

한국 농식품의 대형 유통매장 진출현황과 전망

1. 중국 대형유통업체 현황
2. 외자투자 대형유통업체
3. 주요 바이어의 한국식품
진출현황

참고 : 대형유통업체별 현황

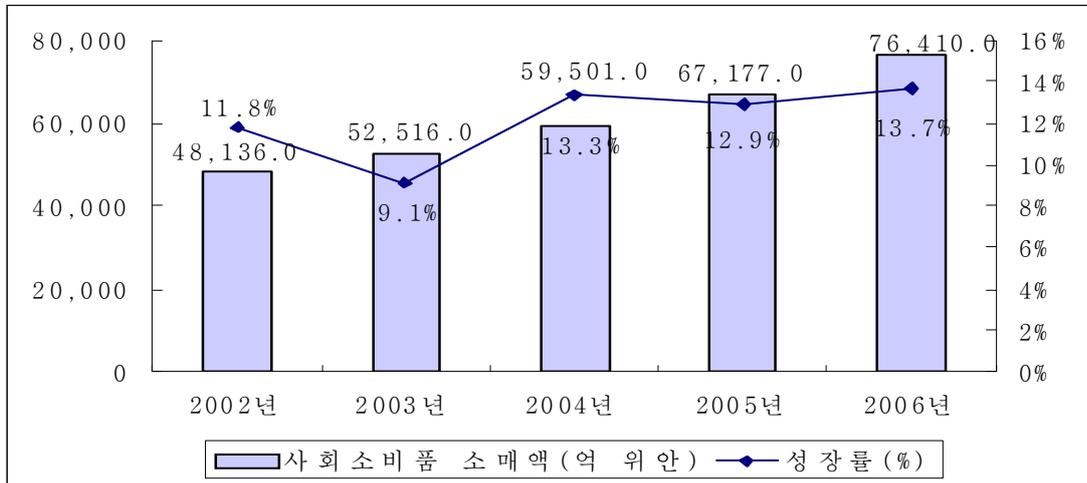
1. 중국 대형유통업체 현황

가. 일반현황

1) 사회소비품 소매액

- 현재 많은 소매업체가 중국에 진출하여 점포를 개설하고 있으며 또한 지방 브랜드의 성장도 촉진하고 있음. 2006년 중국 사회소비품 소매액의 규모는 76,410억 위안에 이르러 세계 7번째 소매시장으로 성장하였으며 2020년까지 연평균 8%-10% 성장률로 2.4조 달러에 이를 것으로 전망됨.

그림1.1 : 2002-2006년, 사회소비품 소매액 및 성장률



출처 : 국가통계국

2) 100대 유통업체

- 상무부와 중국체인경영협회의 조사결과, 2006년 중국 100대 체인 경영형태 유통업체의 전체 매출액은 8,552억 위안으로 전년 대비 20.9% 증가하여 사회소비품 매출액의 13.7% 성장속도를 훨씬 초과하였음.
- 점포수는 69,100개로 전년 대비 57% 증가하였으며, 개별적 유통업체의 비정상적인 발전요소를 제외한 후의 성장률도 26%에 이룸.

- 전체 영업면적은 5,170만 평방미터로 전년 대비 16% 증가하였으며, 종업원 수는 204만 명으로 전년 대비 31% 증가하였음.
- “100대 체인 경영형태 유통업체”에서 國美電器集團은 869.3억 위안의 매출규모와 820개 점포 수로 처음으로 1위를 차지하였으며, 百聯集團有限公司, 蘇寧電器集團, 華潤萬家有限公司, 大連大商集團有限公司는 각각 770.9억 위안, 609.5억 위안, 378.5억 위안, 361.4억 위안의 매출액으로 차례로 2위~5위를 차지하였음.

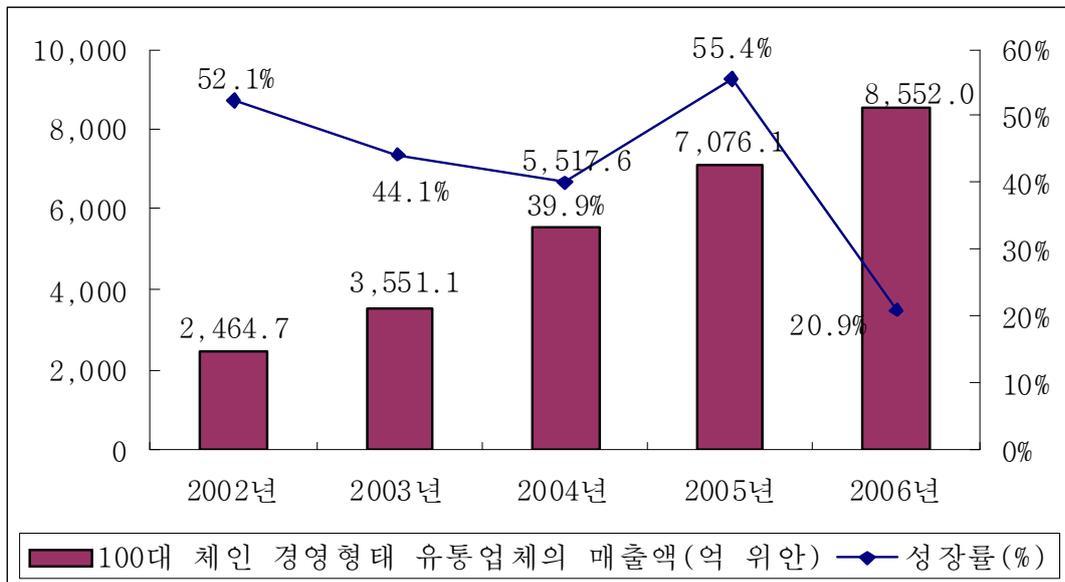
나. 업종 집중도

1) 산업규모

□ 매출액

- 2002년 ~ 2006년, 100대 체인 경영형태 유통업체의 전체 매출액은 연평균 성장률 30% 이상으로 사회소비품 소매액에서 각각 6.0%, 7.8%, 9.3%, 10.5%, 11.2%를 차지하여 5년간 약 2배로 증가하였음.

그림1.2:2002-2006년, 100대 체인 경영형태 유통업체의 매출액 변화



출처 : 상무부, 중국체인경영협회

표1.1 : 2002-2006년, 100대 체인 경영형태 유통업체의 매출액 비중(B/A)

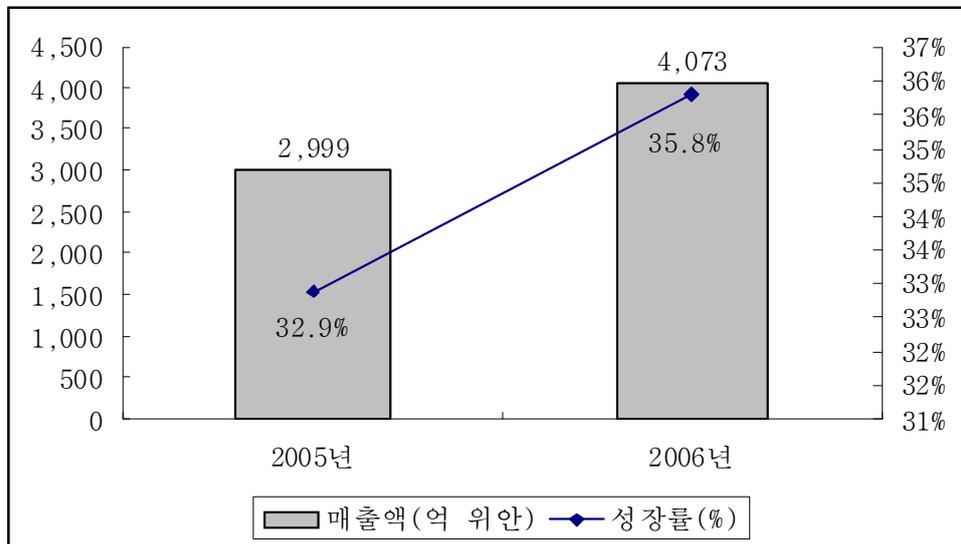
금액 단위 : 억 위안

연도별	사회소비품 소매액(A)	전년 대비 성장률(%)	100대 유통업체 매출액(B)	전년 대비 성장률(%)	B/A(%)
2001	37,595	-	1,620.2	-	4.3%
2002	48,136	11.8%	2,888.2	52.1%	6.0%
2003	52,516	9.1%	4,096.2	44.1%	7.8%
2004	59,501	13.3%	5,533.6	39.9%	9.3%
2005	67,177	12.9%	7,053.6	55.4%	10.5%
2006	76,410	13.7%	8,552.0	20.9%	11.2%

출처 : 국가통계국, 상무부, 중국체인경영협회

- 2006년, 1-10위 체인 경영형태 유통업체의 전체 매출액 성장속도는 점포 성장속도보다 훨씬 높았음. 1-10위 체인 경영형태 유통업체의 전체 매출액은 4,073억 위안으로 100대 체인 경영형태 유통업체의 47.6%를 차지하여 2005년의 2,999억 위안보다 35.8% 증가하였음.
- 2006년, 1-30위 체인 경영형태 유통업체의 전체 매출액은 6,396억 위안으로 100대 체인 경영형태 유통업체의 74.8%를 차지하였음.

그림1.3 : 2005-2006년, 1-10위 체인 경영형태 유통업체의 매출액 변화

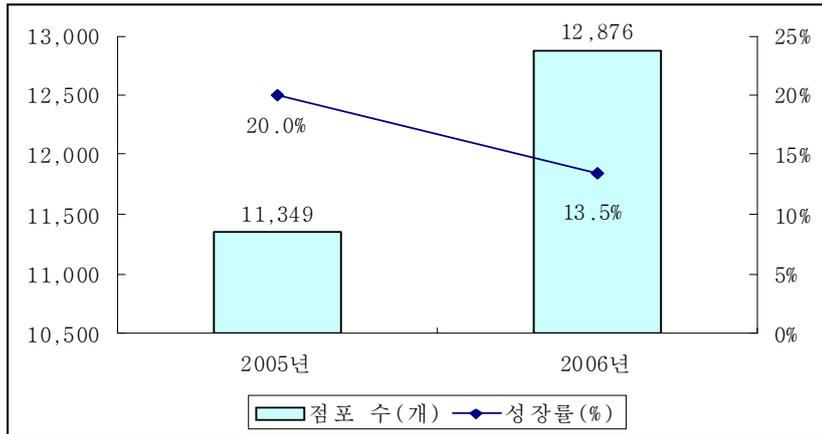


출처 : 상무부, 중국체인경영협회

□ 점포 수

- 2006년, 1-10위 체인 경영형태 유통업체의 점포 수는 12,876개로 100대 체인 경영형태 유통업체의 18.63%를 차지하여 2005년의 11,349개보다 13.5% 증가하였음.
- 1-30위 체인 경영형태 유통업체의 점포 수는 16,665개로 100대 체인 경영형태 유통업체의 24.1%를 차지하였음.

그림1.4 : 2005-2006년, 1-10위 체인 경영형태 유통업체의 점포 수 변화



출처 : 상무부, 중국체인경영협회

표1.2 : 2006년, 1-10위 체인 경영형태 유통업체의 매출액과 점포 수

순위	기업명칭	매출액 (만 위안)	증가 (%)	점포 (개)	증가 (%)
1	國美電器集團	8,693,000	74	820	92
	그 중 : 永樂(中國)電器連鎖有限公司	2,207,840	1	202	5
2	百聯集團有限公司	7,709,457	8	6,280	2
	그 중 : 聯華超市股份有限公司	4,402,705	15	3,913	3
	上海華聯超市股份有限公司	1,500,462	-12	1,955	1
	好美家裝潢建材有限公司	307,511	23	26	-4
3	蘇寧電器集團	6,095,237	53	520	43
4	華潤萬佳有限公司	3,785,344	26	2,250	11
	그 중 : 蘇果超市有限公司	2,228,000	23	1,612	7
5	大連大商集團有限公司	3,613,590	20	182	13

순위	기업명칭	매출액 (만 위안)	증감 (%)	점포 (개)	증감 (%)
6	家樂福(中國)管理諮詢服務有限公司	2,480,000	53	95	53
7	物美控股集團有限公司	2,311,869	22	728	12
	그 중 : 北京美廉美商業有限公司	240,153	27	23	10
8	北京華聯集團投資控股有限公司	2,120,000 *	2	76 *	3
9	農工商超市(集團)有限公司	1,962,600	12	1,857	18
10	上海大潤發有限公司	1,958,720	25	68	15
	합계	40,729,817	35.8	12,876	13.5

출처 : 상무부, 중국체인경영협회

2) 개별 유통업체

- 2006년, 100대 체인 경영형태 유통업체의 평균 매출액은 85.5억 위안, 평균 점포 수는 510개(개별적 유통업체의 비정상적 발전요소를 제외)로 각각 2005년의 70.8억 위안, 383개보다 20.9%, 33.2% 증가하였음. 2006년, 100대 체인 경영형태 유통업체에서 최하위 유통업체 매출액은 11.8억 위안으로 2005년의 최하위 유통업체보다 44% 증가하였으며 2004년보다 145% 증가하였음.

3) 업체상황

- 國美, 蘇寧, 五星, 大中, 宏圖三胞 등 5개 가전제품 체인 경영형태 유통업체는 1-30위에 들었으며 매출액과 점포 수의 성장률은 각각 56%, 54%로 기타 업체의 유통업체를 훨씬 초과하였음.

표1.3 : 2006년, 가전제품 유통업체의 매출액과 점포 수

순위	기업명칭	매출액 (만 위안)	증감 (%)	점포 (개)	증감 (%)
1	國美電器集團	8,693,000	74	820	92
	그 중 : 永樂(中國)電器連鎖有限公司	2,207,840	1	202	5
3	蘇寧電器集團	6,095,237	53	520	43
12	江蘇五星電器有限公司	1,780,131	22	229	19
25	北京市大中電器有限公司	870,000	12	97	2
20	宏圖三胞高科技技術股份有限公司	1,030,000	54	105	50

출처 : 상무부, 중국체인경영협회

다. 경영 현황

- 2006년, 100대 체인 경영형태 유통업체의 전체 매출액은 2005년보다 20.9% 증가하여 성장률은 2005년(42.4%), 2004년(39.9%)보다 각각 21.5%, 19.0% 줄었지만 수익 현황은 보편적으로 개선되었음.

1) 백화점 업체의 이익 향상

- 2006년, 北京王府井百貨(集團)股份有限公司(28위)의 점포 수(16개)는 2005년보다 14%밖에 증가하지 않았지만 매출액(88.3억 위안)은 29% 증가하였으며 그 중에서 상장회사의 일부 순이익은 1.81억 위안으로 2005년보다 570.37% 증가하였음. 百盛商業集團有限公司(37위)의 상장회사 이익 성장률은 78.2%에 이르렀음. 기타 백화점 업체 유통업체의 총이익과 순이익도 모두 증가하였음.

2) 슈퍼마켓 업체의 이익능력 향상

- 2006년, 주요 업체가 슈퍼마켓과 대형 슈퍼마켓(백화점과 편의점을 포함하지 않음)인 유통업체의 점포 수와 매출액은 모두 약 19.0% 증가하였음.
- 전체 재고 회전횟수는 2005년의 평균 11.7회에서 12.2회로 증가하였음. 총이익율은 2005년의 12.6%에서 12.9%로 늘어났음. 자체 브랜드의 상품 매출액은 43.5억 위안으로 2005년보다 52% 증가하였음.
- 편의점 업체의 유통업체 평균 총이익율도 2005년의 16.8%에서 2006년의 17.7%로 증가하였으며 재고 평균 회전횟수도 20회에서 24회로 증가하였음.
- 수익 향상의 주요 원인은 첫째, 새로운 관리기술로 끊임없는 혁신경영을 진행하고 원가통제를 강화하는 등 경영관리 수준이 향상된 것임. 둘째, 소비환경의 개선으로 백화점 형태의 유통업체에 대한 영향이 커진 것임.

라. 지역발전형 유통업체

- 2006년, 100대 체인 경영형태 유통업체에서 지역발전형 유통업체가 58개로 2005년보다 4개 증가하였음. 그 중, 北京, 山東, 江蘇의 지역발전형 유통업체는 각각 7개가 있음.
- 2006년 58개 지역발전형유통업체의 매출액은 2,660억 위안, 점포 수는 23,700개로 각각 2005년보다 21%, 23% 증가하였으며 100대 체인 경영형태 유통업체에서 각각 31%, 34%를 차지하였음.

- 지역경영의 유통업체는 일반적으로 해당 지역에서 비교적 높은 시장 점유율을 차지하고 있음. 예를 들면, 2006년 山東家家悅超市有限公司(34위)의 매출액(62.1억 위안)은 威海市 사회소비품 소매액(331.21억 위안)의 18.7%를 차지 하였으며, 利群集團股份有限公司(21위, 매출액 : 101.4억 위안)와 青島維客集團股份有限公司(64위, 매출액 : 25.2억 위안)의 매출액은 青島市 사회소비품 소매액(1,006.67억 위안)의 12.6%를 차지하였음.

마. 프랜차이즈의 발전

- 2006년도 100대 체인 경영형태 유통업체에서 46개 프랜차이즈업체(2005년에 41개)의 전체 매출액은 1,020억 위안으로 2005년보다 27% 증가하였으며 100대 체인 경영형태 유통업체의 전체 매출액에서 11.9%를 차지하였음.
- 2006년, 100대 체인 경영형태 유통업체의 전체 가맹점은 2005년보다 배로 증가한 4.1만 개로 100대 체인 경영형태 유통업체의 전체 점포 수의 59.4%를 차지하였으며 프랜차이즈업체의 직영점 수를 초과하였음.
- 프랜차이즈를 비교적 많이 경영하는 업태와 업종은 편의점, 농촌 슈퍼마켓, 요식업체 등임.

2. 외자투자 대형유통업체

가. 기본현황

1) 매출액

- 표2.1의 18개 외자업체의 점포 성장률은 20%로 100대 유통업체의 평균 수준에 미치지 못하였지만 매출액 성장률은 27%로 100대 유통업체의 평균 수준을 초과하였음. 그 중, 주로 대형 슈퍼마켓(창고형 도소매점을 포함)을 경영하는 11개 외자업체는 567개 대형 슈퍼마켓을 경영하여 2005년보다 102개 점포가 늘어났음. 점포 평균 매출액은 2.15억 위안으로 2005년보다 5% 증가하였으며 국내 동업태 점포의 매출액을 훨씬 초과하였음.

2) 국가와 지역

- 18개 다국적 유통업체는 10개 국가와 지역의 업체로서 미국 업체가 3개, 대만 업체

가 3개, 프랑스 업체가 2개, 영국 업체가 2개, 일본 업체가 2개, 홍콩 업체가 2개이며 기타 업체는 독일, 스웨덴, 태국, 말레이시아의 업체임.

3) 진출시기

- 중국시장 진출시간을 보면, 1990년 전에 중국시장에 진출한 업체는 1개, 1990-1995년 사이에 진출한 업체는 6개, 1996-2000년 사이에 진출한 업체는 11개임.

4) 중국본부 위치

- 18개 다국적 유통업체의 중국본부는 6개 도시에 분포되어 있다. 현재 다국적 유통업체의 중국본부는 주로 上海, 北京, 廣州, 深圳 등 4개 중심 도시에 분포되어 있음. 4개 도시의 구역과 기능을 보면 북방에서 남방으로 차례로 중국경제가 가장 활발적이며 발달한 環渤海, 長江三角洲와 珠江三角洲에 분포되어 있으며 또한 중국의 정치, 경제, 문화의 중심 도시에 분포되어 있음. 이러한 도시의 튼튼한 경제기초, 양호한 상업환경, 강력한 방사능력과 시범능력은 다국적 유통업체가 중국본부를 설치하는 주요 원인임.

표2.1 : 2006년, 주요 체인 경영형태 외자업체의 기본현황

순위	기업명칭	국가 (지역)	중국 본부	주요 업태	1호점 설립시기	1호점 설치장소	매출액 (만 위안)	증감 (%)	점포 (개)	증감 (%)
4	華潤萬佳 (C.R.V.)	홍콩	深圳	슈퍼마켓. 대형 슈퍼마켓. 편의점	1991	深圳	3,785,344	26	2,250	11
6	家樂福(中國) (Carrefour)	프랑스	廣州	대형 슈퍼마켓	1995	北京	2,480,000	53	95	53
10	上海大潤發 (RT-MART)	대만	上海	대형 슈퍼마켓	1998	上海	1,958,720	25	68	23
13	百勝(中國) (YUM)	미국	北京	대형 백화점	1993	青島	1,690,000	27	2,095	19
14	沃爾瑪(中國) (Wal-mart)	미국	深圳	슈퍼마켓. 대형 슈퍼마켓. 창고형 도소매점	1996	深圳	1,503,181	30	71	27
16	好又多 (Trust-Mart)	대만	廣州	대형 슈퍼마켓	1997	廣州	1,400,000 *	6	101 *	5
17	易初蓮花(中國) (Lotus)	태국	廣州	대형 슈퍼마켓	1997	上海	1,350,000 *	34	75 *	23
23	錦江麥德龍 (Metro)	독일	上海	창고형 도소매점	1996	上海	936,733	24	33	22
24	上海康誠 (TESCO)	영국	上海	대형 슈퍼마켓	1997	上海	930,000	17	47	21

순위	기업명칭	국가 (지역)	중국 본부	주요 업태	1호점 설립시기	1호점 설치장소	매출액 (만 위안)	증감 (%)	점포 (개)	증감 (%)
35	歐尚(中國) (Auchan)	프랑스	上海	대형 슈퍼마켓	1998	上海	620,000	24	16	23
36	百安居(中國) (B&Q)	영국	上海	가구/건축자재 전매점	1999	上海	620,000 *	20	58 *	21
37	百盛 (Parkson)	말레이시아	北京	백화점	1993	靑島	616,800 *	86	40 *	14
45	深圳百佳 (PARKnSHOP)	홍콩	深圳	슈퍼마켓, 대형 슈퍼마켓	1984	深圳	470,794	13	44	22
48	麥當勞(中國) (McDonald's)	미국	上海	서양식 패스트푸드점	1990	深圳	450,000 *	1	700 *	8
57	永旺(中國) (AEON)	일본	深圳	대형 슈퍼마켓	1998	靑島	321,955	23	11	0
68	華堂洋華糖 (Ito yokado)	일본	北京	대형 슈퍼마켓	1998	北京	210,000	18	6	20
79	宜家(中國) (IKEA)	스웨덴	上海	가구/건축자재 전매점	1998	北京	175,000	30	4	33
84	天津德克士 (Dicos)	대만	天津	서양식 패스트푸드점	1994	成都	154,152	13	620	14
합계							19,672,679	27	6,334	15

비고 : *표의 데이터는 예측치임.

출처 : 상무부, 중국체인경영협회

나. 진출과정

- 1992년의 “상업 소매분야의 외자투자에 관한 회보”, 1999년의 “외자투자 상업기업 시범 실시방법”에서부터 2004년 6월 1일부터 효력이 발생한 “외자투자 상업분야 관리방법”, 2004년 12월 11일부터 실시된 진출장벽 취소까지 상업분야에 대한 외자투자는 시범, 부분적 개방에서 전반적 개방의 과정을 거쳤음.
- 현재 세계 50대 소매업체에서 80%가 중국에 진출하였으며 남부에서 북부로, 동부에서 중서부로 점포를 확대하고 있다. 외자투자 소매업체의 중국시장 진출과정을 3단계로 나눌 수 있음.

1) 첫 번째 단계 : 소주주 형태(외자 지분 49% 이하)의 합자방식

- 1992년 7월, 국무원은 “상업 소매분야의 외자투자에 관한 회보”을 발표하여 北京, 上海, 天津, 廣州, 大連, 靑島, 深圳, 廈門, 汕頭, 珠海, 海南 등 5개 경제특구에서 각각 1-2개 중외 합자 또는 합작방식의 소매업체를 허가하였음. 1995년 10월, 국무원

은 北京 또는 上海에서 2개 중외 합자의 체인업체를 비준하였으며 중국측이 51% 이상 주식을 확보하도록 규정하였다. 1992년, 上海八佰伴은 첫 번째 중외 합작 소매업체로 설립되었음.

- 정책 제한과 정책 통제가 비교적 엄격하여 외자투자 소매업체의 중국시장에서의 발전속도는 느렸다. 1997년 8월부터 1998년 6월까지, 몇 개 주관부서는 277개 외자투자 소매업체를 조사하여 그 중에서 42개 업체를 허가하고, 36개 업체를 취소, 나머지 199개 업체는 1998년 말까지 정리하도록 하였음. 정리방식은 주로 심사비준을 재수속하고, 주식구조를 조절하며(독자를 합자로, 외자 대주주를 중국 대주주로 변경), 합자기한을 30년 이내로 단축하는 등의 내용을 포함하였다. 이러한 정책환경에서 대부분 외자투자 소매업체는 관망하고 있었음.

2) 두 번째 단계 : 대주주 형태(외자 지분 50% 이상 가능)로 변경

- 1999년 6월, 국무원은 “외자투자 상업기업 시범 실시방법”을 비준하여 소매업에서의 중외 합자, 합작의 범위를 모든 성 소재도시, 자치구와 계획 배정도시로 확대하였음. 2001년 12월, 중국이 WTO에 가입한 후, 3년 내에 외국업체에 소매와 도매분야를 개방한다고 약속하였음.
- 2004년 6월 1일, 상무부가 발표한 “외자투자 상업분야 관리방법”이 효력을 발생하면서 2005년은 “소매업의 원년”으로 되어 많은 다국적 소매업체가 중국시장 확장전략을 실시하기 시작하였음.

3) 세 번째 단계 : 독자방식

- 2004년 12월 11일 이후, 중국은 외자독자 상업기업을 정식으로 허용하였음. 2005년에 외자투자 유통업체는 점포 수를 확대하는 동시에 일부 외자투자 유통업체는 독자방식 경영계획을 실시하기 시작하였음. 독자방식은 외자투자 유통업체의 다음 단계로의 확대와 합병의 기초를 닦았음.
- 2005년, 상무부에서 비준한 187개 외자투자 소매업체에서 외자독자 소매업체는 63%를 차지한 124개이었음.(2004년 기준의 외자투자 소매업체 : 314개) 업체 구조를 보면, 전문판매점이 57%, 대형 슈퍼마켓이 25%, 백화점이 14%, 편의점이 4%를 차지하였음. 동시에 상무부는 외자 소매기업의 24개 합병 프로젝트를 비준하였음.

다. 진출방식

1) 합자방식

- 1992년 소매분야를 개방한 후부터 WTO 가입 전까지 다국적 소매업체의 유일한 중국시장 진출방식으로 되었음.

2) 관리 위탁방식

- 외국 관리의 도입은 중국정부의 제한을 받지 않기에 일부 중국 소매업체는 관리비용 지불, 주식 양도, 임대 등 방식으로 외국측에 관리를 위탁하며 중국측은 최저 이윤을 확보하였음.(예 : 말레이시아의 百盛/Parkson)

3) 위임방식 도입

- 외자업체는 중국업체에 외자 소매업체의 브랜드 상품을 대리 판매하도록 위임하거나 허가증방식으로 중국에서 프랜차이즈방식으로 경영하게 하였음.(예 : 프랑스 Lafayette 및 일본 Sogo백화점)

4) 제조업 합자업체의 소매점

- 일부 제조업의 합자업체는 국가에서 외자 제조업체가 중국에서 자체 일부 제품의 판매를 허용하는 정책을 이용하여 중국에서 제품 직매 또는 전문판매점 설립방식으로 자체 제품을 판매하였음.(프랑스 Pierre Cardin과 미국 PlayBoy)

5) 합병방식

- 외자업체는 빠르게 점포를 신설하는 동시에 일반적으로 합병방식으로 확장하고 있으며, 그 중, 비교적 대표적 사례로는 BestBuy의 江蘇五星電器 주식구매, The Home Depot의 thehomeworld 합병, TESCO의 LOOGOO 주식 구매, Parkson의 수출 관리형 백화점 합병 등이 있음. 이러한 합병에서는 합병기업의 실력이 강하며 합병 금액도 커서 합병의 전략적 의도가 뚜렷함. 그 외에 기존 중외 합자회사 내에서 외자 투자자가 합작회사의 주식을 인수하여 독자 경영의 속도를 가속화하였음.

6) 독자방식

- 2005년 이후, 중국정부는 외자투자 소매업체의 주식 제한을 취소하여 다국적 소매업체의 중국시장 진출방식은 주로 합병, 독자방식을 채택하였음

라. 지역 분포

1) 점포 신설현황

- 2006년, Carrefour, Wal-Mart, METRO의 신설 점포는 각각 21개, 15개, 6개 점포에 이르렀으며, 주로 대형 슈퍼마켓을 경영하는 11개 외자업체(Carrefour, RT-MART, Wal-Mart, Trust-Mart, Lotus, METRO, LOOGOO-TESCO, PARKnSHOP, Auchan, AEON, ht-store)는 100개 이상 점포를 신설하였음.

2) 점포 분포현황

- 1992년 上海八佰伴이 중국시장에 정식으로 진출한 후, 중국은 세계에서 성장속도가 가장 빠른 소매시장으로 되면서 많은 다국적 유통업체가 중국시장에 진출하였음. 그러나 다국적 유통업체의 점포는 주로 동부 연해지역에 집중되어 있지만 동부지역의 점포 비중은 줄어드는 추세이며 중,서부지역의 점포 비중이 늘어나고 있다. 조사대상업체의 도시별 점포 분포현황은 표2.2와 같음.

표2.2 : 도시별 다국적 유통업체의 점포 분포현황

No.	업체명칭	중국 본부	점포 분포
1	家樂福 (까르푸)	上海	上海(11), 南京(3), 無錫(2), 蘇州(1), 徐州(1), 南通(1), 杭州(1), 寧波(1), 合肥(2), 馬鞍山 哈爾濱(5), 烏魯木齊(3), 西安(1), 昆明(4), 重慶(4), 成都(4)
2	大潤發 (따룬파)	上海	上海(7), 常熟(1), 昆山(1), 蘇州(3), 南通(1), 無錫(1), 揚州(1), 徐州(1), 常州(1), 張家港 馬鞍山(1), 淮南(1),

No.	업체명칭	중국 본부	점포 분포
			淮安(1), 武漢(1), 沈陽(2), 錦州(1), 營口(1), 吉林(2), 哈爾濱(1), 牡丹江(1), 齊齊哈爾(1), 佳木斯
5	沃爾瑪 (월마트)	深圳	金華(1), 嘉興(1), 南京(1), 無錫(1), 上海(1), 濟南(1), 青島(1), 煙臺(1), 濰坊(1), 蕪湖(1), 長沙(2), 岳陽(1), 武漢(2), 南昌(2), 大連(3), 沈陽(2), 長春(4), 哈爾濱
7	易初蓮花		石家莊
8			哈爾濱(1)
6	樂購 (TESCO)		
8	(JUSCO)	深圳	青島(2), 深圳(3), 廣州(2), 東莞(1), 珠海(1), 中山(1), 佛山(1)
9	易買得 (이마트)	上海	天津(2), 上海(5)

- 표2.2 다국적 유통업체의 점포분포를 보면, 화동지역과 화남지역, 화북지역, 동북지역의 점포는 각각 39.2%, 19.5%, 14.5%, 11.3%를 차지하여 3개 지역의 점포는 84.5%를 차지하였음. 화중지역, 서남지역, 서북지역의 점포는 각각 5.7%, 5.4%, 4.4%를 차지하였음.

그림2.1 : 지역별 다국적 유통업체의 점포분포



- 다국적 유통업체가 진출한 행정구역(직할시, 성)을 보면, 上海(68), 廣東(61), 江蘇(52), 浙江(31) 등 경제가 발달한 지역의 점포는 52.2%를 차지하였음. 반면에 海南(4), 新疆(3), 貴州(2), 雲南(1), 廣西(1), 河北(1), 山西(1), 江西(1) 등 경제가 발달하지 않은 지역에 점포는 1-3개밖에 되지 않음.

표2.3 : 다국적 유통업체가 진출한 성(省)급 행정구역

No.	지역	성(省)급 행정구역	점포(개)	비중(%)
1	화동지역	上海(68) 江蘇(52) 浙江(31) 安徽(8)	159	39.2%
2	화남지역	廣東(61) 福建(13) 海南(4)	79	19.5%

No.	지역	성(省)급 행정구역	점포(개)	비중(%)
		廣西(1)		
3	화북지역	山東(26) 北京(15) 天津(16) 河北(1) 山西(1)	59	14.5%
4	동북지역	遼寧(28) 黑龍江(13) 吉林(8)	46	11.3%
5	화중지역	湖北(12) 湖南(5) 河南(5) 江西(1)	23	5.7%
6	서남지역	重慶(10) 四川(9) 貴州(2)	23	5.7%
7	서북지역	新疆(3) 陝西(7) 雲南(9)	19	4.1%
합계			406	

3. 주요바이어의 한국식품 진출현황

<조사방법>

베이징 aT센터 관할주요바이어 및 대리상을 대상으로 대형유통매장 입점 납품실적 등의 자료를 받아 조사

- 화동, 화남 등 그 밖의 지역 바이어와 대리상의 실제 취급규모가 포함되지 않아 화동, 화남 등 기타 지역의 수치는 실제보다 적게 나타남

가. 바이어 매출규모

- 대형 유통매장의 한국식품 매출액은 1997년의 3,000위안에서 2006년의 약 5,000만 위안으로 급증하였음.

1) 유통업체별 매출액 규모

- 2006년 한국식품 매출액이 가장 높은 대형 유통매장은 까르푸와 大潤發로서 1,000만 위안 이상이며, 그 다음으로는 JUSCO, 華潤, 燕莎, 華聯, 家世紀 등임
- 대형 유통업체 점포 평균 매출액을 보면, 북경지역의 燕莎, 新世界, 太平洋百貨, 華聯, 華潤, 천진지역의 易買得, 청도지역의 JUSCO, 威海糖酒店의 점포 평균 매출액은 모두 100만 위안을 초과하였음.
 - 상해, 절강성, 강소성 등 화동지역의 대형백화점 등에 대한 매출 미 집계로 화동지역의 점포 평균 매출이 상대적으로 적음

표4.1 : 2006년 유통업체별 한국식품 매출액

(단위 : 만위엔)

매출액 순위	대형 유통매장	총 매장수	매출액 (만 위안)	점포 (개)	평균 매출액 (만 위안)	주요 지역[도시]
1	까르푸	92	1,367	53	25.8	화동(20), 화북(15), 동북(13) 등
2	大潤發	70	1,256	53	23.7	화동(36), 화북(13), 화남(4)
3	JUSCO
4
5
6	家世紀	87	360	11	32.7	화북(11)[천진]
7	華聯	76	300	2	150.0	화북(2)[북경]
8	易買得	7	237	2	118.5	화북(2)[천진]
9	沃爾瑪	74	228	15	15.2	화북(3), 동북(12)
10	威海糖酒店	*200	208	2	104.0	화북(2)[산둥]
11	樂購	45	205	11	18.6	동북(11)
12	新世界	28	170	1	170.0	화북(1)[북경]
13	丹尼斯	20	162	4	40.5	화중(4)[정주]
14	太平洋百貨	8	160	1	160.0	화북(1)[북경]
15	利群	*746	118.1	4	29.5	화북[위해, 교주, 청도]
16	麥凱樂
17
18

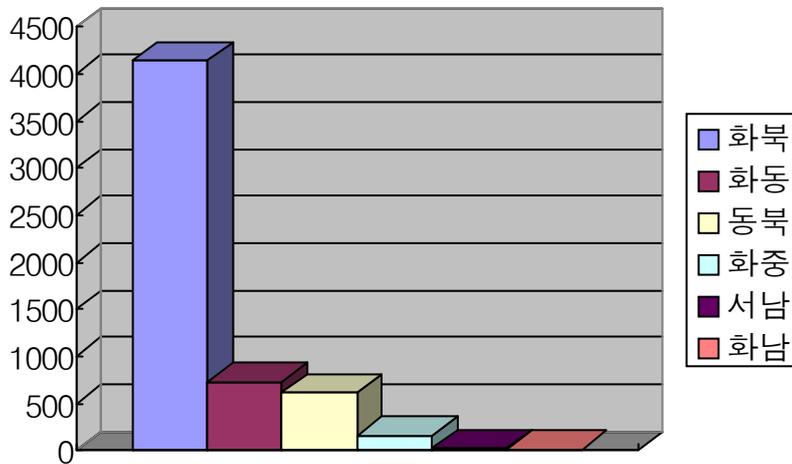
매출액 순위	대형 유통매장	총 매장수	매출액 (만 위안)	점포 (개)	평균 매출액 (만 위안)	주요 지역[도시]
19	百盛	38	28	1	28.0	화북[청도]
20	保定百貨	2	23	2	11.5	화북(2)[보정]
21	昆明百貨	3	21	3	7.0	서남(3)[곤명]
22	新快	1	3.8	1	3.8	화북[청도]
합계		2,189	6,479.7	190	34.6	

주) 총매장수에서 * 표시는 편의점 규모의 매장을 포함한 매장수로 한국식품은 대부분 대형 매장 중심으로 입점되어 있음

2) 지역별

- 2006년 한국식품 매출액이 가장 높은 지역은 화북지역으로 4,138.7만 위안에 이르렀으며, 그 다음으로는 화동지역, 동북지역, 화중지역, 서남지역, 화남지역으로 각각 728.1만 위안, 615.7만 위안, 162만 위안, 21만 위안, 15만 위안에 이르렀음.
- 화동지역의 경우 대형백화점 등의 한국식품 매출과 화동지역 바이어의 대형유통 매장 납품실적 집계 시 화북지역을 능가할 것으로 추정

그림 4.1 : 2006년 지역별 한국식품 매출액
(단위 : 만 위안)



- 지역별 점포 평균 매출액을 보면, 화북지역의 점포 평균 매출액은 66.4만 위안으로 가장 높으며, 그 다음으로 화중지역, 화동지역, 동북지역으로 각각 40.5만 위안, 15.9

만 위안, 15.6만 위안에 이르렀음.

- 화동지역의 경우 대형백화점 등의 한국식품 매출과 화동지역 바이어의 대형유통 매장 납품실적 집계 시 화북, 화중을 능가할 것으로 추정됨

그림4.2 : 2006년 지역별 점포 평균 매출액

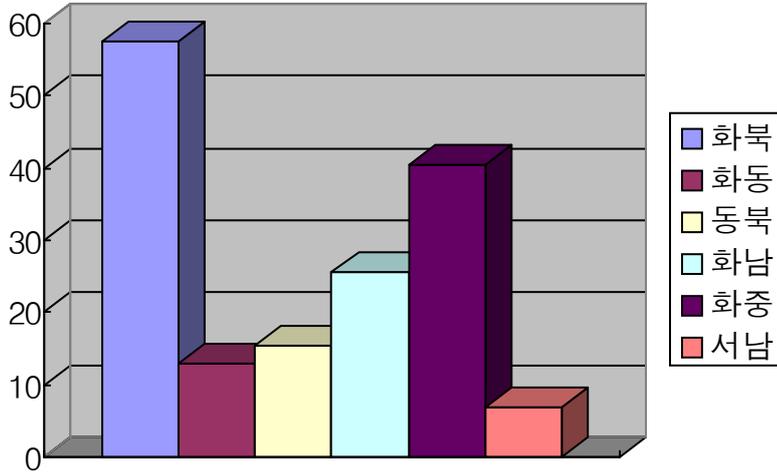


표4.2 : 2006년 지역별 한국식품 매출액

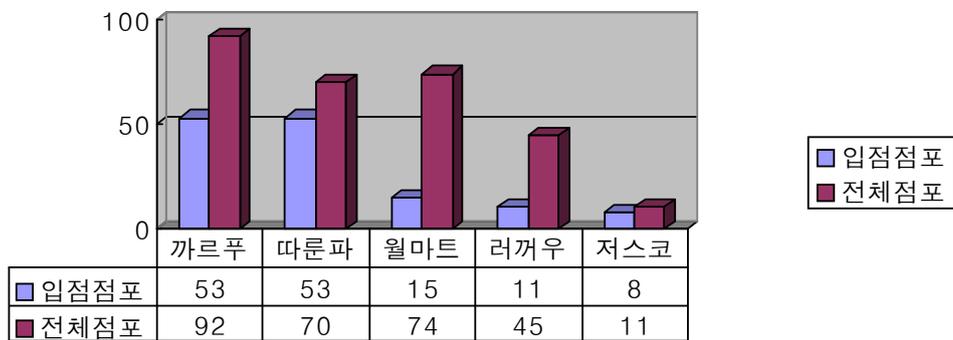
매출액 순위	지역	매출액 (만 위안)	점포 (개)	평균 매출액 (만 위안)	대형 유통매장
1	화북	4,138.7	87	57.5	까르푸, 太平洋百貨, 利群, 國貨, 華堂, 百盛, 保定百貨, 新世界, 威海糖酒店, 華潤, 燕莎, 家世紀, JUSCO, 華聯, 易買得, 麥凱樂, 沃爾瑪, 大潤發, 新快
2	화동	728.1	76	13	大潤發, 까르푸 등
3	동북	615.7	53	15.4	麥凱樂, 樂購, 沃爾瑪, 까르푸 등
4	화남	255	10	25.5	大潤發, JUSCO 등
5	화중	162	4	40.5	丹尼斯
6	서남	21	3	7	昆明百貨

나. 입점점포

1) 업체별

- 한국식품이 가장 많이 입점한 대형 유통업체는 大潤發로서 70% 이상의 점포에 한국 식품이 입점되었으며 까르푸는 약 60% 가량 한국식품이 입점되어있음. 그 외에 沃爾瑪, 樂購, JUSCO, 易買得에 한국식품이 입점한 점포는 각각 15개, 11개, 8개, 2개로 각각 전체 점포의 20.3%, 24.4%, 72.7%, 28.6%를 차지하였음. 그 외에 청도지역의 利群, 國貨, 북경지역의 華潤, 華聯, 燕莎, 천진지역의 家世紀에도 한국식품이 입점되었음.

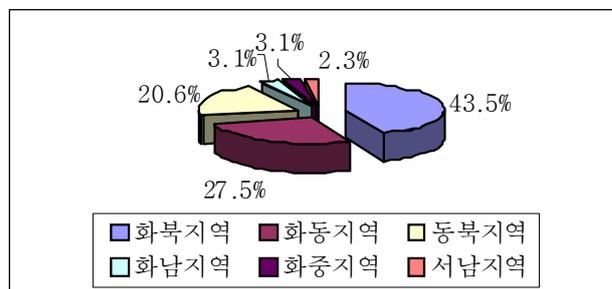
그림 4.3 : 주요 업체별 한국식품 입점현황



2) 지역별

- 한국식품 입점점포가 가장 많은 지역은 북경, 청도, 제남, 연태, 위해, 천진 등 화북 지역으로서 입점점포 비중은 43.5%를 차지하였으며, 그 다음으로 상해, 소주, 남경 등 화동지역과 대련, 심양, 장춘, 하얼빈 등 동북지역의 입점점포 비중은 각각 27.5%, 20.6%를 차지하였음. 이러한 지역은 또한 한국기업이 많이 진출하고 한국인이 많이 거주하고 있는 지역들임.

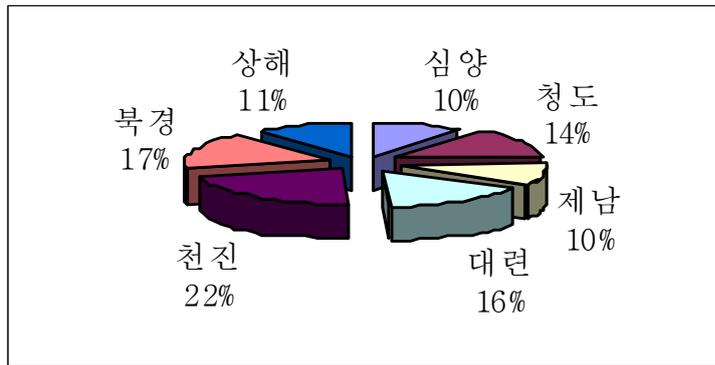
그림 4.4 : 지역별 한국식품 입점현황



3) 도시별

- 도시별로 한국식품 입점현황을 보면 북경, 상해, 대련, 청도, 천진, 심양, 제남 등 한국기업과한국인이 많은 도시에 한국식품 입점점포가 비교적 많으며 그 비중은 약 50%를 차지하며, 그 외에 위해, 연대, 장춘, 하얼빈, 정주, 곤명의 대형 유통매장에도 입점되었음.

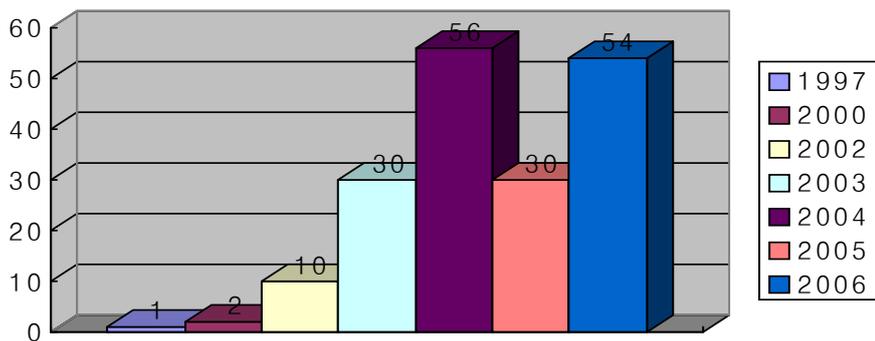
그림4.5 : 도시별 한국식품 입점현황



4) 연도별

- 한국식품은 1997년부터 청도 JUSCO에 입점되기 시작하였으며 2003년까지 산동성의 대형 유통 매장에 입점하였음. “한류”가 중국에서 붐을 일으키기 시작한 2004년부터 제남, 청도, 연대, 위해 등 산동성, 천진, 북경, 동북지역의 대형 유통매장에 본격적으로 입점하였음.

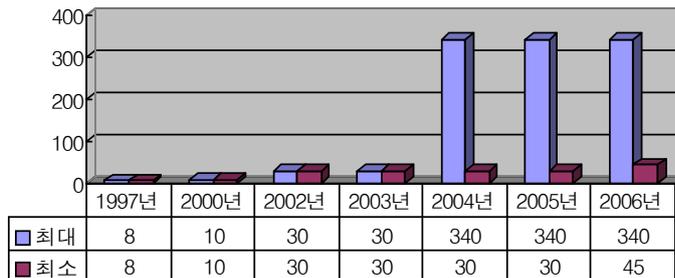
그림4.6 : 연도별 한국식품 입점현황



다. 입점품목

- 대형 유통업체별 한국식품 유통현황에는 큰 차이가 없으며 주로 대형유통매장에 한국식품을 납품하는 대리상의 취급 품목과 유사함. 주요 품목은 유자차, 장류, 음료, 주류, 과자, 조미김, 커피 등임
- 품목 종류는 1997-2003년에 수십 개(8~30)이었지만 2004년부터 수백 가지(30-340)로 증가하였음.

그림 4.7 : 연도별 최대/최소 입점품목 종류



라. 한국식품 발전전망

- 최근 중국경제가 급속 성장하면서 소비수준이 향상되어 중국인은 건강식품, 녹색식품에 눈을 돌리고 있음. 또한 “한류”의 붐이 아직도 중국대륙에서 불고 있어 많은 중국인들이 한국음식과 한국식품에 호감을 갖고 있으며 점점 더 많은 중국인이 한국 음식점을 찾아 다니거나 까르푸, 따분파 등 대형 유통매장에서 한국식품을 구입하고 있음. 고추장, 된장, 신라면 등 전통적 한국식품도 중국인의 식탁에 오르고 있으며, 유자차, 대추차, 생강차, 인삼차, 케이크, 다기능 음료 등도 중국인이 선호하고 있음.
- 현재 30만 명을 초과한 한국인은 간접적으로 한국음식문화를 중국인에게 전파하고 있으며 아울러 한국식품의 홍보효과를 확대하고 있음. 또한 한국식품의 안전성에 대한 중국인들의 신뢰가 높아 한국식품의 소비는 점점 늘어날 것으로 예상됨.
- 한국식품의 중국에서의 유통방식은 크게 바이어나 대리상을 통해 대형 유통매장 등에 유통을 시키거나, 현지 법인을 통한 유통, 교민 등을 대상으로 한 재래시장 유통 등으로 구분되며, 과거 재래시장 유통 중심에서 최근에는 중국 현지인을 대상으로 한 대형유통매장 유통이 확대되고 있으며 베이징 올림픽을 기점으로 한국가공식품에 대한 중국인들의 수요는 크게 확대될 것으로 예상되며 한중 FTA가 체결될 경우 한국가공식품의 가격경쟁력이 크게 향상되어 더 많은 중국인들이 한국식품을 찾을 것으로 예상됨

참고 : 대형유통업체별 현황

가. 家樂福(Carrefour)

1) 사진자료

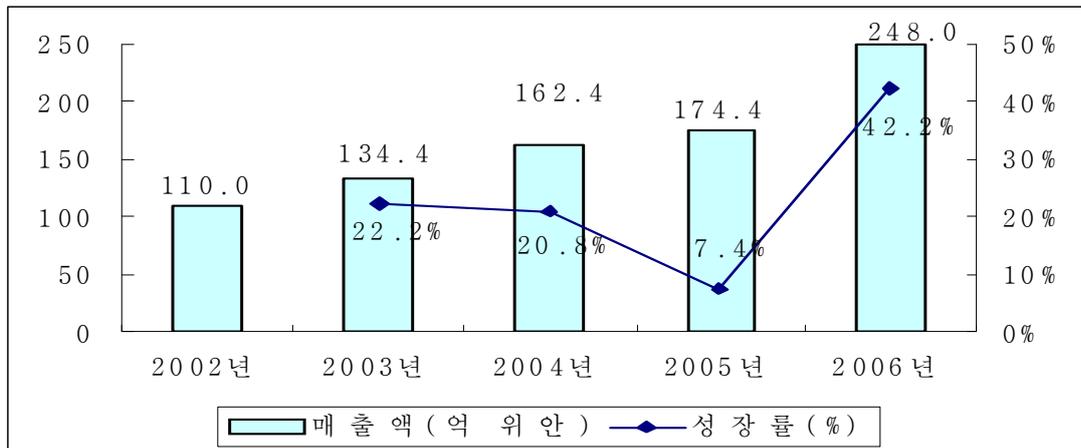


출처 : 소매망(www.lingshou.co)

2) 매출액

2006년, 家樂福의 매출액은 248.0억 위안으로 2005년보다(174.4억 위안) 42.2% 증가하여 100대 체인 경영형태 유통업체에서의 순위는 9위에서 6위로 올랐음.

그림3.1 : 2002-2006년, 家樂福 매출액 변화 및 성장률



출처 : 聯商網(www.linkshop.cn), 家樂福(www.carrefour.com.cn)

3) 점포 신설현황

□ 신규 점포

- 2006년 家樂福는 21개 점포를 신설하여 전체 점포 수는 91개에 이르러 2005년(70개)보다 30.0% 증가하였음. 2007년 1월 8일에 南京市 제3호 점인 長虹路 점포가 개업 되어 현재 점포 수는 92개로 되었음.

표3.1 : 2006년, 家樂福 점포 신설현황 및 설립시간

No.	신설 점포	설립시간
1	東莞世紀店	2006.12.17
2	哈爾濱大直街店	2006.12.22
3	深圳西鄉店	2006.12.22
4	沈陽吉祥店	2006.12.8
5	安徽馬鞍山店	2006.12.1
6	海口南亞店	2006.11.22
7	哈爾濱新陽店	2006.11.1
8	北京通州店	2006.10.28
9	上海新里城店	2006.10.18
10	烏魯木齊蘇州路店	2006.9.12
11	昆明龍泉店	2006.9.9
12	昆明雲紡店	2006.8.22
13	無錫保利店	2006.7.6
14	上海中山公園店	2006.6.6
15	南通王府店	2006.6.2
16	深圳香繽店	2006.5.23
17	重慶沙坪壩店	2006.5.16
18	洛陽新都匯店	2006.5.12
18	廈門明發店	2006.2.25
20	鄭州北環店	2006.2.16
21	上海七寶店	2006.1.20

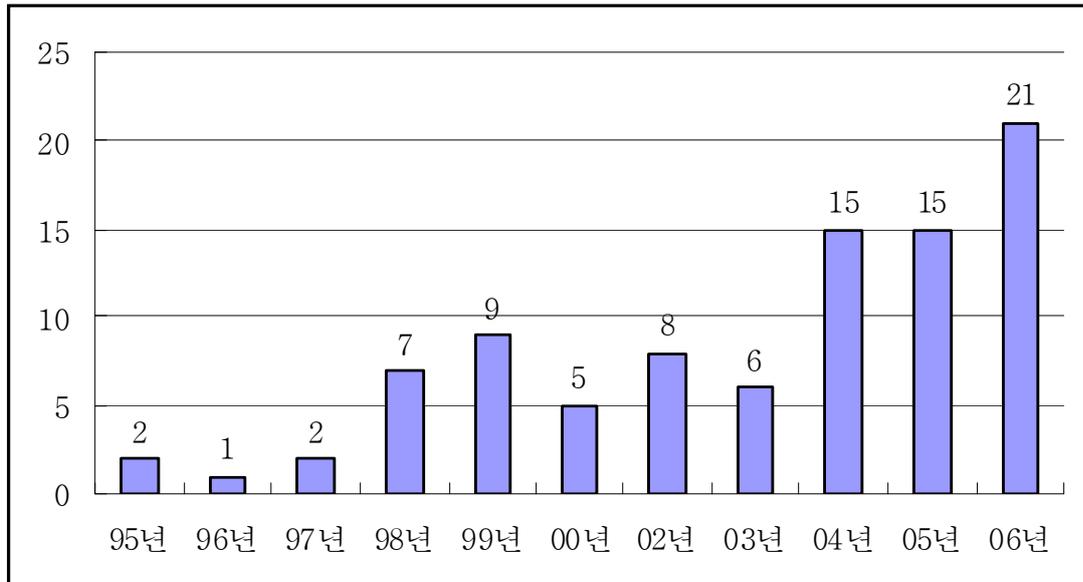
출처 : 聯商網(www.linkshop.cn), 家樂福(www.carrefour.com.cn)

□ 연도별 신설현황

- 家樂福는 1995년에 중국에 점포를 신설하였으며 1998년부터 본격적으로 점포를 신설하였음. 2004-2006년 사이에 51개 점포를 신설하여 전체 점포의 55.4%를 차지하였으며 중국시장 진출속도를 가속화하고 있음.

그림3.2 : 1995-2006년, 연도별 家樂福 점포 신설현황

(단위 : 개)



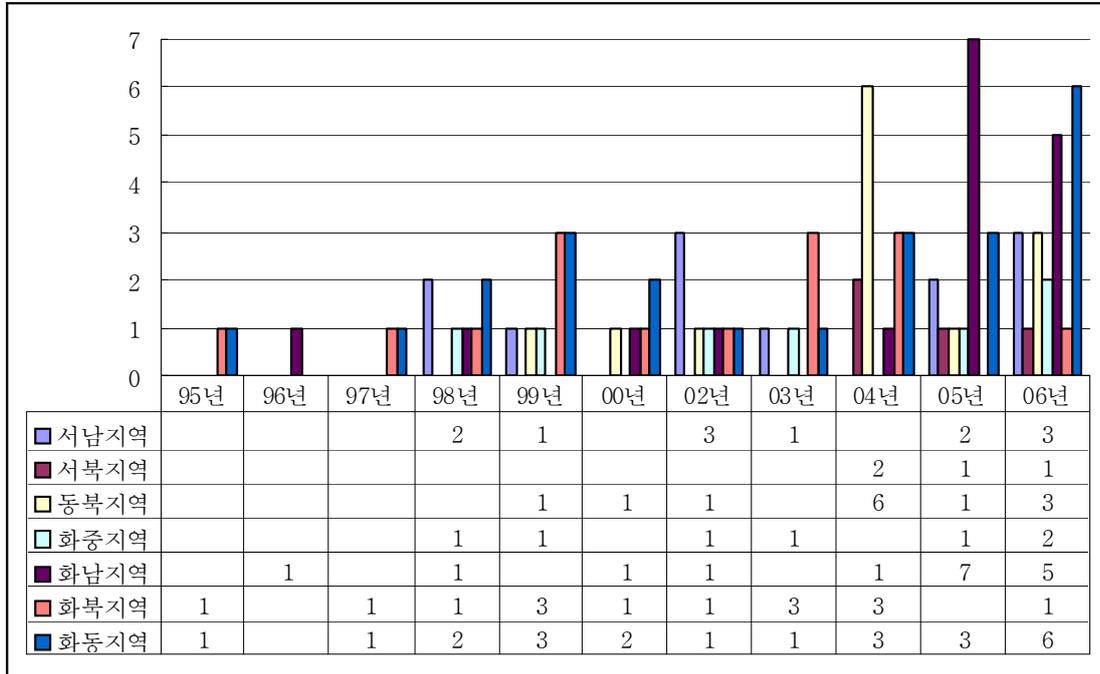
출처 : 聯商網(www.linkshop.cn), 家樂福(www.carrefour.com.cn)

□ 지역별 신설현황

- 家樂福는 1995년에 上海와 北京에 최초로 점포를 1개씩 신설하였으며 화남지역은 1996년에 진출, 서남지역과 화중지역에 1998년에 진출, 동북지역은 1999년에 진출, 서북지역에 2004년에 진출하였음.
- 2004년, 2005년, 2006년에 각각 동북지역, 화남지역, 화동지역에 점포를 6개, 7개, 6개 신설하였음.

그림3.3 : 2006년, 지역별 家樂福 점포 신설현황

(단위 : 개)



출처 : 聯商網(www.linkshop.cn), 家樂福(www.carrefour.com.cn)

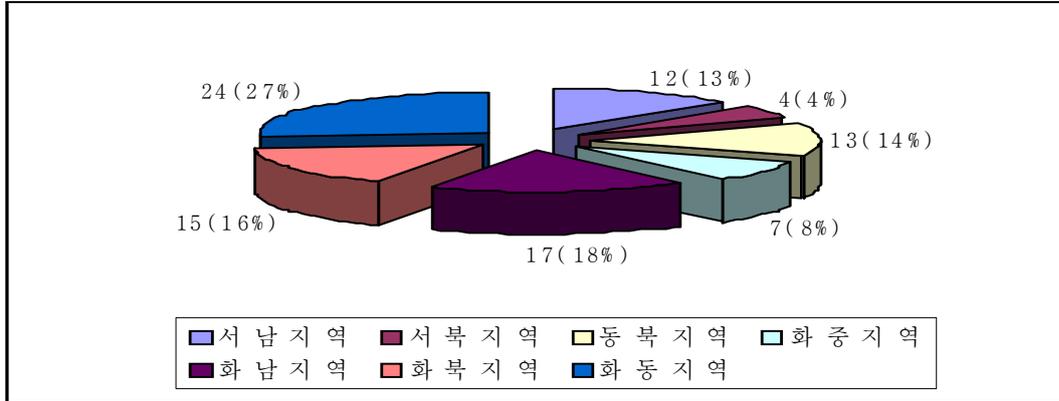
4) 점포 분포현황

□ 지역별 분포현황

- 2007년 1월 8일까지 家樂福의 점포 수는 92개에 이르렀으며 주로 대도시에서 집중되어 있음. 그 중, 화동지역(上海(11), 江蘇(8), 浙江(2), 安徽(3)), 화남지역(廣東(14), 福建(2), 海南(1)), 화북지역(北京(7), 天津(5), 山東(3)), 동북지역(遼(8), 黑龍江(5)), 서남지역(雲南(4), 重慶(4), 四川(4))의 점포 수는 각각 24개, 17개, 15개, 13개, 12개로 전체 점포 수의 27%, 18%, 16%, 14%, 13%를 차지하였음. 반면에 화중지역(湖北(4), 湖南(1), 河南(2))과 서북지역(新疆(3), 陝西(1))의 점포 수는 각각 7개, 4개로 전체 점포 수의 8%, 4%에 불과함.

그림3.4 : 2006년, 지역별 家樂福 점포 분포현황

(단위 : 개/%)



출처 : 聯商網(www.linkshop.cn), 家樂福(www.carrefour.com.cn)

- 도시별 점포 분포현황을 보면, 上海(11), 北京(7), 深圳(6), 哈爾濱(5), 沈陽(5), 廣州(5), 昆明(4), 重慶(4), 成都(4)에 점포가 많으며 점포가 1개씩 있음.

표3.2 : 도시별 家樂福 점포 분포현황(2007년 1월 8일까지)

지역	점포 개설 도시(수량)	점포(개)
화동지역	上海(11) 江蘇(8)(南京-3 無錫-2 蘇州-1, 徐州-1, 南通-1) 浙江(2)(杭州-1 寧波-1) 安徽(3)(合肥-2, 馬鞍山-1)	24
화북지역	北京(7) 天津(5) 山東(3)(青島-2, 濟南-1)	15
화남지역	廣東(14)(廣州-5 深圳-6 珠海-1, 東莞-2) 福建(2)(廈門-1 福州-1) 海南(1)(海口-1)	17
화중지역	湖北(4)(武漢-4) 湖南(1)(長沙-1) 河南(2)(鄭州-1, 洛陽-1)	7
동북지역	遼寧(8)(沈陽-5 大連-3) 黑龍江(5)(哈爾濱-5)	13
서북지역	新疆(3)(烏魯木齊-3) 陝西(1)(西安-1)	4
서남지역	雲南(4)(昆明-4) 重慶(4) 四川(4)(成都-4)	12
합계		92

출처 : 聯商網(www.linkshop.cn), 家樂福(www.carrefour.com.cn)

5) 점포 확장계획

- 家樂福는 2007년에 중국시장에서 20개 점포를 신설할 계획이다. 주요 지역은 교구, 농촌과 2급 도시, 3급 도시임. 家樂福는 중국시장의 관리구조를 北京, 上海, 廣州과 成渝를 중심으로 한 4개 지역으로 조절함.

표3.3 : 2007년, 家樂福 점포 신설계획

지역	신 설 계 획
화동지역	江蘇(蘇州, 吳江), 浙江(紹興), 上海, 安徽(合肥, 蚌埠)
화중지역	湖北(武漢), 湖南(長沙), 河南(焦作, 鄭州), 江西(南昌)
서남지역	重慶, 雲南(呈貢), 四川(成都)
화북지역	山東(煙臺), 北京
서북지역	新疆(庫爾), 甘肅蘭州, 陝西(西安)
동북지역	吉林(長春), 遼鞍山
화남지역	廣東(禪城, 南海, 順德, 佛山, 湛江), 福建(廈門, 泉州)

출처 : 聯商網(www.linkshop.cn), 家樂福(www.carrefour.com.cn)

나. 上海大潤發(RT-MART)

1) 사진자료

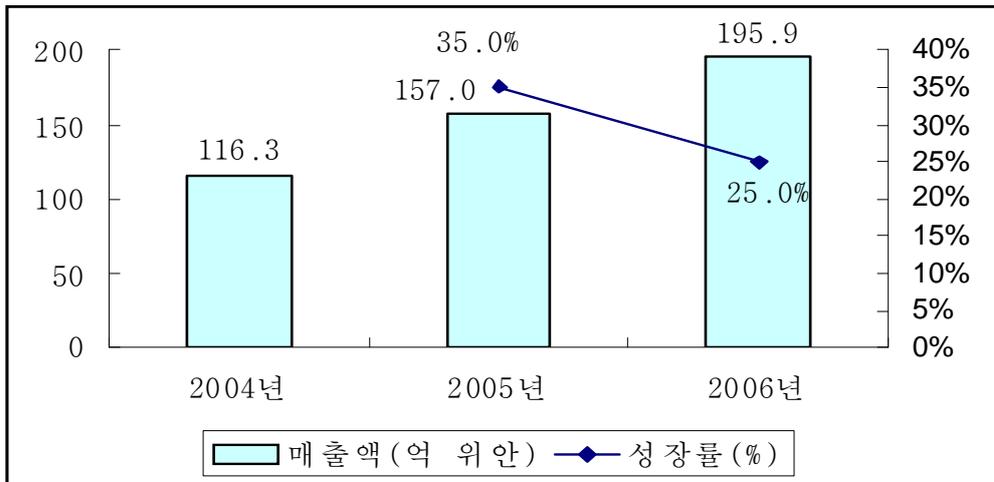


출처 : 소매망(www.lingshou.co)

2) 매출액

- 2006년, 大潤發의 매출액은 196.3억 위안으로 2005년보다(157.0억 위안) 25.0% 증가하여 100대 체인 경영형태 유통업체에서의 순위는 여전히 10위를 차지하였음.

그림 3.5 : 2004-2006년, 大潤發 매출액 변화 및 성장률



출처 : 聯商網(www.linkshop.cn), 大潤發(www.rt-mart.com.tw)

3) 점포 신설현황

□ 신규 점포

- 2006년 大潤發는 8개 점포를 신설하여 전체 점포 수는 70개에 이르러 2005년(61개) 보다 14.8% 증가하였음.

표3.4 : 2006년, 大潤發 점포 신설현황 및 설립시간

No.	신설 점포	설립시간
1	大寧店	2006.7.19
2	淮南店	2006
3	沈河店	2006.1.5
4	小欖店	2006
5	花都店	2006.10.26
6	國貿店	2006.9.27
7	北海店	2006
8	西安店	2006
9	興化店	2006

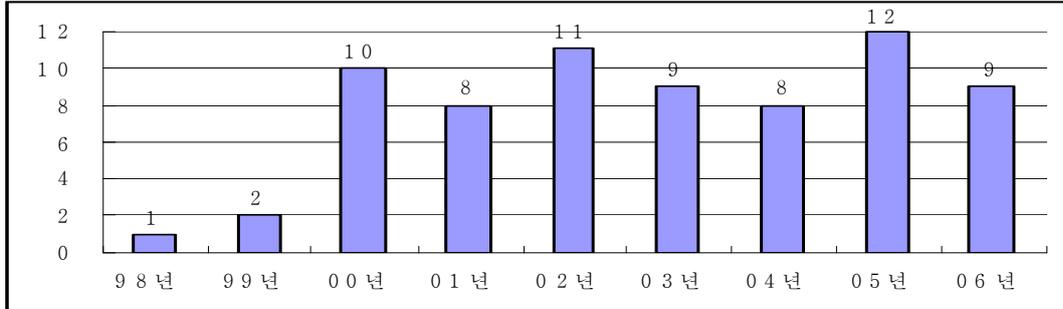
출처 : 聯商網(www.linkshop.cn), 大潤發(www.rt-mart.com.tw)

□ 연도별 신설현황

- 大潤發는 1998년부터 점포를 신설하였으며 2000년부터 해마다 8-12개 점포를 신설 하였면서 중국시장에 본격적으로 진출하였음.

그림3.6 : 2005-2006년, 연도별 大潤發 점포 신설현황

(단위 : 개)



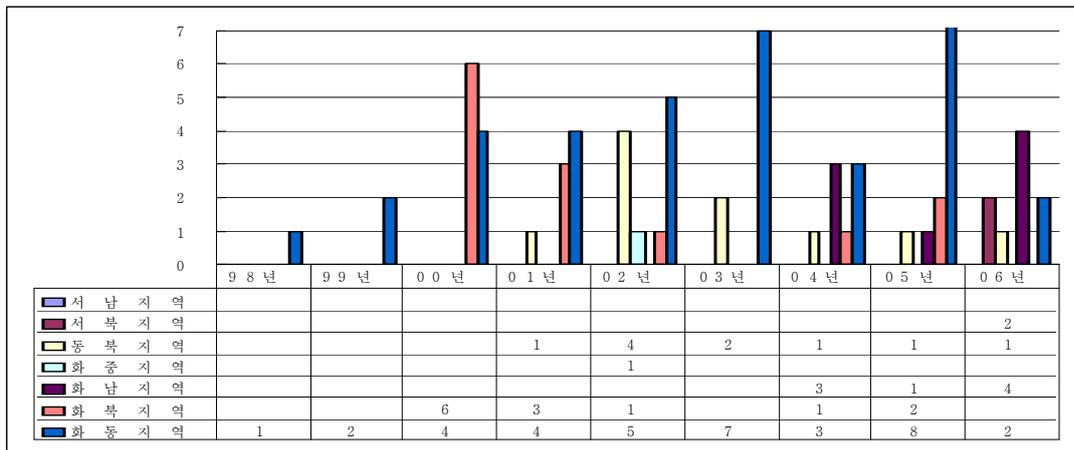
출처 : 聯商網(www.linkshop.cn), 大潤發(www.rt-mart.com.tw)

□ 지역별 신설현황

- 大潤發는 1998년에 화동지역에 최초로 진출하여 해마다 점포를 신설하였으며, 동북 지역은 2001년에 진출하여 해마다 점포를 신설하였음. 반면에 서남지역에는 아직 점포를 신설하지 않으며 서북지역도 2006년부터 점포를 신설하기 시작하였으며, 화남지역도 2004년부터 점포를 신설하기 시작하였음. 화중지역은 2002년에 1개 점포를 신설한 후에 추가로 신설하지 않았음.

그림3.7 : 2006년, 지역별 大潤發 점포 신설현황

(단위 : 개)



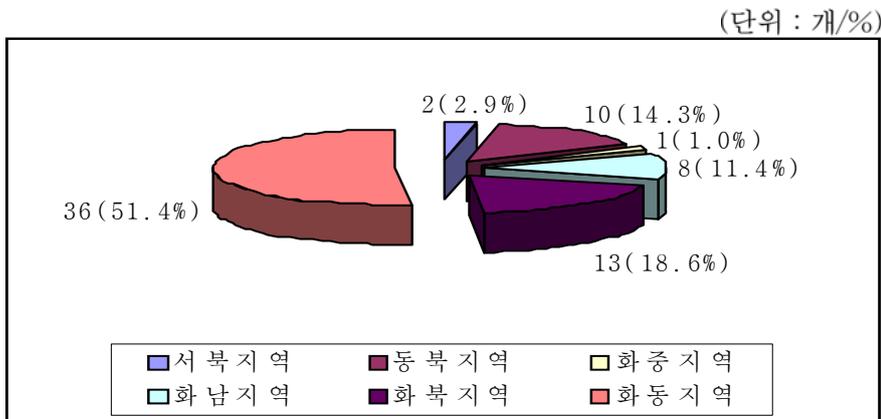
출처 : 聯商網(www.linkshop.cn), 大潤發(www.rt-mart.com.tw)

4) 점포 분포현황

□ 지역별 본포현황

- 2006년, 大潤發의 점포 수는 70개에 이르렀음. 그 중, 화동지역(上海(7), 江蘇(19), 浙江(7), 安徽(3)), 화북지역(山東(11), 天津(1), 河北(1)), 동북지역(遼寧(4), 吉林(2), 黑龍江(4)), 화남지역(廣東(6), 海南(2))의 점포는 각각 36개, 13개, 10개, 8개이지만 서북지역(陝西(2)), 화중지역(湖北(1))의 점포는 각각 2개, 1개에 불과하며 서남지역은 아직 진출하지 않았음.

그림3.8 : 2006년, 지역별 大潤發 점포 분포현황



출처 : 聯商網(www.linkshop.cn), 大潤發(www.rt-mart.com.tw)

- 도시별 점포 분포현황을 보면, 上海(7), 濟南(5), 蘇州(3), 南京(3)에 점포가 많으며 나머지 지역은 점포가 1-2개 있음.

표3.5 : 2006년, 도시별 大潤發 점포 분포현황

지역	점포 개설 도시(수량)	점포(개)
화동지역	上海(7) 江蘇(19)(常熟-1, 昆山-1, 蘇州-3, 南通-1, 無錫-1, 揚州-1, 徐州-1, 常州-1, 張家港-1, 南京-3, 江陰-1, 鎮江-1) 廣東(6) 海南(2) 馬鞍山-1, 淮南-1, 淮安-1	36
화중지역	湖北(1)(武漢-1)	1

지역	점포 개설 도시(수량)	점포(개)
동북지역	遼寧(4)(沈陽-2, 錦州-1, 營口-1) 吉林(2)(吉林-2) 黑龍江(4)(哈爾濱-1, 牡丹江-1, 齊齊哈爾-1, 佳木斯-1)	10
화북지역	山東(11)(濟南-5, 青島-2, 濰博-1, 煙臺-1, 臨沂-1, 威海-1) 天津(1)(天津-1) 河北(1)(保定-1)	13
화남지역	廣東(6)(佛山-1, 中山-2, 東莞-1, 潮州-1, 廣州-1) 海南(2)(海口-1, 北海-1)	8
서북지역	陝西(2)(西安-1, 興化-2)	2
합 계		70

출처 : 聯商網(www.linkshop.cn), 大潤發(www.rt-mart.com.tw)

5) 점포 확장계획

- 大潤發는 2007년에 화남지역에 4개 점포를 신설하여 12개 점포로 늘리며 중국시장에 전체 점포가 100개로 늘릴 계획임.

다. 沃爾瑪(中國)(Wal-mart)

1) 사진자료

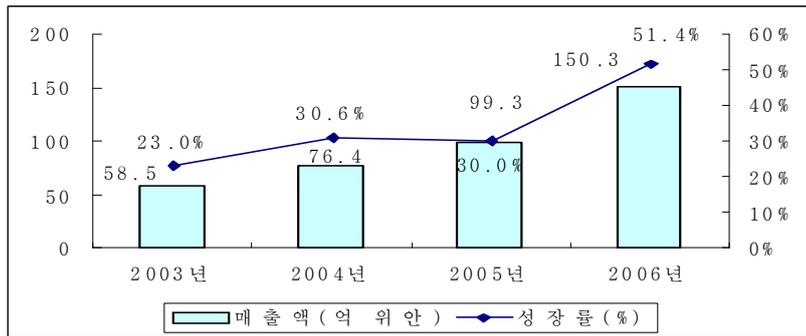


출처 : 소매망(www.lingshou.co)

2) 매출액

- 2006년, 沃爾瑪의 매출액은 150.3억 위안으로 2005년보다(99.3억 위안) 51.4% 증가하여 100대 체인 경영형태 유통업체에서의 순위는 22위에서 14위로 올랐음.

그림3.9 : 2003-2006년, 沃爾瑪 매출액 변화 및 성장률



출처 : 聯商網(www.linkshop.cn), 沃爾瑪(www.wal-martchina.com)

3) 점포 신설현황

□ 신규 점포

- 2006년 沃爾瑪는 15개 점포를 신설하여 전체 점포 수는 74개에 이르러 2005년(59개)보다 25.4% 증가하였음.

표3.6 : 2006년, 沃爾瑪 점포 신설현황 및 설립시간

No.	신설 점포	설립시간
1	北京建國路店	2006.12.28
2	重慶龍湖店	2006.12.21
3	泉州江濱北路店	2006.12.15
4	重慶南坪店	2006.11.16
5	成都SM店	2006.10.31
6	無錫紅路路店	2006. 9.28
7	成都交大路店	2006. 9.28
8	解放西路店	2006. 9.14
9	深圳香蜜湖店	2006. 8.31
10	漳州丹路店	2006. 8.29
11	嘉興洪興路店	2006. 8.17
12	金華時代廣場店	2006. 6.22
13	煙臺海港路店	2006. 6.15
14	東莞長安廣場店	2006. 6.13
15	福州鼓山店	2006. 4.20

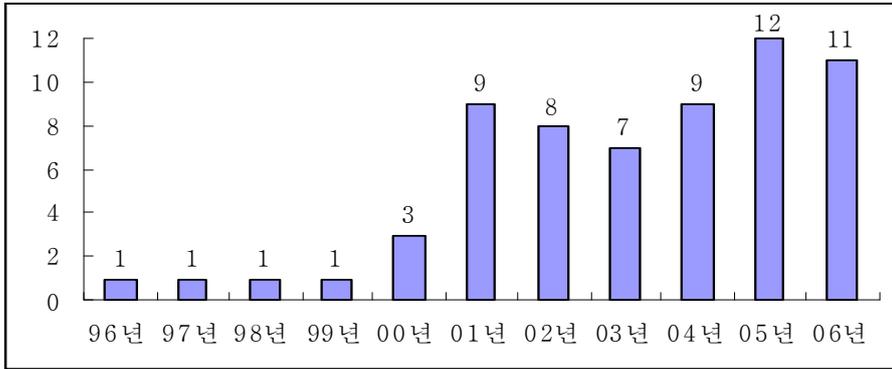
출처 : 聯商網(www.linkshop.cn), 沃爾瑪(www.wal-martchina.com)

□ 연도별 신설현황

- 沃爾瑪는 1995년부터 점포를 신설하였으며 2001년부터 해마다 7-12개 점포를 신설하였음.

그림3.10 : 1996-2006년, 연도별 沃爾瑪 점포 신설현황

(단위: 개)



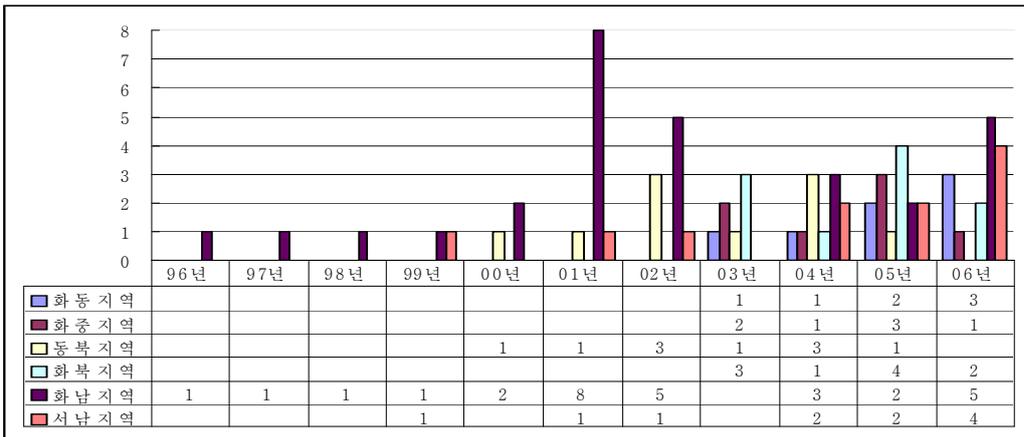
출처: 聯商網(www.linkshop.cn), 沃爾瑪(www.wal-martchina.com)

□ 지역별 신설현황

- 沃爾瑪는 1996년에 화남지역에 최초로 진출하여 1999년까지 해마다 1개 점포를 신설하였다. 1999년에 서남지역, 2000년에 동북지역, 2003년에 화동지역, 화중지역, 화북지역에 최초로 진출하여 꾸준히 점포를 신설하였다. 화남지역은 2001년부터 본격적으로 점포를 신설하였음.

그림3.11 : 1996-2006년, 지역별 沃爾瑪 점포 신설현황

(단위: 개)



출처: 聯商網(www.linkshop.cn), 沃爾瑪(www.wal-martchina.com)

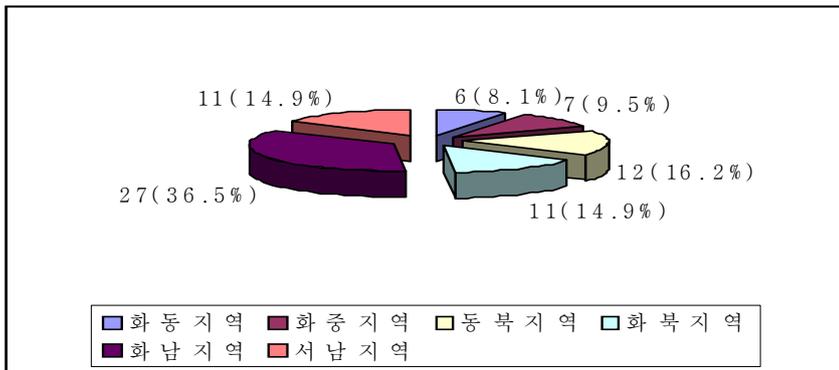
4) 점포 분포현황

□ 지역별 분포현황

- 2006년, 沃爾瑪의 점포 수는 74개에 이르렀음. 그 중, 화남지역(廣東(17), 福建(9), 廣西(1)), 동북지역(遼5, 吉林(4), 黑龍江(3)), 서남지역(雲南(4), 貴州(2), 重慶(3), 四川(2)), 화북지역(山西(1), 北京(4), 天津(2), 山東(4))의 점포는 각각 27개, 12개, 11개, 11개로 각각 전체 점포의 36.5%, 16.2%, 14.9%, 14.9%를 차지하였음.

그림3.12 : 2006년, 지역별 沃爾瑪 점포 분포현황

(단위 : 개/%)



출처 : 聯商網(www.linkshop.cn), 沃爾瑪(www.wal-martchina.com)

- 도시별 점포 분포현황을 보면, 深圳(14), 福州(4), 北京(4), 長春(4)에 점포가 많다.

표3.7 : 도시별 沃爾瑪 점포 분포현황

지역	점포 개설 도시(수량)	점포(개)
화동지역	浙江(2)(金華-1, 嘉興-1) 江蘇(2)(南京-1, 無錫-1) 上海(1) 安徽(1)(蕪湖-1)	6
화중지역	湖南(3)(長沙-2, 岳陽-1) 湖北(2)(武漢-2) 江西(2)(南昌-2)	7
동북지역	遼寧(5)(大連-3, 沈陽-2) 吉林(4)(長春-4) 黑龍江(3)(哈爾濱-3)	12
화북지역	山西(1)(太原-1) 北京(4) 天津(2) 山東(4)(濟南-1, 青島-1, 煙臺-1, 濰坊1)	11

화남지역		
서남지역	雲南(4)(昆明-3, 玉溪-1) 貴州(2)(貴陽-2) 重慶(3) 四川(2)(成都-2)	11
합 계		74

출처 : 聯商網(www.linkshop.cn), 沃爾瑪(www.wal-martchina.com)

5) 점포 확장계획

- 沃爾瑪는 2007년에 2급 도시, 3급 도시를 중심으로 점포를 신설할 계획을 갖고 있으며, 서북지역에 진출할 계획은 없음.

표3.8 : 2007년 沃爾瑪 점포 신설계획

지 역	신설계획
화동지역	江蘇(蘇州, 太倉, 張家港), 浙江(杭州, 金華, 嘉興, 寧波, 衢州), 上海, 安徽(合肥, 蚌埠, 淮北)
화북지역	
화중지역	湖北(荊州, 襄樊), 湖南(益陽), 河南(洛陽, 鄭州, 新鄉, 安陽), 江西(南昌)
화남지역	廣東(深圳, 惠州, 佛山, 茂名), 福建(廈門), 海南(海口)
동북지역	吉林(延吉), 遼遼(鞍山)
서남지역	雲南(昆明), 四川(成都, 德陽, 達州, 綿陽), 貴州(遵義), 重慶

출처 : 聯商網(www.linkshop.cn), 沃爾瑪(www.wal-martchina.com)

라. 易初蓮花(ourlotus)

1) 사진자료

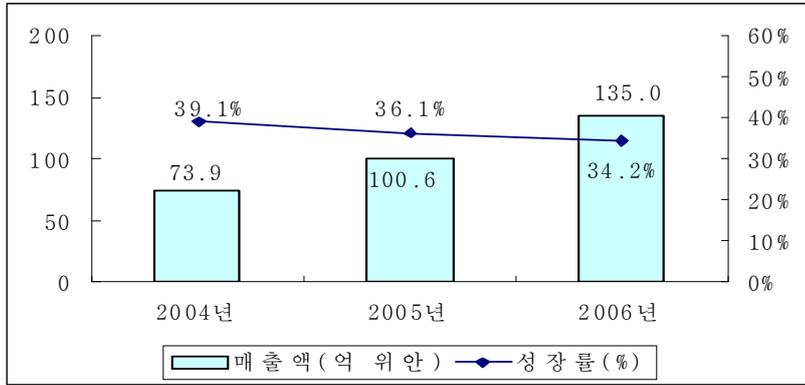


출처 : 소매망(www.lingshou.co)

2) 매출액

- 2006년, 易初蓮花의 매출액은 135.0억 위안으로 2005년보다(100.6억 위안) 34.2% 증가하여 100대 체인 경영형태 유통업체에서의 순위는 20위에서 17위로 올랐다.

그림3.13 : 2004-2006년, 易初蓮花 매출액 변화 및 성장률



출처 : 聯商網(www.linkshop.cn), 易初蓮花(www.ourlotus.com)

3) 점포 신설현황

□ 신규 점포

- 2006년 易初蓮花는 8개 점포를 신설하여 전체 점포 수는 75개에 이르러 2005년(67개)보다 11.9% 증가하였음.

표3.9 : 2006년, 易初蓮花 점포 신설현황 및 설립시간

No.	신설 점포	설립시간
1	浦江店	2006.1.22
2	上江店	2006.1.19
3	北苑店	2006.6.29
4	遼陽西路店	2006.8.11
5	潮州店	2006.5.28
6	東環店	2006.1.19
7	星沙店	2006.6.18
8	西安長安店	2006.8.24

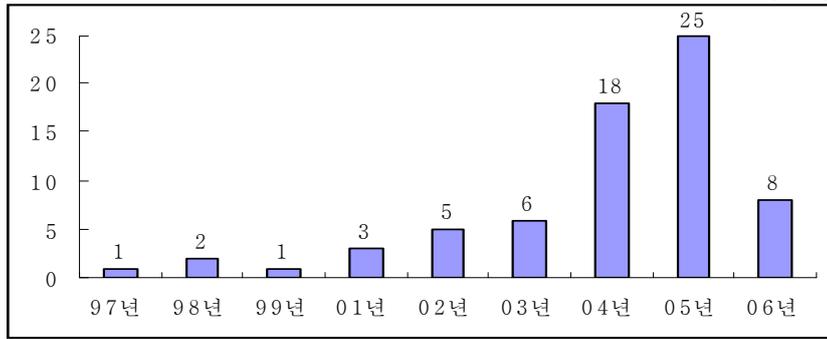
출처 : 聯商網(www.linkshop.cn), 易初蓮花(www.ourlotus.com)

□ 연도별 신설현황

- 易初蓮花는 1997년부터 점포를 신설하였으며 2004년부터 본격적으로 점포를 신설하였다. 2005년에만 25개 점포를 신설하여 전체 점포의 1/3을 차지하였음.

그림3.14 : 1997-2006년, 연도별 易初蓮花 점포 신설현황

(단위 : 개)



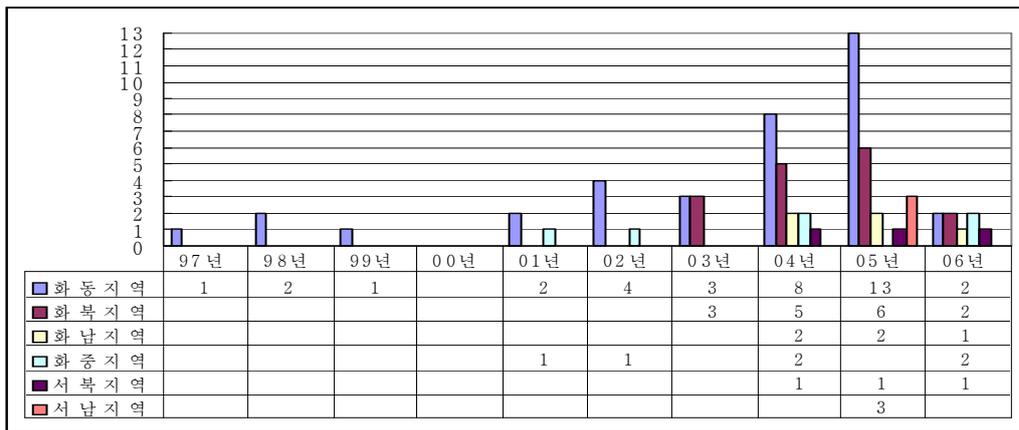
출처 : 聯商網(www.linkshop.cn), 易初蓮花(www.ourlotus.com)

□ 지역별 신설현황

- 易初蓮花는 1997년에 화동지역에 최초로 진출하여 2000년을 제외하고 해마다 점포를 신설하였으며 2005년에 13개 점포를 신설하였음. 화중지역, 화북지역, 화남지역, 서북지역, 서남지역은 각각 2001년, 2003년, 2004년, 2005년에 진출하기 시작하였음.

그림3.15 : 1996-2006년, 지역별 易初蓮花 점포 신설현황

(단위 : 개)



출처 : 聯商網(www.linkshop.cn), 易初蓮花(www.ourlotus.com)

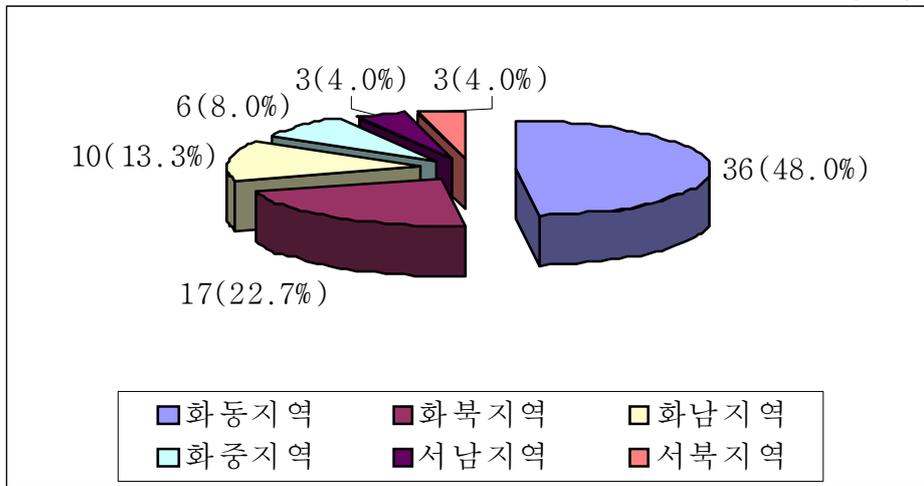
4) 점포 분포현황

□ 지역별 본포현황

- 2006년, 易初蓮花의 점포 수는 75개에 이르렀으며, 그 중, 화동지역(安徽(1), 上海(20), 江蘇(10), 浙江(5)), 화북지역(北京(8), 天津(4), 河北(1), 山東(5)), 화남지역(廣東(10))의 점포는 각각 36개, 17개, 10개로 각각 전체 점포의 48.0%, 22.7%, 13.3%를 차지하였다. 서북지역, 서남지역의 점포는 모두 3개씩 임

그림3.16 : 2006년, 지역별 易初蓮花 점포 분포현황

(단위 : 개/%)



출처 : 聯商網(www.linkshop.cn), 易初蓮花(www.ourlotus.com)

- 도시별 점포 분포현황을 보면, 上海(20), 北京(8), 天津(4), 佛山(4)에 점포가 많은 외에 기타 지역은 1~3개 점포가 있음.

표3.10 : 도시별 易初蓮花 점포 분포현황

지역	점포 개설 도시(수량)	점포(개)
화동지역	安徽(1), 上海(20), 江蘇(10), 浙江(5)	36
화북지역	北京(8) 天津(4) 河北(1)(石家庄-1) 山東(5)(泰安-1, 濟南-3, 青島-1)	17
화남지역	廣東(10)(廣州-2, 佛山-4, 汕頭-2, 江門-1, 潮州店-1)	10

화중지역	河南(2)(鄭州-2) 湖北(3)(武漢-3) 湖南(1)(長沙-1)	6
서북지역	陝西(3)(西安-3)	3
서남지역	四川(1)(成都-1) 重慶(2)	3
합 계		75

출처 : 聯商網(www.linkshop.cn), 易初蓮花(www.ourlotus.com)

5) 점포 확장계획

- 易初蓮花는 2007년에 140만 달러~340만 달러로 2~5개 대형 매장을 신설할 계획임.

마. 錦江麥德龍(Metro)

1) 사진자료

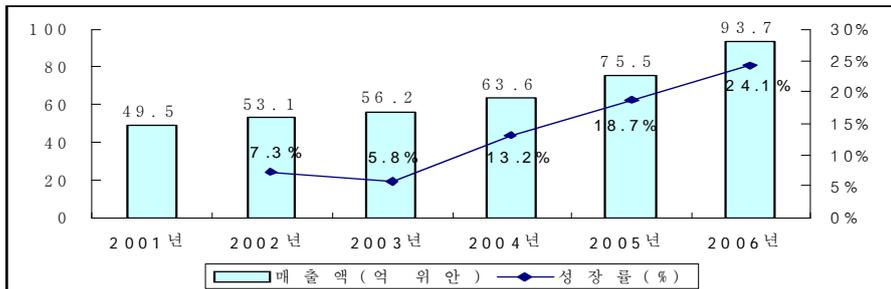


출처 : 소매망(www.lingshou.co)

2) 매출액

- 2006년, 麥德龍의 매출액은 93.7억 위안으로 2005년보다(75.5억 위안) 24.1% 증가하여 100대 체인 경영형태 유통업체에서의 순위는 28위에서 23위로 올랐음.

그림3.17 : 2001-2006년, 麥德龍 매출액 변화 및 성장률



출처 : 聯商網(www.linkshop.cn), 麥德龍(www.metro.com.cn)

3) 점포 신설현황

□ 신규 점포

- 2006년 麥德龍은 6개 점포를 신설하여 전체 점포 수는 33개에 이르러 2005년(27개)보다 22.2% 증가하였음.

표3.11 : 2006년, 麥德龍 점포 신설현황 및 설립시간

No.	신설 점포	설립시간
1	江陰店	2006.6.23
2	蘇州店	2006.1.6
3	嘉興店	2006.10.27
4	萬泉河店	2006.7.28
5	十里河店	2006.11.1
6	天河店	2006.1.12

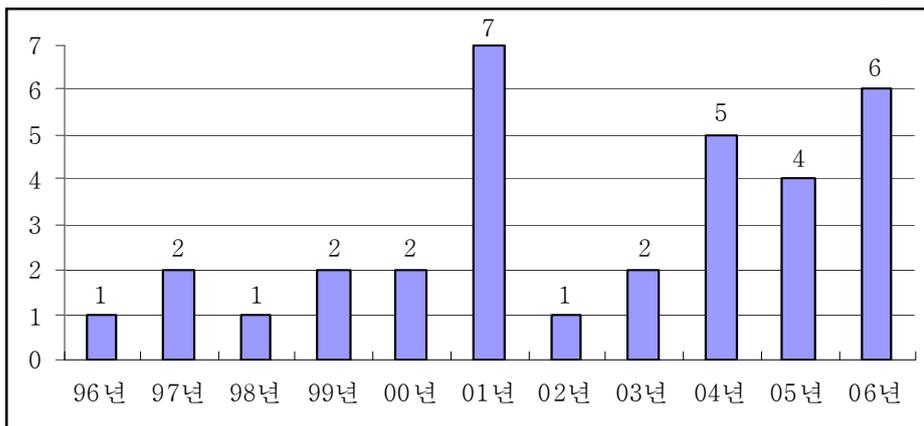
출처 : 聯商網(www.linkshop.cn), 麥德龍(www.metro.com.cn)

□ 연도별 신설현황

- 麥德龍은 1996년부터 점포를 신설하였으며 2001년에 7개 점포를 신설하였음. 2004년~2006년 사이에 신설한 점포는 15개로 전체 점포의 거의 절반을 차지하였음.

그림3.18 : 1996-2006년, 연도별 麥德龍 점포 신설현황

(단위 : 개)



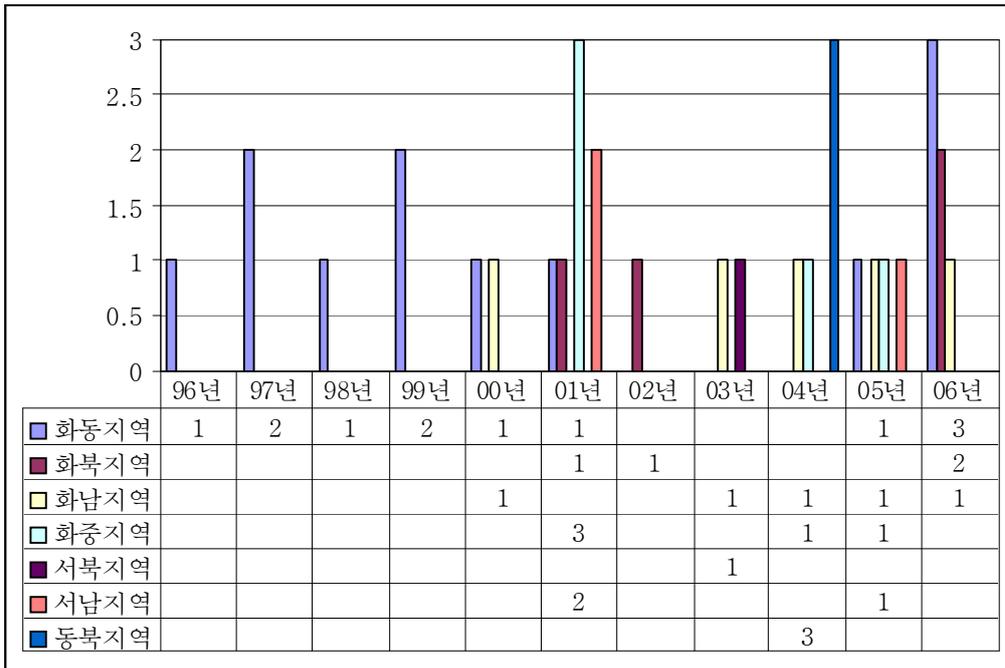
출처 : 聯商網(www.linkshop.cn), 麥德龍(www.metro.com.cn)

□ 지역별 신설현황

- 麥德龍은 1996년에 화동지역에 최초로 진출하여 2001년까지 화동지역에 해마다 1-2개 점포를 신설하다가 2003년과 2004년에 점포를 신설하지 않고 2005년부터 다시 점포를 신설하였음. 화남지역, 화북지역과 서남지역, 서북지역, 동북지역은 각각 2000년, 2001년, 2003년, 2004년에 진출하기 시작하였음.

그림3.19 : 1996-2006년, 지역별 麥德龍 점포 신설현황

(단위 : 개)



출처 : 聯商網(www.linkshop.cn), 麥德龍(www.metro.com.cn)

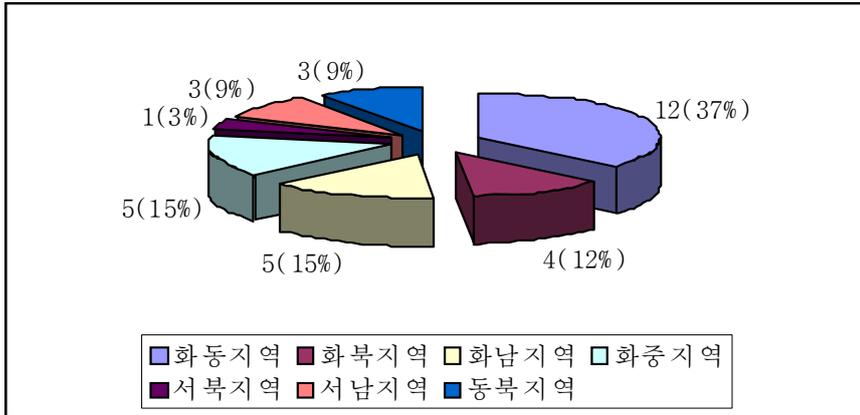
4) 점포 분포현황

□ 지역별 본포현황

- 2006년, 麥德龍의 점포 수는 33개에 이르렀다. 그 중, 화동지역(上海(4), 江蘇(5), 浙江(3))의 점포는 12개로 전체 점포의 36.4%를 차지하였다. 서부지역에는 점포가 1개 있으며 기타 지역에는 3-5개 점포가 있음.

그림3.20 : 2006년, 지역별 麥德龍 점포 분포현황

(단위 : 개/%)



출처 : 聯商網(www.linkshop.cn), 麥德龍(www.metro.com.cn)

- 도시별 점포 분포현황을 보면, 上海(4), 無錫(2), 北京(2), 武漢(2) 외의 기타 도시는 점포가 1개씩 있어 점포는 비교적 분산되게 분포되었음.

표3.12 : 도시별 麥德龍 점포 분포현황

지역	점포 개설 도시(수량)	점포(개)
华东지역	上海(4) 江蘇(5)(無錫-2, 南京-1, 南通-1, 蘇州-1) 浙江(3)(杭州-1, 寧波-1, 嘉興-1)	12
华北지역	北京(2) 天津(1) 山東(1)(青島-1)	4
华南지역	廣東(3)(東莞-1, 深圳-1, 廣州-1) 福建(2)(福州-1, 廈門-1)	5
华中 지역	湖南(1)(長沙-1) 河南(1)(鄭州-1) 湖北(2)(武漢-2) 江西(1)(南昌-1)	5
西北지역	陝西(1)(西安-1)	1
西南지역	重慶(1) 四川(1)(成都-1) 雲南(1)(昆明-1)	3
东北지역	辽寧(2)(大連-1, 沈陽-1) 黑龍江(1)(哈爾濱-1)	3
합 계		33

출처 : 聯商網(www.linkshop.cn), 麥德龍(www.metro.com.cn)

5) 점포 확장계획

- 麥德龍은 향후 3년 내에 해마다 6-10개 점포를 신설할 계획이며 서부지역에 중점을 두고 2010년에 점포를 배로 늘릴 계획이며, 2008년까지 北京에 점포를 4개로 늘릴 계획임.

바. 樂購TESCO

1) 사진자료

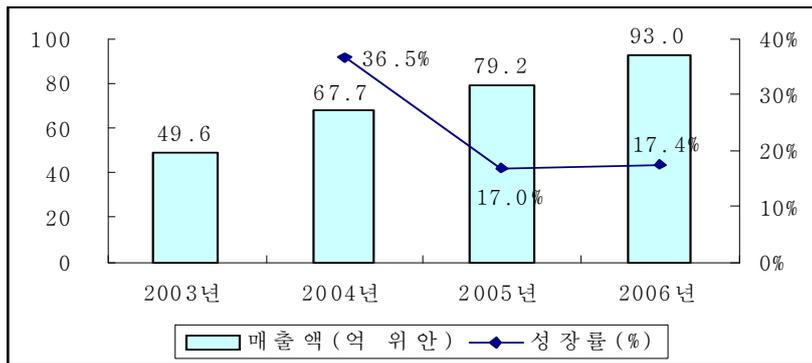


출처 : 소매망(www.lingshou.co)

2) 매출액

- 2006년, 樂購TESCO의 매출액은 93.0억 위안으로 2005년보다(79.2위안) 17.4% 증가하여 100대 체인 경영형태 유통업체에서의 순위는 28위에서 24위로 올랐음.

그림3.21 : 2003-2006년, 樂購TESCO 매출액 변화 및 성장률



출처 : 聯商網(www.linkshop.cn), 樂購TESCO(www.hy-mall.com)

3) 점포 신설현황

□ 신규 점포

- 2006년 樂購TESCO은 6개 점포를 신설하여 전체 점포 수는 45개에 이르러 2005년 (39개)보다 15.4% 증가하였음.

표3.13 : 2006년, 樂購TESCO 점포 신설현황 및 설립시간

No.	신설 점포	설립시간
1	上海大華店	2006-4-19
2	上海奉賢金葉店	2006-11-10
3	浙江紹興店	2006-9-29
4	浙江金華店	2006-
5	宜興現代城店	2006-12-20
6	東莞虎門店	2006-5-1

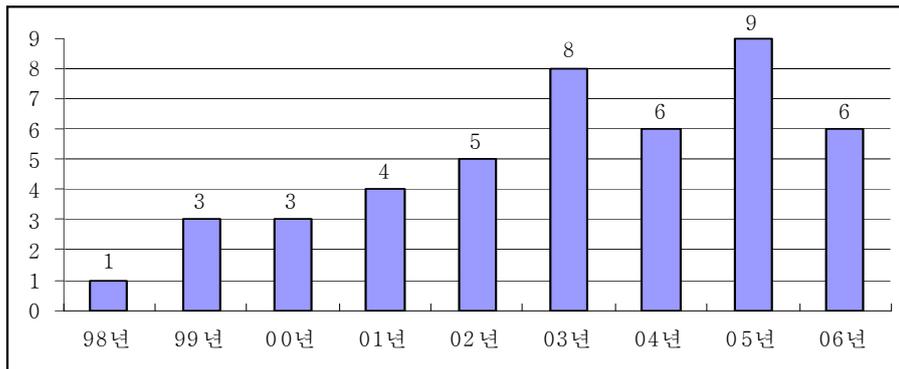
출처 : 聯商網(www.linkshop.cn), 樂購TESCO(www.hy-mall.com)

□ 연도별 신설현황

- 樂購TESCO은 1998년부터 점포를 신설하였으며 2003년~2006년 사이에 28개 점포를 신설하여 전체 점포의 62.2%를 차지하였음.

그림3.22 : 1998-2006년, 연도별 樂購TESCO 점포 신설현황

(단위 : 개)

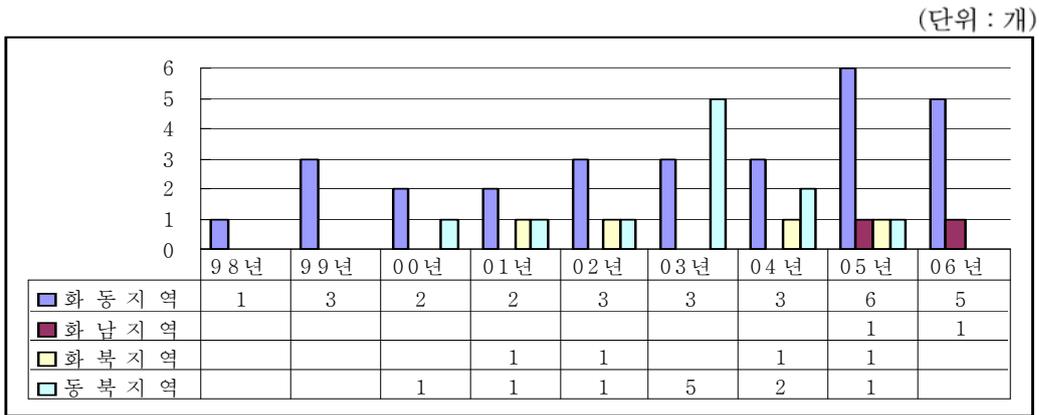


출처 : 聯商網(www.linkshop.cn), 樂購TESCO(www.hy-mall.com)

□ 지역별 신설현황

- 樂購TESCO는 1998년에 화동지역에 최초로 진출하여 1999-2004년에 해마다 2-3개 점포를 신설하다가 2005년과 2006년에 각각 6개, 5개 점포를 신설하였음. 동북지역, 화북지역, 화남지역은 각각 2000년, 2001년, 2005년에 진출하였음.

그림3.23 : 1998-2006년, 지역별 樂購TESCO 점포 신설현황



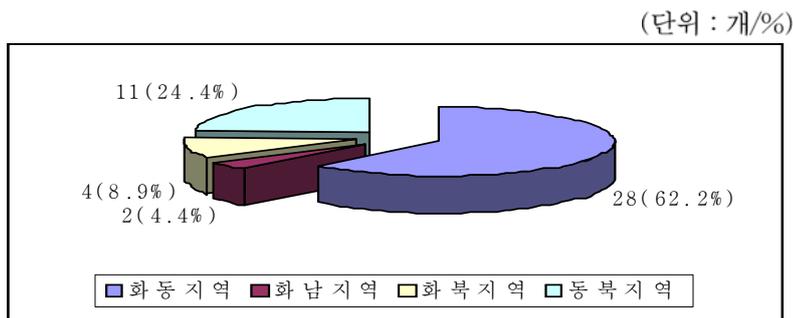
출처 : 聯商網(www.linkshop.cn), 樂購TESCO(www.hy-mall.com)

4) 점포 분포현황

□ 지역별 분포현황

- 2006년, 樂購TESCO의 점포 수는 45개에 이르렀음. 그 중, 화동지역(上海(16), 浙江(8), 江蘇(4)), 동북지역(遼寧(9), 吉林(2))의 점포는 각각 28개, 11개로 각각 전체 점포의 62.2%, 24.4%를 차지하였음. 그 외에 화북지역과 화남지역의 점포는 각각 4개, 2개로 각각 전체 점포의 8.9%, 4.4%를 차지하였음.

그림3.24 : 2006년, 지역별 樂購TESCO 점포 분포현황



출처 : 聯商網(www.linkshop.cn), 樂購TESCO(www.hy-mall.com)

- 도시별 점포 분포현황을 보면, 上海(16), 天津(4), 沈陽(4), 杭州(3), 大連(3), 常州(2) 외의 기타 도시는 점포가 1개씩 있으며, 北京에는 아직 점포가 없음.

표3.14 : 도시별 樂購TESCO 점포 분포현황

지역	점포 개설 도시(수량)	점포(개)
화동지역		
화남지역	廣東(2)(佛山-1, 東莞-1)	2
화북지역	天津(4)	4
동북지역	遼寧(9)(沈陽-4, 遼陽-1, 丹東-1, 大連-3) 吉林(2)(吉林-1, 長春-1)	11
합 계		45

출처 : 聯商網(www.linkshop.cn), 樂購TESCO(www.hy-mall.com)

5) 점포 확장계획

- TESCO는 2008년에 중국시장에서 점포가 100개까지 늘릴 계획이며 각 지방에서 해마다 20개 점포를 신설할 계획임. 2007년에 南京, 北京, 廈門, 煙臺에 진출할 계획임.

사. 歐尚(Auchan)

1) 사진자료

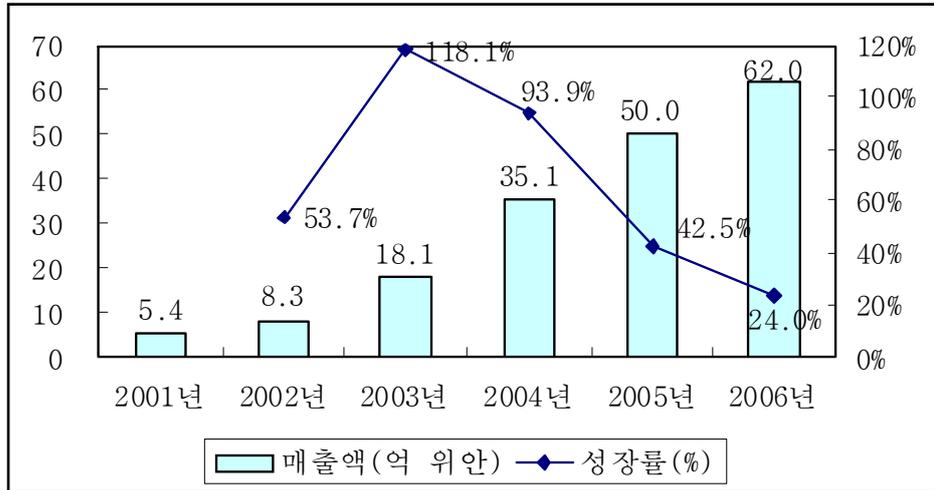


출처 : 소매망(www.lingshou.co)

2) 매출액

- 2006년, 歐尙의 매출액은 62.0억 위안으로 2005년보다(50.0위안) 24.0% 증가하여 100대 체인 경영형태 유통업체에서의 순위는 여전히 40위에 머물렀음.

그림3.25 : 2001-2006년, 歐尙 매출액 변화 및 성장률



출처 : 聯商網(www.linkshop.cn), 歐尙(www.auchan.com.cn)

3) 점포 신설현황

□ 신규 점포

- 2006년 歐尙은 3개 점포를 신설하여 전체 점포 수는 16개에 이르러 2005년(13개) 보다 23.1% 증가하였음.

표3.15 : 2006년, 歐尙 점포 신설현황 및 설립시간

No.	신설 점포	설립시간
1	江東店	2006-6-1
2	舟山店	2006-12-31
3	常熟店	2006-7-5

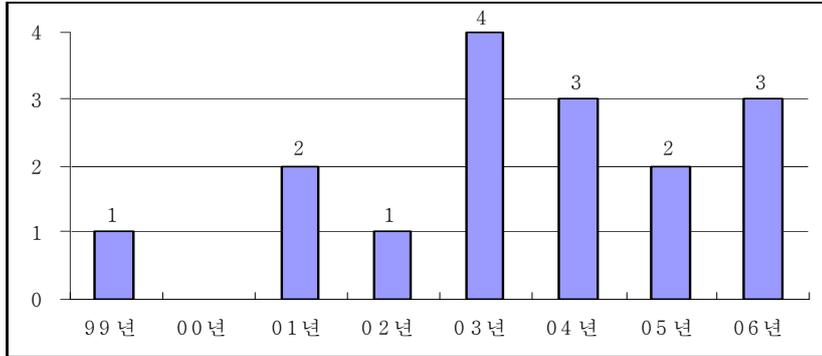
출처 : 聯商網(www.linkshop.cn), 歐尙(www.auchan.com.cn)

□ 연도별 신설현황

- 歐尙은 1999년부터 점포를 신설하였으며 2003년~2006년 사이에 12개 점포를 신설하여 전체 점포의 75%를 차지하였다.

그림3.26 : 1999-2006년, 연도별 歐尙 점포 신설현황

(단위 : 개)



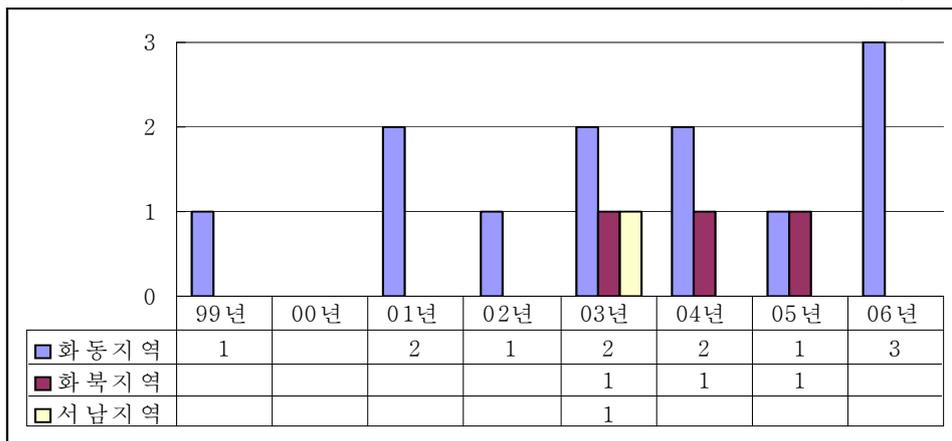
출처 : 聯商網(www.linkshop.cn), 歐尙(www.auchan.com.cn)

□ 지역별 신설현황

- 歐尙은 1999년에 화동지역에 최초로 진출하여 2001년부터 화동지역에 해마다 1-2개 점포를 신설하다가 2006년에 3개 점포를 신설하였다. 화북지역과 서남지역은 모두 2001년에 점포를 신설하였다.

그림3.27 : 1999-2006년, 지역별 歐尙 점포 신설현황

(단위 : 개)



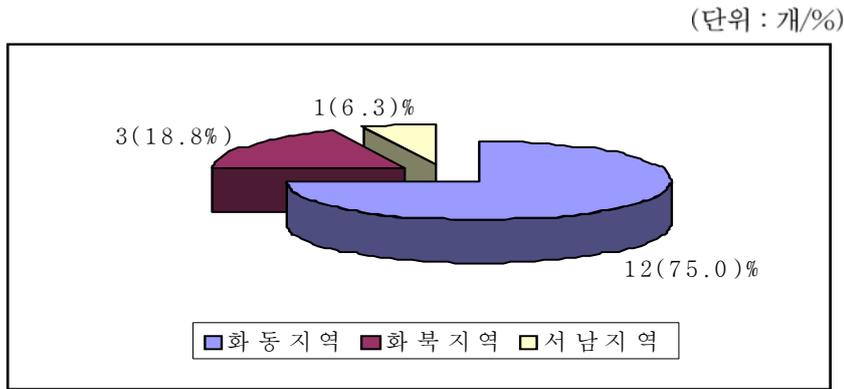
출처 : 聯商網(www.linkshop.cn), 歐尙(www.auchan.com.cn)

4) 점포 분포현황

□ 지역별 분포현황

- 2006년, 歐尙의 점포 수는 16개에 이르렀음. 그 중, 화동지역(上海(4), 江蘇(4), 浙江(4))의 점포는 12개로 전체 점포의 75.0%를 차지하였음. 그 외에 화북지역과 서남지역의 점포는 각각 3개, 1개로 각각 전체 점포의 18.8%, 6.3%를 차지하였음.
- 현재 歐尙의 주요 중점 발전지역은 화동지역, 화북지역, 서남지역이며 그 중에서 上海 및 上海 주변 도시가 중점 발전도시임. 上海는 歐尙이 최초로 진출한 도시이며 동시에 점포가 가장 많은 도시이며 歐尙의 아시아 본보가 있음. 南京은 上海 다음으로 두 번째 중점 도시로서 2006년에 3개 점포를 신설하였음.

그림3.28 : 2006년, 지역별 歐尙 점포 분포현황



출처 : 聯商網(www.linkshop.cn), 歐尙(www.auchan.com.cn)

- 도시별 점포 분포현황을 보면, 上海(4), 寧波(3), 北京(2) 외의 기타 도시는 점포가 1개씩 있음.

표3.16 : 도시별 歐尙 점포 분포현황

지역	점포 개설 도시(수량)	점포(개)
화동지역	上海(4) 江蘇(4)(蘇州-1, 無錫-1, 南京-1, 常熟-1) 浙江(4)(杭州-1, 寧波-3)	12
화북지역	北京(2) 天津(1)	3
서남지역	四川(1)(成都-1)	1
합계		16

출처 : 聯商網(www.linkshop.cn), 歐尙(www.auchan.com.cn)

5) 점포 확장계획

- 화둥지역, 화북지역, 서남지역은 여전히 歐尙의 중점 발전지역이며 동시에 시범적으로 남부 도시(長沙)로 진출할 계획임. 歐尙은 성(省) 소재지 도시에 국한하지 않고 현(顯)급 도시로 진출하기 시작하고 있음. 그 외에 歐尙은 중부지역 도시로 진출하고 있으며 중부지역의 重慶, 合肥, 武漢 등 도시로 발전하고 진출할 계획임.
- 歐尙의 중국시장 발전계획은 먼저 동부지역의 발달한 도시로 진출하며 그 다음에 북부지역, 중부지역 및 서부지역으로 발전하며 현(顯)급 소형 도시로 발전하는 것임. 2010년까지 중국에 30개 점포를 설치할 계획임.

아. 永旺(JUSCO)

(남방에서 吉之島, 북방에서 佳世客로 명칭을 사용)

1) 사진자료

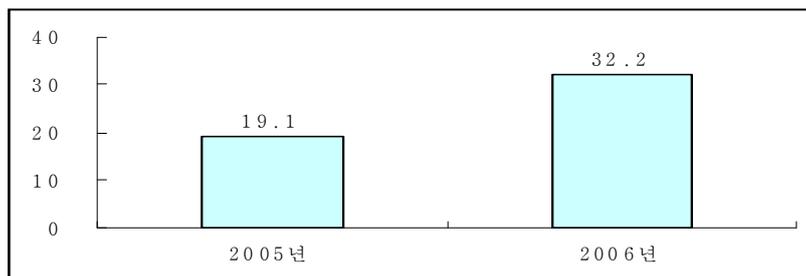


출처 : 소매망(www.lingshou.co)

2) 매출액

- 2006년, 永旺(JUSCO)의 매출액은 32.2억 위안으로 2005년(19.1억 위안)보다 68.6% 증가하여 100대 체인 경영형태 유통업체에서의 순위는 67위에서 57위로 올랐음.

그림3.29 : 2005-2006년, 永旺(JUSCO) 매출액 변화

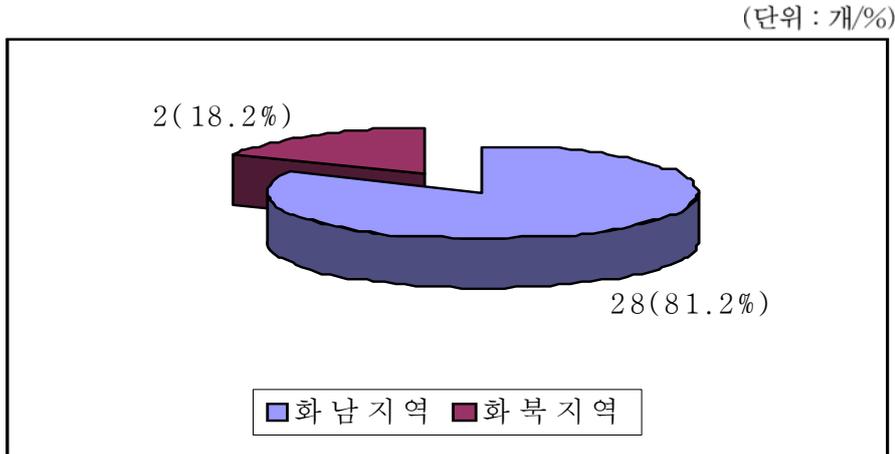


출처 : 聯商網(www.linkshop.cn), 永旺(JUSCO)(www.aeon.info/cn)

3) 점포 분포현황

- 2006년, 永旺(JUSCO)의 점포 수는 11개에 이르러 2005년(10개)보다 1개 늘었음. 그 중, 화남지역(廣東(9))의 점포는 9개로 전체 점포의 81.2%를 차지하였음.

그림3.30 : 2006년, 지역별 永旺(JUSCO) 점포 분포현황



출처 : 聯商網(www.linkshop.cn), 永旺(JUSCO)(www.aeon.info/cn)

- 도시별 점포 분포현황을 보면, 深圳(3), (青島-2), 廣州(2) 외의 기타 도시는 점포가 1개씩 있음.

표3.17 : 도시별 永旺(JUSCO) 점포 분포현황

지역	점포 개설 도시(수량)	점포(개)
화북지역	山東(2)(青島-2)	2
화남지역	廣東(9)(深圳-3, 廣州-2, 東莞-1, 珠海-1, 中山-1, 佛山-1)	9
합계		11

출처 : 聯商網(www.linkshop.cn), 永旺(JUSCO)(www.aeon.info/cn)

4) 점포 확장계획

- 永旺(JUSCO)는 향후 10년 내에 150개 점포를 개설하며 또한 永旺(JUSCO)그룹의 여러 가지 업태를 도입할 계획임. 향후 중국시장에서 JUSCO 브랜드를 추진하는 동시에 GMS(종합 쇼핑 백화점)으로 시점 점유율을 높일 계획임.

자. 易買得(E-MART)

1) 사진자료



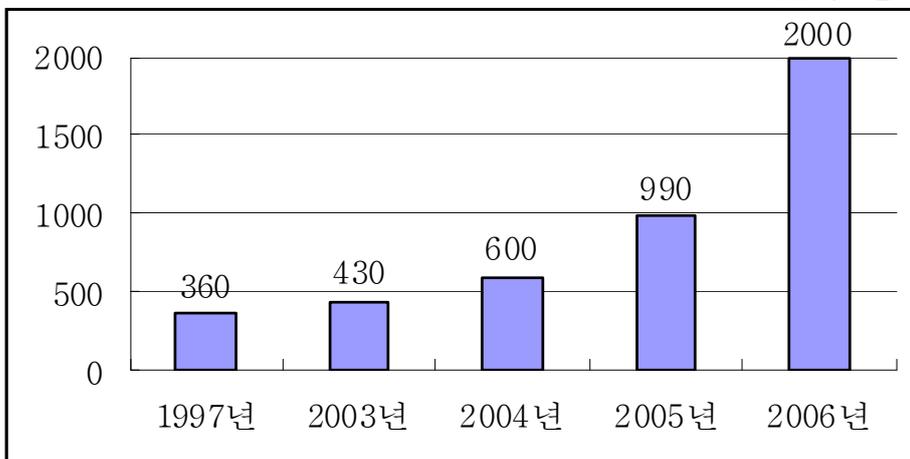
출처 : 소매망(www.lingshou.co)

2) 매출액

- 2006년, 易買得(E-MART)의 매출액은 2,000억 원(한화)로 2005년(990억 원)보다 122.2% 증가하여 환율을 1:120으로 계산하면 매출액은 18.3억 위안으로 100대 체인 경영형태 유통업체에서 77위 좌우를 차지할 수 있음.

그림3.31 : 2005-2006년, 易買得(E-MART) 매출액 변화

(단위 : 한화)



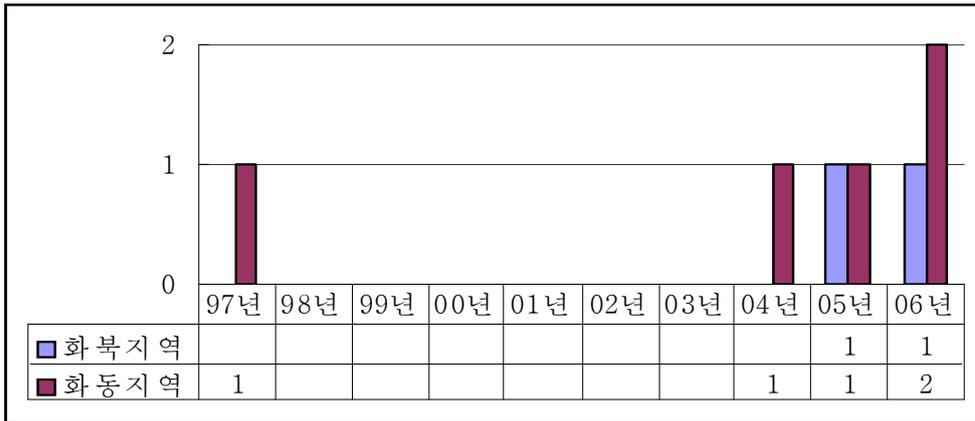
출처 : 聯商網(www.linkshop.cn), 易買得(E-MART)(www.e-mart.com.cn)

3) 점포 분포현황

- 易買得(E-MART)는 1997년에 上海에 1호점을 설치한 후 2003년까지 점포를 늘리지 않았으며, 2004년부터 화북지역과 화동지역에 점포를 다시 설치하기 시작하였음.

그림3.32 : 1997-2006년, 연도별 易買得(E-MART) 점포 신설현황

(단위 : 개)

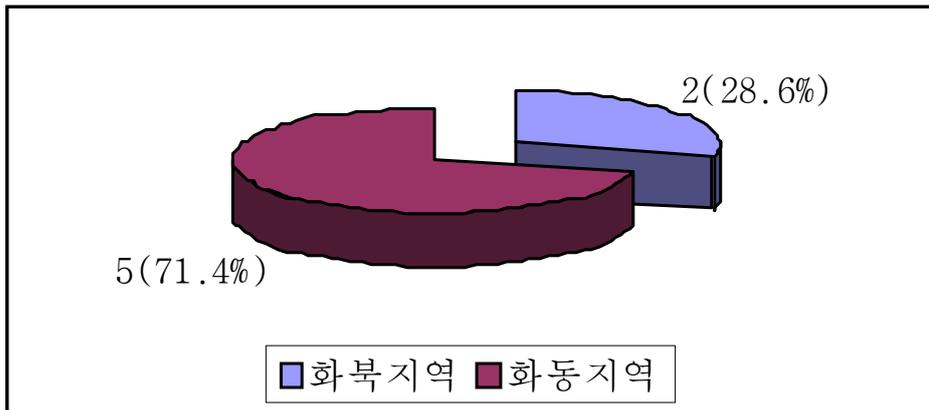


출처 : 聯商網(www.linkshop.cn), 易買得(E-MART)(www.e-mart.com.cn)

- 易買得(E-MART)는 주로 화동지역과 화북지역에 진출하였으며 도시별 점포 분포현황을 보면, 上海(5), 天津(2)에만 점포를 설립하였음.

그림3.33 : 2006년, 지역별 易買得(E-MART) 점포 분포현황

(단위 : 개/%)



출처 : 聯商網(www.linkshop.cn), 易買得(E-MART)(www.e-mart.com.cn)

표3.18 : 도시별 易買得(E-MART) 점포 분포현황

지역	점포 개설 도시(수량)	점포(개)
화북지역	天津(2)	2
화동지역	上海(5)	5
합 계		7

출처 : 聯商網(www.linkshop.cn), 易買得(E-MART)(www.e-mart.com.cn)

4) 점포 확장계획

- 易買得(E-MART)는 2009년까지 중국에 25개 이상 점포를 설치하며, 2010년까지 50개로 늘릴 계획임. 2010년까지 上海에 점포를 15개로 늘려 전체 점포의 약 1/3을 차지할 계획임. 진출 지역도 上海와 天津을 중심으로 北京, 南京, 杭州, 無錫, 昆山 및 嘉興 등 주변 도시까지 확대할 계획임.

차. 聯華

- 聯華超市, 世紀聯華, 聯華快客, 華聯超市, 華聯羅森, 華聯吉買盛 등 6개 브랜드는 모두 百聯그룹에 속한다.

1) 사진자료



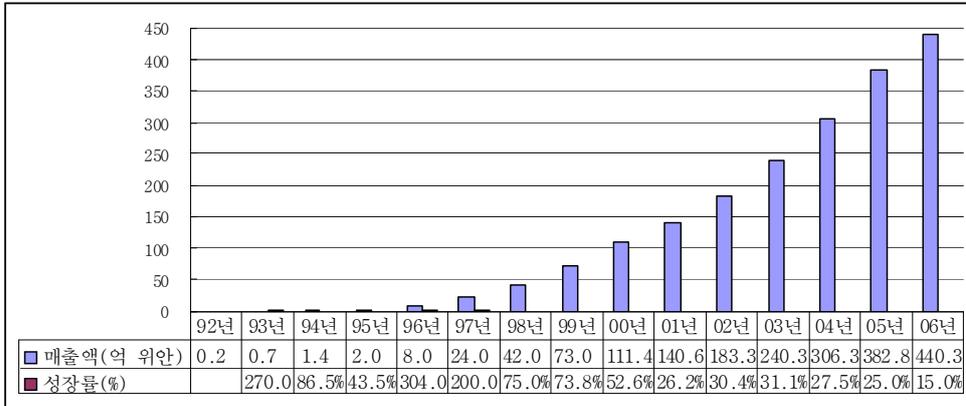
출처 : 소매망(www.lingshou.co)

2) 매출액

- 2006년, 華聯 매출액은 440.3억 위안으로 2005년(382.8억 위안)보다 15.0% 증가하였음. 華聯는 2001년~2006년 사이에 100대 체인 경영형태 유통업체에서 1위를 차지하였음.

- 1992년-1999년 사이의 華聯 매출액 성장률은 138.2%로 고속 성장하였으며, 2000-2006년 사이의 성장률은 25.9%에 이르렀음.

그림 3.34 : 1992-2006년, 聯華 매출액 변화



출처 : 聯商網(www.linkshop.cn), 聯華(www.lhok.com.cn)

□ 대형 종합 슈퍼마켓

- 2005년 聯華 대형 종합 슈퍼마켓의 매출액은 71.5억 위안으로 전체 매출액의 49.98%를 차지하여 2004년(47.2억 위안)보다 약 51.65% 증가하였음.
- 점포는 2005년 말까지 48개 늘었으며 그 중에서 합병한 世紀聯華의 31개 대형 종합 슈퍼마켓을 포함하였음.

□ 슈퍼마켓

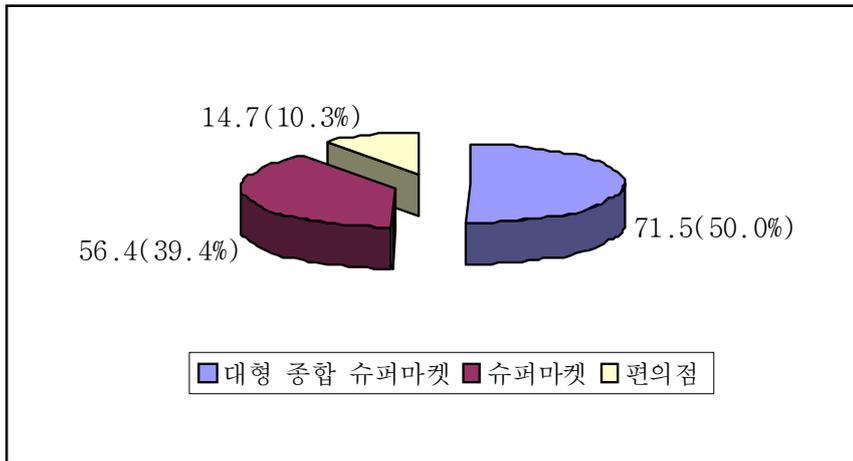
- 2005년 聯華 슈퍼마켓의 매출액은 56.4억 위안으로 전체 매출액의 39.4%를 차지하여 2004년(49.5억 위안)보다 약 13.9% 증가하였음.
- 점포는 2005년 말까지 직접 경영의 점포는 69개 늘었으며 가맹경영의 점포는 144개 늘어났음.

□ 편의점

- 2005년 聯華 편의점의 매출액은 14.7억 위안으로 전체 매출액의 10.3%를 차지하여 2004년(11.20억 위안)보다 약 31.32% 늘었음.

그림3.35 : 2005년, 업태별 聯華 매출액현황

(단위 : 억 위안)

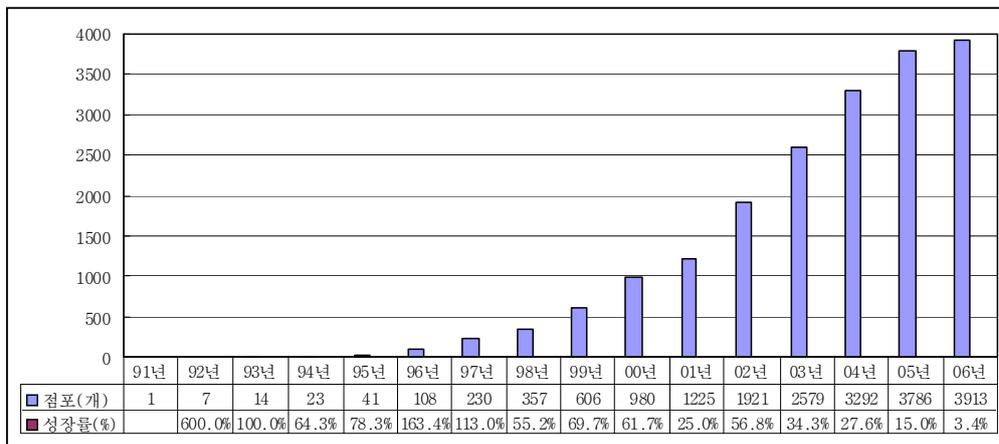


3) 점포 분포현황

- 聯華는 1991년에 1호점을 설치하였으며 1996-1998년 사이에 해마다 100개 이상 점포를 신설하였으며 1999-2005년 사이에 해마다 200개 이상 점포를 신설하였음. 2005년 말까지 聯華의 점포는 21개 성(省) 및 직할시에 분포되어 있음.

그림3.36 : 1991-2006년, 연도별 聯華 점포 신설현황

(단위 : 개)



출처 : 聯商網(www.linkshop.cn), 聯華(www.lhok.com.cn)