

중국 요식업 최신 리포트

□ 요식업 인터넷 시대 진입, 인터넷 브랜드 첫 발걸음 (중소기업망, 2012. 12. 7)

중국전자상무협회인터넷지적재산권추진센터에서는 《2012년 우수기업 브랜드 중복률 및 브랜드 보호 조사보고(요식업)》를 발표하였고, 중국 요식기업 100강 기업 중, 상위 30개 기업의 브랜드 보호 상황에 대한 조사 분석을 하였다. 조사데이터에서 보면, 실제상표의 높은 중복률, 인터넷 브랜드의 부족, 인터넷 브랜드의 인지도 부족 등의 문제들이 중국 요식업계의 브랜드 업무 발전 중 당연한 보편적인 문제들이다.

요식업 인터넷 브랜드 초기단계

요식업 상위 30강 기업 중, 28개 기업이 자사 브랜드를 가지고 있고, 그중 27개 기업의 상표가 중복현상이 존재하고, 단일브랜드의 평균 중복수는 21개 기업에 이른다. 단일브랜드의 중복수가 가장 높은 북경화천음식그룹공사(北京華天飲食集團公司)의 “화천(華天)”의 브랜드 중복수는 104개에 이른다. 이는 전국에 “화천(華天)”이라는 명칭을 사용하는 기업브랜드가 다수 존재하고 있음을 의미하고, 북경화천음식그룹의 인지도는 자연히 약화될 수 밖에 없으며, 기업의 무형자산가치에도 영향을 준다.

일부 기업들은 이미 전통상표 등록에도 제한을 받고 있어서, 브랜드 보호업무를 인터넷 영역까지 확장하고 있다. 실제상표 중복률의 특징은 서로 다른데, 보통 인터넷 주소 상에 “중국”이라는 도메인 네임을 주요 형식으로 하는 기업의 인터넷 명칭은 희소성을 갖고 있으며, 일단 등록한 후에는 인터넷상에서 기업의 브랜드에 대해 효과적으로 보호 할 수 있다.

현재 대량의 동일 명칭을 사용하는 기업들이 존재하기 때문에, 요식기업들은 인터넷 브랜드 개설시 도메인 네임 부족현상에 직면하고 있다. 때문에 위에서 언급한 “화천”기업의 예와 같이, 백 여개의 동일명칭 사용기업 중, 어느 한 기업이 인터넷 상표들 먼저 등록해 버리면, 북경화천음식그룹회사는 무형자산 손실이라는 손실에 직면하게 될 것이다.

인터넷 상표 가치에 대한 관심 고조

전통브랜드 법률제도는 동일브랜드 여러 기업과 개인이 공동으로 향후 할 수 있도록 유포하고 있어서 이는 상표의 높은 중복률의 주요 원인이 되고 있다. 특히 지명도가 낮은 일부 기업들은 “유사브랜드”를 통해, 자사 브랜드의 지명도 향상을 위한 기회를 잡고 있으며, 고로 기업들은 여러 영역에서 상표등록에 대한 어려움에 직면해 있다.

최근 중국에서는 인터넷 브랜드의 지적재산권에 대한 분쟁이 끊이지 않고 있다. 각각 중국 광저우와 난징에 소재해 있는 모 기업들은 “석두기(石斗記)”라는 인터넷 주소를 선점하기 위해, 지난 3년 동안 소송을 진행하였다. 광저우의 남월량실업유한공사(藍月亮實業有限公司)도 일찍이 “남월량(藍月亮)”의 인터넷 주소를 타인이 이미 등록을 해놓아서, 인터넷 주소를

회수하는데 대량의 시간과 노력을 소모하였으며, 기업브랜드 이미지에 좋지 않은 영향을 주었다. 이밖에 도메인 네임 등록 규정에서 보면, 등록 후 만 2년이 된 관련어는 중재로써 해결할 수는 없으며, 단지 구매협상을 통해 원본을 회수하여 자신의 인터넷 주소로 귀속할 수 있다.

□ 요식업 카드수수료 지속적 인하 추진 (중국일보망 2012. 12. 11)

중앙은행의 최근 발표에 의하면, 국무원은 이미 은행카드 수수료 표준 조정 방안에 이미 동의했으며, 2013년 2월 25일부터 전면적으로 시행할 것이라고 밝혔다. 이번 카드 수수료 인하폭은 전체적으로 23~24% 정도로, 그중 유흥음식류의 인하폭은 37.5% 이다. 요식업계의 카드수수료 하락에 대한 호소는 이미 몇 년째 지속되었으며, 공개 데이터에서 보면, 평균 순이익이 8%도 못되는 요식업의 매 거래 당 카드수수료는 2% 이상이었고, 북경에 소재한 연간 수입이 6억 위안에 가까운 한 요식기업은 매년 700만 위안을 카드수수료로 납부하고 있으며, 이는 총이익의 15%를 차지하는 금액이다.

만약 이번 카드수수료 인하 방안이 제대로 실시된다면, 소비 자극 효과를 볼수 있고, 경제 성장을 끌어낼 수 있다. 카드 수수료가 인하 된다면, 소비가 호전 될 것은 의심의 여지가 없고, 유관부서는 국민경제의 각도에서 관련 방안에 대한 구체적인 실시방법과 세칙들을 조속히 발표해야 할 것이다.

□ 금년 3분기 요식업 증가속도 하락을 멈추고 반등 (동방재부망. 2012. 12. 7)

금년 이래, 요식업의 판매수입이 뚜렷한 하락세를 보인 가운데, 중국요리협회의 최신 통계에서 보면, 2012년 1~9월 요식업 총판매수입 16673억 위안 이었고, 전년 동기대비 13.2% 증가하였다. 그러나 증가속도는 전년 동기와 비교해 3% 하락하였다.

그러나 금년 3분기를 시작으로, 요식업의 월별 판매수입의 증가속도가 전월대비 현저하게 반등하였다. 월별 증가속도를 보면, 7월을 분기점으로 7월 증가속도는 12.7%의 최저치를 달했고, 8월과 9월에 다소 반등하여, 9월 증가속도는 14.9%의 최고치를 기록했다. 제 3분기 업계 전체 판매수입은 5837.1억 위안, 13.3% 증가하였고, 전월 대비 0.3% 증가하였다.

이밖에, 기업의 현재 경기상황을 반영하는 금년 3분기 기업경기실사지수는 119.7로 지난 2분기와 비교해 3.5% 하락하였다. 그러나 기업의 미래 경기상황 예측을 반영하는 기업경기전망지수는 124.8로, 기업경기실사지수 보다 5.1% 높았다. 이는 요식업의 미래 예기치가 상대적으로 양호할 것임을 의미한다.