

# 대산항과 연계한 중국관광객 수용기반 구축방안

2013. 4. 12

## 목 차

- I. 중국의 관광환경과 위상변화
- II. 중국 관광객 방한 현황과 관광성향 특성
- III. 중국관광객의 한국 관광실태와 과제
- IV. 서산시 중국관광객 유치 여건과 준비과제
- V. 대산항과 연계한 중국관광객 수용기반 구축 방안

## 1. 중국의 관광환경변화 전망

### ● 세계관광시장에서 중국의 위상 : 기회를 찾자

- 중국은 경제 급성장으로 소비 고급화 개방정책 확대로 해외관광객 수 급증
- ❖ 중국 아웃바운드 관광객수 : 2010년 약 6천만명, 2020년 약 1억명(세계 4위/WTO)
- ✓ 독일 1위(1억 5,300만명), 일본 2위(1억 4,200만명)으로 예상
- 2008 베이징올림픽, 2010 상하이박람회 등 국제행사로 해외여행전면자유화 예상

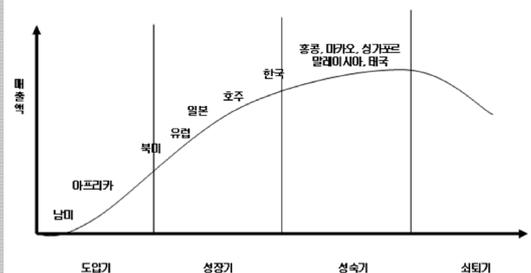


3

### ● 중국 아웃바운드 관광정책과 관광시장 동향 : 경쟁위기를 극복하자

- 개혁개방 후 덩샤오핑의 관광경제사상 3가지

- ❖ 국가 경제발전 전략 중점이 관광산업으로 전환
- ❖ 관광을 경제산업으로 다루어야 한다는 사상
- ❖ 관광을 중국의 대외개방 돌파구로 추진
  - 외화벌이를 위해 관광산업 발전



- 중국인 해외여행은 다양화, 세분화, 고급화 추세 : 국가별 제품 수명 주기

- ❖ 남미와 아프리카는 도입기, 북미는 도입기에서 성장기
- ❖ 유럽, 일본, 호주는 성장기
- ❖ 한국은 성장기에서 성숙기 : 가장 중요한 시기 (사춘기에서 성인이 되는 시기)
- ❖ 홍콩, 마카오, 싱가포르, 말레이시아, 태국은 성숙기

(자료: 徐汎(2005), 전동매(2006)에서 재인용)

4

## ● 세계관광시장에서 중국의 위상

중국 관광산업의 장기발전 계획의 단계구분

단 계	시 기	핵심정책
기초단계	2001~2005년	10-5계획* 기간으로 관광강국의 기초 건설
향상단계	2006~2010년	관광산업의 질의 전면향상과 관광업의 국내/국제 경쟁력 전면 향상
강화단계	2011~2015년	중국의 종합 국력 향상과 관광업 발전환경의 개선에 따라 관광업의 국제경쟁력을 더욱 강화
완성단계	2016~2020년	세계 관광강국과 신흥 지주산업의 지위와 이미지 전면 형성 및 완성

주(\*) 여기에서 “10-5(十五)”계획이란 2015년과 2020년을 목표로 2001~2005년 기간 동안 구체적으로 추진할 관광발전 구상을 담은 계획으로 당시 세계 5위인 관광외화창출을 세계 1위로 높이고, 인바운드 관광객 유치율을 확대하여 세계 1위의 인바운드 관광대국으로 도약하며, 국내 관광소비지출을 인바운드 관광수입의 8배로 확대하며, 중국인 해외여행 규모와 방문목적지를 확대하여 세계 4위를 달성하고, 중국경제에서 차지하는 관광경제의 비중을 10%이상으로 확대하며, 관광산업 서비스 수준을 세계적인 수준으로 향상시킨다는 목표를 설정함(유지훈, 2005)

자료: 국가여유국(2001), 최경은(2008) 재인용.



5

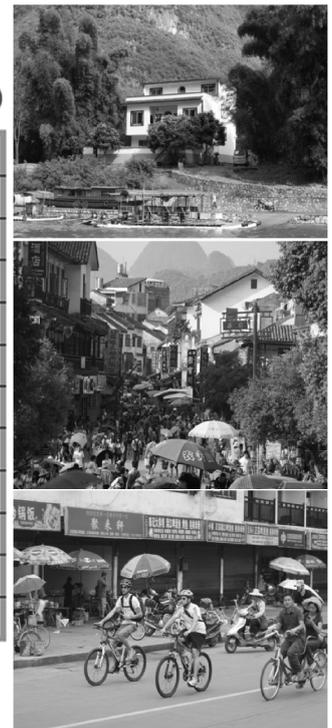
## 2. 중국 관광시장의 성장 추세

### ● 중국 아웃바운드 관광시장 성장추세 ; 10%대 성장

(단위: 만 명, %)

구분	관광객 수	성장률(전년대비)
1999	923	9.6
2000	1,047	13.4
2001	1,213	15.6
2002	1,660	36.8
2003	2,021	21.8
2004	2,885	42.7
2005	3,103	7.5
2006	3,452	11.3
2007	4,095	18.6
2008	4,584	11.9
2009	4,766	4.0

자료: 중국국가여유국(2010)



6

## ● 2020년 세계 상위 10위 관광목적지 및 송출국 전망

2020년 세계 상위 10위 관광목적지 및 송출국 전망

(단위 : 만 명, %)

2020년 세계 상위 10위의 관광목적지			2020년 세계 상위 10위의 관광객 송출국		
국가지역	외래 관광객 수	시장 점유율	국가지역	국외 여행자수	시장 점유율
1. 중국	13,710	8.6	1. 독일	15,350	10.2
2. 미국	10,240	6.4	2. 일본	14,150	8.8
3. 프랑스	9,330	5.8	3. 미국	12,330	7.7
4. 스페인	7,100	4.4	4. 중국	10,000	6.2
5. 홍콩	5,930	3.7	5. 영국	9,610	6.0
6. 이탈리아	5,290	3.3	6. 프랑스	3,710	2.3
7. 영국	5,280	3.3	7. 네덜란드	3,540	2.2
8. 멕시코	4,890	3.1	8. 캐나다	3,130	2.0
9. 러시아연방	4,710	2.9	9. 러시아	3,050	1.9
10. 체코공화국	4,400	2.7	10. 이탈리아	2,970	1.9

자료 : UNWTO(2010) 및 문화체육관광부·한국문화관광연구원(2009 재인용)



## ● 한국관광공사 중국관광객 수요예측(2010-2019)

실측치			예측치		
연도	방한자수	증감률	연도	방한자수	증감률
2000	442,794	39.84	2010	1,570,000	2019
2001	482,227	8.91	2011	1,721,800	9.67
2002	539,466	11.87	2012	1,873,700	8.82
2003	512,768	-4.95	2013	2,025,450	8.10
2004	627,264	22.33	2014	2,177,350	7.50
2005	710,243	13.23	2015	2,329,100	6.97
2006	893,969	25.87	2016	2,481,000	6.52
2007	1,068,925	19.57	2017	2,632,800	6.12
2008	1,167,891	9.26	2018	2,784,700	5.77
2009	1,342,317	14.93	2019	2,936,500	5.45

자료: 한국관광공사(2010)

## ● 한국관광문화관광연구원 수요예측 비교(2010-2020)

(단위: 만 명)

구분		본 연구의 예측결과			한국관광공사 (2019년 기준)	경기개발 연구원
		모형 1	모형 2	모형 3		
2010년	예측치(a)	161	196	154	157	166
	실측치(b)	188	188	188	188	188
	차이(a-b)	-27	12	-34	-31	-22
2020년 (예측치)		715	1,417	962	294	500



## 1. 중국관광객 방한 추세

### ● 방한 중국관광객 연도별 현황

(단위: 천명, %)

구분	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
총관광객수	5,322	5,147	5,347	4,753	5,818	6,022	6,155	6,448	6,890	7,817
중국관광객수	443	482	539	513	627	710	897	1,069	1,167	1,342
증감율	39.84	8.91	11.87	-4.95	22.33	13.23	25.87	19.57	9.26	14.9
점유율	8.3	9.4	10.1	10.8	10.8	11.8	14.6	16.6	16.9	17.2

자료: 문화체육관광부(2010), 2009년 관광동향에 관한 연차보고서.



### ● 중국관광객 목적별 방한 현황

(단위: %)

구분	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
관광	44.9	37.1	42.2	44.3	43.7	39.3	35.8	43.3	53.5
상용	13.8	15.0	14.1	16.1	18.4	15.7	14.7	13.8	7.2
공용	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.2	0.2	0.1
유학/연수	1.3	1.7	2.5	3.1	4.0	5.6	6.5	7.2	6.8
기타	39.6	45.9	40.9	36.3	33.7	39.0	42.8	37.9	32.4

자료: 한국관광공사(각년도), 「한국관광통계」, 참조  
단. 2010년은 1월~9월까지의 누계임(잠정치)



## 2. 중국관광객 방한 관광성향 변화

### ● 중국관광객 전체 방한 관광행태 추이(1)

(단위: %)

구분		2007	2008	2009
방문횟수	1회	63.6	67.1	58.6
	2회	17.1	15.3	14.8
	3회	6.1	6.0	5.0
	4회 이상	12.8	11.6	21.6
방문목적	여가/위락/휴가	38.5	36.9	45.9
	사업/전문활동	41.4	39.2	36.6
	친구/친지방문	12.7	13.0	9.8
	종교/순례	0.0	0.2	0.3
방문동기	쇼핑	53.9	42.4	64.4
	자연 풍경 감상	55.2	44.9	45.4
	패션 유행 문화	32.5	26.8	31.3
	역사/문화유적	33.5	23.4	24.4
여행정보 입수경로	친지/친구/동료	55.9	47.2	61.8
	인터넷	57.4	52.4	57.2
	여행사	47.8	38.6	45.5
	보도(TV/라디오)	26.2	22.5	30.5
체재기간(박)	7.3	7.9	7.6	



## ● 중국관광객 전체 방한 관광행태 추이(2)

(단위: %)

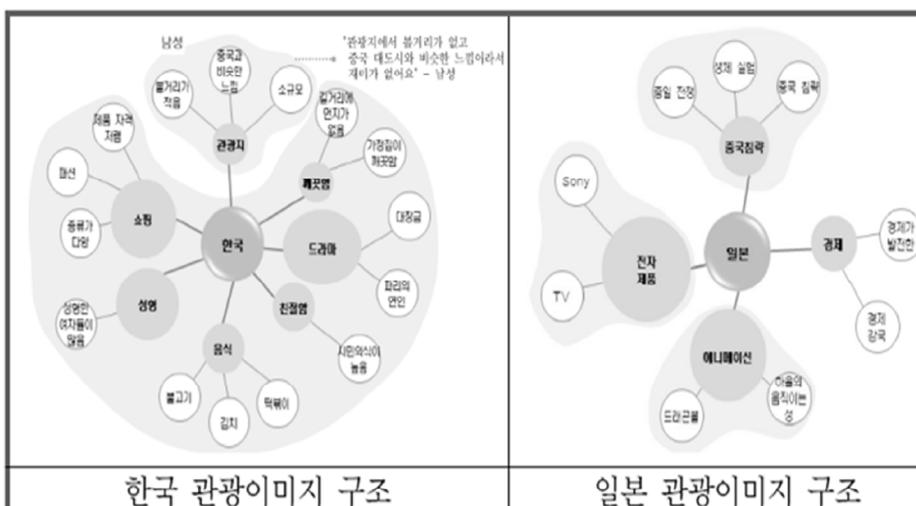
구분		2007	2008	2009
이용 숙박시설	호텔	62.4	58.0	61.5
	친척/친구집	15.2	16.2	16.5
	유스호스텔/게스트하우스/여관	10.2	9.6	10.2
주요 방문지	1위	명동(48.5)	동대문시장(51.2)	동대문시장(62.2)
	2위	고궁(46.6)	명동(46.1)	명동(59.0)
	3위	동대문시장(42.0)	고궁(40.8)	고궁(42.6)
인상깊은 방문지	1위	명동(25.1)	제주도(19.4)	명동(29.6)
	2위	제주도(23.8)	명동(19.3)	동대문시장(25.7)
	3위	고궁(23.6)	고궁(18.1)	고궁(22.2)
방문 중 활동	쇼핑	71.8	69.1	77.1
	관광지 방문	62.5	51.2	50.3
	식도락	28.6	18.2	26.6
	업무수행	28.9	13.8	20.4
쇼핑품목	향수/화장품	37.8	37.0	59.3
	의류	31.7	33.1	43.2
	인삼/한약재	37.4	26.4	31.8
쇼핑장소	공항면세점	68.0	60.0	59.5
	동대문시장	29.2	28.4	39.1
	명동	25.1	24.6	37.6
지출경비	전체평균	1,445.2	1,263.6	1,546.7

자료: 문화체육관광부(각년도), 「외래관광객 실태조사」, 참조



## 3. 최근 중국인 인식조사 결과

### ● 한국과 일본에 대한 중국인 관광이미지 구조비교(한국관광공사, 2010)



자료: 한국관광공사(2010), 「중국 관광소비자 마케팅 조사: 2차 시장발굴을 위한 조사」.

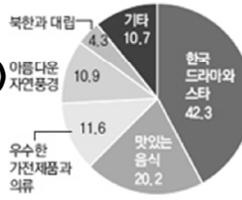
## ● 한국관광에 대한 중국인 의식조사 (동아일보/ KOTRA, 2010)

内蒙古库布齐沙漠离宫合族文化旅游景区(AAA)沙漠活动项目

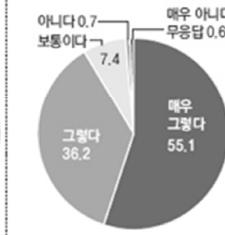
1. 门票	30元/位
2. 冲浪车	60元/位
3. 沙漠滑沙	15元/人次
4. 滑沙	15元/人次
5. 骑骆驼	1. 100元/位 2. 200元/位
6. 沙漠摩托车	60元/圈
7. 沙漠自驾车	200元/位
8. 太空球	60元/位
9. 氦气球	200元/位
10. 牵引伞	200元/位
11. 勒勒车	30元/位

景区团体优惠套票:  
 A套票: 包括(1, 2, 3, 4, 5) 170元/位  
 B套票: 包括(2, 3, 4, 5, 6) 230元/位  
 C套票: 包括(A套票+5) 270元/位  
 D套票: 包括(B套票+5) 330元/位

'한국' 하면 가장 먼저 떠오르는 것



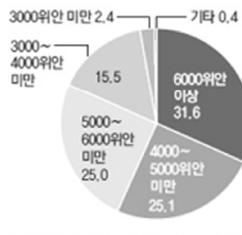
한국 관광을 하고 싶습니까?



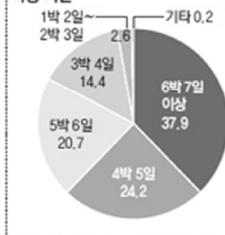
한국 여행을 떠날 때 가장 걱정스러운 점



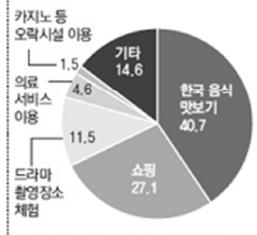
한국 여행 시 쓸 비용(항공 숙박 등 포함)



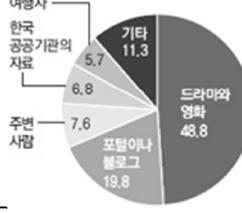
가장 적당하다고 생각하는 한국 여행 기간



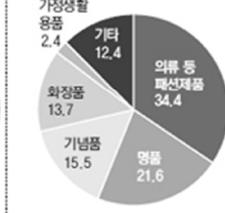
한국 여행에서 가장 하고 싶은 것



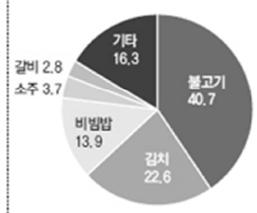
한국 관련 정보를 얻는 곳



가장 구입하고 싶은 것



한국에서 가장 먹고 싶은 음식



## ● 중국관광객의 한국관광 불만요인 (대한상공회의소, 2010)

만족하는 점		불만족하는 점	
항목	비율	항목	비율
한국제품 쇼핑	28.3%	열악한 숙박시설	39.1%
한류문화 체험	22.6%	부실한 먹거리	18.7%
교통운송 시설	19.6%	중국어 안내 부족	16.1%
관광지 볼거리	14.5%	부족한 볼거리	10.9%
서비스 친절도	11.1%	관광가이드 자질	5.0%
식당 등 먹거리	2.4%	부실한 한류체험	4.0%
숙박시설	1.0%	의사소통 문제	2.6%
비용, 가이드 등	0.5%	불친절, 교통 등	3.6%

자료: 대한상공회의소(2010), 「중국인 관광객의 한국관광 실태」.

## ● 중국관광객의 한국관광 이유 및 쇼핑품목(대한상공회의소, 2010)

연령구분	관광지	먹거리	쇼핑	한류 체험	시설·서비스	연령구분	화장품	패션 의류	가전 용품	해외 명품	관광 기념품	식품 주류
젊은층	28.4	2.7	52.7	15.5	0.7	젊은층	34.0	16.3	10.5	33.0	1.8	4.4
장·노년층	30.4	10.5	56.1	2.7	0.3	장·노년층	42.6	4.1	7.1	26.4	0.9	18.9

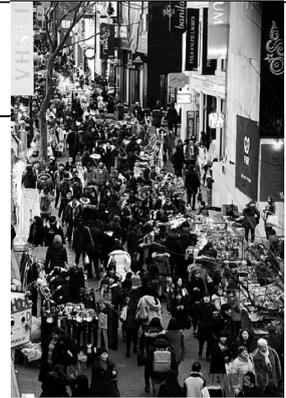
[중국관광객의 한국방문이유]

[중국관광객의 선호 쇼핑품목]



## 4. 중국 관광객 실태조사의 종합 시사점

- 개별여행 관광객의 높은 비율
- 쇼핑을 목적으로 한 중국관광객 증가 추세
- 순수관광목적 및 4회 이상 재방문 관광객 증가
- 서울을 중심으로 한 경기, 인천 지역 집중 현상
- 방한 중국관광객의 질적, 양적 변화 높음 : 1인당 200만원/일본 130만원
- 관광형태간 선호도 차별성 뚜렷(개별관광 VS 단체관광) : 개별여행-중저가 숙박시설, 체재기간 장기화, 재방문비중 증가 등



## 1. 중국관광객 수용을 위한 추진과제

### ● 중국관광 수용태세 구축을 위한 추진과제

구분	단기과제 (2011-2012)	중장기 과제 (2013-2020)
관광상품 개발부문	① 중국인 단체관광 공정거래제도 도입	⑧ 한국신기(韓國神奇)형 관광명품 개발
숙박 부 문	② 중국인 선호 관광 숙박시설 확충	⑨ 한류체험형 복합숙박시설의 도입
출입국 / 교통부문	③ 개별여행의 활성화 (비자/교통시설 개선)	⑩ 항만이용 관광활성화 및 출입국여건 개선
음식/ 식당부문	④ 중국인 전용식당 지정 및 서비스 혁신	⑪ 음식업 겸 여행업의 복합관광사업제도 도입
쇼핑부문	⑤ 단체여행상품의 쇼핑 강요 제도개선	⑫ 한국관광 쇼핑거리의 지정 및 육성
관광안내/ 정보부문	⑥ 중국어 관광정보 및 안내체계 혁신	⑬ 스마트형 관광 정보기술의 혁신
관광시설 부 문	⑦ 중국관광객수용태세 평가 및 재정지원	⑭ 중국관광객 유치거점 지구 육성



## 2. 중국관광객 수용을 위한 부문별 추진과제

### ● 관광상품 개발 부문

(단위: 명, 점, %)

구 분	필요성					시행시기		
	매우 불필요	불필요	보통	필요	매우 필요	평균	단기	중장기
넙핑관광 시정/ 우수상품 개발	-	1 (1.0)	5 (4.9)	26 (25.5)	70 (68.6)	4.62	89 (87.3)	13 (12.7)
의료관광상품 개발지원	-	1 (1.0)	9 (8.8)	63 (61.8)	29 (28.4)	4.18	54 (52.9)	48 (47.1)
테마관광상품 개발지원	-	1 (1.0)	8 (7.8)	50 (49.0)	43 (42.2)	4.32	58 (56.9)	44 (43.1)
한중간 축제 연계상품 개발		3 (2.9)	27 (26.5)	47 (46.1)	25 (24.5)	3.92	41 (40.2)	61 (59.8)

주:  $\chi^2=4.398(a)$ ,  $df=6$ ,  $p\text{-value}=0.623$



### ● 숙박여건 개선 부문

(단위: 명, 점, %)

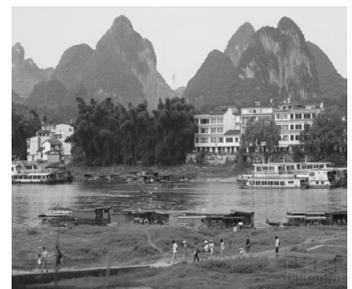
구 분	필요성					시행시기		
	매우 불필요	불필요	보통	필요	매우 필요	평균	단기	중장기
중국인 선호 1급 호텔 신축지원	-	-	11 (10.8)	28 (27.5)	63 (61.8)	4.51	74 (72.5)	28 (27.5)
중국인 한국호텔 투자 지원책 확대	-	1 (1.0)	16 (15.7)	54 (52.9)	31 (30.4)	4.13	39 (38.2)	63 (61.8)
중국인 전용 한옥 게스트하우스사업	2 (2.0)	10 (9.8)	36 (35.3)	36 (35.3)	18 (17.6)	3.57	34 (33.3)	68 (66.7)
한국식 메디컬 호텔 제도 도입	1 (1.0)	7 (6.9)	14 (13.7)	53 (52.0)	27 (26.5)	3.96	34 (33.3)	68 (66.7)



### ● 출입국 및 교통 부문

(단위: 명, 점, %)

구 분	필요성					시행시기		
	매우 불필요	불필요	보통	필요	매우 필요	평균	단기	중장기
크루즈 확대 및 항만 입국시 수속절차 개선	1 (1.0)	2 (2.0)	14 (13.7)	48 (47.1)	37 (36.3)	4.16	53 (52.0)	49 (48.0)
개인관광비자 발급 조건 대폭 완화	-	-	7 (6.9)	38 (37.3)	57 (55.9)	4.49	76 (74.5)	26 (25.5)
무비자 입국지역의 점진적 확대	1 (1.0)	5 (4.9)	15 (14.7)	47 (46.1)	34 (33.3)	4.06	46 (45.1)	56 (54.9)
대중교통수단의 중국어안내 확대	-	2 (2.0)	10 (9.8)	46 (45.1)	44 (43.1)	4.29	83 (81.4)	19 (18.6)



## ● 음식 및 식당 부문

(단위: 명, 점, %)

구 분	필요성					시행시기		
	매우 불필요	불필요	보통	필요	매우 필요	평균	단기	중장기
여행사의 중국인 전용식당 겸업허용	2 (2.0)	17 (16.7)	30 (29.4)	38 (37.3)	15 (14.7)	3.46	42 (41.2)	60 (58.8)
지역별 중국관광객 전문식당 육성	1 (1.0)	1 (1.0)	12 (11.8)	55 (53.9)	33 (32.4)	4.16	72 (70.6)	30 (29.4)
대형 중국음식점내 통역안내원 배치	2 (2.0)	9 (8.8)	23 (22.5)	47 (46.1)	21 (20.6)	3.75	58 (56.9)	44 (43.1)
중국 음식점의 서비스마인드 함양	-	-	11 (10.8)	41 (40.2)	50 (49.0)	4.38	85 (83.3)	17 (16.7)



## ● 쇼핑여건 개선 부문

(단위: 명, 점, %)

구 분	필요성					시행시기		
	매우 불필요	불필요	보통	필요	매우 필요	평균	단기	중장기
'한국명품의 거리' 선정·지원	-	5 (4.9)	18 (17.6)	50 (49.0)	29 (28.4)	4.01	57 (55.9)	45 (44.1)
면세품 환급센터 확충	-	5 (4.9)	12 (11.8)	52 (51.0)	33 (32.4)	4.11	62 (60.8)	40 (39.2)
여행사 쇼핑 강매 및 옵션제 개선	3 (2.9)	-	6 (5.9)	22 (21.6)	71 (69.6)	4.55	92 (90.2)	10 (9.8)
재래시장 쇼핑인증제 및 야시장 개장	-	3 (2.9)	17 (16.7)	46 (45.1)	36 (35.3)	4.13	58 (56.9)	44 (43.1)



19

## ● 관광정부/안내 제공부문

(단위: 명, 점, %)

구 분	필요성					시행시기		
	매우 불필요	불필요	보통	필요	매우 필요	평균	단기	중장기
관광안내관 중국어 병기확대/오류시정	-	-	8 (7.8)	36 (35.3)	58 (56.9)	4.49	95 (93.1)	7 (6.9)
중국어 스마트 관광 기술개발/어플확대	-	1 (1.0)	7 (6.9)	63 (61.8)	31 (30.0)	4.22	56 (54.9)	46 (45.1)
중국어 가이드 확충 및 스토리텔링 강화	-	1 (1.0)	9 (8.8)	56 (54.9)	36 (35.3)	4.25	74 (72.5)	28 (27.5)
관광안내자료의 비치장소 다각화	-	7 (6.9)	19 (18.6)	34 (33.3)	42 (41.2)	4.09	71 (69.6)	31 (30.4)



## ● 관광시설 부문

(단위: 명, 점, %)

구 분	필요성					시행시기		
	매우 불필요	불필요	보통	필요	매우 필요	평균	단기	중장기
중국관광객 유치거점 지구선정·지원	-	8 (7.8)	21 (20.6)	51 (50.0)	22 (21.6)	3.85	42 (41.2)	60 (58.8)
한중우호 협력 인물 발굴 및 자원화	-	3 (2.9)	20 (19.6)	54 (52.9)	25 (24.5)	3.99	38 (37.3)	64 (62.7)
한국문화체험복합 센터 선정·지원	-	3 (2.9)	13 (12.7)	57 (55.9)	29 (28.4)	4.10	46 (45.1)	56 (54.9)
중국관광객 불편 신고접수/모니터링	-	1 (1.0)	6 (5.9)	42 (41.2)	53 (52.0)	4.44	90 (88.2)	12 (11.8)



20

### 3. 최근 중국인 관광객 방문 특성

#### ● 관광목적지로서 한국 선택 고려 요인(한국문화관광연구원, 2011)

(단위 : 개, %)

구분	선택 고려 요인										
	응답수	쇼핑	자연 풍경 감상	패션, 유행 등 세련된 문화	음식/ 미식 탐방	역사/ 문화 유적	휴양/ 휴식	가까운 거리	유흥/ 놀이 시설	경제적 여행 비용	안전
개별여행	214	66.4	42.5	31.8	28.5	23.4	22.4	14.5	13.6	12.1	8.9
단체여행	389	65.8	48.1	31.1	23.9	22.9	27.8	14.4	9.3	15.2	3.3
전체	603	66.0	46.1	31.3	25.5	23.1	25.9	14.4	10.8	14.1	5.3

주) 중복응답, 개별관광객 기준 상위 10개 응답만 기재

#### ● 중국관광객의 권역별 방문지

(단위 : 개, %)

구분	권역별 방문지								
	응답수	서울	인천/ 경기도	부산/ 경상도	제주도	강원도	전라도	충청도	
성 별	남	364	88.7	51.6	27.2	18.7	13.7	11.8	11.5
	여	324	92.6	51.2	22.8	13.6	15.4	11.7	10.8
연 령 단 어	15-20세	53	90.6	69.8	35.8	17.0	17.0	18.9	13.2
	21-30세	307	92.2	51.5	25.1	14.0	15.6	12.7	10.7
	31-40세	191	92.7	46.6	18.8	16.2	11.5	9.9	12.6
	41-50세	88	85.2	51.1	33.0	18.2	17.0	9.1	9.1
방 문 목 적 구 분	여가/위락/ 휴가	218	98.2	49.5	15.1	16.1	14.2	9.6	7.3
	사업/ 전문활동	234	88.0	40.2	18.4	18.4	9.0	9.0	7.7
	친구/ 친지 방문	133	83.5	56.4	36.8	11.3	14.3	12.0	13.5
	전체	688	90.6	51.5	25.1	16.3	14.5	11.8	11.2

주) 중복응답



● 중국관광객의 방문기간 중 주요 관광활동

(단위 : 개, %)

구분	방문기간 중 주요 활동										
	응답수	1위	2위	3위	4위	5위	6위	7위	8위	9위	10위
개별여행	687	쇼핑	관광지 방문	식도락 관광	업무 수행	연수/교육	휴양/휴식	테마파크	미팅/회의	전통문화체험	시찰
		69.9	47.5	32.9	16.7	14.3	11.1	10.8	9.6	7.3	6.8
단체여행	440	쇼핑	관광지 방문	식도락 관광	테마파크	휴양/휴식	전통문화체험	카지노	온천/스파	공연/민속행사	미용관광
		80.5	76.4	28.4	15.5	12.7	10.7	8.9	8.0	6.1	4.8
전체	1,127	쇼핑	관광지 방문	식도락 관광	테마파크	휴양/휴식	업무수행	연수/교육	전통문화체험	카지노	미팅/회의
		74.0	58.7	31.1	12.6	11.7	11.4	9.6	8.6	7.3	6.5

주) 중복응답, 개별관광객 기준 상위 10개 응답만 기재

● 중국관광객의 주요 쇼핑품목

(단위 : 개, %)

구분	주요 쇼핑품목										
	응답수	의류	향수/화장품	신발류	인삼/한약재	담배	전자/전기제품	식료품	김치	보석/액세서리	술
개별여행	684	59.5	50.9	25.7	24.6	18.7	16.8	15.8	11.0	8.2	7.7
단체여행	441	39.7	65.3	11.3	45.6	21.3	7.5	25.9	15.6	10.4	7.7
전체	1,125	51.7	56.5	20.1	32.8	19.7	13.2	19.7	12.8	9.1	7.7

주) 중복응답, 개별관광객 기준 상위 10개 응답만 기재



● 중국관광객의 주요 쇼핑장소

(단위 : 개, %)

구분	주요 쇼핑장소										
	응답수	공항 면세점	백화점	동대문 시장	명동	소규모 상점	시내 면세점	남대문 시장	할인점	인사동	이태원 시장
개별여행	683	47.1	44.5	44.5	44.1	18.6	18.0	15.8	15.4	4.1	1.6
단체여행	442	57.0	28.1	45.5	39.8	16.5	53.4	6.8	8.8	3.6	1.4
전체	1,125	51.0	38.0	44.9	42.4	17.8	31.9	12.3	12.8	3.9	1.5

주) 중복응답



## ● 중국관광객의 여행 중 불편사항

(단위 : 개, %)

구분	여행 중 불편사항										
	응답수	언어 소통	비싼 물가	음식	비자 취득	안내 표지판	택시 기사 서비스	교통 혼잡	관광 정보 획득	관광 중사원 불친절	숙박 시설/서비스
개별여행	615	66.7	31.4	25.2	11.9	9.8	7.6	6.8	5.7	4.2	3.1
단체여행	426	81.0	26.5	26.8	3.8	10.6	3.1	5.2	3.8	6.3	3.3
전체	1,041	72.5	29.4	25.8	8.5	10.1	5.8	6.1	4.9	5.1	3.2

주) 중복응답, 개별관광객 기준 상위 10개 응답만 기재



## ● 중국관광객의 쇼핑 중 불편사항

(단위 : 개, %)

구분	쇼핑 중 불편사항									
	응답수	언어 소통	안내 표지판	상점 문닫는 시간	한국적 물품 없음	쇼핑 품목 다양성 부족	점원 불친절	호객 행위	쇼핑 장소 부족	없음
개별여행	675	44.1	13.0	10.1	9.5	5.8	5.0	4.3	2.5	37.6
단체여행	435	66.9	15.6	13.3	7.1	12.4	9.9	3.9	6.0	18.2
전체	1,110	53.0	14.1	11.4	8.6	8.4	6.9	4.1	3.9	30.0

주) 중복응답



## ● 중국인-일본인 개별관광객의 방한관광 선택요인 비교

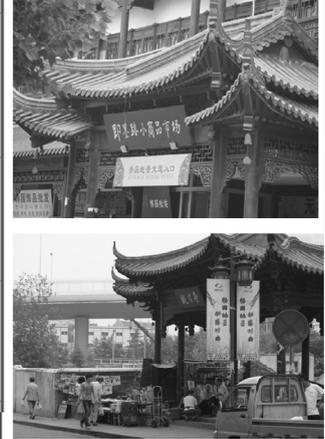
구분	중국인 개별관광객		일본인 개별관광객	
	선택요인	%	선택요인	%
1위	쇼핑	66.4	음식/미식 탐방	59.7
2위	자연풍경 감상	42.5	쇼핑	52.9
3위	패션, 유행 등 세련된 문화	31.8	가까운 거리	42.3
4위	음식/미식 탐방	28.5	경제적인 여행비용	32.6
5위	역사/문화유적	23.4	촬영지 방문/팬미팅	14.9
6위	휴양/휴식	22.4	유흥/놀이시설	13.4
7위	가까운 거리	14.5	역사/문화유적	13.1

주 1) 중복응답

주 2) 일본인 개별관광객은 한국문화관광연구원(2011a)에서 인용

## ● 중국 개별관광객 유치에 위한 전략별 추진과제 및 방안(1)

전략	추진과제 및 방안
개별관광 상품/프로그램 개발 전략	<ul style="list-style-type: none"> <li>타깃 세분시장별 맞춤형 관광상품/프로그램 개발 (타깃 세분시장 예시 : 젊은 여성층, 젊은 남성층, 젊은 커플, 가족, 노년층, 부유층 등)</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>한류콘텐츠를 활용한 관광상품/프로그램 개발                             <ul style="list-style-type: none"> <li>최신유행문화를 활용한 뷰티관광 특화 상품/프로그램 개발</li> <li>일상생활문화를 활용한 체험형 전략상품/프로그램 개발</li> <li>한류 스타를 적극 활용한 관광상품/프로그램 홍보</li> <li>중국인 유학생 대상 관광상품 공모전 개최</li> </ul> </li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>다양한 연계관광 방안 마련                             <ul style="list-style-type: none"> <li>관광매력을 연계패스 개발</li> <li>융복합형 관광상품/프로그램 개발</li> <li>지역 연계 관광상품/프로그램 개발</li> </ul> </li> </ul>
온-오프라인 관광마케팅 강화 전략	<ul style="list-style-type: none"> <li>지역 특색의 도보관광 프로그램 추진 확대                             <ul style="list-style-type: none"> <li>지역별 특색 있는 도보관광 콘텐츠 발굴</li> <li>온라인 예약서비스 제공</li> <li>문화관광해설사 제도와 연계체계 구축</li> </ul> </li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>중국 현지 방송매체를 활용한 홍보 확대</li> <li>중국 현지 박람회 참가 및 홍보 설명회 개최 확대</li> <li>중국 현지인 팸투어 확대</li> <li>중국인 유학생 팸투어 확대</li> <li>온라인 홍보마케팅 강화</li> <li>프로모션 활동 강화</li> <li>공동 관광마케팅 추진 강화</li> </ul>



## ● 중국 개별관광객 유치를 위한 전략별 추진과제 및 방안(2)

전략	추진과제 및 방안
관광안내서비스 개선 전략	<ul style="list-style-type: none"> <li>관광안내표지판 개선 및 확충</li> <li>관광정보 제공의 온-오프라인 거점 구축                             <ul style="list-style-type: none"> <li>온라인 거점으로서 중국인 개별관광객 전용 웹사이트 운영</li> <li>오프라인 거점으로서 다목적 종합관광안내센터 운영</li> </ul> </li> <li>관광정보 제공의 온-오프라인 톨 병행                             <ul style="list-style-type: none"> <li>중국인 개별관광객을 위한 맞춤형 가이드북 발간 확대</li> <li>중국어 관광안내 홍보물 제작 및 비치장소 확대</li> <li>중국어 관광안내 스마트폰 앱 개발 확대</li> </ul> </li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>적시적 안내서비스 제공 강화                             <ul style="list-style-type: none"> <li>1330 티티콜센터 정보 노출 확대</li> <li>이동 통역안내원 운영 확대</li> <li>중국어 지원 관광안내소 확충</li> </ul> </li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>중저가 호텔 확충</li> <li>다양한 중저가 숙박시설 이용 편의 제고                             <ul style="list-style-type: none"> <li>단일 채널을 통한 지속적 숙박정보 제공 시스템 구축</li> <li>코리아 스테이(Korea Stay) 제도 활성화</li> <li>숙박시설 객실관리 및 응대서비스 강화</li> </ul> </li> <li>대중교통 중국어 안내 확대</li> </ul>
교통여건 개선 전략	<ul style="list-style-type: none"> <li>외국인 관광객 전용 교통패스 개발                             <ul style="list-style-type: none"> <li>KR Pass(Korea Rail Pass) 홍보</li> <li>M-pass(Metropolitan Pass) 홍보</li> <li>수도권 외 주요 방문지역 교통패스 개발</li> </ul> </li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>중국어 지원 시티투어 버스 운행 확대</li> <li>지역 간 광역 셔틀버스 운행 확대</li> </ul>
관련 주체들 간 협력체계 강화 전략	<ul style="list-style-type: none"> <li>중앙정부, 지자체, 공공기관, 민간단체 및 업계 등 관련 주체들 간 효율적인 역할 분담을 토대로 유기적인 협력체계 구축 강화</li> </ul>



## 1. 서산시 중국관광객 유치여건

### ● 관광자원(서산시 홈페이지)

- ❖ 문화재(총60개) : 국가지정문화재 14개 등
- ❖ 산악자원 : 팔봉산, 도비산, 가야산, 황금산 등
- ❖ 해상자원 : 웅도, 고파도, 삼길포, 간월도 등
- ❖ 서산아라메길 : 17개코스(241.4km)-7개 코스 (홈페이지)
- ❖ 철새탐조 : A,B지구 철새도래지 등



29

### ● 관광기반시설(서산시 홈페이지)

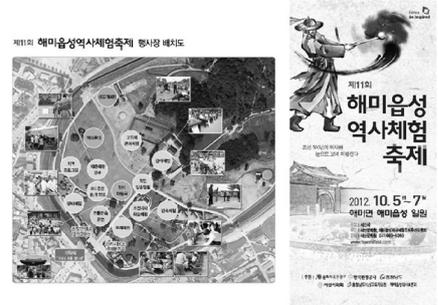
- ❖ 전통한옥체험 : 2개소(김기현, 유기방 가옥)
- ❖ 체험농원 : 13개소 등
- ❖ 템플스테이 : 2개소(부석사, 서광사)
- ❖ 농촌체험마을 : 9개소 등
- ❖ 서산 유방택전문기상과학관/서산버드랜드
- ❖ 골프장 및 콘도미니엄 : 윈체스터 CC
- ❖ 민박/펜션 : 57개소, 모텔 및 여관 : 115개소, 맛집 : 151개소, 기탁 : 8개소



30

## ● 축제와 국제교류, 특산물(서산시 홈페이지)

- ❖ 지역축제 : 해미읍성축제(문화관광축제), 서산천수만세계철새기행전, 삼길포우럭축제, 서산6쪽마을축제, 팔봉산감자축제, 국화축제, 류방택별축제 등
- ❖ 국제교류 : 중국(안위성 합비시, 산둥성 룡청시)
- ❖ 관광산업체 : 국내외여행사(20개소), 관광유희음식점(1개소), 관광식당업 8개소 등
- ❖ 지역특산물 : 쌀가공품 5종, 뜰부기와 자란쌀, 산수향 서산6쪽마을, 서산어리굴젓, 서산우리한우, 서산6년근 인삼, 서산흑마늘 등
- ❖ 산업체 : 삼성, 롯데, LG, KCC 등 정밀화학 등과 현대파워텍, 동희오토, 다이모스, 자동차전문단지 등 자동차산업의 메카로 산업관광자원 풍부



서산시와 영성시의 자매결연 조인식

## ● 서산시 방문관광객수

- ❖ 2006년 : 3,271,1110명
- ❖ 2007년 : 3,207,575명
- ❖ 2008년 : 3,188,041명
- ❖ 2009년 : 4,221,869명
- ❖ 2010년 : 4,357,848명
- ❖ 계절별 관광객 순위  
: 10월 719,686명, 11월 480,768명 순
- \* 계절별로 편차가 적은 방문추이



## 2. 서산시 중국관광객 유치 위한 준비과제

- 대산항 국제여객터미널 내 국내의 출입국관련 조직과 시설 준비
- 중국 출항 관련 노선의 선정 : 대산-용안(영성시) 등
- 중국관광객 유치 여행사 선정과 개별관광객 유치 상품 개발
- 중국인을 위한 숙박시설 확충 : 호텔 및 중저가 체인호텔, 모텔, 펜션 등
- 중국인 선호 전용음식점 및 음식 식단 및 상차림 상품 개발
- 중국인 쇼핑을 위한 상점가와 상품, 결제시스템 준비 : 쇼핑거리, 인삼 등
- 관광안내 및 정보시스템 구축 : 중국어 관광안내판, 중국어관광해설사, 중국어 안내브로셔, 중국어여행홈페이지 등
- 서산시 차원의 행정적 준비 : 중국어가능 행정담당인력 양성, 여객터미널과 중국관광객 관련 행정조직과 업무재편 등

## 1. 중국관광객 충남 방문 현황과 정책

### ● 2010년 충남전담여행사 중국관광객 유치실적

상품명(단체)	운영기간	모객인원			국적
		계	숙박	비숙박	
A업체(소 계)		1,104	879	225	
·충남광주인천 4박5일(한중노인예술단)	4월~6월	357	357	-	중국
·서울충남광주인천 4박5일(연광주)	4월~5월	380	380	-	중국
·음식축제	10.21~10.25	63	63	-	중국
·F1그랑프리관람	10.21~10.25	79	79	-	중국
·불꽃축제	10.21~10.25	43	-	43	중국
·온천체험시리즈(제주충남서울 5박6일)	9월~11월	182	-	182	중국
B업체(소 계)		944	944	-	
·중국노인단체(금색연대)	4월~6월	944	944	-	중국
C업체(소 계)		66	56	10	
·세계대백제전 5박6일	9월~10월	43	43	-	중국
·충청전라서울 4박5일	10.23~10.27	10	-	10	중국
·충청전라제주서울 5박6일	10.25~10.30	13	13	-	중국
D업체(소 계)		1,033	1,033	-	
·韓國五星滑雪溫陽五日	2월~11월	1,033	1,033	-	대만
E업체(소 계)		1,653	1,422	231	
·서울 4박5일	2월~11월	575	575	-	대만
·제주서울 4박5일	2월~11월	36	36	-	대만
·청주서울 2박4일	2월~11월	811	811	-	중국
·대만 4박5일	2월~11월	231	-	231	대만

## ● 2011년 충남 전담여행사 중국관광객 모객실적

상품명(단체)	주요 코스	모객인원
<b>A업체(소 계)</b>		<b>518</b>
·한중청소년교단	충남(현충사, 독립기념관)-경기-대구	195
·한중노인예술단	충남(현충사, 낙원가든)-광주-인천	40
·한중청소년교단	충남(현충사, 독립기념관)-인천-대구	93
·대구육상전세기	충남(현충사, 독립기념관)-경기-대구	160
·운천체험시리즈	제주-충남(아산온천, 독립기념관)-서울	30
<b>B업체(소 계)</b>		<b>78</b>
·한국전통체험	아산(스파)-청주-전주-제주도-서울	21
·김탁구 5박6일	아산(스파, 공세리)-청주-전주-제주도-서울	57
<b>C업체(소 계)</b>		<b>211</b>
·전국일주관광	제주-목포-무주-충남(인삼시장, 아산온천)-서울	211
<b>D업체(소 계)</b>		<b>158</b>
·생명의 뿌리를 찾아서	문의-금산(인삼축제)-서울-인천	23
·백제문화여보기	대전-공주(공산성, 무령)-부여(백제문화단지)-서울	39
·MICE 투어 1	대전(공식일정)-금산(인삼시장)	68
·MICE 투어 2	대전(공식일정)-공주(무령왕릉, 공산성)-전주-서울	28
<b>E업체(소 계)</b>		<b>72</b>
·한국여행4박5일	인천-청양(테디스파)-아산(현충사)-서울	72

## ● 2012 충남 여행상품 공모전 추진현황

### - 사업개요

- 사업기간 : 2012. 1 ~ 12月
- 참가대상 : 관광진흥법 제4조의 규정에 의한 일반여행업체
- 상품조건 : 도내 1박 + 관광지 2개소 포함
- 추진방법
  - ① 충남여행상품 선정 및 시상, 여행상품 홍보 지원
  - ② 연말 모객 실적 기준으로 우수 충남여행상품 포상
- 사업예산 : 50,000천원(상품선정 10,000, 홍보지원 7,000, 연말포상 33,000)
- 예산과목 : 관광산업진흥-관광홍보마케팅강화-국내외관광객유치증대사업-301.12[기타보상금]
- 인센티브 지원제도 종료 ⇨ 충남여행상품 공모전(신규) 추진

## 2. 중국관광객의 서산시 유치 및 수용기반 구축방안

### ● 관광상품 개발 부문

- 중국 수학여행단 유치 및 한중일/지자체간 교류프로그램 개발, 어린이 대상 관광상품
- 주변시군 온천스파, 미용, 건강, 의료, 쇼핑 관광상품 개발, 산업시찰 관광상품 개발
- 드라마와 한류, 중국관련 백제사신행렬, 마애삼존불 등 관련 관광상품 개발

☐ 잠재적 관광콘텐츠 소재 예시

구분	주요 관광콘텐츠 소재
대중문화	드라마/영화, K-pop, 패션, 공연 등
전통문화	민속·역사, 유교, 고궁·전통가옥, 중국관련 역사문화 등
미용·건강·의료	피부, 화장, 헤어, 네일, 성형, 스파, 온천, 검진, 치료, 한방 등
문화·산업시설	박물관, 미술관, 전시관, 공장 등(화장품, IT 등)
쇼핑	명품관, 백화점, 아울렛, 전통시장, 5일장, 야시장 등
음식	요리 교실, 김치담그기 체험, 맛집 탐방, 특산물 등
교통	기차, 시티버스, 유람선, 크루즈 등
자연	바다, 섬, 산, 농산어촌 등
오락·레저	테마파크, 카지노, 리조트, 스키, 낚시, 요트, 캠핑 등
경관·지구	야경, 핫플레이스, 길, 마을, DMZ 등
이벤트	메가 이벤트, 국제 규모 또는 지역 대표 축제 등

### ● 숙박부문 대응태세 개선

- 충남의 호텔 및 콘도미니엄에 중국관광객 유치 : 아산, 예산, 태안, 보령 등 서해안

구분	시 군	숙박업소명	소재지	
관광호텔	계	28개 업체		
	소계	17개 업체		
	천안시		천안센트럴관광호텔	천안시 성정동 1400
			천안메트로관광호텔	천안시 대흥동 57-9
	공주시		금강관광호텔	공주시 신관동 595-8
	보령시		레그랜드편비치호텔 & 워터파크	보령시 신희동 1945
	아산시		(주)온양팔래스호텔	온천동 228-1
			(주)온양관광호텔	온천동 242-10
			온양그랜드관광호텔	온천동 300-28
			뉴코리아호텔	온천동 230-6
			인터파크관광호텔	온천동 28-12
			(주)파라다이스 도고지점	도고면 기곡리 180-1
	논산시		청안관광호텔	논산시 반월동 66-1
			에버그린관광호텔	논산시 연무읍 황화정리 976
	부여군		백제관광호텔	부여군 부여읍 쌍북리 433
	홍성군		홍성온천관광호텔	홍성군 오관리 339-20
	예산군		뉴가야관광호텔	예산군 덕산면 신평리 163-1
덕산온천관광호텔			예산군 덕산면 사동리 15	
당진군		서해대교관광호텔	당진군 송악면 반촌리 800	

- 중저가 숙박시설 확충 : 호텔건립, 여관 등 리모델링, 중국어 간판과 안내 및 요금표 등
- 관광거점도시에 중저가 체인형의 숙박시설 유치 : 중국의 루지아(예시)

구분	시 군	숙박업소명	소재지
가족호텔	천안시	천안상록가족호텔	천안시 수신면 장산리 669-1
랜드미니엄	소계	10개 업체	
	보령시	한화리조트(주)대전지점	보령시 신흥동 2017
	아산시	(주)이랜드레저비스 한국콘도 도고	아산시 천장면 신성리 427-13
		엘아이지건영 도고글로벌콘도(주)	아산시 도고면 기곡리 17-10
		도고토비스콘도미니엄	아산시 도고면 기곡리 261-15
		도고토비스콘도미니엄	아산시 도고면 기곡리 261-17
	예산군	(주)아이에프지앤드씨 도고콘도	아산시 도고면 기곡리 305-4
		스파캐슬콘도미니엄	예산군 덕산면 사동리 351
	태안군	덕산스파캐슬콘도	예산군 덕산면 사동리
		오션캐슬콘도미니엄	태안군 안면읍 종장리 765-81
	서산시	원체스트 W1 휴양콘도미니엄	서산시 대산읍 화곡리 51-50

### ● 음식부문 수용태세 개선

- 중국인 전용식당 지정사업 추진(2005년 문화관광부와 한국관광공사 실시, 제주도)
- 중국인 성호 한국음식 불고기, 삼계탕 등 선호 식단 및 음식 개발 상품화
- 중국인을 위한 일본의 식문화 대응 매뉴얼(예시)

구분	내용
식사법	<ul style="list-style-type: none"> <li>- '생' 으로 먹는 것과 차가운 것은 좋아하지 않는다.</li> <li>- 차나 물은 식전 혹은 식후에 마시는 것으로 여긴다.</li> <li>- 식기는 손에 들지 않고, 식탁에 놓은 채 먹는다.</li> </ul>
일본 음식	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 일본 음식은 양이 적다는 인상을 가지고 있다.</li> <li>- 육류를 좋아하므로, 특히 야키니쿠(불고기)의 인기가 높다.</li> <li>- 회 요리에 거부감을 느끼거나 생선 요리를 싫어하는 사람도 있다 (중국 내륙지역에서는 생선요리가 익숙하지 않음).</li> </ul>
친절한 환대 포인트	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 요리의 양을 일본인보다 많이 제공하면 만족도가 높다.</li> <li>- 뷔페 형식 같이 식사의 내용과 양을 선택할 수 있는 식사를 선호한다.</li> <li>- 식후에 과일을 제공하면 좋아한다.</li> <li>- 서열(원탁의 자리 순 등)이 매우 중요하므로 필요에 따라 손님에게 직접 확인하는 편이 좋다.</li> </ul>

출처 : 国土交通省 観光庁(2009)

● **관광쇼핑부문 수용태세 개선**

- 중국인 이용 결제시스템 도입 : “은헨카드” 결제시스템 - 택시도 사업추진 중
- 중국관광객 쇼핑거점 마련 : 서산시 동문동, 대산항 여객터미널 쇼핑관광상점가 육성
- 인삼과 한약제, 의류와 화장품 중 중국관광객 선호 쇼핑상품 육성 판매

중국관광객 방한관광행태 추이 (단위: %)

구분		2007	2008	2009
방문 중 활동	쇼핑	71.8	69.1	77.1
	관광지 방문	62.5	51.2	50.3
	식도락	28.6	18.2	26.6
	업무수행	28.9	13.8	20.4
쇼핑품목	향수/화장품	37.8	37.0	59.3
	의류	31.7	33.1	43.2
	인삼/한약재	37.4	26.4	31.8
쇼핑장소	공항면세점	68.0	60.0	59.5
	동대문시장	29.2	28.4	39.1
	명동	25.1	24.6	37.6

● **관광정보 및 안내부문 수용태세 개선**

- 안내판 관련 번체자 관련 조례 마련/ 서산 방문 관광객 중국어관광안내판 제공
- 다문화 중국어 문화관광해설사 양성 강화 및 중국유학생 중국관광객 가이드 인력 활용
- 중국어 관광지도 및 관광안내책자 발간 확대 및 전국단위 국제여행사 제공





공급은 수요를 창출합니다  
감사합니다.