

# 시와 식품의 대(大)만남 중국 푸드시를 훑아보다

우선 중국은 대국임에 부정할 수 없다.  
인구로 보나 땅덩어리로 봐도 크기는  
확실히 크다. 사실 '메이드 인 차이나'  
라는 인식이 썩 좋지만은 않다.  
워낙 많이 찍어내다 보니 '희소성' 부분  
에서 지극히 '감점' 요소다.



하지만 중국의 아류화 작업,  
다시 말해 ‘카피캣’이 세계시장으로의 부푼 도약을 준비하고  
있다. 그간의 카피캣은 그 자체로 비아냥의 함의를 품어왔다.  
사전적 의미론 ‘시중에 잘 팔리는 제품을 그대로 베껴  
재생산하는 작업’을 의미한다.



중국의 카피캣 기술은 이제 뱀을 용으로 재탄생시키는 신묘함을 장착하기에 이르렀다. 다시 말해 중국의 카피 산업이 곧 세계 정보화통신 시장의 시류를 대변하는 것도 모자라 중국을 폄하하기 바빴던 유럽국가에서 되레 중국의 사업 프로세스를 ‘재카피’하는 수준에까지 도달했다.

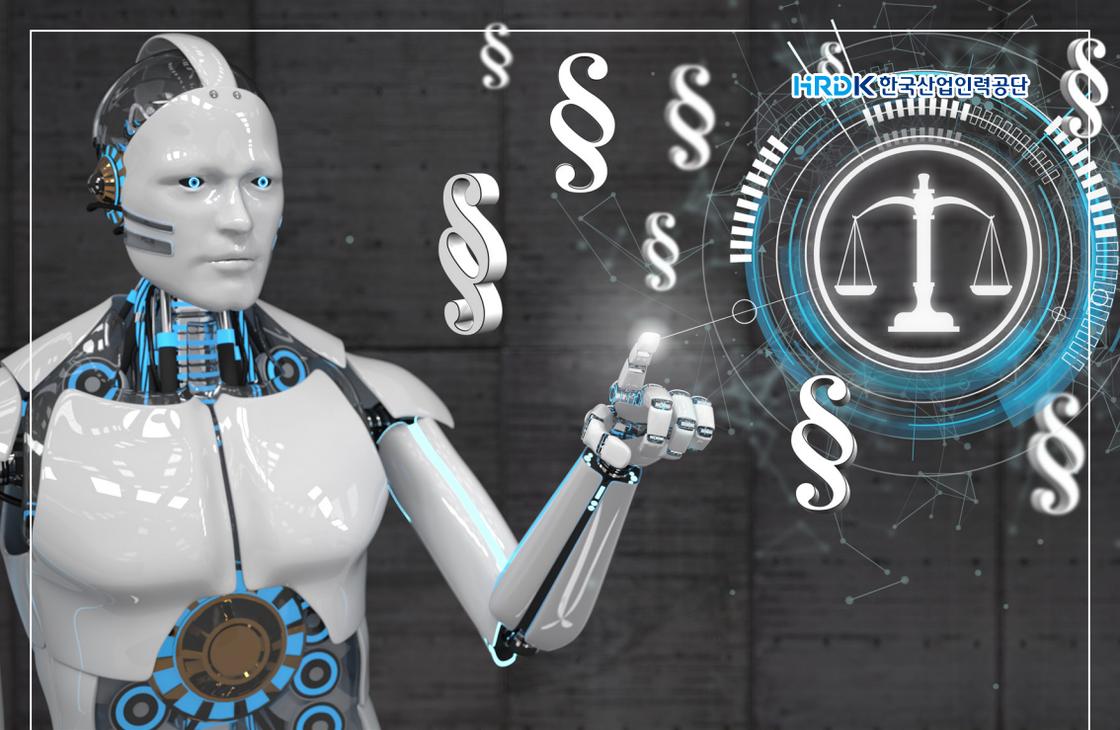


이에 음식서비스 인적자원개발위원회(음식 ISC)는  
월등한 인공지능의 기술력을 앞세운  
중국 '스마트 푸드 시장'의 결제 시스템을 들여다봤다.



중국과 프랑스가 맞손을 잡았다.  
바로 인공지능(AI)의 기술력으로 그릇에 담긴 음식을  
이미지 형태로 식별하는 기술이 가시화됐기 때문이다.

똑똑한 눈의 의미를 가진 ‘스마트 아이즈’는 시가 (가격이 매겨진) 개별의 접시에 담긴 음식을 식별한 뒤 토털 가격을 화면에 나타낸다. 고객은 화면에 명시된 가격을 확인한 뒤 결제를 하는 시스템이다.



스마트 아이즈는 3가지 메리트를 앞세운다. 첫째는 고용 인력 절감, 둘째는 짧은 시간에 더 많은 고객 응대를 통한 매출 제고, 끝으로 세 번째는 고객을 상대로 보다 편리한 서비스를 제공한다.