

중국 웨딩시장 변화에 따른 제주관광의 과제와 대응전략

제주발전연구원 정승훈 선임연구위원



제주발전연구원 FOCUS 2011년 10월 31일 Vol. 125

발행처 : 제주발전연구원 발행인 : 양영오

주 소 : 630-029 제주특별자치도 제주시 청사로 1길 18-4 TEL. 064-726-0500 FAX. 064-751-2168

- 제주발전연구원은 지역사회가 안고 있는 각종 현안문제에 대해 해결방안을 모색하고자 다양한 정책 방안을 제시하고 있습니다. 본 연구를 토대로 보다 합리적이고 발전적 대안들이 도출되어 도민의 삶의 질적 향상과 제주발전에 디딤돌이 되기를 바랍니다.
- 지난 호는 www.jdi.re.kr에서도 볼 수 있습니다.

중국 웨딩시장 변화에 따른 제주관광의 과제와 대응전략

Contents

- I. 들어가며
- II. 중국 웨딩시장 현황 분석
- III. 중국인대상 웨딩촬영상품 마케팅 현황 분석
- IV. 제주관광의 과제와 대응전략
- V. 맺으며

key word : 중국 웨딩시장, 중국인 예비신혼부부, 제주관광의 대응전략

I. 들어가며

- 중국경제 성장과 소득 증가로 중국인의 해외여행이 증가하고 있으며, 소비규모도 커서 중국인 관광객이 세계 관광업계의 핵심고객으로 부상함.¹⁾
 - UNWTO(유엔세계관광기구)는 2020년 중국의 해외관광객이 1억 명에 달할 것으로 전망하고 있음.
- 해외여행을 떠나는 중국인 관광객 증가와 더불어 최근 결혼하기전 해외에서 웨딩촬영과 현지 여행을 즐기는 중국인 예비신혼부부들이 증가하고 있음.
 - 한국관광공사 중국 칭다오(靑島) 지사 조사자료(2010년)에 의하면, 해외신혼여행 목적으로 선택하는 경우는 대략 10쌍 중 2-3쌍이며 선호하는 목적지는 태국 및 발리 등 동남아 지역임. 동 지역 신혼여행 상품은 가격 면에서는 한국보다 비싸지만 한국의 이국적 정취 등으로 인해 가장 인기를 끌고 있음.
 - 한국에서는 방한 신혼여행객 수를 별도의 통계로 수집하지 않으므로 방한 신혼여행객 수, 방한 웨딩촬영 예비신혼부부들에 대한 정확한 통계자료는 없음.
 - 다만, 2009년 기준 중국 결혼인구는 1,145.8만 쌍으로 웨딩시장의 규모를 가늠할 수 있음.
 - 또한 중국인 예비부부들이 한국에 와서 웨딩 촬영을 할 경우 항공권과 숙박을 제외한 웨딩 촬영비용만 400만~500만원선이며, 항공권과 숙박비를 합치면 600만~700만원으로 알려짐.²⁾
- 한국관광공사에서는 중국의 예비부부들 사이에서 한국 스타일의 웨딩촬영 스튜디오가 유행하고 있는 점에 착안하여, 한국을 배경으로 촬영할 수 있는 방한 웨딩촬영 상품을 개발하여 판촉활동을 실시하고 있으며, 주요 상품 소재는 '한류'와 '제주'로 선정했음.³⁾
 - 중국은 결혼에 필요한 모든 것을 제공하는 토털웨딩 서비스는 아직 걸음마 단계에 있으며, 한류풍의 웨딩드레스를 입고 헤어·메이크업을 한 뒤 사진까지 촬영할 수 있는 한국 웨딩상품이 중국의 예비부부들에게는 매력적임.
- 한편 제주도는 2008년에 상해시 여유국이 실시한 여론조사에서 「중국인이 가장 선호하는 해외 신혼여행지」로 선정된 바 있으며, 2010년 중국 인민일보사의 국제뉴스 일간지인 "환구시보(環球時報)"가 선정한 중국인이 선호하는 최고의 섬 여행지 부문에 하와이, 몰디브와 함께 선정되었음.
- 과거 제주도는 국내 신혼여행지의 대표적 명소로 자리매김하였으나, 해외여행 자유화에 따른 해외신혼여행지 선호, 동남아 여행지와 비교하여 가격 경쟁력에서의 우위 상실 등으로 인하여 신혼여행지의 명성이 퇴색되었음.
 - 제주관광의 관점에서 신혼여행시장은 세가지 시장으로 크게 구분할 수 있음. ① 결혼전 제주에서 웨딩촬영과 도내여행을 하는 예비신혼부부, ② 결혼식을 제주에서

1) 삼성경제연구소, "한국관광산업의 업그레이드 전략,"「CEO Information」, 2011.9.14.

2) 조선비즈, 2011.10.27.(<http://biz.chosun.com/>)

3) 한국관광공사,「중국 100조원 웨딩시장 문 두드리다」보도자료, 2011.6.7.

거행하고, 도내여행을 하는 신혼부부, ③ 신혼여행지로 제주를 선택한 국내·외 신혼여행객으로 구분할 수 있음.

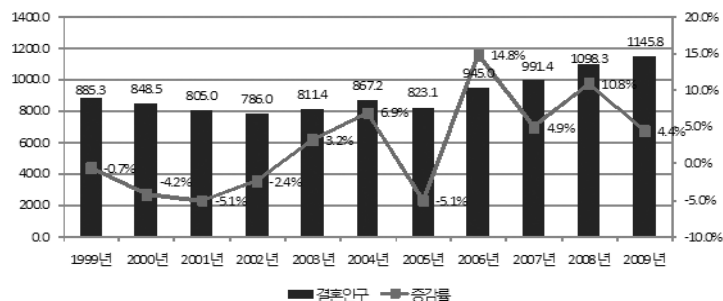
- 최근 한국관광공사에서는 국내 웨딩촬영상품 개발과 홍보를 적극적으로 추진하고자 하고 있으며, 제주특별자치도·제주관광공사에서도 적극적인 대응전략을 마련중에 있음.
- 현재 한국관광공사, 제주특별자치도의 중국 웨딩시장에 대한 마케팅 방향이 중국인 예비신혼부부를 대상으로 한 방한 웨딩촬영상품에 초점을 두고 있으므로, 본 연구에서도 중국 예비신혼부부의 웨딩촬영시장에 초점을 두고 본 연구를 수행함.
 - 본 연구에서는 중국 웨딩시장의 트렌드 변화, 중앙정부·제주특별자치도 및 업계의 마케팅 활동 등을 살펴본 후, 이에 따른 제주관광의 과제와 대응전략에 대해 제시하고자 함.

II. 중국 웨딩시장 현황 분석

1. 중국 결혼인구 추이

- 2009년 기준 중국 결혼인구는 1145.8만 쌍이며, 2006년부터는 결혼인구가 매년 증가 추세에 있음.⁴⁾
- 현재 '80後(80년대 후 출생세대)' 세대가 본격적인 결혼 연령기에 접어들며 향후 10년간 매년 1,200만 커플이 새로 탄생할 것으로 전망됨.⁵⁾
 - 중국의 인구구성을 보면 2005년부터 2015년까지가 중국의 25-29세 사이의 결혼연령대 인구의 급증기간임.⁶⁾
 - 50~60년대 베이비붐 세대의 자녀들의 결혼 적령기가 대거 도래하기 때문에 이로 인해 향후 5년간 중국의 웨딩시장은 대호황을 누릴 것으로 전망됨.

[그림 1] 중국 결혼인구 증가추이



자료 : KOTRA 상하이무역관, 「中 웨딩산업, 新 블루오션 시장으로 부상」, 2010.3. 16

4) 한국관광공사, 「2011 중국 방한웨딩상품 활성화 계획」, 2011.
 5) KOTRA 상하이무역관, 「中 웨딩산업, 新 블루오션 시장으로 부상」, 2010.3.16.
 6) 전병서, 「중국 경제, 향후 5년의 변화」, 주상하이총영사관부설 중국경제금융연구센터, 「중국 경제금융연구」, 2010.12.

2. 웨딩시장 소비 규모⁷⁾

- 중국 결혼문화는 경제성장과 함께 빠르게 변모하고 있음. 특히 축의금 액수, 혼수품목, 신혼여행지 등의 변화는 소비시장으로서의 중국의 부상을 엿볼 수 있음.⁸⁾
- 2010년 춘계 중국 결혼박람회에서 발표된 통계에 따르면 2009년 중국 도시주민 웨딩관련 직접 소비규모는 6,000억 위안(한화로 환산하면 약 100조원)을 넘어섰으며 안정적인 상승세를 보임.
 - 결혼 준비 비용중 핵심소비영역은 웨딩촬영, 피로연, 웨딩컨설팅, 예물, 웨딩드레스 등이며, 매년 20-30% 소비가 증가하고 있음.
 - 영역별 소비현황을 살펴보면 웨딩촬영, 피로연, 웨딩컨설팅, 예물, 웨딩드레스, 웨딩용품 등 6대 핵심소비 중 2006년과 비교해 피로연 소비가 162%로 가장 높은 증가폭을 보였고 웨딩드레스와 예물소비 증가율이 각각 49.44%와 45.65%에 달함.
- 통계데이터에 따르면 평균 웨딩소비는 약 2천만원, 웨딩촬영 비율은 88.4%, 신혼여행 비율은 67.7%, 웨딩촬영업체는 약 10만 개 등으로 추산하고 있음.
 - 중국 웨딩박람회 산업조사센터의 보고서에 따르면 중국 신혼부부의 웨딩소비는 평균 12만5,800위안, 88.4%의 신혼부부가 웨딩사진을 촬영하며, 49.2%의 신혼부부가 웨딩컨설팅업체를 이용할 계획임.
 - 또한 78.7%가 피로연을 계획하고 있으며 36.8%가 신부의 웨딩드레스를 구매하고 67.7%는 신혼여행을 떠날 예정으로 조사됨.

3. 중국 웨딩시장 특징⁹⁾

- 빠르게 변하는 중국인 결혼문화를 이해하는 것은 중국 소비시장의 주류로 부상하고 있는 소황제 시대를 공략할 수 있는 지름길이라 할 수 있음.

'빠링허우' 세대가 시장을 주도

- 1980년대 태어나 '한가구 한자녀' 제도하에서 '작은 황제'로 불리우며 중국의 눈부신 경제성장과 함께 자라난 소위 '빠링허우' <1979년 덩샤오핑이 산아제한정책인 독생자녀제(한 가구 한 자녀 정책)를 시행한 이후인 80後, 80년도 이후 출생자를 일컫는 말>들이 결혼적령기를 맞이했음.
 - 하나뿐인 자식의 결혼을 위해 부모들은 20 여만 위안(한화 3,000 만원에 상당)의 고급 웨딩홀 대여 등 상당한 액수의 결혼 비용도 지불하고자 함.
- 유행과 개성을 추구하며 과시욕이 강한 이들 세대는 해외 선진문화를 경쟁적으로 흡수하고 스스로를 위한 지출을 아끼지 않는 성향의 소비자들로 현재 중국의 소비시장을 이끌고 있음.

7) KOTRA 상하이무역관, 「중 웨딩산업, 新 블루오션 시장으로 부상」, 2010.3.16.

8) 정상은, 「중국 소비시장 주류로 떠오른 소황제 세대」, 『매경이코노미』, 제1601호, 2011.4.13.

9) 대한상공회의소(북경사무소), 「중국 웨딩산업 현황 및 시장분석」, 「코참차이나비즈니스 정보」, 제124호, 2011.5.6. 등의 내용을 토대로 작성함.

□ 웨딩서비스 사이트와 전문 웨딩업체가 인기

- 결혼시장의 주요 소비층인 포스트 80세대들은 인터넷 사용에 능하고 개성이 강하며, 독립적이고 유행을 쫓는 성향이 강하기 때문에 인터넷에 기반을 둔 고급서비스를 제공하는 웨딩서비스 사이트가 인기임.
- 최근 베이징에서 결혼식을 올리는 포스트 80세대 중 약 80%가 전문 웨딩업체를 이용함.
 - 웨딩업체가 웨딩홀 예약, 웨딩드레스, 웨딩 촬영 및 피로연까지 토탈 웨딩서비스를 제공하기 때문에 정신적 부담을 덜 수 있고, 또 기억에 남는 결혼식을 올릴 수 있기 때문임.
- 예비 신랑신부들이 특색있는 예식을 많이 요구함에 따라 야외 결혼, 중국식 결혼, 서양식 결혼 등 다양한 웨딩 분위기 연출이 나타나기 시작함.

□ 해외촬영 신혼여행상품 증가

- 최근 웨딩촬영 항목에 ‘빠링허우 세대’의 특징이 반영되면서 해외 원정 촬영상품 및 수천만원대의 초호화 촬영상품이 시장에 등장함.
- 중국의 런민비 절상효과에 힘입어 일부 여행사의 해외결혼 패키지 상품이 유행함.
 - 해외결혼을 신청하는 인원 대부분은 중등 수입 이상의 빠링허우들로 최근 중국의 런민비 절상이 해외결혼상품 소비 촉진에 영향을 줌.
 - 이는 남들과 다른 개성을 중시하는 빠링허우들의 특징과도 관계가 있음.
- 한류의 영향으로 패션, 미용, 웨딩 등 한국 결혼상품에 대한 관심이 높아지고 결혼 사진 촬영을 위해 직접 한국을 방문하는 커플도 증가함.

□ 초호화 결혼문화

- 중국에서 초호화 결혼문화가 뿌리를 내릴 수 이유는 다음과 같음.
 - **하나뿐인 자녀의 결혼에 대한 부모의 높은 관심.** 최근 결혼하는 세대가 중국 정부의 일가구 일자녀 정책을 실시한 이후 출생한 소황제(小皇帝), 즉 독생자녀이기 때문임. 이들 소황제의 결혼비용 조달에 자신은 물론, 부모와 조부모까지 3대의 재력이 모임.
 - **혼인예식을 특히 중시하는 중국인들의 전통.** 형식과 체면을 중시하는 중국인들은 결혼을 집안의 큰 행사로 인식해 싸고 실용적인 것 보다는 비싸고 좋은 것을 선호하고 있음.
 - **중국인들의 서비스에 대한 욕구가 높아진 점.** 중국의 바쁜 현대인들은 시간을 중시

하기 때문에 비싸더라도 편리하고 발품을 많이 팔지 않아도 되는 것에 돈을 투자하고 있음.

▣ 중국의 결혼문화

- 중국의 결혼식은 하객들이 음식을 먹으며 잔치 분위기로 진행되며, 보통 가정집이나 식당에서 열림.
- 결혼식은 아침에 신랑이 차를 타고 신부를 데리러 가는 것으로 시작되며, 이때 어떤 차를 타느냐가 신랑의 권위와 재력을 과시하는 척도임. 이 때문에 신랑이 차가 없으면 임대해서라도 좋은 차를 타고 가려고함.
- 주례와 주례사는 없고, 결혼 증인(證婚人·쨥훤런)이 하객들을 향해 결혼증명서를 낭독해 결혼을 선포함.
- 하객은 축의금을 내면서 방명록에 축하 글을 남김. 축의금은 200위안, 400위안, 600위안 등 짝수로 내거나 888위안, 999위안 등 행운의 숫자에 맞춰냄.

자료 : 매경이코노미 제1624호, 2011.9.28.

□ 한국 스타일 웨딩촬영 스튜디오 증가

- 한류 드라마 커플 혹은 실제 스타커플들의 결혼사진이 인기를 끌면서 중국내에서는 한국 스타일 웨딩촬영¹⁰⁾을 내세운 스튜디오들이 크게 증가함.
- '중국웨딩시티(中國結婚商城·중국웨딩박람회 온라인 뉴스매체)' 등 전문 매체들은 2011년 중국 웨딩 촬영시장의 유행 키워드를 '한풍(韓風, 한국 스타일)로 보도하기도함.
- 중국내 대표적인 결혼사진 촬영업체로는 진푸런(金夫人), 진바이허(金伯合), 씨씨(色色), 고웨딩(古攝影), 명인웨딩(名人婚紗) 등이 있음.

III. 중국인대상 웨딩촬영상품 마케팅 현황 분석

1. 국내

가. 한국관광공사 마케팅 활동¹¹⁾

- 한국관광공사는 중국의 예비부부들 사이에서 한국 스타일의 웨딩촬영 스튜디오가 유행하고 있는 점에 착안, 중국이 아닌 한국에서 '진짜' 한국 스타일로 '실제' 한국을 배경으로 촬영할 수 있는 방한 웨딩촬영 상품을 개발, 현지 박람회 참가 및 매체 초청사업 등을 통해 판촉활동을 실시함.

10) 중국인들에게 한국 스타일 웨딩촬영은 '한류 주인공'의 역할을 체험할 수 있는 기회이며, 온화하고, 고급스러우며 우아한 스타일로 인지되어 있음.

11) 한국관광공사, 「중국 100조원 웨딩시장 문 두드리다」, 보도자료, 2011.6.7. 한국관광공사, 「2011 중국 방한웨딩상품 활성화 계획」, 2011. 한국관광공사 관계자 인터뷰 내용을 토대로 작성함.

- 주요 상품 소재는 ‘한류’와 ‘제주’로 선정했음. 한류드라마의 장면처럼 연출하거나 실제 한류스타 커플들이 이용한 콘셉트나 소품을 활용한 웨딩촬영, 그리고 중국인들 사이에서도 유명한 제주의 아름다운 풍경을 배경으로 한 촬영상품으로 중국의 예비부부들을 공략할 계획임.
- 현재 웨딩촬영상품 제작여건이 우수한 서울 스튜디오 상품을 우선적으로 마케팅하고 있음.
- 다만, 제주 웨딩촬영상품의 경우 중국인 예비신혼들이 매력을 느낄 수 있는 보다 더 차별화된 상품개발이 과제임. 제주도의 경우 우수 상품이 구성될 경우, 적극적인 마케팅활동을 추진할 계획이며, 현재 아이웨딩네트웍스 제주상품 온라인 상품 홍보를 일부 지원하고 있음.
- 2011년 중국인 예비신혼부부 대상 웨딩촬영상품에 대한 마케팅은 ① 중국 현지 박람회 참가, ② 현지 유명 언론매체를 초청하여 국내 우수 웨딩촬영 인프라 및 관련 상품 홍보, ③ 국내에서 중국진출에 관심이 있거나 준비가 되어 있는 국내업체들과 중국에서 방한 웨딩포토촬영 상품에 관심이 있는 웨딩업체를 매칭하거나, 매체 홍보활동을 추진하고 있음.
- 한국관광공사와 협력체계를 구축하고 있는 업체는 아이웨딩네트웍스(최근에 제주웨딩촬영상품을 런칭함)와 중국인 전문 웨딩 토탈 서비스 업체 Korea Wedding Service 등임.
- 협력업체에 대해서는 한국관광공사가 웨딩촬영상품에 대한 온·오프라인 홍보지원과 중국 유명 웨딩 관련 에이전시와의 비즈니스 기회를 제공하고 있음.
- 향후 사진촬영 외에 다양한 웨딩관련 상품을 확대 개발하여 중국 웨딩시장에서 ‘로맨틱 코리아’의 명성을 쌓아갈 계획임.

〈표 1〉 중국 웨딩시장에 대한 한국관광공사의 주요 마케팅 활동 현황

구 분	기 간	주 요 내 용
베이징웨딩박람회	2011.5. 27-29	• 주아이웨딩네트웍스, 정경옥웨딩, 제주 웨딩그룹, (주)계명세계 여행 등 국내 유명 웨딩업체 및 방한 웨딩촬영 상품 취급 여행사와 함께 참가하여 한국웨딩상품 홍보관 운영
상하이 하계 웨딩박람회	2011.6. 11-12	• 1,800여개 국내·외 업체들이 참가하여 20만개 웨딩상품을 판촉
웨딩상품 중국매체 대상 홍보	2011. 11-12월중	• 상하이TV, 중국 대표 웨딩전문잡지 'JESSI' 초청 팸투어
중국 현지 상품 설명회	12월중	• 유관업체 및 기관 공동 현지 설명회 개최

자료: 한국관광공사, 「2011 중국 방한웨딩상품 활성화 계획」, 2011. 등의 내용을 토대로 작성함.

나. 국내업체 유치활동

- 국내 유명 IT웨딩서비스업체는 듀오웨드, 아이웨딩 네트워크 등이 있음.
- 듀오웨드는 중국 칭다오시에서 한국웨딩상품 박람회 ‘한중웨딩문화축제’를 성공적으로 개최하였으며, 최근 외국인 전담 플래너를 배정하여 외국인 대상 글로벌 웨딩 서비스를 개시함.
- 아이웨딩 네트워크는 IT를 기반으로 한 웨딩서비스 회사이며, IT웨딩서비스 시스템 ‘with’를 구축함.
 - 2009년 중국어 홈페이지를 구축하여 중국 예비신혼부부들을 대상으로 방한 웨딩촬영상품을 모객하고 있음.
 - 2011년 9월에는 중국판 트위터인 웨이보에서 예비 신랑신부를 대상으로 특별 이벤트를 실시하여 큰 호응을 얻음.

〈표 2〉 국내 웨딩서비스업체의 웨딩촬영상품 마케팅 사례

구 분	주 요 내 용
듀오웨드	<ul style="list-style-type: none"> • 중국 칭다오시에서 한국웨딩상품 박람회 ‘한중웨딩문화축제’ 개최 <ul style="list-style-type: none"> - 개최기간 및 장소 : 2011.2.12-14, 칭다오 바이리광장 백화(Marina City) - 후원 : 중국 칭다오시 정부, 바이리광장 백화점 - 규모 : 30여개 국내 웨딩업체 참가, 9천여명 소비자 참관 - 한류스타 웨딩드레스 패션쇼, 한류스타 스타일 메이크업 시연회, 한류 스타 착용 주얼리 전시 등 실시 • 외국인 대상 글로벌 웨딩 서비스 개시(2011.10) <ul style="list-style-type: none"> - 중국어, 일본어, 영어 등 3개 국가 및 언어별로 외국인 전담 플래너 배정
아이웨딩 네트워크	<ul style="list-style-type: none"> • 중국어 홈페이지 개설(http://www.iwedding.net/) : 2009년 <ul style="list-style-type: none"> - 제주웨딩촬영상품이 최근 런칭되었으며, 2박 상품이 소개되고 있음. • 중국고객 매출 현황 : 2010년(1억2,049만원), 2011년1-9월(2억6,287만원) • 웨딩촬영 유치 : 2010년 기준 중국인 예비신혼여행객 약 300쌍 유치 <ul style="list-style-type: none"> - 서울 : 강남권 중심으로 구성된 웨딩촬영상품은 500-700만원 선(숙박, 항공료 제외) - 제주 : 제주웨딩촬영상품은 450-550만원선(숙박, 항공료 제외) • 마케팅 <ul style="list-style-type: none"> - 한국관광공사 웨이보에 제주웨딩상품 홍보 - 아이웨딩네트워크 웨이보(http://weibo.com/iweddingkorea)에 제주웨딩상품 홍보 및 이벤트 오픈 - 현재 제주웨딩촬영상품에 대한 문의가 들어오는 상황

자료 : 한국관광공사, 「2011 중국 방한웨딩상품 활성화 계획, 2011. 매일경제, 2011. 10. 10. 한국경제, 2011. 2. 15. 조선비즈, 2011. 10. 27
 주) 아이웨딩네트워크의 제주상품에 대한 내용은 담당자 전화인터뷰를 토대로 작성

2. 제주도

가. 제주특별자치도 마케팅 활동

- 한국방문의해위원회는 '신혼여행의 단꿈을 찾아서, 무사증 제주 웨딩상품'을 주제로 웨딩 사진촬영 및 드라마 촬영지 방문, 한라산·성산일출봉 등 세계자연유산 탐방과 해녀공연 관람 등으로 구성된 '제주도 중국인 무사증 웨딩상품'을 한국방문의 해 추천 관광상품으로 지정(2010년)함.
- 제주자치도는 아름다운 제주의 경관을 배경으로 한 웨딩촬영과 관광을 접목한 제주웨딩 관광상품의 활성화를 위하여 2010년에 이어 2011년 2월과 6월 북경과 상해에서 개최된 웨딩박람회에 참가하여 홍보활동을 전개함.
- 도내업체가 출시한 웨딩상품 홍보리후렛 5만부를 제작 배포(2011년)하는 등 다양한 마케팅을 추진하고 있음.
- 웨딩촬영상품 홍보 리후렛에 상품을 출시한 웨딩서비스업체는 웨딩그룹 사진나라, 중문마린파크 요트투어 샹그릴라/퍼시픽랜드, 부민가자투어/그랜드 투어, 계명세계여행사가 참여하였음.
- 2011년 4월부터 제주웨딩상품을 취급하는 국내·외 여행사를 대상으로 제주관광공사에서 환영기념품 증정 및 환대분위기 조성을 하고 있으며, 직접적인 예산지원은 하지 않고 있음.
- 기타 마케팅 활동으로 중화권 웨딩업자, 여행사 등에 대한 팸투어를 지원하고 있음.

〈표 3〉 제주특별자치도의 중화권 웨딩시장에 대한 마케팅 현황

구 분	주 요 내 용
웨딩상품 모객 여행사 지원	<ul style="list-style-type: none"> • 대상상품 : 웨딩촬영 또는 허니문 일정을 포함한 제주웨딩관광상품 • 기 간 : 2011년 4월 ~ • 주 관 : 제주관광공사 • 주요내용 : 웨딩촬영 차 제주를 방문한 예비 신혼부부 및 허니문 관광객 대상 환대분위기 조성 • 지원사항 : 환영기념품 증정 등 환대분위기 조성 • 기 념 품 : 커플 돌하르방(신랑각시 돌하르방)
타이완 웨딩업자 제주 답사 지원	<ul style="list-style-type: none"> • 대 상 : 타이완 웨딩업자 • 기 간 : 2011. 3. 5 ~ 3. 8(4일간) • 주 관 : 제주관광공사 • 인 원 : 13명 (11업체, 대만사무소장) • 주요내용 : 제주웨딩상품 개발 판촉을 위한 도내 관련자원 답사 • 지원사항 : 제주체제비 (항공 : 부흥항공 지원)

구 분	주 요 내 용															
중국 장강삼각주 웨딩업체 대표단 지원	<ul style="list-style-type: none"> • 대 상 : 중국 장강삼각주 지역의 유력 웨딩업체 CEO 및 유명모델과 사진작가 등 30명 참가 • 기 간 : 2011.7. 17 ~ 7. 20(4일간) • 주 관 : 한국결혼문화교류협회 • 주요내용 : 중국의 예비 신혼부부들을 대상으로 제주웨딩관광상품을 판촉하기 위한 사전답사 															
홍콩지역 웨딩업체 팸투어	<ul style="list-style-type: none"> • 대 상 : 홍콩 웨딩업자 • 주 관 : 제주관광공사 • 주요내용 : 제주웨딩상품 개발 판촉을 위한 도내 관련자원 답사 • 지원대상 : 도내 숙박비 및 환대행사 지원(KTO : 항공료 지원) <table border="1" style="width: 100%; margin-top: 10px;"> <thead> <tr> <th style="background-color: #4CAF50; color: white;">구 분</th> <th style="background-color: #4CAF50; color: white;">방한기간</th> <th style="background-color: #4CAF50; color: white;">웨딩업체</th> <th style="background-color: #4CAF50; color: white;">인 원</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">1차</td> <td style="text-align: center;">9. 6~11 *제주 9. 6 ~8</td> <td style="text-align: center;">홍콩 최대 웨딩도탈업체</td> <td style="text-align: center;">3</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">2차</td> <td style="text-align: center;">*제주 9. 16 ~18</td> <td style="text-align: center;">홍콩 최대 한국송객업체</td> <td style="text-align: center;">3</td> </tr> </tbody> </table>				구 분	방한기간	웨딩업체	인 원	1차	9. 6~11 *제주 9. 6 ~8	홍콩 최대 웨딩도탈업체	3	2차	*제주 9. 16 ~18	홍콩 최대 한국송객업체	3
구 분	방한기간	웨딩업체	인 원													
1차	9. 6~11 *제주 9. 6 ~8	홍콩 최대 웨딩도탈업체	3													
2차	*제주 9. 16 ~18	홍콩 최대 한국송객업체	3													
중국 웨딩상품 개발 지원사업	<ul style="list-style-type: none"> • 사업기간 : 2011.10 ~ 2012.1 • 지원대상 : 여행사 및 웨딩 관련업체 컨소시엄 • 주요내용 : 중국 대도시(북경, 상해, 홍콩) 중심 예비신혼부부를 대상으로 한 웨딩상품 개발 및 상품 홍보 지원 															

자료 : 제주특별자치도 관광정책과 보도자료, 2011. 8. 1. 한국관광공사, 내부자료. 2011. 참조하여 재정리함.

나. 도내업체 유치활동

- 중국인(홍콩 포함) 대상 웨딩촬영상품을 판매하거나 예비신혼부부를 유치하고 있는 도내 업체의 수는 명확히 파악되지 않고 있음.
- 제주특별자치도에서 발간한 도내 웨딩상품 홍보리후렛에 참여한 업체는 5개 업체이며, 이들 업체의 관계자를 대상으로 인터뷰를 시행하였음.
- 3개업체 대상 인터뷰한 내용의 결과는 다음 <표 4>와 같음.

〈표 4〉 도내 웨딩서비스업체의 웨딩촬영상품 마케팅 현황

구 분	주 요 내 용
A업체	<ul style="list-style-type: none"> • 운영형태 : 웨딩숍과 스튜디오 운영 • 웨딩촬영 유치 : 2010년 기준 중국인 예비신혼부부 40쌍 유치, 2011년 10월 기준 약 70-80쌍 유치 • 상품가격 : 촬영비용은 평균 150만원 선(앨범, 드레스, 메이크업, 가이드비 등) • 마케팅 : 현지 에이전시(중국 현지 여행사, 웨딩숍, 사진스튜디오 등)가 모객하여, 동 업체와 연계하여 마케팅
B업체	<ul style="list-style-type: none"> • 운영형태 : 제주도내 자체 스튜디오를 설립하여 운영 중 • 웨딩촬영 유치 : 2011.10. 기준 중국인(홍콩 포함) 예비신혼부부 약 94쌍 유치. 홍콩 예비신혼여행객 비율이 높음. • 상품가격 : 촬영비용은 150만원-200만원 선 <ul style="list-style-type: none"> - 전체 웨딩상품 가격은 에이전시가 책정하며, 동 업체는 촬영비용만 현지 여행사로 부터 접수 - 홍콩 예비신혼부부의 경우 직접 사진촬영기사, 메이크업 전문가 등을 동반, 중국 예비신혼부부의 경우 국내 사진촬영기사가 수행 • 마케팅 : 중국 현지 여행사에서 모객하고, 동 업체는 웨딩촬영 및 국내여행 담당
C업체	<ul style="list-style-type: none"> • rex-sea wedding 상품(렉시웨딩 상그릴라, 에어카텔, 프로포즈, 허니문, 스카이 상품) 출시 - 48만원~660만원대의 다양한 가격의 상품 • 웨딩숍과 스튜디오도 자체 운영 • 신혼부부를 대상으로 결혼식과 짧은 요트여행으로 구성된 웨딩 패키지를 제공 • 고객층 : 2010년 10월부터 상품 출시. 현재 내국인 신혼여행객과 중년부부 여행객들이 주로 이용 • 마케팅 : 현재 중국 에이전시(여행사, 웨딩플래너, 웨딩숍 등)를 통해 홍보중이며, 2011년 10월부터 모객이 될 것으로 예상

주) 각 업체 담당자 전화인터뷰를 토대로 작성함.

IV. 제주관광의 과제와 대응전략

1. 과제

- 매력적인 사진촬영 패키지 개발, 섬세한 서비스 제공, 홍보캠페인과 프로모션 등의 차별화가 중국인 예비신혼부부 유치의 주요 성공 키워드로 볼 수 있음.
 - 인적·물적 인프라 구축, 웨딩상품 개발, 홍보 등의 측면에서 제주관광의 주요 과제를 제시하면 다음과 같음.
- 인적·물적 인프라 구축 측면
- 중국 웨딩시장에 대한 충분한 조사와 이해가 선행. 결혼은 국가별로 전통습관이 다르며, 특히 중국은 지역별로 차이가 크므로 웨딩시장에 대한 충분한 조사와 이해가 선행되어야함.

- 중국인 대상 웨딩서비스를 제공하는 도내업체는 많지 않으며, 웨딩서비스 관련업체 (스튜디오, 드레스샵, 메이크업 등) 육성과 웨딩플래너 육성, 웨딩촬영장소 DB 구축 등이 이루어져야함.
- 도내 업체 관계자의 인터뷰 결과, 웨딩촬영이 하루종일 지속되므로 하루에 예비신혼부부 한쌍 이상을 유치하기 힘들다고함.

□ 웨딩촬영상품 개발 측면

- 현재 중국인 예비신혼부부를 대상으로 한 웨딩촬영상품 개발과 이와 연계된 투어 상품 개발이 이루어지고 있으나 향후 제주에서의 결혼식 상품, 결혼후의 신혼여행 상품 등 차별화된 웨딩서비스와 상품개발이 이루어져야함.
- 중국인 예비신혼부부들이 결혼하기 6개월~1년 전에 한국을 방문하여 웨딩촬영 및 국내여행을 하는 것으로 조사됨.
- 다양한 가격대의 웨딩촬영상품개발 필요. 다양한 계층의 수요를 만족시키기 위해서는 다양한 가격대의 상품들이 개발되어야함. 다만, 저가격의 웨딩촬영상품 근절을 위한 정책당국의 지속적인 노력과 업계의 자정노력이 필요함.

▣ 중국 투자금융CEO 제주서 혼례 올려

- 상하이에 본사를 둔 '캐피탈 파워'의 회장인 캐서린 왕(王曉濱,여) 씨와 같은 회사 이사인 제임스 쉬(徐平) 씨가 2009년 5월 하객 132명과 함께 서귀포시 씨에스호텔 야외광장에서 혼례를 치렀음.
- 결혼전 제주에서 웨딩촬영을 했던 이들은 신부가 "중국인들이 가장 선호하는 신혼여행지인 제주도에서 결혼식을 올리고 싶다"는 뜻을 밝혀 이국 땅에서 백년가약을 맺게 됐음.

자료 : 연합뉴스, 2009.5.20.

□ 홍보 측면

- 중국의 인터넷 이용자 수가 해마다 크게 증가하고 있으며, 예비신혼부부들이 웨딩 컨설팅업체를 이용하여 웨딩촬영, 결혼, 신혼여행을 가는 경우가 증가하고 있으므로 SNS 활용, 결혼박람회 참가 등 다양한 홍보방안을 모색해야함.
- 외국인 대상 웨딩촬영상품 개발은 초기단계에 있으므로 유관기관과의 협력체계가 매우 중요하며, 공동 협력 마케팅이 필요함.
- 마케팅에 있어 80後 세대를 주요 표적시장으로 선정할 필요가 있으며, 상품개발에 있어서도 변화를 추구하고 개성이 강한 이 세대의 유형이 무엇인지, 그들이 좋아하

는 것이 무엇인지에 대한 끊임없는 조사가 이루어져야함.

2. 대응전략

가. 물적·인적 인프라 구축

전문웨딩여행사, 웨딩숍, 웨딩스튜디오 등 웨딩서비스업체 육성

- 중국인 예비신혼부부, 신혼여행객 등의 유치를 증진하려면 도내 전문인력(웨딩플래너) 양성과 웨딩서비스업체(스튜디오, 드레스샵, 메이크업 등)를 육성해야함.
- 외국인 관광객들이 사진촬영, 메이크업, 헤어 등에 대한 신뢰도가 떨어질 경우 제주의 신혼여행지로서의 이미지가 떨어질 수 있기 때문에 웨딩서비스 관련업체 양성을 위한 정책적 지원이 필요함.

웨딩촬영장소 DB 구축

- 중국인들이 선호할 수 있는 웨딩촬영장소에 대한 DB를 구축하여 웨딩촬영상품 서비스업체에 정보 제공, 인터넷 마케팅시 활용, 중국 관계자 팸투어시 활용 등을 추진할 필요가 있음.
- 도내 영화, 드라마, CF광고 등의 촬영지, 자연풍광이 우수한 곳, 유명 관광지 등을 대상으로 중국 현지 여행사, 기자, 웨딩업체 관계자 등의 의견을 수렴하여 추진함.
 - 특히 장소 선정에 영향력이 높은 여성들(예비 신부)의 의견을 충분히 수렴하여 선정하는 것이 바람직함.
 - 계절별 웨딩촬영을 하기 좋은 장소를 선정하여 DB를 구축하는 방안이 필요함.
- 웨딩촬영장소 및 스토리텔링 발굴을 위한 공모사업 시행도 검토할 필요가 있음.

웨딩촬영상품에 대한 주기적 조사 및 만족도 조사

- 제주특별자치도, 제주관광공사에서 국내·외 웨딩촬영 관련업체의 외국인 예비신혼부부 유치 및 홍보현황에 대한 정보를 주기적으로 파악하고, 관련업체간 미팅을 주기적으로 개최할 필요가 있음.
- 제주에서 웨딩촬영을 하는 예비신혼부부들을 대상으로 웨딩촬영상품 만족도 조사도 병행하여 추진할 필요가 있음.

웨딩테마관광지 투자유치

- 중국인은 특히 제주도 부동산 투자에 관심이 많은 것으로 나타났으며, 제주도 내에 종합 관광지구나 신혼여행을 겨냥한 웨딩테마 공원 건설을 준비하고 있는 부동산

투자기업이 많은 것으로 알려짐.¹²⁾

- 중화권 화교 자본 등을 포함한 국내·외 자본을 유치하여 웨딩을 테마로 한 관광지를 조성하고, 중화권 예비신혼부부 및 신혼여행객을 유치할 필요가 있음.

나. 웨딩촬영상품 개발전략

차별화된 웨딩촬영상품 개발

- 중문마린파크 요트투어 상그릴라의 요트투어 촬영상품과 도내 투어상품이 결합된 상품과 같은 차별화된 상품개발이 지속적으로 이루어져야함.
- 대전광역시 사례와 같이 웨딩촬영상품과 건강·미용 관광상품 등과의 융복합 프로그램을 개발할 필요가 있음.
- 웨딩드레스, 메이크업, 웨딩사진의 질 강화, 웨딩촬영장소 등을 특화하여 패키지 프로그램을 개발할 필요가 있음.
- 중국어 통역, 교통, 사진현상 및 수정 서비스 등에 있어서도 섬세한 서비스가 뒷받침되어야 할 것임.

▣ 중국인 '웨딩+건강' 관광상품 만든다

- 2011년 엑스포과학공원 부지 내 현 시설물을 리모델링해 중국인 웨딩관광객들을 대상으로 한 웨딩촬영 스튜디오를 건립할 계획
 - 한번에 20~30쌍까지 수용할 수 있도록 대규모로 만들 계획이며, 식당과 쇼핑몰이 함께하는 복합문화공간으로 조성. 2011년 말까지 건립을 완료해 2012년부터는 본격적으로 사업에 나설 계획
 - 야외촬영 스튜디오를 설치하기 위한 재원은 민자유치를 통해 마련
- 엑스포과학공원 인근의 갑천변, 한밭수목원, 예술의전당 등을 활용해 야외 웨딩촬영 코스도 개발할 예정
- 중구 중촌동 선병원 등 지역 내 건강검진 전문 의료기관과 연계해 웨딩촬영도 하고 결혼 전 건강검진도 받을 수 있는 관광코스를 개발할 예정
 - 지역 내 종합·대학병원 등과 업무협약(MOU)을 통해 건강검진 뿐만 아니라 미용·성형 분야와 연계한 웨딩상품도 개발할 방침
- 한국관광공사와 협력해 홍보마케팅 강화, 중국 여행사와 웨딩업체 관계자 등을 초청 팸투어를 실시하여, 가격경쟁력이 높고 풍부한 의료 인프라를 갖춘 대전 의료관광의 장점을 적극적으로 알릴 계획

자료 : 대전광역시, 보도자료, 2011.7.1.

12) 聯合早報網, 2011.6.15. 한국관광공사, 글로벌 관광정보 클리핑 서비스, 2011.6.21.

예식상품 및 신혼여행상품 개발 활성화

- 향후 웨딩촬영상품 뿐만 아니라 제주에서의 결혼식상품, 신혼여행상품 개발 등이 활성화되어야함.
- 도내에는 하얏트 리전시 제주의 레인보우 채플, 제주신라호텔, 렉씨웨딩 샹그릴라 가든 등이 차별화된 결혼식장으로 알려져 있음.
- 중국인들의 다양한 웨딩수요에 발맞추어 채플웨딩, 한국전통웨딩 등을 할 수 있는 예식장 확충과 프로그램 준비, 차별화된 신혼여행상품 개발 등이 지속적으로 이루어져야함.

다. 홍보전략

중국 내 주요 온라인 사이트를 통한 홍보 강화

- 중국 인터넷정보센터(CNNIC)가 발표한 <제27차 중국인터넷발전현황 및 통계보고>에 따르면 2010년 말까지 집계된 중국 네티즌 수는 4.57억 명으로 2009년 말보다 7,330만명 증가함.¹³⁾
- 최근 중국에도 웨딩 관련 사이트가 자리를 잡아가는 가운데 결혼준비시 인터넷 활용이 보편화되고 있는 점을 감안하여 전문 사이트를 통한 타겟 마케팅이 바람직함.¹⁴⁾
- 주요 사이트로는 www.marry10.com, www.55bbs.com, www.dianping.com 등이 있음.
- 웨딩 전문 서비스사이트인 시스넷(喜事网, www.marry10.com)에서는 괄, 발리, 하와이, 푸켓 등의 해외 현지 결혼식 서비스 및 웨딩 촬영 서비스를 제공하고 있음.
- 국내에서는 유일하게 제주 웨딩촬영상품과 가격대에 대해 소개하고 있음.
- 다만, 제주도에 대한 소개 내용이 자연환경 위주로 소개되어 있어 제주관광에 대한 명확한 정보를 제공할 필요가 있음.

제주도는 수백만년전에 화산 용암으로 인해 형성된 화산섬이다. 지금까지 제주도는 오염되지 않은공기, 물, 식물을 가지고 있고자연생태의 원시적인모습을 보존하고있다. 해변 호텔들은 질서있게 잘 지어졌고도보로 해변에 이르는 오솔길과 멀어 보이지 않는 감귤농장과 녹차농장이 한눈에 안겨온다. 하나하나 근면의 땀방울과 소박함, 달콤함, 담담한 생활이 담긴 기운들이 당신을 감싸 안으며 당신을 아름다운 세계로 이끌고 체험하게 한다.(중국 시스넷 홈페이지 제주도 소개 내용)

13) 인천발전연구원,『최신중국동향』, Vol.54, 2011.2.7.
 14) KOTRA 상하이무역관,『중 웨딩산업, 新 블루오션 시장으로 부상』, 2010.3.16.

〈표 5〉 중국 시스넷에서의 제주 웨딩촬영상품 광고 내용

구 분	주 요 내 용
러브인 제주 웨딩 촬영(할인값)	<ul style="list-style-type: none"> • 가격 : 8,900위안/2인 • 저렴한 가격으로 최상의 서비스를 체험할 수 있음. • 아름다운 신부촬영을 위한 한국 전문가 촬영팀 • 한국전통 복장을 입고 한국고유의 미를 체험
러브인 제주 웨딩 촬영(클래식)	<ul style="list-style-type: none"> • 가격 : 10,900위안 /2인 • 정교한 촬영기술로 아름다운 화면들을 제작 • 다양한 디자인의 커플복장을 선택하여 가장 자연스럽게 행복한 촬영 • 한국전통 복장을 입고 한국고유의 미를 체험
러브인 제주 웨딩 촬영(디럭스)	<ul style="list-style-type: none"> • 가격 : 12,900위안 /2인 (비휴가기 가격) • 한국전통웨딩드레스로 한국식 신부체험 • 정교한 한국식 사진첩으로 더 완벽한 서비스 제공 • 아름다운 제주도 풍경 촬영
러브인 제주 웨딩 자유촬영	<ul style="list-style-type: none"> • 가격 : 8,800위안 /2인 (비휴가기 가격) • 양복 항공권+5성급호텔+웨딩촬영, 모든 항목 포함 • 회사 촬영 전문팀 서비스 • 비자 문제가 없고 촬영 중 전부 중국어 통역

자료 : 중국 시스넷 홈페이지 www.marry10.com

□ SNS를 활용한 홍보 강화

- 중국판 트위터인 웨이보(www.weibo.com)등을 통해 제주촬영상품에 대한 소개를 할 필요가 있음.
- 제주관광공사에서 추진하고 있는「제주관광 유학생 홍보단사업」과 연계하여 지역내 중국인 유학생을 활용한 신혼여행지로서의 제주 알리기 사업을 추진할 필요가 있음.
- 세계 최대의 동영상 사이트인 유튜브(YaTube)와 중국 대표 동영상매체인 유쿠(Yaiku), 토도우(Tudou), 56.com 등에 한류스타와 함께하는 신혼여행지로서의 제주를 소개한 동영상을 제공할 필요가 있음.
- 중국 동영상매체인 경우 제주관련 동영상이 게재되어 있으나, 제주웨딩관련 동영상은 없음.

□ 텡쉰(騰訊)의 SNS 웨이보(微博) 가입자 2억 명 돌파

- 중국의 대표 인터넷포털인 텡쉰의 소셜네트워크 서비스인 웨이보(중국판 트위터) 이용자가 2011년 5월말 기준으로 2억 명을 돌파. 이는 전 세계의 트위터 가입자와 비슷한 숫자
- 텡쉰은 또 1천만 명이상이 접속하는 웨이보가 오락, 체육, 과학기술, 문화 등 방면에서 18개에 달한다고 밝힘.

자료 : 베이징저널, 2011.6.18. 한국관광공사, 관광시장동향 7월호, 2011.

중국 유명 연예인, 한류스타 초청 웨딩사진 촬영

- 중국, 홍콩 등의 중화권 유명 연예인과 국내 한류스타를 초청하여 웨딩사진과 동영상 촬영하고 홍보하는 방안도 고려할 필요가 있음.
- 한국관광공사는 2011년 중국지역 홍보를 위해 중국인 최초의 미스월드 출신 모델 장즈란을 초청하여 한국여행체험을 홍보하였으며, 절강위성TV의 유명 MC이자 가수인 주단(朱丹)을 초청해 뮤직비디오를 제작한 바 있음.¹⁵⁾

중국현지 결혼박람회 참가

- 중국 소비자들이 결혼에 관한 관심증가에 따라 전국 각지에서 크고 작은 결혼박람회가 개최되고 있음.
- 따라서 모든 결혼박람회에 참여하는 것은 비효율적이며, 정부기관이 주최하고 결혼적령기에 있는 실질 소비 계층의 주목을 받고 있는 중국 내 권위 있는 웨딩박람회에 참가하여 홍보하는 방안을 모색해야함.¹⁶⁾
- 현지 박람회와 웨딩관계자 팸투어, 웨딩상품개발·판매 등이 연계되는 통합적·선순환적 마케팅 전략 마련이 필요함.

중국의 주요 결혼 박람회

- 2011 하계 중국결혼박람회
 - (2011.5.27-29 베이징) <http://bj.expo.jiehun.com.cn/>
 - (2011.6.11-12 상하이) <http://sh.expo.jiehun.com.cn/>
- 2011 중국 상하이 현대결혼박람회
 - (2011.5.7-8 상하이) <http://wexixun.cn/>
- 2011 중국서안 제4회 결혼산업박람회
 - (2011.8.12-14 시안) <http://jiehun.fwed.com/>

자료 : 대한상공회의소(북경사무소), "중국 웨딩산업 현황 및 시장분석," 「코침차이내비즈니스 정보」 제124호, 2011.5.6.

국내·외 유관기관과 협력 마케팅 강화

- 현재 웨딩촬영상품 개발은 초기단계에 있으므로 국내·외 유관기관과의 협력체계가 매우 중요함.
- 한국관광공사는 현재 서울 스튜디오 상품을 우선적으로 마케팅하고 있으며, 우수한 제주웨딩촬영상품이 개발될 경우 적극적으로 마케팅할 계획임.
- 한국관광공사, 웨딩컨설팅업체, 웨딩전문여행사 등 국내·외 유관기관과의 협력체계 구축을 통해 제주를 웨딩촬영 목적지로 각인시키는데 도움을 줄 수 있을 것임.

15) 서울문화투데이, 2011.3.2일자.
 16) 한국관광공사, 「2011 중국 방한웨딩상품 활성화 계획, 2011.

V. 맺으며

- 광대한 국토에 지역별로 상이한 소득수준과 문화습관을 가지고 있는 중국시장에서 명확한 중국인 관광객 유치전략을 수립하기는 쉽지 않으며, 중국인 대상 제주 웨딩 촬영상품 판매는 시작단계라고 할 수 있음.
- 한국관광공사에서는 2011년을 기점으로 본격적으로 웨딩촬영상품을 개발하고 홍보하고 있음.
- 이에 따라 제주상품을 기획한 웨딩관련 서비스업체에 대한 지원을 통해 기 개발된 상품의 개선, 차별화된 웨딩촬영상품 개발과 홍보 등에 제주특별자치도의 정책적 지원이 뒷받침되어야 할 것임.
- 또한 중국인 대상 웨딩촬영시장의 확대와 함께 경계해야 할 것은 저가 웨딩촬영상품과 이와 연계된 제주투어상품이 난립하여 제주관광의 이미지가 훼손되지 않도록 제주특별자치도의 정책적 지원과 관심, 관광업계의 자정노력이 필요하다고 판단됨.
- 향후 중국 예비 신혼여행객이나 신혼여행객을 유치하는데 있어 중국의 결혼문화에 대한 이해와 결혼소비성향 분석과 함께 이들의 소비 기호에 맞는 웨딩촬영상품, 결혼예식장상품, 신혼여행상품 등의 개발이 지속적으로 이루어져야 할 것임.

참고문헌

- 대전광역시, 보도자료, 2011.7.1.
- 대한상공회의소북경사무소, “중국 웨딩산업 현황 및 시장분석,” 「코참차이나비즈니스 정보」제124호, 2011.5.6.
- 매경이코노미 제1624호, 2011.9.28.
- 매일경제, 2011.10.10.
- 서울문화투데이, 2011.3.2.
- 연합뉴스, 2009.5.20.
- 인천발전연구원 최신중국동향, Vol54, 2011.2.07.
- 삼성경제연구소, “한국관광산업의 업그레이드 전략,” 「CEO Information」, 2011.9.14. 서울문화투데이, 2011.3.2.
- 전병서, “중국 경제, 향후 5년의 변화,” 주상하이총영사관부설 중국경제금융연구센터 「중국 경제금융 연구」, 2010.12.
- 정상은, “중국 소비시장 주류로 떠오른 소형제 세대,” 「매경이코노미」제1601호, 2011.4.13.
- 조선비즈, 2011.10.27.
- 제주관광공사 내부자료, 2011.
- 제주특별자치도 관광정책과 보도자료, 2011.8.1.
- 한국관광공사, 「2011 중국 방한웨딩상품 활성화 계획」, 2011.
- 한국관광공사, 관광시장동향 7월호, 2011.
- 한국관광공사, 「중국 100조원 웨딩시장 문 두드리다」보도자료, 2011.6.7.
- 한국관광공사, 글로벌 관광정보 클리핑 서비스, 2011.6.21.
- 한국경제, 2011.2.15.
- KOTRA 상하이무역관, 「中 웨딩산업, 新 블루오션 시장으로 부상」, 2010.3.16.
- 중국 시스넷 홈페이지(www.marry10.com)

※ 본 내용은 연구자의 개인적 견해이며 제주발전연구원의 공식적인 견해와는 다를 수 있습니다.
 내용 문의 : 제주발전연구원 정승훈(064-726-6143 / kyurhod@jd.re.kr)

JDIFOCUS

제주발전연구원
Jeju Development Institute

690-029 제주특별자치도 제주시 청사로 1길 18-4
Tel.064-726-0500 Fax.064-751-2168
www.jdi.re.kr

