

# 加拿大中餐馆的经营策略探析

叶琪炳

(厦门大学 南洋研究院国际关系专业,福建 厦门 361005)

[摘要] 在加拿大,中餐馆已成为华人经济的重要组成部分,中餐馆的发展状况直接关系到许多华人的生存发展。本文通过对影响加拿大中餐馆经营的营销环境因素分析,总结一些中餐馆的经营策略,探析如何更好地提升中餐馆形象,推进中餐行业发展。

[关键词] 加拿大;中餐馆;营销环境;营销策略

[中图分类号] F719.3

[文献标识码] A

[文章编号] 1002-3925(2010)02-0042-06

## 一、加拿大中餐馆的现状

### (一)加拿大中餐馆的规模

近30年来,随着加拿大观光旅游业的发展,中餐馆越开越多。尤其是1980年以来,该行业得到新移民在资金、经营管理、劳动力等方面的注入,更上一层楼,使得加拿大中餐业“百花齐放”。1998年华侨在多伦多、温哥华、蒙特利尔三大都会区及渥太华首都经营餐馆业增至1436家,全加约2500家。投资总额达五亿加元<sup>[1]</sup>。多数为家庭营业的小型餐厅或外卖店,另有规模大、装潢富丽堂皇的,成为高级社交场所和吸引国际观光客的场所。根据《2007年世界华商发展报告》的统计,多伦多

有800多间中餐馆,而在温哥华逾1100家。这些餐馆随着华人移民来源地的不同而变换风味和经营策略,先是“港式西餐”独步天下,后来台湾式的“任点任食”风行,到后来北方饺子、上海菜、川菜和麻辣火锅店相继登台亮相,为加拿大中餐业带来新气象。加拿大中餐业比较有规模的是文华连锁餐厅,截至2006年底,该餐厅已在安大略省拥有17家店,年营业额超过6000万加元。

### (二)加拿大中餐馆的分布状况及类型

只要有华人的地方就有中餐馆,加拿大也不例外,有着众多中餐馆,主要分布在安大略省、魁北克省和不列颠哥伦比亚省,其中规模稍大、数量较多的基本集中在多伦多、蒙特利尔和温哥华。多

[收稿日期] 2010-03-11

[作者简介] 叶琪炳(1984-)男,福建泉州人,厦门大学南洋研究院国际关系专业08级硕士研究生,研究方向:华侨华人与国际关系。

伦多的士嘉堡北部地区和约克区的南部地带,是中餐馆密集的地方。而在一些小城市或远郊小镇,中餐馆则较少。

加拿大中餐馆已从早期为了迎合洋人口味的什碎馆发展到包括我国八大菜系中的粤菜、川菜、鲁菜、湘菜、浙江菜系、也有地方菜系中的北京菜系、上海菜系、台湾菜系等菜系品种,经营的主要食品既有各种饭菜、面食,也有海鲜、素食、中式料理、火锅、肉粉、饺子、包子等地方小吃。从中餐馆的类型来看,有酒楼、自助餐、风味小吃、外卖、茶餐厅等。

## 二、影响加拿大中餐馆经营的营销环境分析

餐饮营销环境是指与饭店餐饮经营相关的外部环境或与内部体系的集合,包括宏观环境和微观环境。宏观环境指与企业经营有关的间接环境,包括自然、经济法律、社会文化环境等;微观环境指与企业经营有直接联系的内外环境,包括供应商、顾客、竞争对手和公众。餐饮营销环境对饭店营销产生极大影响,它既可为企业生存和发展提供机会,也可对企业生存造成不利影响。

### (一)宏观环境分析:

#### 1、经济环境

经济环境是指影响顾客消费的一些因素,包括食品原料、交通运输、地区经济、就业情况、人均收入、消费水平和消费习惯等。加拿大的经济发展状况必然会影响着中餐馆的经营和发展。中餐馆所处地区居民的就业情况、劳动力成本、收入和消费水平都会影响着他们的消费需求。2008年,由于受到美国金融危机的影响,加拿大经济逐步走向衰退。中餐馆不可避免地受到波及。由于规模、口味和具体情况的差异,有的中餐馆受到的影响大,有的则相对小些。华人理财比较保守,虽平时注重储蓄,但还是会出来吃饭,只是在经济萧条时用钱会更加节约,尽量挑便宜的餐厅。安省华商餐馆会会长陈勇仪估计,中餐馆生意下跌至少15%~20%,西餐厅可能下跌更大。在市中心的金融区,高级餐厅受影响最大。金王朝是一家位于万锦市的粤菜馆,据饭店经理 Bernard 介绍,金融风暴对餐馆的影响很大,销售额比往年同期相比差不多下降了30%。受金融风暴冲击较大的还是大酒楼,销

售额普遍下降了20%~30%。Bernard说:“大酒楼租金高,人手多,成本大,销售额一下降就很难维持住成本。相比之下,小餐馆反而有空间生存。另外,粤菜馆比较困难些,因为它用的食材都比较昂贵,如鱼翅、鲍鱼等。而其它餐馆如川菜馆的食材就要便宜许多”<sup>[2]</sup>。

#### 2、政策法律环境和治安环境

饭店的营销活动要受地区政治和法律环境的规范和制约。因此饭店从事餐饮营销,必须明确所处区域的政策法律环境。加拿大政府有关食品、卫生、税务等相关法规和政策都会直接影响着中餐馆的经营。加拿大政府制定的《食品安全法》对食品的生产经营、安全监督、违规惩罚等都有明确而详细的规定。如在食品安全责任方面,规定了经营者有责任确保其销售的食物是安全的,不得出售任何被污染和不适宜人类食用的食品。上世纪90年代,烤鸭、腊肉在唐人街公开销售是不合法的,因为加拿大白人不知道如何来制定卫生管理条例。当地华人黄威为了让烤鸭、腊肉取得合法销售的权利,曾经特地来到渥太华,在国会山庄亲自烧烤,让国会议员们品尝来自东方的美味。议员们品尝完后,既开了胃,又开了眼界,最终同意让温哥华以及加拿大各地的唐人街都可经营烤鸭、腊肉等食品。同时,政府为了增加税收,可能改变税制,如增加消费税、销售税等都会直接影响中餐馆的经营。多伦多市政府在2007年就曾计划通过引入新酒税方案,此举将直接增加中餐馆的经营成本。在相关餐饮协会的努力下,政府部门才妥协,取消相关税制。可见中餐馆在当地经营,良好的政策和法律环境是十分重要的。

中餐馆所处地区的社会治安环境如何又将直接影响到餐馆的客流量。中餐馆大都集中于唐人街,由于政府当局疏于管理,华人社区的社会治安环境往往欠佳。另一方面中餐馆容易被打劫,主要是由于收的现金比较多,不少店面门口甚至贴了“只收现金”的英文牌,同时中餐馆的顾客群体来自社会各个阶层,鱼龙混杂,更容易被劫匪所关注。2009年10月以来的几个月中,多伦多地区警方总共接到至少10宗中餐馆遭抢劫的报案,较往年多。有的匪徒不仅抢劫餐馆,还打劫客人。因此,中餐馆在选址时要注意所处地段的治安状况,同时要加强与政府的沟通协调,共同创造安全稳定的经营环境。

### 3、社会文化环境

社会文化环境是指宗教信仰、价值观、风俗习惯、道德规范等的总和。社会文化环境影响餐饮消费观念、餐饮偏好和消费行为。因此,加拿大中餐馆在开展餐饮产品创新及举办各项营销活动中,必须适应当地的餐饮文化和习俗。

各个民族各有不同的饮食习惯和禁忌,如穆斯林民族禁食猪肉,印度族则不吃牛肉。中餐馆经营时要了解所在地区居民的饮食习惯。加拿大人的饮食以肉类、蔬菜为主;口味一般不喜欢太咸,偏爱甜味,对煎、烤、炸等烹调方法制作的菜肴偏爱,喜欢吃中餐的苏菜、沪菜、鲁菜等。而中国餐饮文化博大精深,各个地区有着不同的餐饮习俗。如在加拿大中餐中占主体的粤菜,很多菜品是以生猛海鲜、珍惜野生动物为原料,这种做法在西方社会很多都是禁止的,西方社会提倡环保,禁止捕杀野生动物。蒸熊掌是中国传统“满汉全席”中一道主菜,《环球时报》驻10多个国家的记者曾就国外有没有人专门把熊掌做成一道菜的问题进行调查,结果发现像中国人这样抱着猎奇、炫富和补身子心理吃熊掌的现象几乎没有,国外对中国有人吃熊掌也感到惊讶。加拿大不少粤菜系的中餐厅,有熊掌入菜的传统,但“入乡随俗”后,熊掌已从菜单上消失了。加拿大中餐馆要吸引当地客源,就需要了解当地人的饮食习惯,尊重当地的文化传统。

#### (二)微观环境分析:

##### 1、竞争者

中餐馆经营者应关注竞争者的规模和数量、餐饮特点和价格、营销策略、人力资源、财务和技术等信息,考虑本企业餐饮的市场定位,同时关注竞争者在地区分布的密度、产品差异程度和市场进入难度。开设中餐馆成本低,赚钱快,风险相对低,这也是吸引很多华人开设餐馆的原因之一。在加拿大这样典型的移民国家,几乎每个城市都有一处中国街市,如在多伦多、温哥华和蒙特利尔的唐人街,华人中餐馆更是五步一楼、十步一阁。在中餐馆里掌厨的大师傅菜做得好,收入相对较高,又懂得餐馆生意,因此在三年五载存了些钱后,就驾轻就熟仍然开餐馆,还有那些在中餐馆工作的侍者、领班和普通厨工,经过较长时间的积累后,有的也出来自己开餐馆。加上近年来自中国大陆的许多新移民均投入餐饮业,使得目前加拿大的中餐馆过剩,竞争越来越激烈。中式自助餐的兴起

与原本传统的酒楼式经营产生了竞争,自助餐多以宽大的空间、便捷的服务、丰富的菜点、清洁的环境和便宜的价格吸引顾客,很受顾客欢迎。另外中餐馆还要面对西餐、越南餐、泰国餐、韩国餐等各式餐馆的竞争,缺乏市场评估和经验很难生存,所以不断有餐馆关闭,也不断有新餐馆开业。有的为了保持客源的稳定,只能采取降价竞争的策略,结果造成无利可图、恶性竞争,也影响到中餐馆的整体形象。

##### 2、主要消费群体

餐饮营销成功的关键是适应目标顾客,即要有个定位,在顾客心目中处于什么位置,比如餐馆价格较低,菜品质量上乘等。有效地找到自己定位,就意味着能将独特卖点运用到营销活动中。从加拿大的人口数量和结构来看,加拿大人口总量为3331万,其中,英裔居民占28%,法裔占23%,其他欧裔占15%,原住民约占2%,其余为亚洲、拉美、非洲裔等。加拿大人口较少,市场容量有限,同时由于族群的多样性也使得餐馆在经营过程中要适应目标顾客的不同需求较为困难。加拿大很多中小餐馆从开始到现在的很长一段时期内扎堆集中在唐人街范围内,这也造成中餐馆的目标顾客相当有限,主要是一些华人或其他慕名而来的观光客。伴随着华人中餐馆的发展壮大,中餐馆的经营业态也有了很大变化,如有很多与西餐馆装修无异的高级酒楼、连锁经营的中式自助餐馆以及主要在百货商场内经营的中餐馆,它们的目标消费者不再局限在华人,而是面向加拿大的各族裔群体,走高端路线,不断寻求和扩大客源,这也是中餐馆做大做强的必由之路。最近几年,随着来自中国大陆的新移民和留学生不断增加,他们很多人吃不惯粤菜,适应这种变化,北方风味等其他风味的中餐馆不断增加,其中更有来自中国大陆的连锁餐馆在多伦多开设“小肥羊火锅”。

##### 3、公众形象

公众是对餐饮营销活动潜在兴趣的群体。公众包括新闻界、政府、企事业单位、行业协会和利益团体等。中餐馆在制定餐饮营销计划时,除了关注目标顾客外,还应关注它的主要公众并得到公众的信任、赞扬和帮助。

##### (1)政府和新闻媒体的影响

华人在加拿大经商和生存,必须不断提高华人在主流社会的形象和地位,争取得到更多加拿

大公众的接受和认同。作为服务性行业的餐饮业来说,这点更为重要。华人在加拿大还是少数族裔,因此会出现少数别有用心的人,为了个人的私利,利用新闻媒体,采取不正当的竞争手段,以不实的文章或言论贬低甚至污蔑和攻击中餐馆及中国菜,利用中餐馆使用味精等问题大做文章,给中餐馆造成很大伤害。这需要广大华人团结起来,为中餐馆的生存和发展争取应有的权利和利益。2009年1月28日,加拿大自由党高级顾问金希拉利用 YouTube 的视听工具,发言形容渥太华的一家中餐馆的菜肴看起来就像“猫肉一样”。后来在安省华人保守党协会主席袁海耀和保守党联邦国会议员黄陈小萍的积极努力和斗争下,才迫使金希拉删除相关视频并向华人社区作出道歉。

### (2)中餐馆的卫生管理

食品卫生管理是餐饮经营管理的基础和核心,食品卫生关系着顾客的生命和健康。餐饮经营中出现任何卫生和安全事故都会影响饭店的声誉,从而影响餐饮经营。那些小型中餐馆因为经营条件较为简陋,厨师中很多不太注意个人卫生,厨房的卫生环境也较差,餐馆的厕所不够清洁,这些都是餐馆经营的致命伤。不管中餐西餐,后厨的卫生问题是每个餐馆头疼的事情,这既有管理方面的原因,也有空间原因。西餐馆的后厨一般比较大,而中餐馆由于竞争的压力,尽量挤出地方让给前台。多伦多中区华埠的东方美食是多元文化的象征之一,但一些中餐馆的卫生状况令人堪忧,在中区华埠仅方圆 2.5 公里的范围内,2008 年一共有六家餐馆因卫生状况差被卫生部门检查时吃了红牌,同时另有 24 家餐馆收到黄牌,即必须在改进的前提下才可营业<sup>[3]</sup>。这因此成为加拿大某些媒体攻击和批评华人的借口,歪曲华商的公众形象。因此中餐馆不仅应为顾客提供特色的中式菜肴,更应创造干净整洁的用餐环境,为顾客提供健康卫生的食品。

## 三、加拿大中餐馆的经营策略

中餐馆是中国文化的一张名片。对华人来说,既可以品尝到家乡菜,亦可以满足思乡之情。对当地人来说,选择中餐馆除了享受中国美食外,亦可感受中国文化。因此对中餐馆来说,要积极与专业协会联络沟通,了解最新的业界消息和政府的最

新规定,采用科学的管理方式,控制成本,提高服务质量,同时还可以在源远流长的中国饮食文化上下功夫,不断创新,吸引其他族裔的客源前来消费,将中餐真正推广出去。一些运营较为成功的中餐馆,它们主要采取以下一些经营策略。

### (一)增加菜式品种,薄利多销

中式自助餐在加拿大中餐馆经营的新形式,可分为点心自助餐、火锅自助餐和热菜自助餐等,具有价格便宜、菜品丰富、空间宽大、形式轻松、卫生简单的特点,颇受华人和部分西方人,尤其是年轻一族的青睐。自助餐馆均免费供应冰水,其他饮料、酒水则另行计价。其菜式品种很多,多到让人目不暇接,而且吃什么,吃多少,吃多长时间,悉听尊便。自助餐灵活的经营方式对各个层次的顾客都有很大的吸引力。很多中式自助餐厅为了吸引顾客都采取一些优惠措施来吸引顾客。在卑诗省大温地区的自助餐馆逸阁餐厅和牛仔火锅都表示,为广结善缘,他们通常不太计较儿童年龄或者身高,也不会去查小孩子的身份证件,收费较具弹性。牛仔火锅职员陈小姐表示,该店自助餐成人收费 17.95 元,四岁到 12 岁之间小童收取 13.95 元,两者差四元,并不算多,因此,即使碰到小孩一看就知超过 12 岁,为广结善缘,也就不去计较了。她又说:“经营餐厅,回头客很重要,为了区区四元而把关系搞坏,以后他们再不来消费,也不是我们希望的。”<sup>[4]</sup>加拿大华人餐饮业竞争十分激烈,开价过高等于自杀。有许多小型餐馆就采取多弄些风味小吃,每盘菜价廉量也不多,尽量使客人多点些,从中营利。因此菜式小点的品种最好尽可能多。

### (二)特色经营,精益求精,逐步进行创新和本土化改良

中餐馆要在当地激烈的餐饮市场竞争中立于不败之地,最为关键的是要有自己的特色,在保持中国的饮食传统和特色的基础上,逐步进行创新,开发出新的符合当地人饮食习惯的菜式品种,不断增加客源。如法国巴黎的中餐厅“禅庄花园”的菜都是厨师出身的老板陈世明先生自创,其中招牌菜“聚宝莲花”曾在 1998 年获得世界华人烹饪艺术大赛金奖,“思乡”和“禅花”又于 2005 年获得金奖。陈世明还发明了用北京烤鸭面饼卷法国鹅肝的吃法,将中法厨艺的精髓完美巧妙的结合起来,如今这道菜成为餐厅的一块金字招牌。

对于中餐馆来说,提供色香味俱全的可口饭菜,让顾客吃得满意、吃得放心是能否经营成功的关键。而要确保菜的品质,就需要依靠专业的和高水准的厨师来掌勺。能否做出既富有中国特色的中餐同时又能结合当地情况开发新的菜式品种,都靠高水平的厨师来把握,因此有好的厨师很关键。同时在加拿大经营中餐不要一味的去跟风粤菜、川菜,虽然它们比较受华人欢迎,但是也有它的局限性,很难被西人客人接受,所以只能死守华人区。前八一男篮大前锋朱江和朋友合伙开了家新疆菜馆——西域食府,他之所以选择做新疆菜,一方面是因为他是新疆人,另一方面考虑可以吸引一些来自中东信仰伊斯兰教的客人。迫于市场的压力,很多菜在这里都有一些改良,因为面对的客人来自不同地方、不同民族。就比如说羊肉串,如果在新疆,都是料很足的统一口味,但在这里,就得分成特辣、中辣、微辣不同的口味。如果不根据客人的需求调整,餐馆也很难生存。

### (三)中餐馆规模及分店大小

买一家五六万加元的小餐馆,如果经营得好,一年下来就可收回成本,这样的小生意令许多新移民动心。从上海移民来加四年,有一年半时间经营小餐馆的吕宏毅就是这样的过来人。他当年接手了一家牛肉粉店,如今已经收回了当初的投资。他表示,新移民一般手头资金不多,只能买小型餐馆;反过来,餐馆大了,也不容易经营。所谓小餐馆应该是投资不多(10万元以下),品种简单以及以风味小吃为主<sup>[5]</sup>。对于中餐馆来说,该不该扩充、何时扩充、扩充到多大、如何扩充等问题都值得商家和专业人士深入探讨。一些中餐馆有名气之后,往往急于扩张,一次就开好几家分店,只要一家出问题,就有可能让资金周转不过来,形成挖东墙补西墙,恶性循环下去。因此华人餐馆应该注意的是分店的规模,在最初阶段不宜把分店的规模做大,因为规模大,风险也大,尤其在大市不看好的情况下,分店开的过大,一旦亏损很容易带垮原来的本店,必须经过充分的市场调查。有很多成功的餐饮企业都采取的是连锁店的经营方式,寻求一些有实力的合作伙伴加盟,赚加盟金或权利金,至少不用负盈亏之责。当然加盟对餐馆来说是一把双刃剑,加盟的步子不能过快也不能太慢,运作不好很有可能砸掉自己苦心经营的品牌。

### (四)塑造良好的用餐环境

除了品尝中餐的独特口味外,顾客特别是西方人对用餐环境往往有更高的要求。保持餐厅整洁是最基本的要求,同时还要在餐厅的装饰布置上下功夫,尽可能吸引目标顾客。中餐馆的装饰布置上可以融入中国文化元素,传统与现代有机结合,让顾客在品尝中国美食时还可以体验中国文化。位于法国巴黎的中餐厅“禅庄花园”,在装修设计上就很好体现了中国文化的存在和魅力,顾客主要以法国本地人为主。餐厅正门进去迎面是8米高的佛塔,古筝、木雕、盆栽、字画、新鲜兰花随处可见,二楼五个包厢的名字:禅、禅塔、心境、天井和卧云充满着东方文化的韵味。因此中餐馆的室内装潢应和自己的品牌理念紧密相联,这样就能够相辅相成,体现餐馆品牌的独特性,给顾客以不同的体验。装修的每一处细节都会向顾客传达你的品牌信息,在等餐时,在就餐时,在付账时,甚至在去往卫生间的路上,客人都能有所感受。在加拿大的一家名叫帝国酒楼的中餐厅,装饰上也很好体现这一点。从天花板到地砖的设计都搭配得天衣无缝,整个餐厅弥漫着棕色情调,庄重典雅的红木家具,度身订造的大理石桌面厚实高档,翠绿的花纹上雕刻着龙凤呈祥的瑰丽图案,最引人注目的恐怕还是那道艺术品一般的拱门,上面的雕花做工细致,抛光技术高超,顾客喜欢在这里留影,他们的欣赏让这座拱门超越了原有的功能,成为众多顾客对帝国酒楼的美好印象。

### (五)加强成本管理和控制

对于中餐馆这种规模小、利润低的劳动密集型行业来说,科学的成本控制十分重要,通过科学的成本控制,减少物质和劳动消耗,使企业获得较大的经济效益,提高中餐馆的竞争力。中餐馆的成本通常包括:食品原料成本、人工成本和经营费用、房租等。每隔半年或一年,需要对菜单进行一次分析,分析内容包括盈利分析、菜单竞争力分析等。保持菜单内容新鲜,价格合理,有盈利空间。同时还得确切知道每一道菜的售卖情况如何。加拿大中餐馆其所需的很多厨房用具、餐具和食品原料主要从中国和东南亚国家进口,加元币值的变化将直接影响到中餐馆的原料成本。从上海移民来加经营小餐馆的吕宏毅认为在加拿大大概五至六万加元可买到一家小餐馆,但加上牌照费、税收、各种押金等,建议最好事先准备六至七万元。经营小餐馆最大的开支是员工薪水,其次是各种

### 【参考文献】

[1] 台湾“侨务委员会”.华侨经济年鉴[Z].台北:台湾“侨务委员会”,1999.306.

[2] 管丽娟.金融风暴狂刮 新年来临 多伦多中餐馆东边日出西边雨[N].环球华报,2009-01-16.

[3] 多伦多中区华埠 30 餐馆列黑榜 卫生令人堪忧[EB/OL].环球华网,2008-11-19.

[4] 大温“任食”中餐馆对小童年龄要求放宽.[EB/OL],  
<http://news.inorstar.com/canadawest/cwcity/2009/0608/178051.htm>.

[5][6] 小餐馆 [EB/OL]. 加拿大华裔社区, <http://www.mbig.ca/tabid/53/ptid/376/threadid/276/forumtype/posts/Default.aspx>.

[7] 台湾“侨务委员会”.华侨经济年鉴[Z].台北:台湾“侨务委员会”,2007.

[8] 王天佑.饭店餐饮管理[Z].北京:清华大学出版社,2007.

[9] 单纯.海外华人经济研究[M].深圳:海天出版社,1999.

[10] 陈文寿.华侨华人的经济透视[M].香港:香港社会科学出版社,1999.

[11] 台湾“侨务委员会”.华侨经济年鉴(美洲篇)[Z].台北:台湾“侨务委员会”,2001.

[12] 台湾“侨务委员会”.华侨经济年鉴(美洲篇)[Z].台北:台湾“侨务委员会”,2004.

[13] 北京华人经济技术研究所.华人经济年鉴(2000-2001)[Z].北京:朝华出版社,2001.

[14] 郝时远.世界华商经济年鉴[Z].北京:世界华商经济年鉴杂志社,2006,2007,2009.

#### 封面图片说明



仁川“中华街”位于仁川市中区的善邻洞。1884年,随着清朝领事馆的设立,在北城洞和善邻洞一带形成了华人集聚区。走进华人街,第一个感觉就是一片红色,红色的招牌、大红灯笼。中华街入口处标志性的牌楼是中国威海市政府2002年赠送的,上书“中华街”三个镏金大字。

当年的华侨商业圈从中华街一直延伸到仁川码头。而如今,在300多米长的道路两旁,到处是新开业的餐馆和商店,街道也十分整洁。中餐馆、中药店、陶瓷店、食品店、文具店等鳞次栉比。“共和春”、“燕园”等四五层楼的大型中餐馆,外表以大红色调装饰,悬挂大红灯笼;“北京庄”、“香满城”等店名让人联想到古老的中国文化。丁字路口的中心是有90

## 韩国仁川中华街

多年历史的华侨教堂和仁川唯一的“华侨中山学校”,这里曾经是清朝领事馆旧址。

19世纪末,旅韩华侨迅速增长,人口突破一万人。20世纪40年代,华侨曾达到八万人。由于战乱、移民、留学等原因,华侨人口大幅减少。如今在这里经商的华侨不过是小本经营,像最大的“共和春”、“青馆”、“燕园”三家饭店,只有一家华侨的。据韩国媒体统计,仁川中华街聚集了四五十家中餐馆和出售中国商品的小商店,但经营者多是韩国人,华商只占1/3。负责仁川华侨户籍管理的韩国仁川华侨协会会长毕明安介绍,现在在册的仁川华侨只有868户,3330人,实际人口要少于这个数字,在中华街常住人口不到500人。

仁川市这两年对中华街进行了整修,建了购物中心和停车场。三四年前,仁川市曾要求一些商铺把门面更换成传统的中国样式,希望通过中华街来吸引中国以及其他国家游客。

(尔东)