

기획특집

중국인 방한관광 시장의 특성 변화와 제주관광의 과제

한국문화관광연구원 책임연구원 최 경 은

개혁개방 이후 중국의 급속한 경제성장으로 중국인의 생활수준이 향상됨에 따라 관광은 중국인의 가장 중요한 여가활동 중의 하나가 되고 있다. 특히 2000년대 이후 출국관광 목적지 개방이 급증함에 따라 해외로 나가는 중국인 관광객 수가 빠르게 증가하고 있다

J E J U D E V E L O P M E N T F O R U M

1. 들어가며

중국은 빠른 경제성장을 바탕으로 세계 관광 시장의 성장을 주도할 핵심 송출시장으로 떠오르고 있다. 세계관광기구에 의하면 중국은 2020년 독일, 일본, 미국에 이어 세계 4위로 약 1억 명의 관광객을 송출할 것으로 예상된다. 중국 시장의 잠재력을 주목한 국가들은 중국인 관광객 유치 확대를 위해 경쟁하고 있으며, 중국인 관광객을 둘러싼 유치 경쟁은 국가 차원에서뿐만 아니라 지역 차원에서도 점점 더 심화되고 있다.

제주도는 중국인이 가장 선호하는 섬 여행지이자 방한관광 중 꼭 가보고 싶은 주요 목적지로 자리매김하고 있다. 실제로 중국은 2009년부터 일본을 제치고 제주도의 제일 큰 관광시장으로 올라섰으며, 제주를 방문하는 중국인 관광객 수는 빠른 속도로 증가하고 있다.

제주도의 핵심 시장으로 부상하고 있는 중국인 관광객의 유치를 활성화하

기 위해서는 최근에 나타나고 있는 중국인 방한관광 시장의 특성 변화를 구체적으로 파악할 필요가 있다. 그리고 이를 토대로 제주 지역의 차별화된 매력을 적극 활용하여 중국인의 제주관광 수요를 확대하고 만족도를 제고할 수 있는 전략과 대책을 마련해야 한다.

이에 본 고에서는 최근 중국인 방한관광 시장의 특성 변화를 살펴보고, 이를 바탕으로 중국인 관광객 유치 활성화를 도모하는데 있어 제주관광이 나아가야 할 과제를 제시하고자 한다.

II. 중국인 방한관광 시장 동향 및 특성

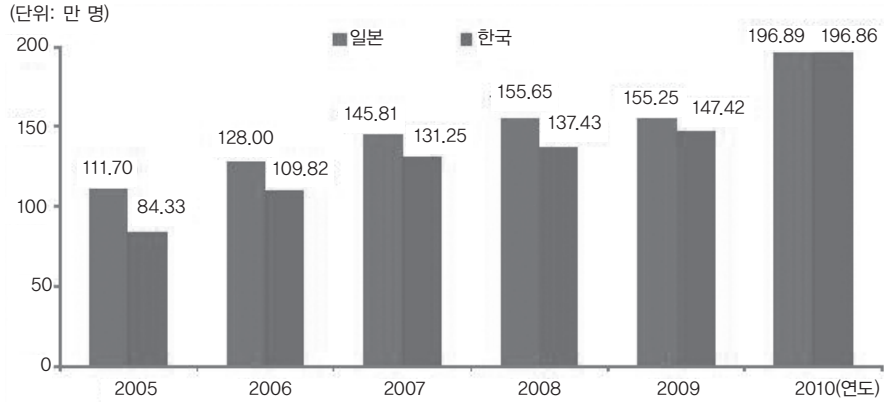
1. 중국인 출국관광 시장의 성장과 전망

개혁개방 이후 중국의 급속한 경제성장으로 중국인의 생활수준이 향상됨에 따라 관광은 중국인의 가장 중요한 여가활동 중의 하나가 되고 있다. 특히 2000년대 이후 출국관광 목적지 개방이 급증함에 따라 해외로 나가는 중국인 관광객 수가 빠르게 증가하여 2010년 현재 중국의 출국자 수는 5,738.65만 명이다. 최근 중국국가여유국의 발표에 따르면 2011년 중국 출국자 수는 약 7,025만 명, 2012년에는 약 7,700만 명에 달할 것으로 추정되고 있어, 중국인의 출국관광 시장은 계속해서 확대될 것으로 전망된다.

출국관광 목적지 중에서 홍콩/마카오 지역은 중국인이 가장 많이 방문하는 지역으로, 전체 출국자 수의 약 70%를 차지하고 있다. 홍콩/마카오 지역을 제외하고는 일본, 한국, 대만 등이 주요 방문 국가이다. 대만은 2008년부터 중국 본토 관광객의 방문이 정식으로 허용된 반면, 한국과 일본은 비교적 일찍 중국인의 출국관광 목적지로 개방된 국가이다.

2005년에 한국행 중국 출국자 수가 84.33만 명, 일본행 중국 출국자 수가 111.70만 명이었으나, 2010년에는 한국행 중국 출국자 수가 196.86만 명, 일본행 중국 출국자 수가 196.89만 명으로 차이가 크게 줄어들었다(그림1·참조). 이러한 추세에 비추어 볼 때 머지않아 한국행 중국 출국자 수가 일본행 중국 출국자 수를 넘어설 것으로 예상된다.

〈그림1〉 한국-일본행 중국 출국자 수 비교(2005-2010)

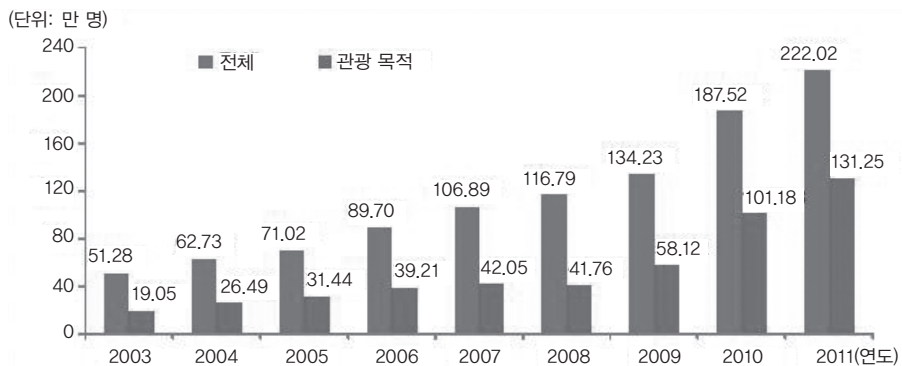


출처: 중국국가여유국 홈페이지

2. 중국인 방한관광 시장 동향

2000년 중국의 전 지역에서 방한관광이 허용된 이래 SARS(중증 급성 호흡기 증후군) 발생으로 (-) 증감률을 보였던 2003년을 제외하고는 중국인 관광객 수가 꾸준히 증가하여 2011년 현재 222.02만 명의 중국인이 한국을 방문하였다. 특히 2010년에는 전년대비 39.7%의 증감률을 보이며 187.52만 명의 중국인이 방한하였으며, 그 중 순수관광 목적으로 방한한 중국인 수가 최초로 100만 명을 넘었다(그림2·참조).

〈그림2〉 방한 중국인 수 증가 추이(2003-2011)



출처: 한국관광공사 홈페이지

중국인 방한관광 시장의 지속적인 성장에는 중국의 경제성장, 위안화 절상, 지리적 근접성, 한류의 영향 등 다양한 요인들이 중요한 역할을 하고 있지만, 최근 중국인 관광객의 급증 현상에 기여한 새로운 요인으로는 비자 발급요건 완화에 따른 개별관광객 증가를 꼽을 수 있다. 한국은 그동안 중국인 불법체류자의 발생 여지를 최소화하기 위해 까다로운 비자 발급 정책을 유지해 왔다. 그러나 최근 비자 발급요건을 간소화하는 제도 개선 노력에 힘입어 중국인 개별관광객 수가 빠르게 증가하고 있다(표1·참조).

〈표1〉 중국인 개별관광 비자 발급 현황(대한민국 주상하이총영사관) (단위 : 명, %)

구분	2008년	2009년	2010년	2011년 상반기
발급인원	17,728	28,083	49,221	36,287
전년동기 대비 증감률	-5.5	58.4	75.3	91.8

출처: 한국관광공사(2011)

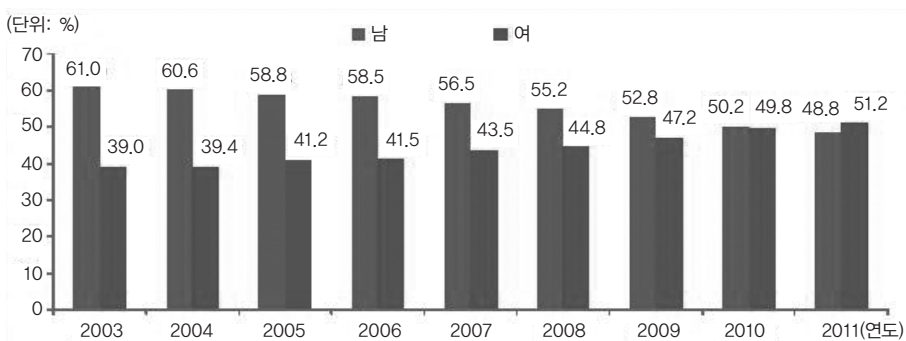
3. 방한 중국인 관광객의 여행형태별 행태적 특성

1) 방한 중국인의 인구통계학적 특성

• 성별 방한 현황

중국인의 성별 방한 현황을 살펴보면, 남성 시장이 여성 시장보다 계속해서 더 높은 비중을 차지해 왔으나 점점 그 차이가 줄어들어 2011년에는 여성 방문 비율이 약간 더 높게 나타나고 있다(그림3·참조).

〈그림3〉 성별 중국인 방한 추이(2003-2011)



출처: 한국관광공사 홈페이지

주: 전체 방한 중국인 수에서 승무원 수를 제외하고 성별 비율을 계산함

● **연령별 방한 현황**

중국인의 연령별 방한 현황을 살펴보면(표2·참조), 2010년까지 연령층의 비중이 31-40세 > 21-30세 > 41-50세의 순으로 나타났으나 2011년에는 21-30세의 연령층이 가장 높은 비중을 차지하고 있다. 또한 50대 이상의 연령층 비율이 조금씩 늘어나는 추세를 보이고 있음을 알 수 있다.

〈표2〉 연령별 중국인 방한 현황(2006-2011) (단위 : %)

구분	2006년	2007년	2008년	2009년	2010년	2011년
0-20세	8.4	8.9	7.8	6.8	7.1	7.2
21-30세	24.3	23.2	23.8	24.6	23.7	25.2
31-40세	29.3	27	26.5	26.4	25.1	23.4
41-50세	22.2	22.9	22.3	22.5	22.9	22.6
51-60세	10.2	12.9	13.8	13.7	14.2	14.4
61세 이상	5.7	5	5.8	6.1	7	7.2

출처: 한국관광공사 홈페이지

주: 전체 방한 중국인 수에서 승무원 수를 제외하고 연령별 비율을 계산함

방한 중국인의 성·연령별 특성을 종합해 볼 때, 향후 젊은 여성층 관광객이 중국인의 방한시장을 주도할 것으로 예상된다.

2) 방한 중국인 관광객의 여행형태별 행태적 특성

「2010년 외래관광객 실태조사」Raw Data 중에서 중국인 관광객 표본을 별도로 추출하여 여행형태별로 비교분석한 결과를 토대로 방한 중국인 관광객의 행태적 특성을 살펴보면 다음과 같다(표3·참조).

● **방문목적**

중국인 단체관광객은 여가/위락/휴가 목적이 대부분인 반면, 개별관광객은 여가/위락/휴가, 사업/전문활동, 친구/친지 방문 등 방문목적이 다양하게 나타나고 있다.

● **방한관광 주요 선택요인(여가/위락/휴가 목적)**

중국인 단체관광객과 개별관광객 모두 방한관광 선택 시 쇼핑, 자연풍경 감상, 패션·유행 등 세련된 문화 등을 주요 선택요인으로 꼽고 있다. 패션·유행 등 세련된 문화가 주요 흡인요인으로 작용하고 있다는 점에서 중국인의 방한관광에 대한 한류의 영향은 최신유행문화와 큰 관련이 있다고 할 수 있다.

● **주요 정보원**

중국인 단체관광객의 주요 정보원은 여행사 > 인터넷 > 친지/친구/동료 순인 반면, 개별관광객은 인터넷, 친지/친구/동료 > 여행사 순으로 나타나고 있다.

● **주요 이용 숙박시설(여가/위락/휴가 목적)**

중국인 단체관광객이 가장 많이 이용하는 숙박시설로 호텔이 절대적으로 높은 비중을 차지하고 있다. 개별관광객도 호텔을 가장 많이 이용하고 있으나, 호텔 외에 친척/친구집과 유스호스텔/게스트하우스/여관 이용 비중도 비교적 높게 나타나고 있다.

● **주요 활동**

중국인 단체관광객과 개별관광객 모두 방한기간 동안의 주요 활동이 쇼핑 > 관광지 방문 > 식도락 관광 순인 것으로 나타났다. 그 중 쇼핑활동과 관련하여 중국인 관광객의 주요 쇼핑품목은 의류, 향수/화장품, 인삼/한약재 등이며, 주요 쇼핑장소는 공항면세점, 동대문시장, 명동 등이다.

● **주요 불편사항**

중국인 단체관광객과 개별관광객 모두 언어소통의 어려움을 가장 큰 불편사항으로 지적하고 있으며, 그 외에 비싼 물가, 입에 맞지 않는 음식 등도 주요 불편사항인 것으로 나타났다.

● **주요 권역별 방문지**

중국인 단체관광객과 개별관광객 모두 서울을 중심으로 한 수도권 지역을 가장 많이 방문하고 있다. 그 다음으로 많이 방문하는 지역은 여행형태별로 차이를 보이고 있는데, 중국인 단체관광객은 제주도를 많이 방문하는 반면 개별관광객은 부산/경상도 지역을 많이 방문하고 있다.

〈표3〉 중국인 관광객의 여행형태별 행태적 특성 비교

구분	개별여행	단체여행
방문목적	사업/전문활동(35.0%) 여가/위락/휴가(31.2%) 친구/친지 방문(19.1%)	여가/위락/휴가(88.7%) 사업/전문활동(7.2%) 친구/친지 방문(0.9%)
방한관광 주요 선택요인* (여가/위락/휴가 목적)	쇼핑(66.4%) 자연풍경 감상(42.5%) 패션, 유행 등 세련된 문화 (31.8%) 음식/미식 탐방(28.5%)	쇼핑(65.8%) 자연풍경 감상(48.1%) 패션, 유행 등 세련된 문화(31.1%) 휴양/휴식(27.8%)
주요 정보원*	인터넷(62.2%) 친지/친구/동료(62.2%) 여행사(38.4%)	여행사(80.4%) 인터넷(56.0%) 친지/친구/동료(45.6%)
주요 이용 숙박시설 (여가/위락/휴가 목적)	호텔(55.0%) 친척/친구집(20.6%) 유스호스텔/게스트하우스/여관 (17.4%)	호텔(93.1%) 유스호스텔/게스트하우스/여관 (5.8%)
주요 활동*	쇼핑(69.9%) 관광지 방문(47.5%) 식도락 관광(32.9%)	쇼핑(80.5%) 관광지 방문(76.4%) 식도락 관광(28.4%)
주요 쇼핑품목*	의류(59.5%) 향수/화장품(50.9%) 신발류(25.7%) 인삼/한약재(24.6%)	향수/화장품(65.3%) 인삼/한약재(45.6%) 의류(39.7%) 식료품(25.9%)
주요 쇼핑장소*	공항면세점(47.1%) 백화점(44.5%) 동대문시장(44.5%) 명동(44.1%)	공항면세점(57.0%) 시내면세점(53.4%) 동대문시장(45.5%) 명동(39.8%)
주요 불편사항*	언어소통(66.7%) 비싼 물가(31.4%) 음식(25.2%)	언어소통(81.0%) 음식(26.8%) 비싼 물가(26.5%)
주요 권역별 방문지*	서울(90.6%) 인천/경기도(51.5%) 부산/경상도(25.1%)	서울(94.6%) 인천/경기도(58.8%) 제주도(57.2%)
주요 권역별 방문지* (여가/위락/휴가 목적)	서울(98.2%) 인천/경기도(49.5%) 제주도(16.1%)	서울(94.4%) 제주도(60.9%) 인천/경기도(59.1%)

출처: 최경은(2011b)을 토대로 일부 보완

* 중복응답

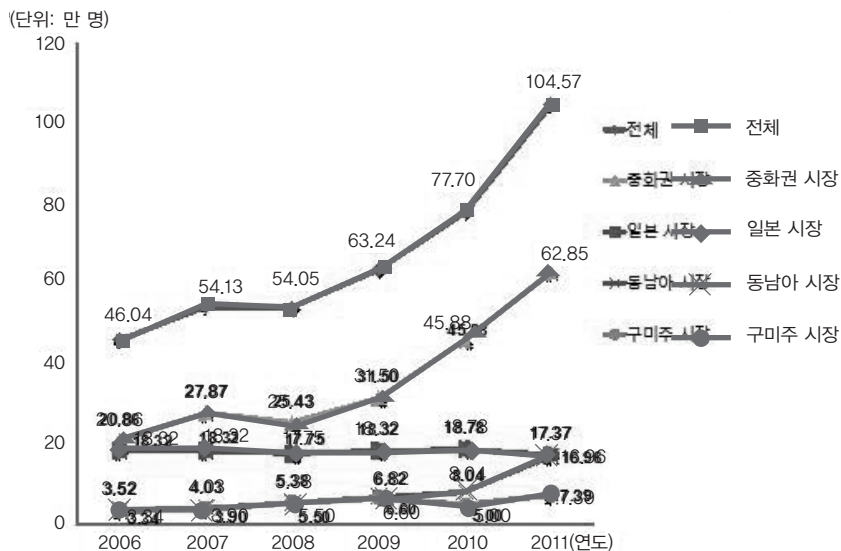
Ⅲ. 중국인 관광객 유치 활성화를 위한 제주관광의 과제

1. 외국인 관광객 수 증가 추이

제주 방문 외국인 관광객 수는 꾸준히 증가하여 2007년에 처음으로 50만 명을 넘어섰으며, 2011년에는 외국인 관광객 100만 명 시대를 맞이하게 되었다. 외국인 관광객 수가 이처럼 빠르게 증가한 데에는 2006년 제주도 무사증 입국허가 대상 국가 확대와 더불어 중화권 시장의 성장이 크게 기여했다고 할 수 있다.

주요 관광시장별 제주 입도 현황을 살펴보면(그림4·참조), 중화권 시장의 경우 2000년대 후반에 가파른 성장세를 보이며 2011년에 62.85만 명이 방문하였다. 반면 일본 시장은 소폭의 증감을 반복하며 정체 현상을 보이고 있으며 2011년에 17.37만 명이 방문하였다. 동남아 시장의 경우 완만한 성장세를 보이다가 2011년에는 전년대비 2배 이상 급증하며 16.96만 명이 방문하였다. 마지막으로 구미주 시장은 2010년을 제외하고는 꾸준한 성장세를 보이고 있으며 2011년에 7.39만 명이 방문하였다.

〈그림4〉 주요 관광시장별 제주 입도 현황(2006-2011)



출처: 제주관광공사(2011-2012)

주1: 중화권 시장 : 중국, 홍콩, 대만

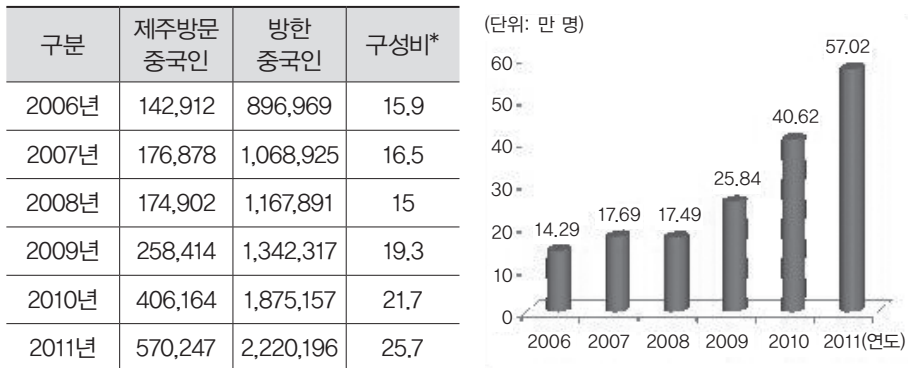
주2: 동남아 시장 : 동남아시아 및 아시아 기타

주3: 구미주 시장 : 미국 및 서구 기타

2. 중국인 관광객 제주 입도 현황

앞에서 살펴보았듯이 중화권 시장이 최근 제주 방문 외국인 관광객 수 급증을 견인하고 있다. 중화권 시장 중에서 핵심 시장은 중국 시장으로, 2011년 현재 제주도를 방문한 중국인 관광객 수가 57.02만 명에 달해 중화권 시장(62.85만 명)의 90.7%를 차지하고 있다. 특히 2009년부터 제주를 방문하는 중국인 관광객이 크게 증가하면서 중국은 제주도의 제일 큰 관광시장으로 부상하였다. <표4>에 따르면 2011년 현재 제주 방문 중국인 수는 전체 방한 중국인 수의 25.7%를 차지하고 있어, 한국을 방문한 중국인 관광객 4명 중 1명은 제주도를 방문했다고 할 수 있다. 이를 통해 제주도가 중국인에게 매력적인 관광지로 인식되고 있음을 알 수 있으며, 향후 제주 방문 중국인 수의 지속적인 증가세가 전망된다.

<표4> 중국인 관광객 제주 입도 현황(2006-2011) (단위 : 명, %)



출처: 제주관광공사(2011-2012)

* 전체 방한 중국인 수에서 차지하는 비율

3. 중국인 관광객 유치 활성화를 위한 제주관광의 주요 과제

2010년 중국의 환구시보에서 주관한 온·오프라인 투표에서 제주도는 하와이, 몰디브와 함께 중국인이 가장 선호하는 섬 여행지로 선정되었을 만큼 방한 관광 중 꼭 가보고 싶은 주요 지역으로 인식되고 있다. 제주도는 아름다운 자

연경관, 노비자 제도 시행 등 중국인 관광객 유치에 있어 상당히 유리한 경쟁력을 가지고 있다. 특히 유네스코 자연과학분야 3관왕(생물권자연보전지역, 세계자연유산, 세계지질공원)과 세계 7대 자연경관 선정은 자연경관이 아름다운 관광지로서의 제주도 이미지를 강화시키고 브랜드 가치를 제고하는데 기여할 것으로 전망된다.

제주도를 방문하는 중국인 관광객 수는 증가하고 있지만, 중국인 관광객 유치를 더욱 활성화하기 위해서는 최근 중국인 방한관광 시장에서 나타나는 특성 변화에 대응하여 제주관광의 경쟁력을 재정비할 필요가 있다.

1) 여행형태별 제주관광의 매력 다양화

중국인 방한관광 시장은 단체여행 형태가 주를 이루어 왔으며, 제주 방문 역시 단체관광이 개별관광보다 더 높은 비중을 차지하고 있다(표 3·참조). 그러나 최근 비자 발급요건의 완화로 방한 중국인 개별관광객이 빠르게 증가함에 따라 개별관광객 시장 규모는 점점 더 확대될 것으로 전망된다. 이에 주요 시장인 중국인 단체관광객과 더불어 개별관광객의 제주 방문을 적극적으로 활성화할 필요가 있다.

단체관광객은 여행 전반에 관한 거의 모든 사항을 여행사에 의존하는 반면, 개별관광객은 스스로 선택하여 결정하거나 여행사에 부분적으로 의존하는 특성이 있다. 이에 여행형태별로 제주관광의 매력을 다양화하여 관광상품을 개발하는 것이 필요하다.

단체관광객의 경우 저가 관광상품보다는 중국인의 제주관광 수요에 부합되는 고부가가치 관광상품 개발(예 : 인센티브 관광)을 통해 고급화 전략을 도모할 필요가 있다. 그리고 개별관광객은 자신의 관심이나 취미에 따라 공간적으로 분산된 행태를 보이고 방문지역의 문화와 자연을 직접 느끼고 체험하는 것을 선호하므로, 제주 지역 특색의 다양한 볼거리, 즐길거리, 먹거리 등을 제공할 수 있는 개별관광 상품을 개발하여야 한다.

2) 타깃 세분시장 특성별 제주관광의 매력 차별화

제주 방문 중국인 관광객의 만족도를 제고하기 위해서는 광대한 중국 시장을 인구통계, 소득 등에 따라 세분화하고 주요 타깃 세분시장을 설정하여 특성별로 제주관광의 매력을 차별화할 필요가 있다.

제주 방문 중국인의 성·연령별 특성을 살펴보면, 성별 방문 비중은 큰 차이

를 보이지 않는 반면 연령별로는 연령이 높을수록 방문 비중이 더 높게 나타나고 있다(표5·참조). 이를 통해 현재 제주도의 주요 시장이 중년층 이상임을 알 수 있으나, 최근 젊은 여성층이 중국인 방한관광 시장의 성장을 주도하고 있으므로 젊은 여성층 시장을 제주도로 적극 유치할 수 있는 방안을 강구해야 한다.

〈표5〉 2010년 중국인 관광객 권역별 방문 현황(성·연령별) (단위 : 개, %)

구분	사례수	서울	인천/경기	제주	부산/경상	강원	전라	충청	기타	
전체	-1,162	91.5	53.7	31.8	20.8	15.1	8.8	7.9	0.3	
성별	남자	-580	89	53.4	30.2	22.4	15	9	8.3	0.3
	여자	-582	94	54	33.5	19.2	15.1	8.6	7.6	0.3
연령별	15 - 20세	-84	94	65.5	25	32.1	15.5	14.3	10.7	1.2
	21 - 30세	-458	93.9	54.1	27.1	22.5	15.5	10.7	8.7	0.4
	31 - 40세	-356	91.3	49.7	34	15.4	13.5	6.5	7.9	0
	41 - 50세	-175	86.9	53.1	38.3	22.9	17.7	5.7	4.6	0.6
	51 - 60세	-60	85	55	45	16.7	13.3	11.7	10	0
	61세 이상	-17	88.2	47.1	41.2	23.5	5.9	0	5.9	0

출처: 한국문화관광연구원(2011)

주: 중복응답

제주 방문 중국인 관광객의 유치 활성화를 위해서는 제주도의 주요 타깃 시장을 다층화하고 타깃 세분시장별 특성과 성향을 파악하여 제주도의 경쟁력 있는 관광콘텐츠를 활용한 고부가가치 관광상품을 적극 개발해야 한다. 주요 타깃 세분시장별로 제주도의 지역적 강점에 기반한 제주관광의 대응 전략을 제시하면 〈표6〉과 같다.

〈표6〉 중국인 관광객 타깃 세분시장 특성별 제주관광의 대응 전략 예시

구분	시장 특성	대응 전략
젊은 여성층	한류의 영향으로 미용, 패션 등 최신유행문화에 대한 관심이 많으며, 개별여행 형태를 선호함	- 미용·휴양관광 - 문화체험관광
남성층	한중 양국의 경제·문화 교류 증대로 국제회의·전시 참가 또는 인센티브 여행 등의 방문이 증가함	- MICE 관광 - 휴양 또는 레저관광
젊은 커플 (예비 부부)	소득 수준이 높은 젊은 커플(예비 부부)은 세련된 해외 웨딩문화를 경험하고 싶어함	- 웨딩관광 - 크루즈 관광
가족	중국의 한자녀 정책으로 자녀교육에 관심이 많으며, 자녀교육을 위한 문화체험 또는 휴식을 위한 목적으로 가족단위 해외여행을 선호함	- 문화체험 또는 휴양관광 - 크루즈 관광
노년층 (부유층)	부유한 노년층은 건강에 대한 관심이 많으며 웰빙을 추구하는 경향이 있음	- 휴양 또는 웰빙관광 - 크루즈 관광
신혼 부유층	신혼 부유층은 소비규모가 크고 명품이나 사치품을 선호하며, 해외 레저활동을 즐기는 경향이 있음	- 휴양 또는 레저관광 - 크루즈 관광

출처: 최경은(2011b)을 토대로 일부 수정하여 작성

3) 제주 지역 특색의 체험관광 활성화

중국인들은 해외관광 초기에는 외부 세계와의 오랜 단절로 인해 외국을 방문하는 것 자체에 대한 관심이 많았으나, 최근에는 휴가형 관광이나 특별관심관광(SIT)에 대한 수요가 점점 늘어나고 있다. 현재 자연풍경이나 문화유적, 인공매력물 등과 같은 볼거리 중심의 유람 또는 휴양 형태의 방한관광이 주를 이루고 있으나, 중국인 관광객의 체험욕구를 충족시키고 제주관광에 대한 만족도를 제고하기 위해서는 체험관광을 활성화할 필요가 있다.

최근 한류의 영향으로 한국문화를 체험할 수 있는 관광활동에 대한 중국인들의 관심이 점점 더 늘어나고 있다. 이러한 점을 고려할 때, 중국인들의 제주관광 수요를 확대하기 위해서는 아름다운 자연경관에 기반한 골프, 승마, 요트 등 레저체험관광과 더불어 제주도의 독특한 문화자원을 소재로 한 문화체험관광 상품을 적극적으로 개발할 필요가 있다.

4) 제주관광의 인프라 개선 및 확충

중국인 관광객 유치 활성화를 도모하기 위해서는 안내, 숙박, 교통, 음식 등 관광활동의 기반이 되는 관광인프라의 개선 및 확충 노력이 지속적으로 이루어져야 한다. 첫째, 중국인 단체관광객과 개별관광객 모두 가장 큰 불편사항으로 지적하고 있는 언어소통의 문제를 해결하기 위해서는 관광안내서비스의 지속적인 개선 노력이 필요하다.

일반적으로 단체관광객은 여행사의 일정 기획과 가이드의 안내에 따라 여행을 하므로, 중국어 관광안내인력의 전문적 양성을 통해 역량 강화를 도모해야 한다. 개별관광객은 스스로 일정을 계획하여 여행을 하므로, 관광안내표지판 중국어 표기 개선 및 확충, 온-오프라인(웹사이트, 관광 앱, 가이드북, 관광안내소 등) 정보제공 기능 강화 등 개별관광객의 관광정보 접근성 제고를 위한 관광안내서비스 개선 노력이 필요하다.

둘째, 숙박 및 교통여건 개선 관련하여 특히 중국인 개별관광객의 편의 제고를 위한 노력을 기울여야 한다. 일반적으로 개별관광객은 호텔 외에도 중저가 숙박시설을 선호하며 주로 대중교통수단을 이용하여 이동한다. 게스트하우스, 펜션, 홈스테이 등 다양한 유형의 중저가 숙박시설 이용 편의를 제고하기 위해서는 중저가 숙박시설 정보 제공 및 예약서비스 시스템을 구축하고 숙박시설의 응대서비스를 강화할 필요가 있다. 또한 제주도의 지리적 특성을 고려할 때 외국어 통역택시와 시티투어 버스 이용을 활성화할 필요가 있으며, 이를 위해서는 중국인 개별관광객의 대중교통 이용 안내정보에 대한 접근성을 강화해야 한다.

마지막으로, 음식 부문의 경우 메뉴판 중국어 표기 등 중국인 관광객을 위한 음식점 서비스 개선 노력과 더불어 음식을 하나의 문화체험 대상으로 접할 수 있도록 음식문화 체험 프로그램 개발을 적극 추진할 필요가 있다.

5) 제주관광의 홍보마케팅 강화

제주도는 방한관광 선택 시 중국인이 가장 가보고 싶어하는 관광지 중의 하나로 인식되고 있지만, 중국인 관광객 유치 활성화를 위해서는 온-오프라인의 다양한 채널들을 통해 계속해서 홍보마케팅 노력을 강화해 나갈 필요가 있다.

중국인 개별관광객은 주로 인터넷과 친지/친구/동료를 통해 그리고 단체

관광객은 주로 여행사와 인터넷을 통해 여행정보를 얻으므로, 중국 현지 포털 사이트, 소셜네트워크 서비스 사이트 등을 활용하여 제주관광에 대한 온라인 홍보마케팅을 지속적으로 추진해 나가야 한다. 또한 중국의 여행기획자, 인터넷 파워블로거, 언론인 등 여행전문가 또는 여론주도층을 초청하여 중국 현지인 팸투어를 지속적으로 실시할 필요가 있다. 그리고 중국인 유학생이 점점 증가하고 있으므로, 제주관광 홍보대사로서 중국인 유학생 또는 유학생의 학부모나 친인척을 대상으로 한 팸투어를 적극적으로 추진할 필요가 있다.

IV. 맺으며

2000년 중국의 전 지역에서 방한관광이 공식적으로 허용된 이래 방한 중국인 수가 꾸준히 증가해 오고 있다. 특히 2010년에는 전년대비 39.7%의 증감률을 보이며 방한 중국인 수의 증가가 두드러지게 나타났다. 이에는 중국인 단체관광객의 증가와 더불어 비자 발급요건 완화에 따른 개별관광객의 증가가 큰 기여를 한 것으로 평가되고 있으며, 그 중에서도 젊은 여성층이 개별관광객 증가를 주도하고 있는 것으로 보인다.

중국인 방한관광 시장의 성장에 힘입어 제주 방문 중국인 수도 2009년부터 빠르게 증가하는 추세를 보이고 있다. 중국 시장의 성장은 분명 제주도가 매력적인 국제관광 목적지로 도약할 수 있는 중요한 기회 요인이므로, 중국인 관광객 유치 활성화를 적극 도모할 필요가 있다. 이를 위해서는 중국인 방한관광 시장의 특성 변화를 주시하고 그에 대응할 수 있는 방안을 전략적으로 마련하여 제주관광의 경쟁력을 지속적으로 강화시켜 나가야 한다.

중국인 방한관광 시장 동향과 제주 방문 중국인 관광객의 행태적 특성을 파악하기 위해서는 지속적인 조사·연구가 뒷받침되어야 한다. 그리고 이를 바탕으로 주요 타깃 세분시장별로 제주 지역 특색의 차별화된 관광상품을 적극 개발·홍보하고 관광수용태세를 지속적으로 개선해 나가는 노력이 이루어져야 한다. 또한 제주관광에 대한 홍보마케팅을 중국 동부 연해 지역 중심에서 내륙 지역으로 확대하여 시장의 지리적 다변화를 추구해야 하며, 홍보마케팅의 효과를 제고할 수 있도록 항공편 확충 등 항공서비스 개선을 통한 내륙 지역과의 접근성 향상 노력을 지속적으로 추진해야 한다. **JDI**

참고문헌

- 서용건, 2012, “제주 관광의 선진화 방안”, 제주발전포럼, 제40호(겨울호), pp. 30-41.
- 장병권, 2010, 중국관광객 유치에 위한 관광수용태세 개선방안, 한국문화관광연구원.
- 정기은, 2010, “중국 아웃바운드시장 변화에 따른 효과적인 중국관광객 유치 전략에 관한 연구”, 중국연구, 제48권, pp. 479-503.
- 정승훈, 2011a, “중국인 관광객 유치증진을 위한 제주관광의 과제”, 제주발전포럼, 제39호(가을호), pp. 58-69.
- 정승훈, 2011b, “중국인 개별관광객 유치증진을 위한 제주관광의 과제”, 제11회 제주미래포럼(2011.11.25), 제주발전연구원.
- 제주관광공사, 2011-2012, 제주관광시장동향 분석.
- 제주관광공사·(사)제주관광학회, 2011, 제주 문화체험 관광상품 이용객 실태조사 및 활성화 방안.
- 제주관광공사·탐라대학교 산학협력단, 2010, 2010년 여름시즌 중국인 내도 관광객 여행실태 조사.
- 최경은, 2011a, “중국과의 관광교류 및 관광객 유치 전략”, 제9회 제주미래포럼(2011. 9. 6), 제주발전연구원.
- 최경은, 2011b, 중국인 개별관광객 유치 활성화 방안, 한국문화관광연구원.
- 한국관광공사, 2011, 「중국 FIT 활성화 사업 계획」 자료.
- 한국문화관광연구원, 2011, 2010 외래관광객 실태조사(국가별 보고서_중국).
- 관광지식정보시스템 홈페이지(<http://www.tour.go.kr>).
- 제주관광공사 홈페이지(<http://www.ijto.or.kr>).
- 중국국가여유국 홈페이지(<http://www.cnta.gov.cn>).
- 한국관광공사 홈페이지(<http://kto.visitkorea.or.kr>).