

## 무명 기업에서 성공신화의 주인공이 된 바오리식품

2022년 중국 하반기 식품업계의 뜨거운 감자인 중국 식품회사 바오리식품(宝立食品)이 상하이 증권거래소에 상장하였다. 바오리식품은 상장하자마자 10점상<sup>1</sup>을 수상하는 기염을 토해냈다. 식품업계 트렌드 리더임을 증명이라도 하려는듯 최초 상장가격인 10.05 위안에서 불과 거래일 11일 만에 30.73 위안까지 300%의 상승률을 보여주었다.

1 주식시장이 열리자마자 상한가에 도달하고 그날 상한가로 장 마감한 것을 뜻함

### 바오리식품이 이토록 뜨거운 이유는 무엇일까?

바오리식품은 전형적인 식자재 공급 업체이다. 주상품으로는 조미료가 있는데 혹은 조미료나 공급하는 업체가 무슨 수로 상장하자마자 주가가 3배가 오르냐고 물어볼지도 모른다. 하지만 바오리식품의 고객사들을 보면 생각이 좀 달라질 것이다. KFC, 맥도날드, 스타벅스, 헤이티(喜茶), 피자헛, 디코스(德克士) 등 중국의 대형 프랜차이즈에서 취급하는 햄버거나 샐러드 소스는 십중팔구 바오리식품이 만들었다고 봐도 과언이 아닐 것이다. 조미료를 파는 기업이지만 바오리식품은 그 조미료로 한 해에 15억 위안의 이익을 올리고 있다.

### 바오리식품의 성공 스토리

1987년, KFC는 중국에 상륙했고 베이징에 1호점을 냈다. 중국 사람들에게 생소했던 '양식 패스트푸드'는 중국 국내에서 빠르게 성장했고 2004년 KFC는 중국 내 1,000호점을 돌파하게 되었다. 중국에서도 통한다는 것을 알게된 KFC는 본격적으로 자리를 잡고자 공급망을 현지화(localization)할 필요성이 있다고 느꼈다. 그래서 KFC는 성심식품(圣心食品), 타이슨식품(泰森食品), 원성식품(元盛食品) 등 중국 로컬 식품 공급업체에게 식자재 공급을 맡기게 되었다. 그리고 2001년에 설립된 바오리식품은 당시에 그저 무명의 작은 식재료 공급업체로 성심식품과 원성식품에 식자재를 공급해주던 KFC의 2차 공급업체 중 하나에 불과하였다. 우물을 파도 한 우물을 파라고 했다. 2008년, 수년간 꾸준히 KFC의 육가공 공장의 공급업체로 자리매김하던 바오리식품이 KFC의 눈에 띄기 시작했다. KFC는 기존의 1차 협력 파트너사인 성심식품을 건너뛰고 바오리식품에 직접 협력을 하자고 제안했고, 얼마 후 바오리식품을 KFC의 1차 공급업체로 낙점하였다. 이 시기에 바오리식품은 분말 형태의 조미료를 생산하는 것 외에 소스류의 가공 조미료도 개발하기 시작했다.



자료 <https://www.kfckorea.com>





꾸준한 연구개발로 바오리식품은 점차 식품업계의 강자로 발돋움했고 KFC 외에도 버거킹, 도미노피자, 스타벅스 등과도 공급계약을 체결하게 되었다. 어느새 바오리식품의 연간 매출은 5억 위안을 뛰어넘게 되었고 성심식품 등 기존에 공급을 했던 업체를 뛰어넘게 되었다.

하지만 이러한 바오리식품에도 고민은 있었다. 바로 KFC와 피자헛 등 주요 브랜드의 독점 영업권을 가지고 있던 Yum China(百胜中国)에 대한 의존도가 너무 높았던 것이었다. 바오리식품은 이러한 문제점을 해결하기 위해 식품업계의 트렌드와 시장의 흐름을 분석해 정확히 읽어냈다. 중국 식품업계에서 차 및 음료가 떠오른다는 트렌드에 발맞춰 바오리식품은 밀크티에 들어가는 펄과 같은 부재료를 생산하기 시작했고 음료 엑기스 또한 연구 개발하여 출시하기 시작했다.

바오리식품은 성공에도 안주하지 않고 끝없이 시장 트렌드를 쫓아가며 새로운 것에 도전하였다. 끝없는 도전 끝에 바오리식품을 기다리고 있던 것은 IPO 상장이었고 위와 같은 신화를 이뤄낸 것이다.

2022년, 지정학적 위기와 거시적인 불확실성으로 중국의 식

품업계 분위기가 약간은 뒤숭숭하다. 이럴 때일수록 필요한 것은 바오리식품과 같은 ‘독심’과 트렌드를 읽어가는 눈이다. 특히 중국시장은 시시각각 트렌드가 변하고 있으며, 현지화 또한 쉽지 않은 편이다. 물론 한 치 앞도 예상하기 힘든 것이 트렌드와 미래지만 중국시장 진출에 있어서 단순히 현재의 상황에 안주하지 않고, 계속해서 관심을 이어가고 끊임없이 개발하는 ‘독심’이 성공과 실패 사이의 간극을 가르는 핵심으로 작용할 것이다.

바오리식품의 성공신화는 단순히 주식시장을 뒤집어 놓았을 뿐만 아니라 중국 VC(벤처캐피탈)업계에도 큰 영향을 주었다. 식품 원료나 공급하던 업체의 이미지를 완전히 뒤바꿔 놓은 것이다. 이런 분위기의 변화로 말미암아 지난달 20일, 종식 조미료 생산업체 리허웨이다오(利和味道)는 ‘막시리즈 D(D轮融资)’의 투자 유치에 성공했다. 물론 식품업계에 대한 프라이머리 마켓의 관심은 2020년도부터 조금씩 늘어나긴 했지만 바오리식품의 성공신화가 하나의 큰 분수령이 된 것은 부정할 수 없는 사실이다.

작성자 | 다렌지사 오셀매

## Key Point

비록 중국의 로컬기업이지만 바오리식품은 중국 식품시장에서 어떻게 해야 통하고 어떤 전략이 효과적인지를 단적으로 보여주고 있다. 중국시장에 대한 끊임없는 연구와 노력, 독심 하나로 일궈낸 성공신화는 한국 기업들에게 참고할만한 가치가 있다고 보여진다. 중국시장을 바라보는 눈을 기르고 시장의 움직임을 주도면밀하게 관찰하여 현지 시장에 대한 깊은 이해를 한다면 위기의 순간에서도 돌파구가 있을 것으로 보여진다.