



세계경제의 강력한 성장엔진 ‘차이나효과’

- 새로운 상황에 맞게 유치전략을 세워야 -

북경중국어학원 대표 · 황 인 호

얼마 전 끝난 중국의 전국인민대표자회의에 대한 세계적인 관심은 중국의 경제력을 제대로 보여주는 바로미터였다. 결국 중국은 전년도에 발표한 4조위안(800조원)규모 경기부양책이외의 추가경기부양 없이도 올 성장률을 8%이상 높일 수 있다는 자신감을 보여주었고, 한편으로는 ‘팍스시니카’의 새로운 전성시대를 예고했다.

특히 미국의 달러화가 주도하는 IMF의 기축통화에 EU화와 함께 중국의 인민폐를 추가시키려는 의도까지 내보이고 있다.

이렇게 10여년 사이에 중국은 세계 경제의 강력한 성장엔진으로 등장하였고, 미국과 함께 세계경제를 이끄는 한 축이 되었음을 부인할 수 없게 성장해버렸다.

중국과 가장 가까이하고 있으며 교역량이 가장 많은 대한민국, 그중에서도 한국 최고의 관광지라 자부하는 제주도의 경우 중국의 성장과 함께 세계관광시장의 한 축으로 자리 잡은 중국인관광객을 어떻게 유치할 것인가에 대한 고민을 항상 해오고 있지만 어려움이 한 두가지가 아닌 것이 사실이다.

특히 최근에 벌어지는 중국과 대만과의 양안관계 개선으로 인한 환승 수요 감소와 이에 따른 직항로 감편이라는 부정적인 요인과 환율 변

화에 따른 중국인 관광객의 증가 및 커진 씬스 이 등 긍정적인 요인과 중국내 젊은 층의 소비 변화에 따른 신희여행 증가추세 등 변화된 특수한 상황에서 중국인 관광객유치에 대한 제주도의 전략 또한 새롭게 다변화 되어야 할 것이라 생각되며, 여기서는 최근의 추세에 따른 실질적인 중국인관광객의 제주유치 방안을 정리해보고자 한다.

1) 중국의 풀린 돈 800조원, 내수경기 진작은 결국 소비로 이어져

국가적으로 볼 때 미국발 금융위기에 대한 불똥이 중국이라고 예외 일수 없으며 미국의 생산기지 역할을 하고 있는 중국으로서는 대미수출 감소와 위엔화 평가절하 등의 영향으로 수출경쟁력 약화와 국내경기가 침체로 이어지고 있는 상황이다.

그러나 중국경제의 3대 축이라 할 수 있는 수출과 투자 그리고 소비 중 수출과 투자는 침체 위기이지만 소비는 완만한 증가세를 보이고 있는 상황이며 작년 말부터 풀리기 시작한 800조원 달하는 대규모의 경기부양책으로 인해 그나마 8%대 경제성장률을 맞추어 나가고 있는 것이 지금의 중국 현실이다.

특히 중국 국민 개개인으로서 볼 때는 그동안 축적된 부를 중심으로 주택과 자동차 그리고 해외여행이라는 소비를 누리고 있으며, 그중에서도 해외여행에 대한 규모나 명품에 대한 선호도는 지속적으로 증가하고 있다. 특히, 젊은 층의 소비증가는 꾸준히 증가하는 추세이며 휴대전화 10억대라는 대기록 돌파를 앞두고 있는 상황이다.

이런 중국의 내수경기 활성화는 중국의 부동산시장과 건설경기 활성화와 함께 교육시장과 보험시장 그리고 관광산업의 활성화로 이어지고 있으며 중국민의 해외여행 규모를 지속적으로 키워나가고 있는 상황이다.

2) 중국인의 해외여행 트렌드와 현지 시장동향

최근 발표된 'CHINA TRAVEL AGENT' 2009년 3월호에 따르면, 2008년 출국여행 목적지의 대부분은 동남아(그 중 태국이 1위)였고, 일본, 한국과 홍콩이 그 뒤를 이었다. 여행 시 1인당 연평균 15,497위안을 소비했고, 1.58회의 여행을 했으며, 한번 출국 시 약 9,789위안을 소비하고 있으며 주요 지출항목으로는 음식, 쇼핑, 교통비, 입장료, 오락과 자비 순서로 발표하고 있다.

또한 작년 출국여행의 경험이 있는 사람 중, 70%의 사람들이 '만족' 이상을 표현했고, 30%가 '일반'이었다고 답했으며 2.5%만이 '불만족'을 표시하였으며, 여행객들이 가장 만족했던 항목은 '종합서비스 수준'이었고, '여행지의 풍경', '여행과정의 분배'가 뒤를 이었고, 불만족한 부문은 '음식', '여행 과정상 시간적 여유부족' 그리고 '쇼핑'이었으며 출국 여행 시 여행사의 단체여행을 애용하고, 휴일에 가족들과 여행하는 것으로 조사되었다.

위의 응답자 중 약 30%의 인원이 올해 또 출

국여행을 계획하고 있는 것으로 나타났는데, 계획 중인 주요 목적지는 일본, 한국, 유럽, 미국, 싱가포르 등지로 나타났으며 여전히 단체여행을 선호하는 것으로 드러났고, 골든위크나 연휴에 가족이나 친구들과 함께 여행을 떠날 계획이 대부분을 차지했으며 연평균 1인당 지출예산액은 7,617위안, 계획 중인 여행횟수는 2.05번이었고, 한번 여행 시 지출예산액은 3,707위안으로 나타났다.

또한 이 자료에서는 2009년 어떤 사람들이 출국여행 계획에 대해 연령 면에서 청년층과 노년층의 비율이 중년층의 비율과 비슷하게 나타날 것으로 예상하고 있으며, 소득의 증가로 출국여행을 계획하는 사람이 늘어났고, 월수입 1만 위안 이상의 응답자 중 반 이상이 올해 안 출국여행을 계획 중이라고 밝히고 있다.

그리고 2009년 중국인들의 해외 관광목적지로는 일본, 한국, 미국, 싱가포르 나타났으며 응답자 중 약 15%가 일본 여행을 계획 중이었고, 13%가 한국을 방문할 예정이라 했으며, 미국과 싱가포르도 10%의 지지율을 보였으며 그 외로는 홍콩, 태국, 프랑스, 오스트리아, 말레이시아와 타이완 순으로 나타났다고 한다.

이러한 CHINA TRAVEL AGENT 2009년 3월호의 설문조사를 바탕으로 볼 때 세계적인 경기침체 속에서도 중국내 월 1만위안 이상의 소득층에서는 꾸준히 해외여행을 즐기고 있으며 그들의 여행소비 또한 점차 증가하고 있고 목적지 국가로서 한국에 대한 선호도가 꾸준히 높은 편으로 나타나고 있다.

이와 함께 중국에서 가장 큰 여행포털사이트인 시에칭(携程 www.ctrip.com)의 여행상품 코너에서 서울 3박4일 자유여행(항공/호텔/보험 포함)은 3,199위안선이고, 제주 4박5일 여행은 2,990위안으로 보통 중국의 하이난다오(해남도) 여행이 보통 4천위안 전후라는 점을

감안하면 자국의 하이난다오보다 한국 여행 특히 제주도의 여행상품은 저렴하게 판매되고 있다.

이상과 같이 중국내에서 형성되고 있는 여행 트렌드와 현지에서 판매되고 있는 한국여행상품과 제주도 여행상품의 상품가를 비교해 볼 때, 제주도는 중국여행시장에서 소비자인 관광객들에게 가격 면에서 비교적 경쟁력이 높은 편이며 중국인의 관광선호도에서 우위를 차지하는 '여행지의 풍경'에서도 나름대로의 경쟁력을 가지고 있는 것이 사실이다. 또한 최근의 환율상황으로 볼 때 중국인들이 한국에 와서 소비할 경우 1년 전에 비해서 30%이상의 환율 효과를 볼 수 있기 때문에 지금의 트렌드에 맞는 체계적인 마케팅만 벌인다면 꾸준한 관광객 상승세를 보일 수 있는 상황이다.

3) 제주도의 중국인 관광객 유치 현황과 새로운 전략

그동안 제주도에선 벌여온 중국인 관광객 유치 전략은 언론사 팸투어, 현지설명회, 취항 항공사 광고지원등의 인센티브, 유치 여행사 인센티브라는 초기 마케팅 전략에 한정되어 있으며 이는 사실상 행정에서 할 수 있는 최대한의 유치방안이라 할 수 있다.

또한 2008년 상반기까지 만해도 제주도를 찾아온 중국인 관광객과 대만 관광객의 다수가 양안 환승 관광객이다 보니 2008년 8월 중국과 대만의 양안관계 개선으로 인해 중국-대만 간 직항로가 생겨나자 제주도-중국 제주-대만 직항로가 대규모 축소되면서 중국인 관광객 유치에 한계를 보여주고 있는 실정이다. 다만 2009년 들어서면서 중국의 파리엔, 광조우 등 지방 성급도시와의 직항로 개설로 새로운 활로를 찾기 시작하고 있다.

이러한 상황에서 제주도의 중국인관광객 유

치 방안에 대해 크게 네 가지 방향에서 생각할 점을 제시해보고자 한다.

첫째, 새로운 상황에 맞게 초심으로 돌아가야 할 것이다

지난 10여년 간 급속도로 증가한 중국인관광객이 제주도의 노력에 의한 증가라기보다는 주변 여건에 의한 자연 발생적인 수요라는 점을 잊어서는 안 되며 중국과 대만의 양안관계에 따른 특수가 작용했던 점을 인정하고 새롭게 변화된 조건에서 유치마케팅을 시작하여야 한다.

특히 양안관계 회복으로 발생하는 환승수요 감소를 인정하고 이제는 제주도를 목적관광지로 부각시키는 노력이 필요하리라 본다. 또한 중국인 관광객 유치 시장이 단순하게 제주도만의 문제가 아니라 전 세계 관광목적지가 다 같이 경쟁하고 있음을 인식하고 제주도의 타깃에 맞는 소비층을 찾아서 그 타깃에 적합한 특색 있는 마케팅을 전개해야 할 것이다.

중국인관광객 규모가 매년 증가한다하더라도 실질적인 마케팅이 이루어지지 않는다면 제주를 찾는 중국인 관광객은 정체될 수 밖에 없을 것이기에 한국을 찾는 중국인관광객부터 제주도로 목적지 전환이 이루어지도록 노력해야 할 것이다.

둘째, 제주도를 중국 해외신혼여행의 메카로 만들어야 할 것이다

중국 젊은 층의 소비트렌드와 10년전 만해도 거의 형성되지 않던 신혼여행시장이 최근 폭발적으로 증가하고 있는 상황이며 중국의 해외신혼여행 10대 명소에 제주도가 포함되었던 점을 홍보하여 중국의 해외신혼여행 수요를 창출시켜나가야 한다. 중국은 매년 900만여 쌍의 결혼이 이루어지고 있고, 이중 약 30%내외만이 신혼여행을 가고 있을 정도로 아직까지는 신혼

경제살리기

여행이 일상화되지 않았지만 중국내 하이난도와 북경 상해 등으로 신흥여행을 떠나고 있으며 해외로는 동남아와 일본 유럽으로 해외신흥여행을 떠나고 있는 실정이다.

제주도의 경우 1980년대 이후 국내신흥여행의 목적지였던 전문성을 살려 중국의 웨딩전문업체와 웨딩박람회등에도 참여하여 제주에서의 신흥여행사진 전시회 등과 신흥관광의 인프라를 제대로 설명해낸다면 중국과의 짧은 거리, 저렴한 비용, 해외여행에 대한 만족도 등으로 인해 충분히 수요창출이 가능할 것이다.

또한 중국의 신흥여행의 경우 쇼핑소비도 많은 편이므로 신흥여행고객의 소비에 맞춘 상품 판매가 이루어진다면 다른 관광수수에 비해 부가가치가 높으며 제주지역경제에도 많은 도움을 줄 것으로 본다.

셋째, 다양한 직항로 개설로 내부기틀을 마련하자

지금 중국의 경우 우리나라 서해와 연결해 있는 도시들의 경우 어느 지역을 막론하고 충분한 경제성장을 이루었으며 북경이나 상하이에 못지않을 소비층을 형성하고 있는 상황이다. 특히 남방지역의 경우 전체20%이상의 사람들은 언제든지 해외여행이 가능한 사람들이다보니 접근성만 충족된다면 실질적인 수요는 언제든지 형성될 수가 있는 상황이다. 최근 제주-광저우의 직항로를 계기로 남방지역의 하문이나 복건성, 그리고 북방지역의 청도 등과의 직항로 추진도 필요하리라 본다.

넷째, 중국인의 소비저변 확대에 맞춘 쇼핑 상품개발에 힘써야 할 것이다

중국은 북경올림픽과 2010상하이 엑스포를 계기로 소비수준이 점차 향상되고 있으며, 도시지역은 소득 1만불 수준에 맞먹는 소비수준

을 갖추고 있다. 제주도에서의 관광상품도 이제는 이들의 소비수준에 맞게 다양화되어야 하며 특히 제주도내에서 이루어지는 쇼핑에 있어서도 정해진 쇼핑 공간 이외에 다양한 형태의 쇼핑이 이루어져야 할 것이다.

관광상품의 경우 항상 지적되어온 문제지만 1박부터 3박이상까지 그리고 호텔 등급에 맞춘 다양한 상품개발이 필요하며 최근 시도되는 펜션을 이용한 상품개발도 필요하리라 본다.

또한 기존의 안경, 화장품, 인삼점, 자수정 이외에 새롭게 피부관리, 등산 낚시용품을 비롯한 레저용품, 금세공점 등 중국인의 소비수준 향상에 맞춘 쇼핑점 개발과 함께 환율효과를 볼수 있는 전자제품점 쇼핑, 귀금속점, 명품면세점 쇼핑 등 쇼핑공간의 확대가 가능하며

이런 쇼핑을 위해서는 대규모 쇼핑아울렛도 필요하겠지만 당장 현실적으로 가능한 중앙지하상가나 신제주 상권에 대한 중국관광객소비성향 컨설팅을 통해 기존 상권의 대 중국인관광객의 쇼핑 소프트웨어를 강화해 나가야 할 것이다.

이제 중국은 더 이상 가난한 나라도 아니며 한국이 비웃을 나라도 아니다. 세계경제의 중심으로 우뚝선 나라이며 잠재성장가치의 나라가 아닌 이미 성장해 버린 나라이다. 이런 경제대국의 주요 도시와 항공으로 1-2시간 내에 접해있는 제주도야말로 '새로운 행운'이 아닐 수 없다.

구슬이 서말이라도 꿰어야 보배이듯이 세계경제의 강력한 성장엔진인 중국의 관광소비를 제주로 이끌어 오는 노력이야말로 제주경제를 회생시키는 데 새로운 동력이 될 수 있을 것이다.