

한중문화의 양국 관광산업에 가져온 영향과 발전방향

한 강 일*

— 목 차 —

- I. 서론
- II. 문화와 관광의 관계
- III. 한중문화가 양국관광산업에 미치는 영향
- IV. 양국 관광산업의 문제점과 공동개선방향

I. 서론

문화와 여행의 특수관계로 인해 여행문화는 한 국가의 관광산업에서 있어 아주 중요한 역할과 위치를 차지하고 있다. 최근 양국은 문화관광 코스에 대한 활발한 연구와 개발로써 관광업 발전을 심도있게 펼쳐나가고 있다. 또한 최근 양국의 문화교류는 과거와 다른 특징들을 지니고 있으며 이로 인해 양국의 문화교류는 양국의 관광업에 영향을 주고 있다. 그러므로 양국은 서로의 문화발전과 교류의 특징을 잘 살려 관광업을 발전시키고 시대의 조류에 발맞춰 양국 문화와 관광업의 상호작용을 더 활발히 하여야 한다.

고대시대로부터 서기 21세기까지 한중 양국의 문화교류의 역사가 오래 지속되었으며 서로의 정치, 경제, 문화생활에 아주 중요한 영향을 주었다. 고대 양국

* 북대 신항도 어학원 원장

의 문화교류는 주로 정치제도의 유사함과, 유교와 불교문화의 상호적인 영향, 언어 문학예술 및 생활 풍습 등 여러 방면에서 구현되었다. 현대에 이르러 "한류"와 "한(썩)풍" 문화의 출현은 바로 양국 문화교류 성과의 결실과 표현이다. "한류"는 중국에서 성행하고 있는 "한국유행문화"의 약칭이다. 처음에 이 문화는 영화와 드라마를 대표로 중국시장에 진출되었으며 점차적으로 각 분야로 확산되었다. "한풍"은 중국어 열풍을 시작으로 이루어진 즉 한국내에 일고 있는 중국어와 중국문화 배우기 붐과 중국유학의 풍조이다. "한풍"은 많은 한국인들을 중국유학, 관광, 투자로 이끌었으며 양국간의 상호방문을 날로 빈번하게 하였다. "한류"와 "한풍" 문화의 탄생은 결코 우연한 현상이 아니다. 이들은 오랜 역사를 배경으로 형성 되어왔고 각국의 경제적 지원과 한중 양국의 최근 정치, 경제 무역교류의 부단한 협조로 이루어진 것이다. 1992년 한중 수교 이래로 양국의 정치와 경제무역 관계가 날로 친밀해지는 동시에 관광업 협조 또한 더욱 좋은 발전을 가져왔다. 양국의 경제무역, 정치, 문화교류가 많아짐에 따라 더 많은 한국인과 중국인들이 상대국을 좀 더 자유롭게 관광할 수 있게 되었고 급속하게 증대된 양국의 상호방문 인원수는 상대국의 관광산업에 아주 큰 수익을 가져다 주었으며 지방경제 발전에도 영향을 끼쳤다. 양국 관광업의 발전은 한편으로는 양국간 날로 친밀해진 협조관계에 힘을 입었고 다른 한편으로는 한중 양국의 최근 적용한 효과적인 마케팅과 홍보방식에 힘을 입었고 또한 양국문화의 상대방 국민에 대한 흡인력 역시 아주 중요한 요소로 작용했다.

II. 문화와 관광의 관계

1. 문화와 관광의 의의

관광과 문화 이 두 단어는 우리가 일상생활에서 자주 사용하는 단어다. 하지만 그들의 구체적인 뜻에 대해 오히려 서로 다른 견해가 존재하고 강조하는 점이 다름에 따라 정의도 다르다.

가. 문화에 대한 이해

중국의 "역경"에 이런 말이 있다. "천체의 현상을 관찰하고 땅위의 상태를 살핀다 자신의 덕을 닦은 후에 남을 교화한다." 문화라는 단어가 여기에서 유래하였고 그 의미는 즉 인문에 따라 교화를 실시하는 것이다. 상해사서출판사에서 출판한 1979년 버전 《사해》에 문화는 넓은 의미로 인류사회 역사실천 과정에서 창조한 물질적인 부와 정신적인 부의 통합이라고 적혀 있다. 좁은 의미로 문화는 사회 의식형태와 서로간 적용되는 제도와 조직기구를 가리킨다. 따라서 문화는 일종의 역사현상이며 사회마다 그에 적응하는 문화가 존재하고 물질생산의 발전과 더불어 변형한다. 의식형태의 문화로서 지정된 사회의 정치와 경제의 반영이며 또한 영향을 미친다. 그리고 민족의 출발과 발전에 따라 문화는 민족성을 띄고 있고 민족형식의 발전을 통해 민족의 전통을 형성한다. 문화발전은 역사적 연속성을 가지고 있으며 사회 물질생산 발전은 문화발전의 역사적 연속성의 기초가 된다.¹⁾

한국의 문화는 반만년 역사생활속에서 형성된 민족특색이 뚜렷하며 한국 민족의 역사와 생활상을 반영한다. 문화는 또 사회, 정치, 경제의 제약과 영향을 받으면서 대대로 전해 내려온 것이다.

나. 관광에 대한 이해

관광은 사람들이 물질과 정신적 욕구를 만족시키기 위하여 여러가지 방식으로 다양한 경로를 통해 거주지를 떠나 타향에서 단기간의 관광활동을 하는 것을 가리킨다. 관광은 광범한 심미형식으로 인류의 기본적인 사회문화 활동 중의 한가지이며 일종 특수한 생활방식이기도 하다.²⁾

현대적 관광은 종횡의 2위론에서 고찰해 볼 수 있다. 횡방향에서 관광은 크게 두가지로 나뉜다. "유람"을 위주로 하는 관광과 "여행"을 위주로 하는 관광이 있다. 전자는 관광여행, 민속관광, 성지관광, 문화관광 등과 같은 것으로 한가한

1) 호림 《관광문화 내연의 혁신에 관한 약론》 (광동상업학원) 《강서사회과학》 2003년 1월

2) 이학강 《관광문화론》 (산동인문학원) 《동악논총》 2004년11월 제25권 제6기

여가를 보내거나 명승지를 유람하고 분위기 있는 절을 돌아보고 고적과 기묘함을 감상하는 것이다. 반면 후자는 비즈니스관광, 전시회관광, 친척방문관광, 방학관광 등과 같은 것이다. “유람”위주의 관광은 전통적 관광이고 또 좁은 의미의 관광이라고도 부른다. “여행”위주의 관광은 대부분 새로운 스타일의 관광으로서 넓은 의미의 관광이라고도 부른다. 종방향에서 관광은 관광객의 여행과 유람활동이다. 이것은 두가지 측면으로 이해해 볼 수 있다. 첫째, 관광객은 관광이념과 일정한 지불능력을 갖춘 여가가 있는 사람으로서 어느 자연인이나 모두 잠재적 관광객이다. 여행은 관광객이 거주지와 목적지 사이를 왕복하는 것이고 유람은 관광객이 목적지에서의 활동을 가리킨다. 둘째, 관광지는 관광객이 장기적으로 거주하는 곳이다. 여행과 관련되는 것은 교통, 정보, 여행사 등 조건으로서 관광에 있어서 빠질 수 없는 중간 절차이고 유람과 관련되는 것은 관광 목적지로서 관광객을 유인하고 관광객에게 유람할 장소를 제공하는 것이다. 관광은 관광객이 거주지를 떠나서 여행하고 유람하는 연속적인 과정으로서 관광객이 거주지와 목적지 사이를 오가는 것이다. 그러므로 “유람”을 위주로 하는 관광, “여행”을 위주로 하는 관광이 관광활동과 관련되는 관광객, 여행, 유람, 관광지, 목적지 등 내용을 포함하고 있으므로 관광문화는 다양해져야 할 필요가 있다.

다. 관광문화의 도출

관광과 관련되는 상기 특징으로부터 관광문화라고 부르는 이 개념을 도출해 낼수 있다. 사람들의 관광과정에서 준비단계부터 문화의 영향을 벗어날 수 없는 것으로서 관광과정에 포함되는 식사, 숙박, 교통, 유람, 오락, 구매 활동 중 어느 한가지라도 문화와 관련되지 않은 것이 없다. 관광객은 단순한 문화의 구경꾼일 뿐만 아니라 문화의 참여자와 전파자이기도 하다.

그러나 관광문화는 관광과 문화를 간단하게 합한 것이 아니라 일종의 완전히 새로운 문화형태로서 인류가 관광활동을 통해 자연환경을 개발하고 자신의 성장을 이룩하는 과정에서 형성된 가치이념, 행동양식, 물질적 성과와 사회관계의 통합을 가리킨다.³⁾

3) 당건군 《관광문화가 관광산업에서 차지하는 중요성에 관하여》(지주직업기술학원 관광학과) 2004년 6월 제18권 제3기

2. 문화와 관광의 관계 세가지 특성

관광과 문화의 관계는 아주 밀접한 것으로 이는 관광의 세가지 요소 (관광주체-관광객, 관광객체-관광자원, 관광매체-관광산업)로 분석하여 설명할 수 있다.

가. 문화는 관광활동의 본질적 특성이다

여유로운 시간과 수익이 있는 조건에서 한 개체가 관광객이 되는데는 반드시 관광욕구와 관광동기가 있어야 하지만 관광욕구와 동기는 일정한 문화배경의 산물로서 문화가 일으킨 역할로 생겨난 것이다. 관광객이 관광을 떠나는 것은 주로 “취미”라는 수요가 존재하기 때문이며 타지의 문화를 파악하려는 동기와 일종의 “경험” 또는 “체험”을 계기로 하는데 있다. 관광의 본질은 여가를 지내는 것과 심미를 계기로 하는 것이고 그 활동은 문화를 수반으로 한다. 동시에 관광 자체가 바로 일종의 문화교류 활동으로서 두 지역 문화의 만남과 통합인 것이다. 관광활동이 경제적 색채를 띠고 있지만 본질적으로는 일종의 문화이다. 관광객이 “문화”를 향유하는 것과 소비하는 것은 관광활동의 출발점이자 종착점이다. 이로 볼 때 문화는 관광활동의 본질적 특성이라고 말할 수 있는 것이다.⁴⁾

나. 문화는 관광자원과 친밀한 관계이다

“산의 유명함은 그 높이에 있지 않고 강물의 유명함은 깊이에 있지 않고 신선과 용이 자리잡고 있으면 유명해진다” 이 시구가 바로 문화가 강산을 빛나게 함을 가장 두드러지게 드러낸 말이다. 여기에서 말하는 “신선”, “용”은 실지로 “문화” 또는 문화적 매력을 뜻하는 것이다. 수많은 자연관광자원 자체가 문화적 특성과 역사적 문화색채를 띠고 있지 않다 할지라도 자연의 아름다움은 문화의 측면에서 감상하도록 요구하고 있다. 또한 강물과 산은 관광개발이라는 문화적

4) 조시도 원본화 《문화와 관광 개발에 관하여》 《경제지리》 2003년5월 제23권 제3기

기법을 통해 관광제품으로 만들어져야 한다. 따라서 이 점으로 비추어 볼 때 자연관광자원은 또한 일정한 문화특성을 가지고 있으며 문화와 갈라놓을 수 없는 관계를 유지하고 있다.⁵⁾

다. 문화는 관광산업의 영혼이다

관광산업은 문화색채가 아주 짙은 경제사업이라 부를 수 있는 동시에 경제색채가 아주 진한 문화사업이라 말할 수도 있다. 관광업의 발전이 입증해주듯이 관광객이 관광하는 목적은 주로 심미와 지식탐구 등 정신생활의 수요에 있으며 주로 문화상의 향유를 지향하는데 있는 것이다. 현대관광은 더이상 강산을 돌아보는 일종 감각기관의 만족을 얻는데만 그치지 않고 나날이 통합된 고품격 심미문화활동으로 변화하고 있다. 이것은 관광제품이 일정한 문화내용과 문화품격을 갖출 것을 요구하고 관광객의 문화욕구를 만족시킬수 있어야만 개발해낸 관광제품이 흡인력과 생명력을 가지게 된다. 관광문화특징은 또 관광업운영에 침투되어 드러나곤 한다. 예를 들면 관광호텔은 음식, 숙박, 오락 등 서비스 연결고리중의 문화품격을 향상시키고 관리인원의 문화소질을 키우고 기업문화건설에 힘써야만이 시장경쟁에서 살아남을 수 있다. 문화측면에서 여행사의 경영, 문화를 겸비한 판매, 가이드 해설 등은 더 말할나위가 없는 것이다. 문화는 관광산업의 고리마다에 침투되어 아주 중요한 역할을 발휘하고 있다. 그러므로 문화는 관광산업 발전에 있어 영혼이라고 말할 수 있다.

3. 관광문화가 관광경제에 미치는 작용

관광과 문화의 특수한 관계로 관광문화가 탄생되었다. 동시에 관광문화는 관광경제 발전에서 아주 중요한 작용을 한다. 관광문화에 대한 연구와 개발은 현재의 관광업 서비스의 발전을 추진하고 또한 현대적 관광업이 성공하는데 있어 아주 중요한 작용을 발휘한다.

5) 조시도 원본화 《문화와 관광 개발에 관하여》 《경제지리》 2003년5월 제23권 제3기

가. 관광문화의 거대한 경제잠재력

관광업은 한 나라 한 민족이 자체의 독특한 문화로 관광객을 흡인하여 외화를 벌어들이는 문화경제의 원천이다. 이로 인하여 전세계에서 관광업이 발달한 많은 나라들이 다투어가며 “문화경제”라는 새로운 전략을 실행하고 있다. 미국의 로스엔젤레스 문화관광 담당자 로버트 바레는 이렇게 말하였다. “문화관광은 아마 미국에서 성장속도가 가장 빠른 산업일 것이다. 문화관광의 발전으로 도시별 수익이 엄청난 수치를 기록하였다.” 이탈리아가 문화유산 투입과 산출 시스템에 대한 전면적인 계산을 통해 얻어낸 수치에 의하면 국가에서 매년 문화를 주요 내용으로 한 관광업에서 징수한 부가가치 수익은 유지보수비용의 27.5배에 이르렀으며 많은 일자리를 창출해내고 건설, 상업과 교통운수의 발전을 이끌었고 과학문화의 발전을 촉진시켰다. 이리하여 그들은 문화유산은 보물매장이 가장 풍부한 업종으로서 정부에 있어서는 영원히 마를 줄 모르는 재정수입의 원천이라고 여기고 있다. 때문에 이탈리아는 전략적 자원과 국가의 기본적 생산구조의 중요한 구성부분으로 결정짓고 1985년부터 전국범위내에서 새로운 ‘문화전략’을 실시하여 문화유산을 보호하고 자체를 홍보하며 경제수익을 창출하는 세마리의 토끼를 단번에 잡는 목적을 달성하였다. 한국도 적극적으로 여러가지 조치를 실시하여 문화관광업을 대대적으로 발전시킴으로써 문화, 관광산업을 21세기 국가의 전략산업으로 키워가고 있다. 중국의 관광업발전 과정을 살펴보면 “문화로 무대를 설치하고 경제로 공연을 진행하자”는 풍조가 형성되어 이미 관광업은 발전시키려는 특색있는 주요한 산업 중 하나가 되었다. 여기에서 볼 수 있듯이 관광문화에 잠재해 있는 무한한 경제적 가능성은 국가의 경제발전애 아주 좋은 기회를 마련해 주기 때문에 이는 관광개발업체에게 발빠른 움직임을 요구하고 있다.

나. 문화는 관광업 브랜드 이미지 향상 및 경쟁력을 키우는 열쇠이다

관광활동을 통해 관광객들은 물질부분의 요구를 충족하고자 할 뿐 아니라 더욱이 관광객들의 정신문화부분의 욕구를 만족시키려 하고 있다. 이와 동시에

문화는 지역성, 민족성, 유전성 등 특징을 겸비하고 있기 때문에 종종 한 나라와 지역에서 독점하는 현상이 있으므로 다른 지역에서 본따거나 복제가 거의 불가능하다. 그리고 관광문화가 가지고 있는 독점적 지위로 인해 강력한 경쟁력을 구비하기 쉬울 뿐만 아니라 또 자체의 특색과 브랜드 효력을 쉽게 창출할 수 있다.⁶⁾ 관광문화를 대대적으로 발전시키는 것은 한 나라의 관광업 발전과 관광 브랜드를 만들어 내고 경쟁력을 키우는 열쇠인 것이다.

Ⅲ. 한중문화가 양국관광산업에 미치는 영향

1992년 8월 24일 역사적인 한중수교 이래 3년이 흐른 1995년에 한중을 왕래한 방문객에 관한 통계수치에 따르면 한국을 방문한 중국인은 17.8만여명이고 중국을 방문한 한국인은 40.4만여명에 이른다. 2004년까지의 중국국가통계청이 통계한 수치에 따르면 한국은 중국의 둘째가는 방중국으로 되었다. 그러나 마침내 2005년에 이르러 일본을 제치고 첫번째 방중국으로 자리매김을 하였다. 2005년도 방중 한국인은 355만명을 기록하여 방중일본인 339만명보다 16만명이나 더 많이 중국땅을 밟았다.

2006년도에도 한국인의 중국방문수치는 1~10월까지 이미 326만명이고 (같은 기간 일본인 중국방문수치 308만명) 연말까지는 400만명에 육박할 것으로 예상된다.

한편 한국을 방문하는 중국인의 수치는 2005년도에는 84만명에 불과하였으나 2006년도에는 10월까지의 통계에 의하면 이미 92만명을 기록하였고 연말까지는 110만명을 무난히 넘어설 것으로 예측하고 있다.

이상에 나타난 통계자료에 비추어 볼 때 양국의 관광객 교류 증가율은 가히 기하급수적이라 할 수 있다. 매년 양국 국민 500만명 이상이 상호 방문한다는 의미로 양국간 관광산업 발전에 지대한 영향을 미친다는 뜻을 내포하고 있다. 다시 말해 서로간 관광교류 의존도가 엄청남을 의미한다. 이와 같이 고속 성장

6) 유강 《관광문화는 관광의 지속발전의 원천이다》 《테마 포럼》 2005년 2월

한 관광객 수는 대체적으로 “한류” “한풍”문화에 힘입은 바가 크다고 할 수 있다. 수많은 중국인들은 “한류”문화의 하나인 드라마를 선호하여 드라마에서 시청한 자연경치와 생활방식을 보고자 한국 관광길에 오른 것이고 한국사람들도 중국어공부 붐에 힘입어 앞 다투어 중국 유학을 떠난 것이었다. 또한 북경, 서안 등 지역의 유구한 역사를 자랑하는 문화유적 탐방을 목적으로 방문한 한국 관광객들도 적지 않았다. 한중간 관광이 이렇게 급속도로 성장하게 되기에는 문화가 세운 공로를 무시할 수 없다. 바로 이러한 문화교류가 날이 갈수록 늘어남으로 하여 한중 관광산업은 활기가 넘쳤고 발전의 기회 또한 아주 많아졌다. 문화가 관광에 가져다준 영향은 다방면에 걸쳐 관광의 전과정에 연관되어 있으며 관광객들의 귀추를 주목시켰다.

1. “한류”가 한국관광산업에 미치는 영향

“한류”와 관련된 새 관광제품 개발과 홍보 및 각 나라와 관련된 관광문화교류 활동을 전문 담당하고 있는 한국의 “한류부”는 아주 중요한 역할을 발휘하고 있으며 그 속에서 우리는 “한류”문화의 거대한 매력 및 한류가 한국 관광산업에 기여한 공헌을 볼 수 있다.⁷⁾ 아래표는 중국의 신경일보와 시나네트워크가 연합으로 실시한 조사결과이다.

“한국드라마계시록”연합조사

1. 당신의 성별 : 남 : 8.59% 여 : 91.4%.
2. 당신은 한국드라마를 시청한 적이 있나요? : 있음 : 98.99% 없음 : 1.01%.

7) 《한국의 전문부처 “한류부”의 1년 수입은 400억 달러이다》 <http://ent.sina.com.cn>. 2005년11월5일 07:27 신화네트워크.

<표7> 조사결과

당신은 지금까지 몇편의 한국드라마를 시청하셨나요?		당신은 어떤 경로를 통해 한국드라마를 시청하였나요?	
10~50편	46.97%	국내 텔레비전방송프로	32.32%
5~10편	28.28%	오리지널 음반	25.76%
1~5편	15.66%	인터넷에서 다운로드	19.19%
50편이상	8.08%	해적판 음반	16.16%
1편	1.01%	해외 텔레비전방송및기타	6.57%

가장 좋아하는 한국드라마 남자배우		가장 좋아하는 한국드라마 여자배우	
배용준	64.65%	최지우	23.23%
장동건	9.09%	이영애	17.68%
비	7.58%	송혜교	14.14%
기 타	4.55%	채 립	9.6%
안재욱	2.02%	기 타	9.09%
송승헌	1.52%	김희선	5.56%
박신양	1.52%	심은하	4.54%
조인성	1.52%	진도연	3.54%
지진희	1.01%	장나라	3.03%
원 빈	1.01%	전지현	3.03%
김래원	1.01%	이미연	2.02%
이병헌	0.51%	장서희	2.02%
강동원	0	김선아	1.52%

당신은 어느 한국드라마를 가장 선호하나요?			
겨울연가	76.77%	풀하우스	32.32%
가을동화	47.74%	목욕탕집 세남자	24.75%
대장금	38.89%	파리의 연인	22.22%
인어아가씨	34.85%	천국의 계단	19.19%
보고 또 보고	33.84%	명성황후	17.68%

당신이 한국드라마를 즐겨본 원인은 무엇이지요?		한국드라마를 좋아하지 않는 이유는 무엇이지요?	
한국스타	36.87%	전형적 인물처리	12.12%
섬세한 줄거리	31.82%	언어문화장애	10.61%
생활화된 소재	19.7%	줄거리가 번잡함(둔하다)	9.09%
열심히 만든 프로	6.06%	전통가치이념	3.03%
기타(복장 등)	5.56%		

3. 당신은 한국스타를 좋아해서 스타의 사진, 포스터, 음반 등을 소비할 의향이 있으세요?

예 : 82.3% 아니요 : 17.68%

4. 당신은 한국드라마를 선호해서 한국관광을 하실겁니까?

예 : 76.77% 아니요 : 17.68%

상기 수치가 보여주듯이 76.77% 중국인은 한국드라마를 선호하기 때문에 한국관광을 할 수 있다고 대답하였는데 이 비중은 아주 큰 것이다. 중국인들 중에

서 한국드라마를 즐겨보는 비중은 46.97%로서 이들은 10~50편의 한국드라마를 시청한 적이 있다고 대답하였다. 중국인들이 날이 갈수록 한국드라마를 선호하기 때문에 “한류”도 그에 힘입어 발전을 거듭하였다. “한류”의 영향을 받은 중국인들의 한국관광 선택이 나날이 늘어나고 있으며 “한류”문화는 한국관광업 발전에 아주 좋은 기회를 가져다 주었고 한중 관광경제에 새로운 활력을 심어 주었다.

가. “한류”가 관광에 미친 영향

“한류”는 아주 풍부한 내용을 포함하고 있다. 한국노래, 음악, 희극, 춤, 영화, 드라마, 축구로부터 게임, 복장, 화장품, 전자제품과 자동차 등 각 부분에 이르기까지 널리 확장되어 가고 있다. 보통서민의 생활과 관계가 아주 밀접한 산업 자체가 바로 광고 역할을 하게 되며 그 자체가 한국문화를 중국에 전파하는 기반을 만들어 주고 홍보역할을 한다. 이와 동시에 이러한 업종에서 탄생한 수많은 슈퍼급 가수, 영화배우, 축구스타, 음악가, 무도가, 모델들이 많은 중국 시청자들의 주목을 받고 있다. 이러한 스타들의 홍보작용과 영향력은 아주 크다. 보도에 따르면 중국의 일부분 “합한족”들이 한국에 가서 그들 마음속의 스타들을 만나보지 못하고 심지어 상실한 나머지 눈물을 펴펴 쏟기도 하였다. 총체적으로 볼때 “한류”는 여러 측면에 걸쳐 위력을 떨치었고 중국인들의 주목을 끌었으며 사람들의 관광지 선정시에 결정적인 역할을 발휘하였다.

얼마전에 중국에서 《대장금》 드라마를 방송하였는데 “한류”영향을 넓혀가는데 크게 기여하였다. 신문잡지, 방송, 텔레비전, 인터넷 등 현대화 미디어를 빌어서 북경, 상해, 광주 등 대도시로부터 일부 내륙지역의 향진과 농촌에까지 전파되어 갔다. “한류”는 한국에서 불어온 것으로 아마 누구도 이 정도에까지 이르리라고는 상상해 보지 못했을 것이다. “한류”의 영향이 아주 커서 사람들은 “한류”를 통하여 한국 문화를 이해하였고 한국제품을 선호하게 되며 한국에 대한 호감이 생기어 수많은 사람들이 한국을 관광지로 선정하는데까지 이르렀다.

나. 관광객 유동량

한국을 입국한 관광객중에서 중국인이 차지하는 비중은 날마다 불어나고 있다. 몇해 사이에 관광객수가 지속 성장하였는데 이 점을 충분히 설명해 주고 있다.

중국에서 일반적으로 현재 10세부터 20여세의 젊은층 위주로 한국드라마를 즐겨 시청하고 있으며 근년에 방한하는 관광객도 대부분이 젊은이들이며 그들 대부분은 “한류”문화 영향을 받고 한국을 좋아하게 되었으며 여가시간을 활용하여 한국으로 가서 직접 스크린에서 보았던 감각을 되찾아 보려고 한다. 때문에 한국을 관광하는 중국인 중에는 젊은이가 70%이상에 달한다. 한국에 대한 총체적 인상 중에서 대다수 사람들의 반응은 아주 좋고 그 비중도 젊은층이 많은 부분을 차지한다.

<표 8>를 보면 대부분 중국사람들은 한국에 대한 인상이 아주 좋으며 그 중에서 또 젊은이가 차지하는 비중이 아주 크다. 다시 말해서 “한류”문화 영향을 받은 사람이 비교적 많다. 2005년 중국인의 방한 인수는 84만명에 달한다. 이 많은 사람들 중에서 “한류”영향을 받은 비중이 계속 확대되고 있음이 드러나고 있다. “한류”는 중국사람들로 하여금 한국을 이해할 수 있게 하였으며 한국관광을 택하게 만들었다.

<표 8> 한국에 대한 총체적 인상

연령별	좋음	일반	나쁨	모름	합계
10-20세	12(63.2%)	3(15.8%)	1(5.3%)	13(15.8%)	49(100%)
21-30세	172(81.1%)	36(17.0%)	1(0.5%)	3(1.4%)	212(100%)
31-40세	115(75.25)	30(19.6%)	0	8(5.2%)	153(100%)
41-50세	64(80.0%)	15(18.8%)	0	1(1.3%)	80(100%)
51-60세	23(69.7%)	9(27.3%)	0	1(3.0%)	33(100%)
60세 이상	4(100%)	0	0	0	4(100%)
합 계	390(77.8)	93(18.6%)	2(0.4%)	13(3.2%)	501(100%)

자료제공 : 한국관광공사 외래관광객조사 2001

한국문화관광부가 발표한 “2004년 방한관광출입국동향”통계보고서에 따르면 2004년에 “한류”의 견인력으로 방한한 외국관광객은 582만명에 이르러 한류 발생이래 최고치를 기록하였다. 2004년 외국관광객수는 2003년에 비해 22.4% 늘어나서 예상목표(559만명)보다 4.1% 더 많다. 국가와 지역의 현황으로 볼 때 대만의 관광객은 전년도 대비 56.7% 늘어나 성장을 최고치를 기록하였다. 일본관광객은 방한 관광객의 40%이상을 차지하며 전년도보다 35.5% 늘어났다.⁸⁾ 아시아지역은 “한류”영향을 제일 많이 받은 지역이므로 우리는 “한류”에 어마어마한 관광 비즈니스 기회가 매장되어 있음을 어렵지 않게 볼 수 있다.

한류가 관광붐을 이끌었다. 이렇게 지속 성장하는 관광객수는 대부분이 “한류”문화를 통해 달성한 것임에 틀림없다. 1997년 아시아 금융위기 후에 한국관광업은 줄곧 불경기에 처해 있었으며 연속 5년간 관광 서비스 수입이 하강세를 기록하다가 한류문화에 힘입어 2004년에 이르러 비로서 상향세를 회복하였다. 한국관광공사가 전문가들에게 의뢰하여 작성한 “한류관광 마케팅 효과분석 및 발전방향 조사”에 의하면 2004년 중국대륙, 대만 및 일본의 관광객 중에서 27.1%(약 71만명)은 직접 혹은 간접적으로 한국 영화와 드라마 영향을 받고 방한한 것이라고 하였다. 이 “한류관광객”은 한국에 약 7.8억달러의 외환수입을 가져다 주었다. 미국의 《뉴욕타임지》는 배용준을 “23억달러 남자”라고 불렀다. 한국경제연구원의 보고서에 따르면 “배용준효과”자체만 29억달러를 초과한다고 하였는데 그 중에서 한국관광업에 10억달러 수입을 가져다 주었고 관련된 제품을 일본에 수출하여 19억달러를 벌어들였다. 배용준이 출연한 드라마 《겨울연가》 야외촬영지인 개인소유로 된 작은 섬은 매일 방문한 관광객이 천명 단위가 되었고 관람권 수입만으로도 작은 섬의 소유자는 즐거운 비명을 질렀다. 《대장금》 방송이 히트함에 따라 한국의 “대장금 테마공원” 관광객도 넘쳐나고 있다.

8) 왕계경 《한국관광업의 정부지향형 발전패턴에 관한 시험분석》(할빈사범대학인문학원) 《동북아포럼》 2005년9월 제14권 제5기

2. 제주도 관광업에 미치는 영향

제주도는 한국의 남쪽에 위치해 있으며 그 북쪽이 바로 한반도이다. 동쪽에 일본, 서쪽에 중국, 남쪽에 대만이 있으며 동아시아 해양의 바로 중간에 위치하여 대륙과 해양을 연결하는 요충지라고 할 수 있으며 다양한 항공노선을 갖추고 있다. 우월한 지리적위치와 마찬가지로 제주도는 관광자원이 매우 풍부하다. 한국에서 제주도는 “신혼여행의 섬”, “낭만의 섬”의 아름다운 이름을 가지고 있다. 제주도를 언급하기만 하면 사람들은 자연스럽게 관광을 연상하며 많은 신혼부부들은 모두 제주도를 신혼여행의 우선 순위로 선정한다. 동시에 제주도의 아름다운 자연경치는 또 많은 드라마 촬영지로 선정되어 한국에서 “한류”의 근원지가 되었다.

가. 제주도 관광업의 특징과 발전

제주도는 기온이 따뜻한 섬으로 연평균기온이 15.2~15.9℃이며 산수가 수려하고 연중기온이 거의 영하로 떨어지지 않아 거주하기에 안성맞춤하다. 이 면적이 1800여km²되는 섬에 해발 1950m되는 한라산이 있다.

제주도 동쪽에는 방목에 적합한 초원이 있어 몇세기 동안 줄곧 한국의 주요 목장들이 집거해 있었다. 섬에 부지가 8만 헥타아르에 달하는 목장이 있는데 아시아에서 가장 좋은 목장 중 하나이다. 제주도는 역사에서 말사육으로 명성이 있었으며 아직도 제주도에 3000여필의 준마가 있으며 한국 말 전체수량의 약 삼분의 이를 차지한다. 섬의 기후가 따뜻하여 감귤을 재배하기에 아주 적합하다. 서귀포가 바로 전국의 감귤생산기지이다. 과수나무가 거세찬 해풍의 침습을 받지 않도록 하기 위하여 과수원 둘레에 높다란 돌담을 지어 놓았다.

자연경치중 제주도에서 이름난 자연자원으로는 용두암, 천지연폭포, 성산일출봉 등이 있다. 아름다운 자연경치가 관광에 적합한 외에 제주도의 많은 인문경관도 빠뜨릴수 없는 유람지이며 국립제주박물관, 제주민속촌, 테디베어박물관 등도 매우 의미있는 관광 코스이다.

1960년대로부터 지금까지 제주도는 줄곧 한국 국내의 많은 관광객들이 동경

하는 곳이며 중국의 해남도가 중국사람들의 마음속에 차지하는 중요도와 같은 곳이었다. 이때문에 관광업은 제주도 수입에서 아주 중요한 비중을 차지하였다. 국가에서 관광업을 지원하여 발전하기 시작하여 제주도는 관광을 더욱더 강조하여 일련의 관광업 발전을 추진하는 효과적 조치를 실시하여 제주도로 하여금 국내에서 뿐만 아니라 국제상에서도 이름난 관광명승지로 발전시켰다. 아래 통계수치에서 우리는 제주도 관광업의 최근 몇년의 발전현황을 볼 수 있다.

<표 9> 제주도 관광현황 통계

(화폐단위 : 백만원)

연도	해외(명)	성장율	외환수입	성장율	국내(명)	성장율	외환수입	성장율
1998	223701	21.3	203502	26.2	3067415	-26.6	752310	-17.7
1999	246965	10.4	225841	10.9	3419871	11.5	803706	6.8
2000	288425	16.8	409871	81.5	3822509	11.8	1087674	35.3
2001	290050	0.6	403754	-0.1	3907524	2.2	1091652	0.4
2002	289496	-0.2	374053	-0.7	4226019	8.2	1152503	5.6
2003	221017	-23.7	258885	-30.8	4692376	11.0	1307243	13.4
2004	329215	48.9	370793	43.2	4603297	-1.9	1307955	0.1
2005	378723	15.0	417105	12.5	4641552	0.8	1303061	-0.1

자료제공 : 제주도 관광협회

최근 몇년간 제주도는 실제상황에 근거하여 많은 관광관측정책을 수립하고 눈부신 실적을 거두어 냈다. 관광시설 건설을 강화한 외에 관광 서비스를 완비시켰으며 중국관광객을 대상으로 중국어 서비스를 제공하여 관광객의 주의를 불러 일으킨 외에도 제주도 정부에서는 일련의 관광 관측활동을 정기적으로 실시하였다. 예를들면 “제주도관광의해”를 개최하고 “한류”스타를 초청하여 이미지 향상 홍보활동을 조직하였으며 “한류”테마공원을 건설하고 기자초청방문을 조직하는 등 모두 아주 좋은 효과를 거두었다. 동시에 입국수속을 밟을 때 제주

도에서는 또 외국 관광객에 최대한 배려를 하여 많은 나라에서 비자를 필요치 않고 제주도 관광을 할 수 있도록 하였다.

제주도는 영화와 텔레비전 드라마의 최우선 촬영지로서 “한류”의 중심으로 발돋움 하였다. 여러편의 드라마가 이곳에서 촬영작업을 하거나 야외촬영지로 선정되어 제주도 관광객은 점차 늘어났으며 그 중 대부분은 “한류”영향을 받고 관광을 와서 스크린에서 본 아름다운 풍경을 몸소 체험하였다.

3. 해남도 관광업에 미치는 영향

해남도는 약칭하여 경이라 부르며 중국의 최남쪽 끝에 위치하고 있으며 북쪽으로는 경주해협, 광둥성과 경계하고 있으며 서쪽으로는 북부만과 베트남과 마주하며 동쪽은 남해와 대만성을 바라보고 있으며 동남쪽과 남쪽은 남해의 필리핀, 버마와 말레이시아와 이웃하고 있다. 해남성 소재지는 해구이고 행정구역에 해남도와 서사군도, 중사군도, 남사군도의 도초 및 그 해역을 포함하고 있다. 전성 육지(해남도와 서사, 중사, 남사군도를 포함함)총면적이 3.5만km²로에 달하고 해역면적은 약 200만km²로가 된다. 대만에 이어 두번째로 큰 섬이다. 해남도와 광둥성의 뇌주반도는 18해리 거리를 두고 있고 남사군도의 증모암사는 중국에서 가장 남쪽에 있는 영토다. 해남은 중국에서 열대해양기후 특징이 가장 선명한 지방으로 연중 따뜻하고 강우량이 많으며 건조기가 선명하며 연중 바람부는 날이 많고 열대성 태풍이 빈번하여 기후 변화가 심하다.

가. 해남관광업의 특징과 발전

해남도는 여름에 폭염이 없고 겨울에도 봄날처럼 따뜻하다. 관광업은 해남도의 대표산업이다. 대표적 산맥과 하천으로는 오지산, 만천하가 있다. 세계관광조직과 해남성정부가 작성한 《해남성 관광발전 총체적 기획》에 의하면 2020년에 해남도는 아시아에서 일류로 가는 국제화 휴양명승지를 목표로 하고 있다. 해남도 관광은 여러 측면에서 특색을 갖추고 있는데 주로 아래 몇가지 측면에서 살

펴보자.

- ① 최적의 생태 장수섬: 삼림복개율은 52.3%에 달하고 생물종류가 풍부하고 생태환경이 일류이며 사람들의 평균수명이 전국에서 제일 길다.
- ② 야자풍경과 해운이 넘치는 태양도: 야자풍경과 해운이 넘치어 사람을 매혹시키고 밝은 태양은 쾌적하고 우수한 모래사장은 오가는 사람의 마음을 사로잡는다.
- ③ 풍경과 정서가 다양한 환락의 섬: 해남도에는 한족, 이족, 묘족 등 다민족이 집거해 있으며 민속풍습이 진하고 일년간의 명절활동은 주로 환화절, 선부인문화절, 3월3, 국제혼사절, 환락절 등이 있다.
- ④ 사계절이 봄날같은 휴양지: 해남도는 열대에 위치해 있지만 겨울은 따뜻하고 여름은 덥지 않고 일류 휴양지의 기후조건을 겸비하고 있다.
- ⑤ 양생이성의 온천섬: 지금까지 탐사해낸 온천이 300여곳이고 다양한 문화형태의 5대 온천휴양구를 개발해냈다.
- ⑥ 멋지고 자유로운 휴가섬: 지형이 기묘하고 열대원시삼림, 열대해양과 많은 신비한 이도는 희귀생물의 생장지다.
- ⑦ 온화하고 낭만적인 밀월도: 해마다 환락절과 국제혼사절을 개최하여 한국, 일본과 국내 많은 젊은층들이 해남도를 밀월여행지로 선정하게 유인한다.
- ⑧ 물산이 풍부한 금은도: 특색이 있는 관광공예품, 기념품, 특색있는 미식과 각종 열대 토산물, 열대과일과 해산품이 있고 해도, 야자향, 교향과 민족 풍경이 질게 흘러넘치는 섬이다.⁹⁾

풍부한 관광자원과 쾌적한 기후는 해남도 관광업의 중요한 지위를 결정지어 주었다. 관광업은 확실히 해남도의 경제발전을 견인하여 국민수입에서 상당한 부분을 차지하였다. 중국의 관광업과 마찬가지로 해남도 관광업은 80년대로부터 발전하기 시작하였다. 해남도 관광업은 중국 관광의 광대한 시장을 점유하며 입국관광업도 일정한 발전을 가져왔다.

정부주도산업으로서 해남도 관광업은 확실히 현지의 경제발전에 매우 중요한 공헌을 하였다. 근 몇년간에 관광업은 점점 광범한 주목을 받았으며 관광시장의

9) 《해남도 관광현황 소개》 <http://www.tqtravel.com/zizhuyou/hainanly/xxdxjj.htm>

경쟁도 날이 갈수록 치열해졌다. 해남도 관광업은 치열한 경쟁에서 많은 요소의 영향을 받아 고유의 경쟁력을 상실하였다. 국내관광업 부분이 여전히 양호한 성장속도를 유지하고 있는 반면에 입국관광업 부분은 장기간 하향세를 기록하였다. 아래 통계에서 해남도의 최근 몇년간의 발전현황을 볼 수 있다.

<표 12> 해남도 최근 몇년간 관광현황 통계표

(관광객단위 : 만명)

연도	해외 관광객	동기대비 성장율	외환수입 (억원)	동기대비 성장율	국내 관광객	동기대비 성장율	외환수입 (억원)	동기대비 성장율
1998	39.42	-4.2	7.80	-4.9	816.55	9.1	58.97	10.7
1999	45.49	15.4	8.51	9.2	883.58	8.2	63.78	8.1
2000	48.68	7.01	8.82	3.58	958.89	8.50	69.51	8.90
2001	45.68	-6.16	8.59	-2.58	1079.08	12.53	79.10	13.79
2002	38.93	-14.8	7.64	-13.1	1216.03	9.0	87.74	9.7
2003	29.33	-24.6	6.60	-13.5	1204.77	-0.9	86.95	-0.9
2004	30.86	5.2	6.77	2.6	1372.03	13.9	104.24	19.9

자료제공 : 해남도관광금네트워크

위에 수치에서 볼 수 있듯이 관광업은 해남도의 대표산업으로 중요한 위치에 놓여 있지만 입국관광은 줄곧 하향세를 기록했고 그 폭도 또한 컸다. 관련 전문가들의 분석에 따르면 이는 주로 최근 몇년동안 해남도 관광정책이 완비되어 있지 않은 탓이라고 하였다. 예를 들면 관광 가격으로 보면 해남도의 여행사들은 고객을 끌어들이기 위하여 저렴한 가격전략을 구사하여 오히려 고객을 확보한 다음 기타부분의 비용을 추가로 받음으로 관광객들에게 신임을 잃어 버렸다. 동시에 홍보도 제대로 안되었고 특히 외국 관광객을 상대로 실시한 홍보효과가 별로였다. 물론 해남도가 국내 관광부분에서 지속적으로 발전하였지만 이는 주로 해남도 관광자원이 중국인에게 아주 매력이 있는 탓이며 또한 국내관광 부분에서 실시한 저렴한 마케팅의 덕이었다.

해남도 해외 상대 관광업은 2004년과 2005년부터 서서히 돌아서기 시작하여 2005년에 성장폭이 무려 40.0%에 이르렀다. 이는 주로 해남도가 작년에 특색있는 관광코스를 개발한 공로가 컸다. 해남도는 관광휴양의 천국이고 더욱이 골프의 천국이라고 말하는 사람까지 있다. 해남성 관광부의 소개에 의하면 현재 해남도에 건설프로젝트를 허가한 골프장이 24개가 되고 14개는 이미 준공되었으며 인구와 골프장 비례를 따져보면 해남도의 골프장 시설은 전국에서 수위를 차지한다. 풍부한 자연경관은 해남도의 골프장으로 하여금 다양한 특색을 지니게 하여 빈해형, 호수형, 산지형, 원림형이 있는가 하면 산을 등지고 바다에 인접한 종합형까지 있다. 해남도의 독특한 기후적 우수성은 연간 골프를 칠수 있는 열대해도 휴가관광의 명승지로 발돋움하였다. 몇해동안 해남도의 골프장 매년 고객수가 10만명에 이르고 골프는 관광업과 밀접하게 결부된 새로운 산업으로 변화하였다. 해남성에서 골프“녹색운동”붐이 일자 중국북부지역 및 일본, 한국, 북유럽, 동유럽 등 여러나라의 골프애호가들이 많이 흡인되어 왔다.¹⁰⁾ 특색있는 골프관광은 해남도의 입국관광업을 신속히 회복시키고 발전하기 시작하였다. 여기에서 볼 수 있듯이 현지 특징에 결부하여 특색있는 관광업을 발전시키는 것은 해남도와 제주도 두 지역의 공동으로 강화해 나가야 할 부분이다.

나. 해남도에서의 한국인 관광

사계절이 봄날과 같은 쾌적한 기후를 감상할 수 있는 외에 해남도 골프산업도 한국인들에게 있어 아주 큰 매력에 있다. 해남도가 한국 관광객을 대상으로 일련의 홍보와 서비스활동을 실시하였는데 효과가 있었다. 다음의 수치들을 한번 살펴 보도록 하자.

10) <http://www.zhongguook.com/program/news/19/19/783.html> 해남도골프관광

<표 13> 해남도에서의 한국인 관광현황

연도	1998	1999	2000	2001	2002
입국자수	1760	2812	18401	34455	50274
대비	-87.9	59.7	554.37	57.24	45.91
순서	6	5	2	1	1

자료제공 : 해남도 관광 금네트워크

해남도의 입국관광이 2001년부터 2003년까지 지속 하향세였으나 한국인이 해남도 관광은 오히려 상승폭이 아주 커서 2000년에 최고치 554.37%를 기록하였고 그 후에도 57.24%, 45.91%로서 고속 성장하였다. 2002년부터 한국은 해남도 입국관광업의 첫째가는 방문국으로 자리매김한 이후에도 몇 년간 양호한 성장속도를 유지하였으며 특히 2005년 해남도 정부가 골프특색프로그램을 조직한 다음 대량의 한국관광객을 확보하였다.

한국과 중국의 대부분 기후 환경은 차이가 별로 없다 대부분 겨울은 춥고 여름은 무덥기 때문에 해남도의 기후자원은 한국사람들에게 있어 아주 매력이 있다. 게다가 “한풍”의 영향을 받은 방중 관광객이 날로 늘어나고 있으며 특히 해남도 정부는 “한풍”붐을 해남도까지 가져갈 것이며 또한 해남도는 골프를 특색 관광자원으로 활용함으로써 많은 한국관광객을 유인할 것이다.

IV. 양국 관광산업의 문제점과 공동개선방향

1. 한국관광산업의 문제점

가. 중국인들이 한국관광에서 느끼고 있는 문제¹¹⁾

- 1) 음식부분은 중국관광객들이 불편을 느끼는 큰 문제다.

11) 강림 이지휘 《중국공민의 한국관광 시장분숙중국의 6대관광인기도시》 《관광학술》 제20권 2005년 제2기

중국사람들은 요리, 기름진 음식을 선호하고 한식은 주로 담백한 밀반찬, 김치, 국 등이 있다. 중국음식은 기름사용을 강조하지만 한국요리는 기름빼기를 강조한다. 실제상황을 보면 중국인과 외국인을 동시에 접대하고 있는 음식점의 손님들 불만은 그다지 크지 않다. 그러나 단체를 전문으로 접대하는 음식점에서 여행사의 제시가격이 저렴하지만 공급하는 음식품질이 많이 떨어져서 중국 관광객들의 전체 관광 분위기에 영향을 주고 있다.

2) 한국인은 찬물을 위주로 마시고 한국의 대부분 호텔이나 식당에서 음용의 더운물을 공급하지 않고 있어 중국관광객들은 한국에서 더운물을 마시기가 아주 어렵다.

3) 한국의 중국어가이드들의 수준이 아직도 낮다. 현재 90%이상의 중국어가이드는 모두 한국에 거주하는 화교 혹은 최근 몇년동안 중국에서 한국에 유학온 유학생 혹은 아르바이트생들로서 그들의 한국어와 중국어 회화는 유창하지만 대부분 한국역사와 문화에 대해 심도 있는 이해가 적어서 중국 관광객에 대한 관광상품의 소개가 열은 내용을 설명하는데 그치고 가이드의 전문서비스 의식이 부족하여 관광객에 대한 서비스품질을 높이지 못한다.

4) 시간과 비용절감을 위해 한국의 자연문화 정수를 반영하는 관광코스는 종종 관광 스케줄에서 빠져 중국관광객들은 한국관광 뒤에 “가치가 없다”고 느낄 때가 있다.

2. 중국관광산업의 문제점

중국의 관광업발전은 걸음마를 떴지 오래되지 않지만 발전속도가 매우 빠르다. 하지만 정확한 정책적인 지도와 전문화된 관광서비스 교육이 결핍하며 주로 아래 몇가지 부분의 문제가 존재한다.

1) 중국에서 경영하고 있는 한국관광시장의 여행사 대부분은 하청을 받거나 종속된 사업업자들에게 장악되어 경영원가가 적고 가격변동이 심하며 엄격한 재무관리제도의 제약을 받지 않아 경영범위가 혼란스러워서 정상적인 관광시장을 어지럽히고 있어 한중 두나라 관광업발전에 큰 손실을 가져다 주었다. 중국은 몇해동안 수많은 한국관광객을 접대했지만 여행사의 경제수입은 전반적으로

적으며 체불금이 존재하는 문제도 상당히 보편화되어 있다. 동시에 일부 관광단체의 서비스 수준이 떨어져 한국 관광객들의 강렬한 반감을 야기시켰다.

2) 일부 한국여행사의 대표 혹은 개인이 종속, 취직 혹은 하청 등 다양한 형식으로 중국여행사에 들어가서 중국상대 판매를 담당하고 있다. 이들은 한국여행사에 경영단가를 통보해줄 뿐만 아니라 중국여행사와 각 관광명소, 쇼핑처와의 계약을 누설하여 한국여행사에서 가격제시를 신청할 때 각종 수수료, “인두세”를 이익에 계산해 넣으며 원래 아주 싼 제시가격을 다시 또 각음으로써 시장에서 할인 경쟁의 악성순환을 조성하였다.

3) 관광코스가 대중화된 인기코스에 너무 집중되어 합리적이고 심도있는 개발이 부족하고 기존의 시장이 너무 협소하다. 현재 한국의 대중국 관광시장에서 최근 몇년간 국제시장에서 구매력이 큰 대중코스를 도입하였다. 실지로 문화, 역사상 원인으로 한국 관광객들은 차별화된 취미, 생활방식, 가치이념을 갖고 있으며 기존의 전통관광코스가 그들의 다양한 욕구와 개성있는 취향을 만족시키기에는 턱없이 부족하다.¹²⁾

4) 한국과 마찬가지로 우수한 한국어 가이드가 부족하다. 한국어 전공을 하거나 정규적 교육을 받은 한국어 가이드가 적고 한국 관광객이 중국을 관광할 때 가이드 대부분이 연변 조선족 출신이며 그중 상당부분이 교육을 받지 않았거나 자격증을 소지하지 않았고 이들도 어떤 여행사에 종속되어 “인두세”를 받는 프리랜서 활동을 하고 있는데 가이드 업무소양, 근무태도가 심히 우려된다.

3. 양국의 공동개선방향

우선 한중 두나라 정부는 공동으로 관광업에 관한 거시적 조절을 강화해야 한다. 한중 관광에 존재하는 문제점에 대하여 두나라 정부는 실제와 결부하여 관련 관리정책을 제시하고 더 나아가 한중 관광시장을 규범화해야 한다. 각종 요인으로 인한 한중 관광시장에 아직도 많은 부족한 부분이 있는데 앞에서 언급한 바와 같이 여행사 및 가이드문제는 대체적으로 관광객의 관광분위기에 영

12) 고우홍 《한국의 방중 객원시장에 대한 개발》(중국국제여행사 본부 산객부) 《관광학술》 1996년 제6기

향을 미치고 그들에게 나쁜 이미지를 심어주어 한중 관광업에 나쁜 효과를 가져다 줄 것이다. 따라서 한중 정부는 각자 관광상품시장의 특성을 잘 살려 기존에 존재하는 불량현상을 제거하고 조정하여야 한다. 동시에 이를 대처하는 정책을 출범시켜 관리를 강화하여 유사한 상황의 재현을 피할 수 있도록 해야 한다.

다음으로 양국 정부는 현재 관광시장 수요에 입각하여 상대방에게 적합한 특색 있는 관광코스를 개발 제시하여야 한다. 상기 분석에서 알 수 있듯이 “한류”와 “한풍”문화는 한중 관광시장에 모두 무한한 발전기회를 제공하고 있다. 이러한 좋은 문화와 관련된 특색있는 관광문화코스를 만들어 놓으면 많은 관광객들을 유인할 수 있고 양국의 관광시장의 번성시대를 맞이할 수 있을 것이다. 따라서 정부에서는 적극적으로 여러가지 유리한 기반을 구축해 주어야 한다. 예를 들면 관련된 우대정책을 출범시켜 관광업계의 특색있는 관광코스 개발을 지도하고 후원하여 두 나라 관광업의 발전을 추진시켜야 한다. 동시에 더 나아가서 글로벌 관광제품을 발전시켜 관련된 나라와 전세계를 이어주는 관광 브랜드를 창출해야 한다.

그 다음으로 한중 두나라는 공동으로 개발한 관광자원을 관광제품으로의 전환을 모색하여야 한다. 다양한 관광제품, 잘 구비된 관광시설, 양호한 관광환경, 관광서비스와 안전담보가 없다면 관광업의 발전과 번영을 이룩할 수 없다. 따라서 한중 두나라는 진일보한 관광산업 발전을 이룩하려면 이에 상응한 관광제품 관련 시설을 갖추고 최적의 관광환경을 만들고 안전담보에 만전을 기하여 고객 감동을 우선으로 최대의 노력을 아끼지 말아야 한다.

마지막으로 한중 양국은 서로의 우수한 관광업교류를 강화하여 공동으로 관광업 발전수준을 전반적으로 향상시켜야 한다. 한중 두나라의 관광업은 경제, 정치, 특색자원 등 부분 요소의 제약으로 발전특성이 다르고 발전수준도 서로 다르지만 양국은 서로의 장점을 잘 살려 폭 넓은 문화교류를 통해 공동으로 관광업의 발전을 추진하여야 한다. 중국관광업이 최근에 관광 인프라 시설 확충작업에 힘을 기울이고 있으며 관광 서비스를 완비하고 특색있는 코스를 개발하는 등 조치를 실시하여 거둔 성공사례도 배우고 참고할 가치가 있다. 따라서 한중 두나라가 관광업 발전과정에서의 좋은 사례 경험교류를 강화하고 서로의 장점은 따라 배우고 단점을 보완해 간다면 양국은 서로의 관광산업을 한단계 더 발전시킬 수 있으리라 확신한다.

■ 참고문헌 ■

- 1) 호림 《관광문화 내연의 혁신에 관한 약론》 (광동상업학원) 《강서사회과학》 2003년1월
- 2) 이학강 《관광문화론》 (산동진급학원) 《동악논총》 2004년11월 제25권 제6기.
- 3) 당건군 《관광문화가 관광산업에서 차지하는 중요성에 관하여》 (지주직업기술학원 관광학과) 2004년6월 제18권 제3기
- 4) 조시도 원본화 《문화와 관광 개발에 관하여》 《경제지리》 2003년5월 제23권 제3기.
- 5) 유강 《관광문화는 관광의 지속발전의 원천이다》 《테마 포럼》 2005년2월.
- 6) 《한국의 전문부처 "한류부"의 1년 수입은 400억 달러이다》
<http://ent.sina.com.cn>. 2005년11월5일 07:27 신화네트워크.
- 7) 왕계경 《한국관광업의 정부지향형 발전패턴에 관한 시험분석》 (할빈사범대학인문학원) 《동북아포럼》 2005년9월 제14권 제5기.
- 8) 《해남도 관광현황 소개》
<http://www.tqtravel.com/zizhuyou/hainanly/xxdxjj.htm> .
- 9) <http://www.zhongguook.com/program/news/19/19/783.html> 해남도골프관광.
- 10) 강림 이지휘 《중국공민의 한국관광 시장분숙중국의 6대관광인기도시》
《관광학술》 제20권2005년 제2기.
- 11) 고우홍 《한국의 방중 객원시장에 대한 개발》 (중국국제여행사 본부 산객부) 《관광학술》 1996년 제6기.