방지하는 두 마리의 토끼를 모두 잡는데 성공했다. 공장은 수출과 영업을 생산을 지원하면서 안정적인 수익구조로 자리를 잡았고 무역 유통 법인은 최소한의 인원으로 또한 안정적인 본사의 생산라인을 보유하면서 외부 OEM 공장들을 장악하는데 효과적인 구조를 갖추게 되어 이상적인 형태로 발전을 도모하게 되었다.

현재 상해 유통법인은 본공장에서 50%의 물량을 공급받고 20%는 제1외부 OEM 공장에서, 나머지에서 20%는 제2공장에서 마지막 10%는 브랜드 가치 제고를 위해서 서울에서 수입 유통시키고 있다. 그리고 엘칸토란 브랜드가 중국 생산제품이란 사실이 이미 고객에게 완전히 각인되어 중고가 브랜드로 자리 잡은 것이 안타까와 YEBBN(예쁜)이란 순수 한국말의 브랜드를 탄생시켜 100% 한국에서 수입하여 런칭 시킨결과 1,200~1,300원대의 최고가의 상품이 1년도 안되어 중국에서 자리 잡혀 가고 있다.

당사는 이런 결과에 고무되어 2004년에는 막대한 자본과 스타마케팅 그리고 중국의 최대시장인 화이트칼라층을 노린 400원대의 중가 브랜드를 준비하고 있다. 매장이 한 지역에 동시에 20개가 오픈하며 한류의 열풍을 이용한 스타마케팅을 이용 최대의 폭발력을 과시할 예정이다.

마지막으로 현재 당사의 매장은 중국 상해지역에 직영 6개를 운영중에 있고 중국 기타지역에 대리점이 5개 있으며, 현재 계약을 맺고 오픈준비를 하는 지역이 북경을 포함 13개 있다. 그리고 직영 오픈 예상 점포수가 4개 포함 2004년 초에 28개, 2004년 F/W 시즌에 제3브랜드를 포함해 총 50개의 매장을 유지할 계획으로 있고 매출은 연간 180억원을 예상하고 있다.

초기 적자와 위기를 극복하고 8년여의 꾸준한 투자와 노력을 통해 매출액이 연간 10억도 안 되는 회사가 20배의 매출을 눈앞에 두고 있다. 중국은 느리다. 당장 눈앞의 이익을 생각하고 진출하면 낭패를 보기 십상이다. 그러나 길게 본다면 예쁜이란 황당한 브랜드도 성공을 거둘 수 있는 곳이 중국이다. 연구하고 경험을 토대로 중국시장을 한 번 도전해 보자.

중국 요식업 진출사례

靑島투다리快餐유한공사

한 용 태 이사

요녕성 영구시 조선족 고등중학교 교무주임

청도시 삼양식품유한공사 무역부

청도시 정보서비스공사 경리

靑島투다리快餐유한공사 이사 겸 산동 지사장

투다리 꼬치체인점 중국진출 한국음식업계의 1인자로 부상

한국꼬치의 대명사로 불리우는 투다리가 7년간의 노력끝에 경쟁이 치열한 중국시장에서 15개 지사, 71개의 점포로 확장되어 현재 중국 진출 한국음식업계의 1인자로 입지를 굳혀가고 있습니다. 하지만 그 이면에는 많은 좌절과 각고의 노력이 있었습니다. 본인은 한국투다리 중국진출의 소개인과 경영인으로서 그간 쌓아온 경험들을 오늘 참석하신 여러 사장님들에게 소개해 올리면서 소자본 중국투자에 조그마한 도움이 되었으면 합니다.

1. 투다리 한국본사

'87년에 한국에서 3평의 면적으로 첫 고성을 올리었던 투다리는 16년간의 변화와 발전을 거쳐 한국전역에 체인점이 2,000여개로 늘어났으며 인천에 '이원주식회사', '그린주식회사', '미타지 농장' 등 여러 회사를 설립하여 실력 있는 기업으로 성장했다.

2. 중국투다리 개황

투다리 중국본부는 아름다운 해변도시 청도에 위치하고 있다. 회사가 설립돼 7년간의 시간이 지나 현재 중국의 북경, 상해, 천진 등 15개 대도시에 지사를 설립했고 71개의 점포를 개설했다. 투다리 중국본부는 부지 3300㎡에 건평이 1800㎡이 되는 별장식 건물을 짓고 '청도투다리쾌찬(快餐)유한공사', '청도투다리식품유한공사' 등 회사를 설립했으며 각 지사와 점포에 체계화된 제품을 제공하고 있다.

3. 투다리 중국진출 및 발전과정

1) 시장조사 및 중국진출

한국이원주식회사는 '95년에 중국시장을 노크하고 20만 달러를 투자해 청도에 청도투다리쾌찬유한공사를 설립했다. 투자하기 전에 중국의 음식시장을 이해하기 위한 시장조사를 진행했다.

첫째는 주관판단을 위한 조사였다. 청도를 중심으로 반복적인 조사를 하였으며 북경, 상해 등 대도시에 대한 이해도 진행하였다. 각자가 자기의 장단점이 있으며 청도는 지리적으로 양호하고 교통이 편리하며 기후조건도 한국과 비슷했다. 또 한국기업이 비교적 집중돼 있고 청도 주민들이 꼬치를 즐겨먹는 편이었으며 꼬치집도 많은 편이었다. 그 중에 태산로는 청도의 유명한 꼬치구이 전문음식거리이다. 이것이 주관판단이었다면 현지주민의 객관적인 평가를 들어보고서 청도시청 식당에서 특별한 시식회를 가졌다.

그 결과 참여자들이 맛에 대하여 매우 만족해 했고 가격만 소비시장에 맞추면 가능성이 있을 것이라고 했다. 이상의 주객관 판단을 가지고 이원주식회사는 중국투자에 시동을 걸고 법인 주소를 청도태산로로 정했으며 중국제1호 투다리점포를 청도에서 오픈했다.

2) 초기 경영상황

투다리 1호 직영점은 한국적인 분위기와 독특한 감칠맛으로 고객을 사로잡고 인기를 끌었다. 경영면적이 50㎡도 안되는 조그마한 점포에서 일 매출액을 3,000~4,000원을 올렸다. 뒤따라 청도에 제2호 직영점이 설립되고 절강성 온주시에서 제3호 가맹점이 오픈되었는데 모두 호황을 이루었다. 초기의 호황은 사람들에게 믿음을 주었고 따라서 본사에서는 1만개 점포수의 목표를 설정했다.

그런데 불황을 모르던 투다리가 2년이 지나 개점 2년째 후반기부터 내리막길을 걷기 시작하였다. 2호점과 온주가맹점이 지탱하지 못하고 문을 닫았고 1호점의 영업액도 하강선을 내리 그었으며 새로운 가맹점은 더구나 막연했다. 그사이 내부조정을 하고 총경리를 교체, 파견했으나 암담한 곤경의 국면을 돌려세우지 못했다.

3) 경영전략의 중대한 조정

중국투다리가 준엄한 시련을 겪고있을 때 본인은 투다리의 어려운 상황을 강건너 불보듯 외면하지 않고 오히려 주의깊게 관찰했다. 투다리가 곤경에 처한 원인은 중국의 시장성에 문제가 있는 것이 아니라 사람에게 문제점이 있는 것이다. 중국시장과 현실정에 대한 이해의 부족, 각종 기준체계의 불합리성 관리가 못 미치는 등 문제가 있었다. 이러한 스스로의 판단은 나로 하여금 불경기에 처한 투다리를 선택하게 하였다. 한국본사에서조차 심사숙고를 거쳐 사업에 대하여 중대한 조정을 실시하였다.

즉, 중국투다리사업은 한국인이 경영할 것이 아니라 중국인이 경영관리해야 한다는 것이다. 이리하여 본인은 98년 4월 20일에 '중국투다리캐치유한공사 위탁경영계약서'를 체결하고 중국투다리사업을 시작했다. 주요 계약내용에는 '첫째, 한국본사에 보증금으로 5만원을 내고 둘째, 경영과정에서 이윤이 생기면 본인이 70%, 본사가 30%로 비율로 나누며 적자시에는 경영자가 전액 부담'하기로 되어 있다. 이로부터 중국투다리사업을 중국인이 경영하게 됐다. 투다리를 시작한 후 아래와 같이 개혁과 조정을 단행했다.

- (1) 직영점의 내부관리로부터 착수해 나태하고 게으른 점장과 일부 직원을 사퇴시키고 관리제도를 강화했으며 늘 소란을 피우는 사회깡패를 쫓아 버렸다. 차츰 직영점이 제 궤도에 들어서기 시작했다.
- (2) 현지인이 즐겨먹는 숯불구이꼬치를 새롭게 증설했다.
- (3) 원가를 줄이기 위하여 국산화했던 꼬치구이소스를 재차 수입하여 제

품의 질을 확보했다.

- (4) 점포의 위생, 환경, 서비스 등 사소한 일상 환경을 점장과 함께 일일이 체크하고 챙겨나갔다.
- (5) 고객들의 소비심리를 자극하고 직영점들에 실제 혜택을 주기 위해 점포의 판매가를 25% 낮췄다.

3개월 동안의 개혁과 조정은 점포로 하여금 미세한 호전이 있었지만 25%의 할인으로 인해 영업액은 여전히 하강세를 벗어나지 못했다. 년 임대료가 16만원인 점포의 일 매출액은 1,000원도 안되었다. 연속 4개월동안 도합 15만원의 손실을 보았다. 5개월째부터 이윤이 생기기 시작했는데 점차 안정적인 상승세를 보였다.

직영점 사업이 안정화되자 사업의 중점을 가맹점발전으로 초점을 맞추어 나갔다. 우선 중국실정에 맞지 않는 가맹점계약부터 조절했다. 가맹금과 보증금을 각각 5000원으로 하고 30㎡의 장식시설비용을 5만원으로 정했다. 조절 후의 가맹조건은 현지 가맹인들이 충분히 받아들일 수 있었다. 이로부터 가맹점사업이 활성화되기 시작해 '98년말에는 점포수량이 4개로 늘어났다. '99년부터는 가맹사업이 호황을 이루어 5월에는 5개의 가맹계약을 체결했다. 가맹점포 인테리어 눈코뜰새 없이 바꿨지만 마음만은 즐거웠다.

가맹점포의 발전에 뒤따라 지사 가맹업이 가동됐다. 본사에서는 중국투다리 지사가맹계약을 제정하고 북경지사와의 가맹계약을 체결했다. 이와 동시에 투다리한국본사는 청도투다리쾌찬유한공사의 위탁경영방안을 다음과 같이 조정했다.

중국투다리발전추세에 따라 산둥성 산하의 투다리점포를 중국투다리본부에서 분리시켜 청도지사에 귀속시켰다. 그리고 중국투다리본부 설비의 48%를 매입하고 투다리본부와 청도지사간의 이윤을 52 : 48의 비례로 나

났다. 이러한 방안의 실행은 위탁경영의 종지를 의미하고 원래보다 줄어든 이윤으로 설비를 사야 한다는 것을 뜻한다.

당시에는 심정도 무거웠고 생각도 많았지만 결국엔 본사와의 지사가맹 계약을 체결했다. 이로부터 본인의 신분은 투다리 청도지사장 겸 투다리 중국본부의 중국업무 책임자가 되었다.

'99년 한해동안 중국투다리는 북경지사, 천진지사, 심천지사, 장춘지사 등 6개의 지사가 설립됐다. 그 해에 점포는 16개로 늘어났다.

2000년에는 상해지사, 하얼빈지사, 석가장지사가 가맹하였고 점포수는 27개로 늘어났다. 2001년에 중국본사는 청도시 시북구에 부지가 3,300㎡에 달하고 건평이 1800㎡이 되는 별장식 공장건물을 준공했다. 동시에 한국본사가 26만 달러를 투자해 청도투다리식품유한공사를 설립했다. 같은 해에 남경지사, 대련지사등 지사가 새로 설립되고 점포수는 46개로 늘어났다. 본인은 중국본부의 이사직을 맡게 되었다.

2002년에는 무한지사, 정주지사, 합비지사가 증설되고 점포수가 63개로 늘어났다.

2003년 들어서 중국본부는 지사가맹업에 대한 발전전략을 조정했다. 가맹업의 신속한 발전과 복사면의 지역적인 확장에 반해 관리와 부추김이 미처 따라가지 못하는 정세에 비추어 이미 가맹한 지사의 성공율을 높이기 위해 지사가맹사업을 잠시 보류하기로 했다.

금년초 투다리중국본부에서는 중국시장의 발전수요에 맞추어 20만 8천 달러를 증자해 신(新)투다리와 미라보양식점에 대한 연구개발에서 성공했다. 신투다리는 점포면적이 250㎡이상이고 장식이 훨씬 고급스러우며 시설, 분위기, 환경 등이 기존 투다리에 비해 많이 개선됐다. 몇 달동안의 경영을 통하여 고객들의 인정과 호평을 받고 있다. 그 중 먼저 오픈한

홍콩중로 투다리는 5개월동안 일일 평균영업액이 1만원을 돌파하고 있다. 신투다리의 개설은 투다리의 중국시장발전에 새로운 활약을 주입시켰다. 새로이 출범한 미라보양식점은 개업이래 영업약이 안정적인 상승세를 보이고 있으며 새로운 가맹업을 설립하는 데도 좋은 모델이 되고 있어 전망이 밝다. 금년 9월에는 투다리한국본사와 현지인이 합작하여 청도투다리모형유한공사를 설립했다.

현재까지 중국투다리는 15개 지사, 71개점포에 달하는데 월평균 총판매액이 700만원이고 중국전역에 투다리에 종사하는 종업원이 1,000여명에 달한다. 중국에 투자한 소유의 한국음식업계에서 투다리는 월 총판매액과 시장점유율이 선두에 있다. 투다리는 한국의 음식문화를 중국사람들에게 심어주는데 일정한 공헌을 하고 있다.

투다리한국본사는 못사람들을 경탄케 하는 푸른 꿈을 바야흐로 온양하고 있다. 중국, 한국, 일본이 공동 출자해 건설할 청도국제 생태원사업을 무르익어가고 있다.

4. 중국시장 소규모투자시 유의할 점

1) 투자 법규, 정책을 이해해야 한다.

(1) 최저투자기준

외국인 투자기업(음식업)의 최저투자액수는 10만달러인데 7만달러까지 가능하다.

(2) 음식점 설립에서 필수적으로 해야 할 수속

종 류	부 문
명칭신청	공상국
비준증서	대외경제위원회
실내장식신청	건물관리처
간판장식신청	기획국
소방허가증	소방국
환경보호허가증	환경보호국
위생허가증	위생국
사업등록증	공상국
세무등기	세무국
재정등기	재정국
세관등기	세관

2) 중국 음식문화와 한국 음식문화의 차이

- (1) 아직도 대부분 중국인은 한 장소에서 먹고 마시고 노는 모든 소비를 끝낸다. 그래서 중국식당에는 홀이나 룸에 카라오케 시설까지 준비돼 있다. 그러나 한국은 이와 다르다.
- (2) 중국요리는 종류가 다양하고 풍부하며 메뉴변화 주기도 빈번하지만 한국은 전문 요리집이 많다.
- (3) 중국인은 룸에서 식사하기를 좋아한다. 따라서 많은 식당에서는 단칸 룸을 많이 설치한다. 어떤 음식점은 홀이 없이 아예 룸만 설치되어 있다.
- (4) 중국은 지방특색이 농후하고 명식이 복잡한 8대 음식 종류가 있지만

한국은 상대적으로 단일하다.

3) 투자자가 명확히 해야 할 사항

투자목적에 따라 입지의 선택, 고객층의 확정, 가격의 기준이 다르게 된다.

- (1) 투다리는 처음에 입지선정에서 한국기업이 집중되고 조선족이 많이 집중된 지역이 있었지만 그 곳을 택하지 않았다. 투다리의 중국투자 목적은 중국 고객을 흡인할 수 있는 지역을 택해야 했다. 그래서 선택한 곳이 청도시 태산로였다. 우선 이 지역은 꼬치구이 전문거리에서 투다리 입지선정에 딱맞는 곳이었다. 당시에 흔치 않는 밤 영업장소가 모인 곳이기도 했다. 접해보지 않았던 음식을 잘 안받아 들이는 산동사람이지만 꼬치만큼은 이곳까지 찾아와서 먹고는 했다. 투다리는 어수선하고 깨끗직한 이웃가게와는 완전히 선명한 대비를 이루는 닭무리속의 봉황이 되어버렸다. 한국의 모양새를 그대로 옮겨온 투다리는 청도에 와서 자연스럽게 서민음식으로부터 귀족 음식으로 탈바꿈됐다. 자연적으로 음식점에는 손님들로 붐비게 됐다. 물론 젊은 고객들 확보하고 가격을 소비력에 맞추는 등에도 많은 신경을 썼다.
- (2) 정통 한국요리집을 운영하고 고객층을 한국인으로 상대하려면 한국인이 집중된 곳을 택하고 가격은 다소 높게 조절할 수 있다. 꼭 변화한 거리로 갈 필요는 없다.
- (3) 고객층을 중국인과 한국인을 동시에 확보하려면 호텔이나 오피스텔이 적 중된 지역을 택하는 것이 바람직하다. 이런 곳은 한국인이 많을 뿐만 아니라 중국의 고급 샐러리맨들도 집중돼 있다.

4) 사업파트너 배양과 선택

(1) 소규모로 중국시장을 개척하고 특히 중국국내시장을 개발하는 업체는 훌륭한 사업파트너가 있어야 한다. 파트너선정에서 인품, 학력은 당연히 중시하지만 언어소질에는 신경을 적게 쓰게 된다. 사업파트너가 조선족일 경우에는 중국어수준이 한족 못지 않아야 그들과 어깨를 겨루고 상담에서도 주도적일 수 있다. 사실 조선족은 생활, 언어 환경으로 말미암아 한국어를 잘하면 중국어를 못하고 중국어를 잘하면 한국어를 못한다. 사업파트너가 두가지 언어를 다 잘 다루면 더욱 좋겠지만 그렇지 않을 경우에는 한국어보다 중국어를 잘하는 사람이 더 적합하다.

(2) 사업파트너와의 존중과 믿음

원만한 합작관계나 상하관계를 이루려면 서로 간의 존중과 믿음이 중요하다. 이 면에서 투다리한국본사는 본보기를 보이고 있다. 7년이 넘는 동안에 종래로 인격을 무시하거나 욕하는 현상이 없었다. 때리는 현상은 더구나 없었다. 일부 기업들에서는 직원들에게 반말을 쓰는 것은 예사이고 욕하고 때리는 일도 있었는데 직원구타사건으로 판결을 받은 사례도 있다. 사장이 직원을 선택하는 동시에 직원들도 사장의 인품에 따라 인심이 따르게 된다. 훌륭한 사업파트너의 선정과 배양은 시간이 필요하고 인내성이 필요하며 어떤 때는 인연도 필요하다.

5. 방대한 중국시장을 어떻게 인식할 것인가

20여년의 개방정책과 계획경제로부터 시장경제의 진입, 더욱이 등소평의 '일부계층이 먼저 부유해져야 한다'는 정책의 실시 등으로 오늘 중국의 일부 계층은 정말 부유해졌다. 불완전한 통계에 따르면, 5%의 중국사

람은 확실히 부유해졌다. 이 5%는 전체 한국 소비시장에 비유할 수 있다. 만약 10%의 중국인이 부유해지면 일본시장과 맞먹을 것이다. 20%의 중국인이 부유해진다면 미국시장과 비슷할 것이다. 바로 이런 먼저 부유해진 소비군체가 중국의 소비주류를 이끌 것이며 고급소비시장을 활성화시킬 것이다. 이런 소비군체가 부단히 확대된다면 13억 인구의 중국시장 발전잠재력은 무궁무진할 것이다.

현재 중국의 외국인투자환경은 개혁개방 초기에 비해 많이 개선됐다. 더욱이 WTO에 가입한 이후의 중국은 점차 국제화 방향으로 나가고 있다. 중국은 외국자본을 도입하는 면에서 중대한 성과를 거두었는데 바 작년부터 미국을 추월했고 연속 2년째 세계1위를 차지하고 있다. 현재 중국시장에 큰 관심을 가지고 있고 중국에 투자하려는 외자기업도 매우 많다.

방대하고 신기한 중국시장을 어떻게 보고 있는가. 두가지 부류가 있다. 하나는 완전히 부정하는 태도로서 중국투자에서 실패를 본 경력으로 판단을 내리는 것이다. 다른 하나는 맹목적으로 낙관하는 것이다. 경쟁이 치열한 한국에서도 성공했으니 중국시장은 더구나 문제없을 것이고 13억이 되는 중국인이 1원만 소비해도 13억원이 아닌가 하고 단순하게 생각하는 부류가 있다. 이 두가지 극단적인 견해는 다 착오적인 것이다.

하나의 기업으로 놓고 볼 때 어느 나라에서 투자경영을 하든지 최종결과는 하나-성공이 아니면 실패인 것이다. 관건은 실패를 하였다면 실패의 원인을 찾고 경험과 교훈을 바탕으로 새로운 출발을 해야 할 것이다. 비록 중국시장이 방대하고 사람을 유혹하고 있지만 정확하고 합리적인 경영책략이 없이, 주도면밀하고 객관적인 조사연구없이 사업을 시작한다면 성공하기 어려운 것이다. 어느 나라든지 그 시장의 속성은 마찬가지로 때문이다.

결론적으로 총적으로 백문불여일견이라고 중국시장에 관심을 가진다면

직접 여러모로 고찰하고 스스로 정확한 판단을 내려야 한다. 중국의 경제는 지금 안정적으로 발전하고 있으며 특히 2008년 올림픽개최는 중국의 경제발전에 거대한 활력소로 작용하고 있다. 이러한 점에서 현재 이 시점의 중국시장이 외국인의 소규모투자에게 비교적 적합하다고 보아진다.

이것으로 저의 경험담을 마치면서 혹시 여러분들이 기회가 되시면 청도를 방문해주시거나 필요한 사항이 있으면 본인이 최선을 다해 도와드릴 것을 약속드립니다.☹