

‘제주와 중국을 말하다 현장 조사 연구 프로젝트’ 해외 사례조사

‘제주와 중국을 말하다 현장 조사 연구 프로젝트’ 해외사례조사 보고서

2014. 6

제주발전연구원

I. 조사개요

1. 배경 및 목적

- 한라일보 창간 25주년과 한·중 수교 22주년을 맞아 G2 국가로 부상하는 중국과 국제자유도시 제주의 공동 관심사인 교류, 관광, 경제, FTA, 물류, 중국 소비시장, 투자유치 등 분야별 주요 의제를 정하고 실태 파악을 통해 도민들에게 정확한 정보를 알리고자 함
- 주요 이슈를 중심으로 제주와 중국 간의 상생방안을 모색하고, 나아가 향후 한·중 관계 발전을 이끌어갈 수 있는 프로젝트를 추진하고자 함

2. 세부주제

- 제주 문화의 한류화 및 소비시장
 - 양국의 문화교류 다변화를 통해 한·중 주민간 문화 교류와 우호증진 촉진 방안, 나아가 ‘제주문화의 한류화’를 확산하기 위한 방안 모색
 - 세계의 공장’에서 ‘세계의 시장’으로 전 세계의 이목이 집중되고 있는 중국 소비시장을 집중 재조명하고, 중국인의 정서와 사회적 맥락, 문화 코드 등을 중심으로 최근 중국 소비시장의 트렌드 변화 등의 실태 분석을 하고자 함
 - 또한 최근 중국 소비시장의 핵심인 80, 90후 세대, 2·3선 도시의 급

부상, 명품 소비, 실버세대 등 주요 키워드를 통한 중국 소비시장의 분석을 통해 향후 제주가 중국 소비시장에 대처해야 하는 방안을 모색하고자 함

3. 출장계획

- 출장기간 : 2014년 6월 17일 ~ 6월 21일(4박 5일)
- 출장국가 : 중국 북경시
- 출장자 : 정지형(제주발전연구원 책임연구원)
- 출장대상 : KIEP 북경사무소, 대외경제무역대학교 한중 교류센터, 한국 문화원 방문, 문화컨텐츠 진흥원

일자	출장지	출장면담 및 답사내용
6.17	북경	제주출발(KE 870: 15:50) 북경도착(17:30)
6.18	북경	- KIEP 북경사무소 방문 - 대외경제무역대학교 한중교류센터 방문
6.19	북경	- 문화컨텐츠 진흥원 - 한국문화원 방문
6.20	북경	- 제주홍보관 북경사무소 방문 - 인민대학교 교수 간담회
6.21	북경	북경출발(KE 880: 10:50) 제주도착(14:25)

4. 주요 수행사항

- 대외경제무역대학교 한중 교류센터 방문
 - 북경 내 한국어과 학생 간담회 및 설문조사
 - 신세대들의 한류에 대한 의견 청취
 - 중국 학생들의 제주에 대한 선호도 및 선호 상품 조사

- 향후 중국 현지 마케팅 전략에 있어 제주에 건의하고 싶은 사항

- KIEP 북경사무소 방문
 - 중국 소비시장에 대한 의견 청취
 - 향후 제주 상품 및 제주의 관광객 유치를 위한 중국 현지 마케팅 전략
 - 제주 관광객 유치 시 중국 여행자가 선호할 만한 상품
- 한국 문화원 및 문화컨텐츠 진흥원 방문
 - 최근 다시 일고 있는 '한류'에 대한 의견 청취
 - 중국인들의 한국에 대한 선호도 조사
 - 중국 해외여행 소비자 트렌드 변화에 관한 의견 청취
- 인민대학교 교수 간담회
 - 인민대 경제학과 교수님과의 간담회를 통해 현재 중국 소비자의 동향 및 향후 추세에 대한 의견 청취

II. 현지 인터뷰 주요 내용

1. 인터뷰 주요 내용

□ 개요

- 일시 : 2014. 6. 18(수) 10:00 ~ 12:30
- 장소 : KIEP 북경사무소
- 면담자 : 이승신 KIEP 북경사무소 소장

□ 주요내용

- 최근 중국인들의 소득수준이 높아짐에 따라 소비 시장 추세 또한 매우 빠르게 급변하고 있음
 - 특히 고급화, 친환경·유기농 시장이 빠르게 성장하고 있음
- 중국 정부의 지속적인 내수확대 정책 및 새로운 지도부의 도시화 추진 등에 따라 중국 소비시장은 지속적으로 확대될 것으로 예상됨
- 빠링허우(80后), 지우링허우(90后), 푸얼파이(富二代) 등 '新 소비 세대'들은 빠른 소득증가와 함께 독특한 소비특성으로 중국 소비시장을 주도하며 중국 소비시장의 주역으로 부상하고 있음
 - 이들은 서구문화에 친숙하며 소비를 주도함에 따라 소비의 양적증가 뿐 아니라 질적 변화도 클 것으로 예상됨
- 특히 중국 내 식품 관련 사건으로 인해 자국 식품 및 기업에 대한 불신감이 커지면서 수입식품을 많이 찾는 추세임
- 따라서 중국 식품 시장에서 프리미엄급 친환경·유기농 제품 등의 시장이 확대 되고 있음
- 중국 전 지역에 대량의 물량을 통해 수출 할 것인지 주요 지역만을 대상으로 한 수출을 할 것인지의 타깃 시장 설정이 필요
 - 제주의 경우는 23억 정도로 형성되어 있는 프리미엄 소비자 층 공략이 필요

- 특히, 2013년 10월 발표된 중국 여유법 시행으로 인해 저가 여행 상품이 줄면서 향후 여행 시장에서도 고급화가 이루어 질 것임
 - 현재 제주로 여행가는 일부 부유층의 개별 관광객의 경우 제주에도 돈을 소비할 곳이 없다고 함
 - 따라서 면세점 위주의 쇼핑이 이루어지고 있음
 - 제주의 경우 관광자원, 즉 볼거리는 많이 있으나 휴양 개념의 '편히 쉬면서 쇼핑 할 수 있는' 공간은 부족
- 제주 삼다수가 북경(교민사회)으로 진출하고 있지만 주로 개인 업자나 보파리상을 통해 수입되고 있어 가격 정책이 흔들리고 있음
 - 최근에는 농심 백산수가 삼다수보다 싼 저가 정책(2/3 가격)으로 교민 사회에 진출하면서 시장을 선점하고 있음
 - 특히 삼다수의 경우 특가로 대량으로 판매하면서 이미지 또한 타격을 받고 있음
- 중국 소비자들의 브랜드 충성도는 매우 뛰어난 편
 - 제주 상품이 중국에서 확고한 브랜드 인지도로 각인 된다면 중국 소비자들에게 크게 어필 할 수 있을 것임
 - 하지만 확고한 자리를 잡기 위해서는 프리미엄 마케팅이던지, 친환경·유기농 마케팅이던지 상품의 특성을 살릴 수 있는 특색있는 마케팅이 필요
- 중국 시장에 진출하기 위해서는 우선 제품 알리기, 즉 브랜드 인지도 제고가 가장 우선적으로 필요함
 - 그 다음 단계로는 중국기업과 협력하는 방식이 필요
- 제주 상품의 경우 청정자원 이미지를 통해 북경의 뚜레주르나 파리바게트 같은 곳에 입점을 통한 제품 판매도 고려해 볼 만함
 - 현재 뚜레주르나 파리바게트는 현지 중국인들에게도 큰 호응을 받고 있음
- 최근 중국에서는 온라인을 통한 소비가 특히 많아지고 있음
 - 따라서 제주 상품 인지도 제고를 위해서는 이를 충분히 활용할 필요가 있음
- 일정 인구이상 일정 소득수준이 있는 도시 선정을 통해 타깃 지역 선정이 필요

- 제주의 경우 신선식품의 이미지를 활용하기 위해서는 직항노선 위주의 타깃 지역 설정도 필요
- 북경의 고급 백화점 선별을 통해 공략도 고려해 볼 만함
- 특히 BHG(백화점 체인)의 경우도 고급라인이 따로 있기 때문에 충분한 가능성이 있음
- 하지만 BHG의 경우 컨택하기가 쉽지 않으며 고급라인의 입점하기에는 많은 애로사항이 있을 것임

2. 인터뷰 주요 내용

□ 개요

- 일시 : 2014. 6. 18(수) 14:00 ~ 17:00
- 장소 : 대외경제무역대학교
- 면담자 : 李正秀(이정수) 한국어과 학과장, 深廈潤(심하윤) 중한 교육문화교류센터 대표, 韓康一(한강일)교수 외 3명(한국어과 학생)

□ 주요내용

■ 대학 개요

- 대외경제무역대학은 1951년에 설립된 베이징 대외경제부(Beijing Institute of Foreign Trade)가 전신으로, 중국 경제 및 세계 경영을 책임질 정부 관료를 교육하고 훈련시킬 목적으로 설립되었음
- 1960년 중국 정부에 의해 최초로 국가중점대학(國家重点大學)으로 선정되었으며, 국제무역, 국제금융, 경제, 국제상법 등에 특화된 학교임
- 1989년 경제 각료, 은행가, 홍콩상공회의소의 회원들로 구성된 이사회를 갖춘 중국 최초의 대학이 되었음
- 1997년 중국 정부의 교육개혁 프로젝트인 '211공정'에 포함되어 있는 명문

대학입

- '211공정'은 '21세기를 대비해 100개의 세계적인 일류 대학을 건설한다'는 취지의 프로젝트
- 2010년 대학 취업률 평가에서 청화대학에 이은 2위를 차지하였으며, 취업 만족도는 전국 2,500개 대학 중 5위를 차지하였음
- 또한 중국에서 유일하게 유학생 취업센터를 개설하여 운영 중에 있음

■ 주요 내용

- 우선적으로는 한국어학과 보다는 일본어 학과의 지원이 많은 실정임
- 일본어학과와 경우 취업이 높은 편으로 인기가 좋음
- 하지만 최근 한국어 지원생이 많아지고 있음
- 현대, 삼성, 엘지, 외교부, 상무부 등 한국어를 필요로 하는 곳이 많아지면서 한국어에 대한 선호도가 높아지고 있는 실정임
- 한국어학과가 개설 된지 60년이 되었음
- 대외경제무역대학 한국어과의 경우 경쟁률이 비교적 높음
- 특히, 한국어과 이외에도 통번역학과와 경제학과와 접목이 되어 학생들에게 인기가 높음
- 한류가 잠시 소강상태였지만, 최근 '별에서 온 그대'를 통해 다시금 제2의 한류 바람이 일어나고 있음
- 젊은 사람의 경우 한국 전통문화에 대한 관심도는 매우 낮은 편임
- 한국에 대한 이미지는 대부분 '영화, TV 드라마' 등으로 접하고 있음
- 따라서 연예인과 관련된 화장품, 옷, 한식, IT 제품 등에 대한 관심사가 높은 편임
- 예전에는 HOT, 가을동화, 대장금 등이 '제1차 한류'라 할 수 있으며, 최근에는 '상속자들, 별에서 온 그대(드라마), 강남스타일(노래)' 등이 '제 2차 한류'가 할 수 있음'
- '별에서 온 그대'에서의 '치맥'의 인기가 매우 높아, 왕징, 오도구 등 한인

지역에서의 치킨 전문점이 줄을 서서 먹을 정도임

- ‘별에서 온 그대’의 영향으로 한국으로 여행을 가는 사람들이 늘어남
 - 재방문을 또한 높아졌으며, 개별 여행을 가는 젊은 층이 늘어남
- 한국어과 학생들의 경우 ‘한류’에 대한 호감이 높으며, 한국에 대한 선호도가 높음
 - 한국어과 학생들에게 ‘제주도’는 가장 가고 싶은 곳 중의 하나임
- 제주도를 방문한 사람들은 제주의 상품에 대한 특색을 못 느낌
 - 다양한 상품들이 부족하며, 중국인들이 선물로 사가지고 갈 만한 제품이 없음
 - 제주 감귤 초플릿의 경우 많이 구매는 하지만, 선물로 주기에는 부족한 면이 있음
- 중국인 관광객 유치를 위해서는 중국 사람들을 위한 수용태세 및 전반적인 서비스도 고려되어야 함
 - 제주의 경우 휴양을 하기에는 다른 동남아에 비해 공간 및 다양한 체험 프로그램이 부족함
- 최근 중국인들은 대부분 인터넷을 통해 관련 자료를 수집하고 있으며, 온라인 여행사를 통해 여행상품을 선택하고 있음

3. 인터뷰 주요 내용

□ 개요

- 일시 : 2014. 6. 19(목) 14:00 ~ 17:00
- 장소 : 주중 한국 문화원
- 면담자 : 김진곤 주중 한국문화원장

□ 주요내용

■ 문화원 개요

- 중국인들의 한국 이해를 돕고 양국의 교류와 협력을 촉진하고 우의를 증진

하는데 그 목적을 두고 있으며, 2007년 3월 22일 북경시 조양구에 지상 4층, 지하 3층인 현 건물로 이전하였음

- 한국문화 교실을 통해 한국어 교실, 한국 요리 강좌, 국악 강좌, 태권도 강좌 등을 운영하고 있으며, 이들 강좌는 한국어와 한국 문화를 배우고 싶어 하는 중국인들 대상을 무료로 운영하며 큰 호응을 얻고 있음

■ 주요 내용

- 현재 문화원에서는 우리가 하고 있는 것 과 자신 있게 권할 수 있는 것을 전파하고 있음
 - 한국의 전통적인 문화가 중요하다고는 하나 현재 한국에서도 관심도가 떨어지는 한복, 국악 등의 전통적인 요소는 중국인에게도 관심도가 떨어짐
- 문화원의 목적은 전파와 교류임
 - 전파는 일방적으로 이루어지는 것이지만 교류를 쌍방이 어우러져 이루어지는 것임
- 또한 ‘한류’는 시장에 의해 자연적으로 형성되어 지고 있으며, 한류 열풍은 지속적으로 중국사회에 퍼져가고 있음
- 문화원은 한국에서 중국으로 문화 공연 등 문화교류가 이루어지고 있을 때 외교적인 기능으로써 네트워킹 등 외교적인 기능을 수행하는 역할을 함
 - 따라서 제주 또한 이를 충분히 활용할 필요가 있음
- 특히 기존의 공연 및 축제 플랫폼을 활용하지 않고 새로운 것을 만든다면 무대비용, 손님 홍보, 마케팅 비용 등 상당한 비용이 많이 듦
 - 따라서 기존의 중국 축제에 게스트로 참여하는 것이 가장 좋음
 - 중국에서도 한국의 콘텐츠가 필요하므로 현재 문화원으로 지속적으로 문의가 오고 있음
 - 예를 들면, 북경의 1월 빙등제, 7월의 하얼빈 한국문화주간행사, 기업에서의 고객 서비스 이벤트(기업 오픈식) 등
 - 이렇듯 축제를 활용할 필요가 있으며, 최근 활성화가 되고 있음
- 매년 북경 1월에 개최되는 빙등제에 지속적으로 참가하여 제주 문화를 알

리는 것도 고려할 필요가 있음

- 참여 의사가 있을 시 제주관을 만들 수 있으며, 기본적인 비용으로 제주 문화관을 알릴 수 있는 큰 기회가 될 수 있음

4. 인터뷰 주요 내용

□ 개요

- 일시 : 2014. 6. 20(금) 10:30 ~ 12:00
- 장소 : 북경 제주 홍보관
- 면담자 : 북경 제주 홍보관 대표

□ 주요내용

- 북경 제주 홍보관은 북경시 차오양구 스타시티빌딩 21층에 위치하고 있음
 - 민선5기 핵심공약에 따라 수출과 투자유치, 관광홍보 등을 위해 설립 되었으며, 제주 업체 39곳에서 만든 200여개 상품을 전시하고 있음
- 북경 제주 홍보관은 2012년 10월에 생겼으며 공식적인 설립은 아니었음
 - 커리어라는 회사를 통해 임시 운영되었으며 2013년 1월에 정식으로 발족시켰음
- 2013년 12월 중국 정부에 정식 법인 등록하였으며, 2014년 1월부터 제주도 청 사무관이 책임자로 파견되었으며, 재중동포 등 현지 인력 2명이 근무하고 있음
 - 운영 주체는 중소기업 지원센터임
- 주된 임무는 제주상품의 중국 바이어와 연결, 투자유치 활성화, 관광객 유치 등 임
- 2014년 3월 제주지역 화장품, 초콜릿 업체 등 8곳이 참여하여 수출상담회를 처음 진행하였음
 - 하지만 실제 수출까지 성사되기 위해서는 상당한 비용과 시간이 소요됨

- 특히 중국 당국의 위생허가 취득 등의 난제가 많음
- 2014년 10월에 두 번째 수출 상담회를 개최할 예정임
- 향후 북경 제주 홍보관을 활용하여 중국 시장에 대한 DB 구축과 네트워크 형성이 필요
- 해외시장에 진출하는 가장 일반적인 진입방법이 박람회를 통해 제품을 홍보하고, 유통망을 확보한 현지 바이어와의 접근이라 할 수 있음
 - 중국에서는 제 박람회, 전시회 등이 대도시를 중심으로 개최되고 있지만 매우 작은 규모가 개최되는 경우도 있음
 - 따라서 현장 중심의 DB 구축을 통해 제주특별자치도나 중소기업지원센터 등에 자료를 제공함으로써 박람회 참가를 위한 사전 준비를 할 수 있도록 해야 함
 - 이를 통해 적은 규모, 미미한 성과가 나타날 수 있는 박람회 참가는 하지 말고, 예산지원을 통해 꼭 필요한 박람회나 전시회에 갈 수 있도록 해야 함
- 중국은 지역별로 세관법, 검역법, 위생법, 규제, 절차 등 통관절차의 가이드 라인이 상이한 경우가 많으므로 이에 대한 파악이 필요함
 - 하지만 방대한 지역 모두를 조사하기에는 한계가 있으며, 한국내에서의 조사연구만으로는 중국 자료 수집에 한계가 있음
 - 또한 중국 관련 현지 전문가를 한국으로 초청해서 세미나 및 워크숍을 개최하기에는 비용적인 측면에서도 상당한 부담감이 있을 것임
- 따라서 연구기관과 공동으로 세미나 및 워크숍 개최 등을 통해 중국에서의 협회, 관련기관, 하계, 공무원 등과의 인사교류 및 연구교류 활성화가 필요함
 - 이는 적은 비용으로 중국 현지의 각계 전문가를 초청할 수 있으며, 이를 통해 제주도에 필요한 사항에 대한 자료수집 및 DB 구축을 할 수 있음

5. 인터뷰 주요 내용

□ 개요

- 일시 : 2014. 6. 21(금) 14:30 ~ 16:00
- 장소 : 중국 인민대학교
- 면담자 : 李義平(리이핑) 교수(인민대학교 경제학과 교수)

□ 주요내용

- 중국 소비 시장은 현재 매우 빠른 속도로 변화고 있으며, 전 세계 글로벌 기업들 또한 중국 시장을 선점하기 위해 치열한 경쟁을 벌이고 있음
- 중국 정부 또한 자국 기업의 보호를 위한 정책적 조치를 취하고 있어 외국 기업들이 중국 시장 선점은 매우 힘들 것임
- 또한 중국은 지역별로 세관법, 통관법, 위생허가법 등에 차이가 있어 모든 지역을 파악하는데도 많은 시간이 소요 될 것임
- 연구기관의 연구원으로써 중국의 기타 연구기관과의 학술 교류 및 네트워킹 활용이 필요함
 - 현재 제주발전연구원의 경우 중국 사회과학원의 아태 글로벌 연구원과 이미 MOU를 체결하여 학술교류를 진행한 바가 있으며, 호북성 사회과학원과도 학술교류를 진행하였음
- 중국 시장 모니터링과 자료 수집 및 네트워킹 활용을 위해서는 더욱 더 많은 연구기관, 학계 등과의 교류가 필요함
- 특히 관광서비스업이 대부분을 차지하는 제주의 경우 관광객 유치 확대, 제품 수출 확대와 관련해서는 더욱 필요할 것임