

중국 관광시장 동향과 유치전략



제29차 제주경제포럼 2012.3.27

신동일 제주발전연구원 관광사회문화부장

목 차

제1장 중국관광시장 분석

제2장 방한 중국인관광객 현황

제3장 시사점

제4장 정책 제언



요우커의 잠재력과 무한함

- 2011년 약 7,000만명의 중국인들이 국외관광

- 2011년 약 200만명의 중국인들이 한국관광
- (전체의 2.8% 수준)

- 2011년 약 57만명의 중국인들이 제주관광
- (방한객의 29%, 전체의 1% 미만)



중국관광시장 분석

중국은 세계 최대의 관광시장

- 2011년 7,000만명 국외여행(86%가 아시아 여행)
- 2018-20년 1억명 이상이 국외여행을 할 것으로 전망
- 세계 각국이 중국인관광객 유치 확대를 위한 경쟁이 치열



중국경제의 급성장으로 소비와 투자의 급증세

- 방한 외국인관광객 최고의 소비(세계 최고의 관광소비자)
- 고가쇼핑과 부동산 투자수요가 급증 추세

국제자유도시 제주의 전략적 시장으로 부상

- 외국인관광객 성장세의 견인 역할
- 국제자유도시 추진을 위한 성장 동력



중국 관광시장 분석

1. 중국의 국외관광 정책기조(1990년대)

- 중국은 국가의 성장동력으로서 관광산업의 중요성 강조
- " 입국관광과 국내관광을 대대적으로 발전시키고,
- 국외관광(출국관광)은 적절하게 발전시킨다" 는 차별적 정책
- 적절하게라는 표현은 중국 정부가 국외관광을 관리하기 위함
- 실제로 '조직적으로, 계획적으로, 통제적으로' 라는
- 관리정책으로 구체화되던 시기



중국 관광시장 분석

1. 중국의 국외관광 정책기조(2005년 이후)

- "입국관광을 강력하게 발전시키고,
- 국외관광을 규범적으로 발전시킨다" 로 정책 수정
- 규범적이라는 표현은 중국 정부가 통제와 제한을 완화시키고
- 시장 질서에 좀 더 맡기겠다는 정책의 전환
- 호혜주의 원칙을 지키되 인바운드 관광을 더 중시여기는 정책



중국 관광시장 분석

2. 중국의 관광제도 및 기구

- 1) 국외 여행관련규제
 - 여행사조례(여행분야의 기본법)
 - 중국공민출국여유관리변법
 - 중화인민공화국공민출경입경관리법(출입국관리법에 해당)
- 중국으로의 관광객 송출이 있는 나라
- 정치적 우호관계에 있는 나라
- 국가적 교류가 외교정책에 부합하는 나라로 규정되어 있음



구분	관련 법령
관광·여행 분야	-여행사조례(2009년 1월 국무원 승인, 2009년 5월 시행) -중국공민출국여유관리변법(2002년 5월 국무원 공포)
출입국 분야	-중화인민공화국출경입경관리법(1985년 11월 전인대승인)

중국 관광시장 분석

2. 중국의 관광제도 및 기구

-
- 2) 여행사조례 (2009년 5월 1일부터 시행)
 - - 특정 여행사에 한정되던 입경업무(외국인의 방중)가 모든 여행사로 확대되는 계기
 - - 출경업무(중국인의 해외여행)에 대해서는 경영허가를 취득한 후 2년간 행정처분이 없는 여행사에 대해 허용
 - - 2010년 이후 외자여행사의 경우에도 가능하도록 제도 개선



참고 : 2011년 5월 현재 중국에는 2만 3,269개의 여행사가 영업중

중국 관광시장 분석

2. 중국의 관광제도 및 기구



- 3) 중국국가여유국 (CNTA)
 - - 중국의 모든 관광정책을 총괄하는 최고의 국가기관
 - - 조직 구성은 7개의 실과 5개의 직속기관, 18개 해외사무소

- 4) 중국여유협회 (CTA), 중국여행사협회 (CATS), 지방여유협회
 - - 중국여유협회는 1986년 국무원의 허가를 받은 관광분야 최초의 협회
 - - 중국여행사협회는 1997년에 설립된 여행사,여행협회 가입단체 (981개사)
 - - 지방여유협회는 각 성, 자치구, 직할시에 설치되어 정책조율과 교류도모

중국 관광시장 분석

3. 중국의 국외관광 여건

- 1) 근로시간 1일 8시간, 주 40시간을 초과하지 못하도록 규정
 - - 국무원의 노동자 노동시간에 관한 규정 및 규칙(1995년 5월)
- 2) 법정휴일은 연간 11일
 - - 휴일이 토,일요일과 겹치는 경우 평일로 대체
 - - 춘절(구정월)의 휴일일수는 3일이나 전후주 토,일요일
 - - 근무일로 하여 1주일간의 휴일이 되도록 운영
- 3) 학교방학은 연간 13주
 - - 성,직할시, 자치구가 독자적인 재량권 부여
- 4) 기업의 휴가제도(2008년 1월 '종업원연차유급휴가조례')
 - - 근속 10년 미만은 5일, 20년 미만은 10일, 20년 이상은 15일



방한 중국인관광객 현황



4. 중국의 국외관광 현황

단위 : 만명

구분	2005년	2006년	2007년	2008년	2009년	2010년
홍콩	1,352.54	1,433.40	1,613.69	1,755.70	1,866.59	2,309.65
마카오	847.92	989.50	1,277.02	1,552.17	1,512.76	1,611.24
한국	84.33	109.82	131.25	137.43	147.42	196.86
일본	65.28	81.16	94.24	100.41	100.60	-
총계	3,102.63	3,452.36	4,095.40	4,584.44	4,765.63	5,738.65

자료 : <http://www.cnta.gov.cn>

중국 관광시장 분석

5. 중국의 관광현황 및 전망

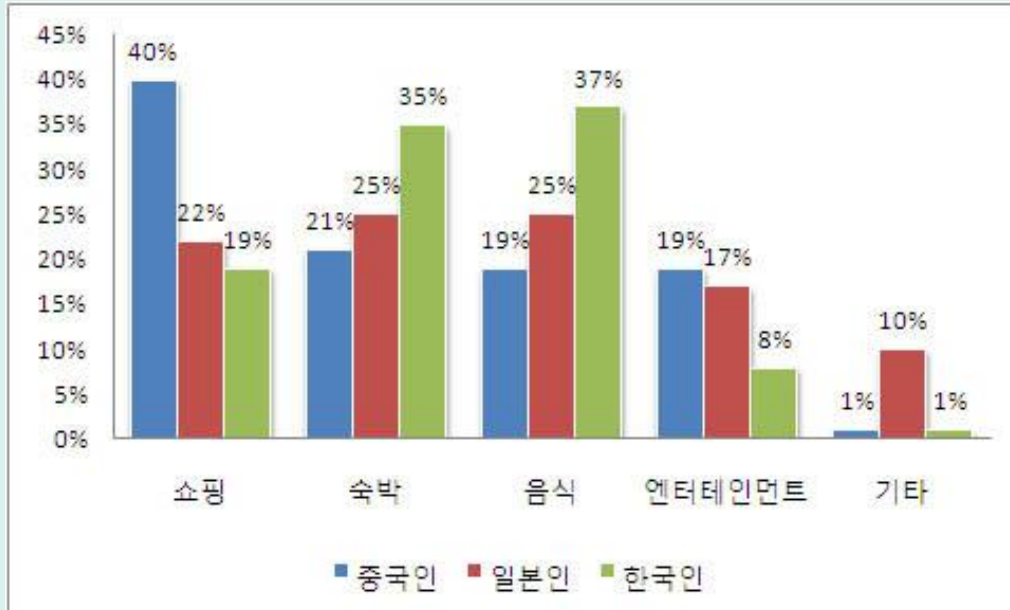


- 중국관광경제청서 - 중국여유연구원
- - 2010년 중국 국내관광객은 약 26억명(전년대비 12% 증가)
- - 인바운드 관광객 수는 1억 3,400만명(전년대비 1% 증가)
- 외화수입은 465억달러(전년대비 1.5% 증가)
- - 아웃바운드 관광객 수는 7천만명(전년대비 22% 증가)
- 해외관광경비지출은 690억달러(전년대비 25% 증가)

참고 : 2012년 중국인의 해외여행은 7,840만명으로 12% 증가를 전망

중국 관광시장 분석

6. 중국인관광객의 소비지출 형태



참고 : 방한 외국인관광객 가운데 1천달러 이상 쇼핑비를 지출하는 비율 조사결과 중국인관광객은 32.3%, 일본인관광객은 4.2%로 중국인들의 씀씀이가 세계 최고(대한상공회의소 조사결과)

방한 중국인관광객 현황

1. 방한 중국인관광객 일반적 특성

단위 : %

구분	2003년	2004년	2005년	2006년	2007년	2008년	2009년	2010년	2011.9
남성	61.0	60.6	58.8	58.5	56.5	55.2	52.8	50.2	48.9
여성	39.0	39.4	41.2	41.5	43.5	44.8	47.2	49.8	51.1

구분	2007년	2008년	2009년	2010년	2011.9
0-20세	8.9	7.8	6.8	7.1	8.4
21-30세	23.2	23.8	24.6	23.7	25.4
31-40세	27.0	26.5	26.4	25.1	22.9
41-50세	22.9	22.3	22.5	22.9	22.2
51-60세	12.9	13.8	13.7	14.2	14.0
61세 이상	5.0	5.8	6.1	7.0	7.1

자료: 한국관광공사, 각년도, 한국관광통계



방한 중국인관광객 현황

2. 방한 중국인관광객 관광행태

한국여행 선택요인

구분	쇼핑	자연풍경	세련된 문화	중국과의 거리	음식/미식	여행비용	휴양/휴식	유형/놀이시설
비율	50.4%	33.1%	23.0%	18.0%	17.0%	14.4%	11.8%	11.8%

한국여행 대체국가

구분	일본	홍콩	유럽	싱가포르	태국	미국	대만	마카오
비율	34.5%	19.6%	13.3%	8.6%	6.7%	5.5%	4.7%	3.1%

자료: 한국문화관광연구원, 중국인 FIT 방한여행 실태조사 보고서, 2012.1

방한 중국인관광객 현황

2. 방한 중국인관광객 관광행태

한국여행 주된 정보원

구분	인터넷	친지/친구	여행사	관광안내서적	보도
비율	56.8%	48.2%	34.8%	24.0%	13.6%

한국여행 체류기간

구분	3일	4일	5일	6일	7일
비율	14.1%	14.1%	15.6%	10.3%	12.0%

자료: 한국문화관광연구원, 중국인 FIT 방한여행 실태조사 보고서, 2012.1

방한 중국인관광객 현황

2. 방한 중국인관광객 관광행태

한국여행 방문지역

구분	서울	서울/수도권	제주	수도권	부산
비율	30.2%	15.4%	9.4%	8.0%	6.0%

한국여행 동반자

구분	친구/연인	가족/친지	혼자서	직장동료	기타
비율	30.2%	30.0%	19.6%	7.8%	5.8%

자료: 한국문화관광연구원, 중국인 FIT 방한여행 실태조사 보고서, 2012.1

방한 중국인관광객 현황

2. 방한 중국인관광객 관광행태

구매의사 쇼핑품목

구분	향수/화장품	의류	인삼/한약재	주류/식료품	전기/전자제품
비율	62.2%	51.8%	17.2%	13.8%	11.8%

선호하는 쇼핑장소

구분	백화점/대형마트	공항면세점	명동	동대문시장	시내면세점
비율	42.2%	38.4%	34.2%	30.0%	22.4%

자료: 한국문화관광연구원, 중국인 FIT 방한여행 실태조사 보고서, 2012.1

방한 중국인관광객 현황

3. 내도 중국인관광객 추이

- 중국은 2009년 이후 제주지역 제1의 외국인관광객 시장으로 성장

단위 : 명



자료: 제주특별자치도관광협회

시사점

1. 쇼핑관광 활성화를 통한 실질적 이익창출이 시급

- 중국인관광객들의 차이나바잉파워(쇼핑구매력)은 세계 최고

방한 외국인관광객 소비지출 규모

구분	중국	미국	일본
1인당 지출경비(2009년 기준)	1,558달러	1,292달러	1,072달러

자료: 한국관광공사

- 중국에서 1인당 소득이 1만달러를 넘는 도시는 선전, 광저우, 쑤저우, 우시, 포산, 상하이, 다렌, 베이징 등 11곳으로 이들 도시의 인구는 약 9천400만명

- 미국 라스베이거스 중국인관광객 일화
 - 2012년 새해를 맞아 1천명의 중국인관광객이 라스베이거스를 방문
 - 메이시백화점은 이들을 위해 2시간 동안 백화점 폐쇄



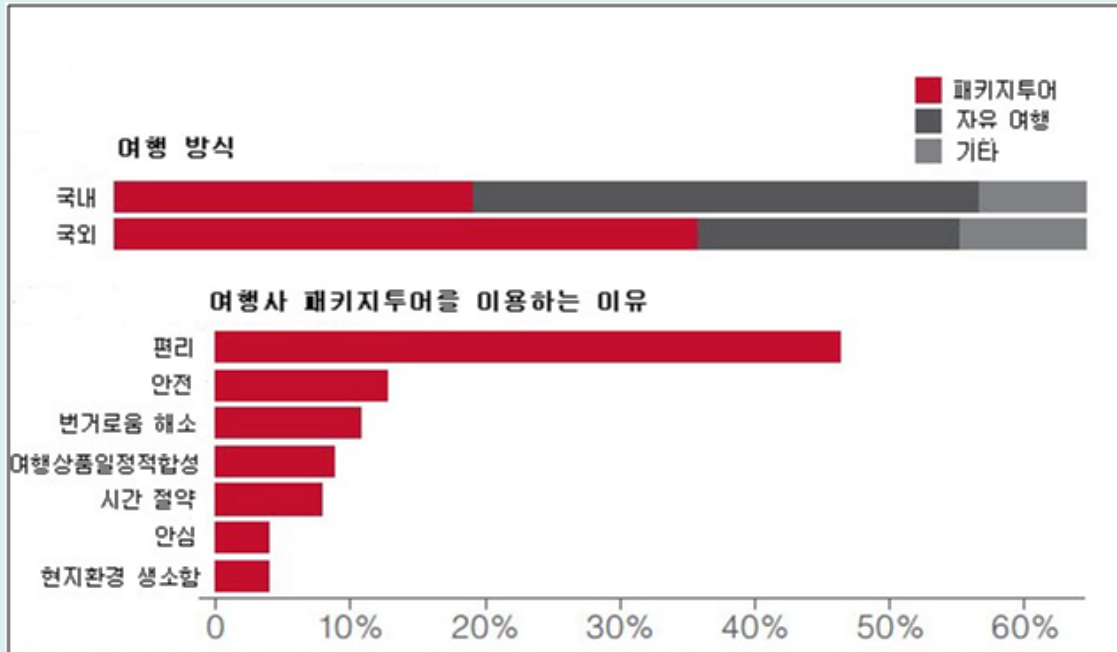
2. 트렌드에 대응하는 맞춤형 관광상품 개발이 중요

- 중국관광정책의 변화로 개별관광객 급증 전망
- 중국인관광객들의 대세는 20-30대와 여성관광객
- 중국인관광객들의 대세는 가족단위관광객
- 중국의 내륙개발에 따른 관광시장의 다변화 예상
- 중국의 신흥부유층이 새로운 표적시장으로 부상



3. 전문여행사의 양성을 통한 직접모객이 시급

- 중국인들은 단체와 개별관광객 모두 여행사패키지를 선호

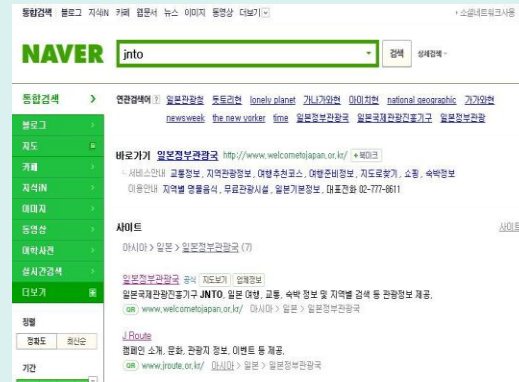
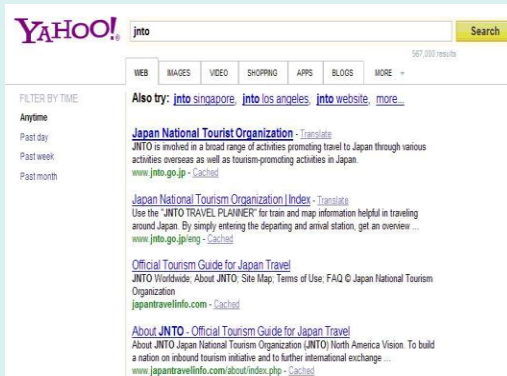


자료: BCG 2010.7월 중국소비조사

4. 인터넷 홍보와 관계마케팅 강화가 효과적

- 한국여행의 주된 정보원은 인터넷(56.8%)
- 관계(네트워크)를 중시하는 중국문화의 활용이 필수

- 일본정부관광국(JNTO)는 연간 웹사이트 조회건수가 1억 870만건(2009년)
- - 구글, 야후, 네이버, 다음 등 주요 해외사이트 검색순위에도 최상위에 위치
- 일본의 중국인관광객 유치 전략의 핵심은 관계마케팅



5. 관련 제도의 적극 개선으로 경쟁력 강화

- 제주의 최대 장점은 중국인들에게 무사증 방문 가능지역

-

- 전 세계가 중국인관광객 유치에 대해 제도를 획기적으로 개선중
 - - 싱가포르는 도덕국가로서의 이미지를 깨고 카지노가 포함된 복합리조트를 개발
 - - 호주는 중국이 자국민관광을 허용한 최초의 서구국가로
 - 'China 2020 Strategic plan' 수립을 공격적 유치 추진
 - - 일본은 중국인에 대한 사증제도를 점진적으로 완화시키는 중
 - (일정 직업상의 지위를 가진 사람에서 일정 경제력이 있는 사람으로 규정 개정)
 - - 괌은 중국인관광객에 대한 무사증제도를 미상원에 요청

-

정책 제언

1. 쇼핑관광 인프라 확충

- 프리미엄 아울렛의 조성 and 차별화 전략 마련
 - 확장품 브랜드 확충, 미용프로그램의 연계
- 은련카드 가맹점 확대와 ATM기 주요 관광지 설치
 - 중국정부의 외화현금소지한도(최대 5천불) 제약 극복

참고 : 방한 중국인관광객 총소비액은 2조 7천억원으로
은련카드가 2조, 현금 7천억원으로 추정(2010년 기준)



2. 맞춤형 관광상품 개발방안

• 상품을 개발하기 위해서는 정기적인 조사/연구가 선행되어야

구분	시장 특성	대응 전략
여성관광객	<ul style="list-style-type: none"> - 핵심 소비계층으로 쇼핑이 관광의 중요한 요인으로 작용 - 한류의 영향으로 미용과, 패션, 성형 등에 지대한 관심 	<ul style="list-style-type: none"> - 쇼핑관광, 미용관광의 활성화 - 한류 연계 관광프로그램 개발 등
가족관광객	<ul style="list-style-type: none"> - 1자녀 정책으로 자녀에 대한 거의 맹목적인 투자 - 자녀의 교육을 위해 문화체험 등의 해외여행 욕구가 최고 	<ul style="list-style-type: none"> - 문화체험 프로그램 개발 - 가족단위 휴양프로그램 개발 - 고품격 크루즈상품 등
신흥부유층	<ul style="list-style-type: none"> - 소비규모가 엄청나 명품 위주의 고가쇼핑 선호 - 관광행태도 호화형 위주 	<ul style="list-style-type: none"> - 쇼핑관광, 크루즈관광 - 레저스포츠관광 - 맞춤형 서비스 등

3. 전문여행사 육성

- 전문여행사 육성을 통해 모객능력 및 패키지 개발능력 강화

4. 관광안내서비스 개선

구분	대응 전략	비고
관광안내서비스 개선방안	<ul style="list-style-type: none"> - 제주공항 국내선 시설물 안내표시 중국어안내 보강 - 도내 관광지 및 안내표지판 중국어 표기 오류여부 조사 및 수정작업 시행 - 시내 쇼핑몰, 음식점 중국어표기 확대 - 대중교통 안내표시 보강 - 제주웰컴센터의 기능강화 및 활성화를 위한 홍보 강화 - 중국인관광객 전용 웹사이트 및 안내카운터의 설치 - 맞춤형 가이드북의 발간 - 도내 중국인유학생 활용 통역자원봉사자 양성 - 중국어가이드 양성 확대 등 	<ul style="list-style-type: none"> - 일본은 관광객의 이용가능성이 조금이라도 있는 거의 모든 지역, 시설물에 대해 일어, 영어, 한국어, 중국어 등 4개 국어 표기를 기정사실화하고 거의 모든 대상에서 시행하는 상황 - 도내 중국인유학생 통역자원봉사자로 활용하고 현장학습/실습 학점으로 인정하는 방안을 대학과 협의

5. 인터넷 및 관계마케팅 강화방안

구분	대응 전략	비고
인터넷 마케팅	<ul style="list-style-type: none"> - 제주관광 홍보물을 지속적으로 유튜브 등에 업로드 - 트위터, 페이스북과 같은 SNS를 활용한 제주관광 홍보 - 제주관광 어플리케이션 개발 및 보급 - 중국 주요 포털사이트 검색순위에 제주관광이 상위에 포지셔닝되도록 마케팅 (시나닷컴, 바이두닷컴, 쿠크닷컴 등) 	<ul style="list-style-type: none"> - 저비용 고노출 기대효과가 가능 - 생물권보전지역, 세계자연유산, 세계지질공원, 7대경관 브랜드 적극 활용
관계마케팅	<ul style="list-style-type: none"> - 중국 유력 여행사 관계자 초청시찰 프로그램의 운영 - 중국 관광 관계자들에 대한 제주관광전문가 양성과정 운영 - 제주관광상담회 개최 - 중국 현지 관광교역전, 박람회 참가를 확대하여 인적네트워크 강화 - 중국 유명 여행작가, 저널리스트를 활용한 제주관광 홍보 - 중국 여행사들에 지속적인 제주관광 정보 및 사진자료 제공 - 제주로고와 브랜드 사용 허가 등 	<ul style="list-style-type: none"> - 중국내 관계자와의 유대감 형성을 통한 상호교류 확대기회로 활용 - 제주도내 중국인 유학생 친인척을 활용한 팸투어 확대 실시로 친제주인 양성 - 생물권보전지역, 세계자연유산, 세계지질공원, 7대경관 브랜드 적극 활용

6. 제도개선 등 소프트웨어 정비에 집중

- 현재 제주공항과 항만 입국으로 제한 → 서울, 부산 경유로 확대

- 강원도 평창과 전라남도 여수도 제도도입 → 차별화전략 시급
- 적용대상의 확대와 인센티브 강화

- 제주는 크루즈관광의 기항지 → 모항지로의 육성
- 지역내 체류시간 확대를 통한 지역경제활성화 방안 마련

- 중국어로 안내되는 제주관광 애플리케이션 개발 및 보급
- 스마트폰 무료임대 서비스 실시 -오키나와 실시중-

- 전문음식점의 유형별, 가격대별 다양화
- 제주 전통음식의 관광자원화 및 중국인의 구미에 맞게 개발

7. 도민들의 친절성 제고방안 마련

• 중국인관광객 대응(접객)매뉴얼의 개발과 보급

구분	내용
식사법	<ul style="list-style-type: none"> - 날로 먹는 것과 차가운 음식은 좋아하지 않는다. - 차나 물은 식전 혹은 식후에 마시는 것으로 여긴다. - 식기는 손에 들지 않고, 식탁에 놓은 채 먹는다.
일본음식	<ul style="list-style-type: none"> - 육류를 좋아하고, 특히 야키니쿠(불고기)의 인기가 높다. - 회요리에 거부감을 가지거나 생선요리를 싫어하는 사람도 있다. (중국 내륙지역에서는 생선요리가 익숙하지 않은 것이 요인이다.)
친절한 환대포인트	<ul style="list-style-type: none"> - 요리의 양을 일본인보다 많이 제공하면 만족도가 높다. - 뷔페 형식과 같이 식사の内容과 양을 선택할 수 있는 스타일을 선호한다. - 식후에 과일을 제공하면 크게 좋아한다. - 서열(원탁의 자리 순서 등)이 매우 중요하므로 필요에 따라 고객에게 직접 확인하는 것이 중요하다.

자료: 일본 국토교통성 관광청(2009)

8. 직항노선의 확충과 전세기 지원

- 중국직항노선 : 북경, 상해 등 6개 노선
- 전세기 노선 : 하얼빈, 심양 등 10개 노선
- 지원대책 : 항공자유화 확대 제도개선 중앙정부와 조속 절충
저비용 항공사들의 국제노선 개설 지원조례 제정 추진
'국제직항노선 활성화 협의체' 운영
전세기 인센티브(편당 250~300만원)



세계가 찾는 제주 세계로 가는 제주

