전략연구 2014-31

중국인 입국관광객 충남 유치전략

박인성 · 이인배 · 강수현

CDI 충남발전연구원
Chungnam Development Institute

발간사

중국정부가 자국 인민들에게 해외 출국관광을 허용하기 시작한 것은 개혁개방 이후 1980년대에 홍콩과 마카오 지구에 친인척 방문을 허용하면서 부터였다. 이처럼 제한된 범위에서 소규모로 시작된 중국인 출국관광시장 규모와 출국관광객 수는 중국의 경제성장과 주민소득 수준의 향상에 따라 급속한 속도로 확대, 증가되어 왔다. 소위 중국인 '요우커(遊客)' 들이 우리나라를 관광 목적지로 선택하기 시작한 것은 1999년 중국정부가 자비부담 한국 방문을 허용한 이후인데, 방한 '요우커(遊客)' 수는 2007년에 100만인 선을, 2011년에 200만인 선을 돌파했고, 다시 3년후인 2014년에 613만인을 기록했다.

그러나 이들 '요우커' 들의 한국내 방문 목적지는 서울과 제주도, 부산, 강원도 등에 편중되어 있고, 충남지역은 물론 대전-세종-충북까지 포함한 충청권 전체를 방문한 '요우커' 의 수는 미미한 상황이다. 따라서 중국인 입국 관광객 충남 유치전략 모색은 충남 관광과 경제 활성화, 지역발전 분야에 모두 연결되는 중요한 도전 과제로 부상하고 있다. 이 같은 상황 속에서 국가 및 충청남도와 각 시·군 지자체 차원에서 방한 중국인 관광객 유치를 위한 전략과 정책방안 등을 꾸준히 모색해 왔으나, 국내 입국 이후의 행태와 선호도 등에 초점을 맞추고 있는 경우가 대부분이고, '요우커' 의 출발지인 중국내 출국관광시장의 환경과 여건, 그리고 중국인 출국관광객들의 선호요소와 행태 특성 등에 대한 체계적인 조사연구는 매우 부족한 실정이다.

따라서, 본 연구는 중국내 출국관광시장 환경과 '요우커' 들의 출발지 지역별 분포와 선호취향, 행태특성 등에 대한 조사, 분석과 이를 기초로 충남의 대응전략과 실천과제를 도출하는 데에 중점을 두었다. 본 연구가 충남의 관광정책에 대해서 뿐만 아니라 '서해안 비전' 과 '환황해권 시대' 를 선도하고자 하는 충남도의 대(對)중국 전략에 유용한 틀과 시사점을 제공해 줄 수 있을 것이라 기대하면서, 연구를 수행한 박인성 박사, 이인배 박사, 강수현 연구원의 노고에 감사드린다.

2015년 4월 5일

충남연구원장 강 현 수

연 구 요 약

1. 필요성과 목적

충남 관광이 당면한 문제와 과제의 뿌리는 방한 중국인 관광객이 급증하는 추세 속에서도 충남지역을 찾는 중국인 관광객의 비중이 지나치게 작다는 현실에 있다. 즉, 한국을 찾는 방한 중국인 관광객 규모가, 2005년 약 71만명에서 2014년에는 613만 명으로 10년만에 8.6배 이상으로 증가했고, 방한 외국인 관광객 총수에서 차지하는 비중도 갈수록 커지고 있음에도 불구하고, 충남지역을 찾는 중국인 관광객수 비중은 미미한 수준에 머물고 있다. 이 같은 현실은 충남이 보유한 관광자원의 국내 타지역 관광자원과의 경쟁력 비교 측면과 충남도 관광전략 측면에서 중대한 과제를 제기하고 있다.

당연히 이러한 한계를 극복하고 돌파하기 위한 충남 특색의 중국인 관광객 유치전략과 충남 관광자원의 전략적 체계화를 위한 노력이 요구된다. 그리고 이러한 작업을 진행하기 위해서는, 우선, 중국인 입국관광객들이 방한 이전에 자국 내에서 경험하는 출국(out-bound) 관광시장 환경과 선호하는 행태, 그리고 방한 이후 방문한 국내 관광지별 인상과 평가, 제안의견 등을 올바로 파악할 필요가 있다. 단, 이제까지 국내의 관련 연구에서 중국인 관광객들의 방한 입국 이전 환경인 중국내의 출국관광시장 환경과 동향에 대한 체계적 조사나 연구는 매우 부족한 실정이다.

본 연구는 이 같은 문제 인식하에, 방한 중국인 입국관광객을 충남지역으로 유치하기 위한 전략을 모색하기 위해, 중국 출국관광시장의 현황과 중국인 출국관광객의 출발지 성(省), 시(市) 분포, 행태상의 특징, 그리고 중국 출국관광관련제도와 정책 등을 파악하고, 방한 중국인 입국관광객의 규모 변화 추이와 영향요인을 고찰, 분석하고, 이것을 충남이 보유한 관광자원의 개발잠재력과 연결하기 위한 전략과 방안을 모색하는 데에 중점을 두었다. 또한 방한 중국인 입국관광객들을 대상으로 충남도 및 관할 시·군의 관광자원과 관련 제도 및 정책에 대한 인상과 평가, 선호하는 관광자원과 연관 서비스, 그리고 방한 이후 행태와 의견, 제안 등을 조사, 분석, 정리했다. 즉, 충남도 및 관할 시·군의 대(對)중국 교류협력대상지역과의 교류협력활동과 네트워크를 방한 중국인 관광객 충남 유치전략과 연결할 수 있는 선도사업 발굴 및 실천방안 모색에 연구의 중점을 두었다.

2. 주요 연구내용

본 연구는, 제1장 서론 외에, 제2장에는 중국인 관광객에 대한 현황을 중국 출국 이전과 한국 입국 이후로 나누어서 일반 현황과 선호행태와 의견에 대한 설문조사 및 인터뷰 조사 내용에 대한 분석, 제3장에는 충남의 관광정책과 관광자원 현황을 중국인 관광객 유치 측면에서 정리, 분석한 내용, 제4장에서는 방한 중국인 입국관광객 충남유치 전략 관련 내용, 마지막으로 결론 부분으로 구성했다. 본 연구의 주요 내용인 2장과 4장을 중심으로 주요 내용을 요약하면 다음과 같다.

개혁개방 이후 1980년대에 홍콩, 마카오 친인척 방문 여행으로 시작된 중국 출국관광시장은 급속한 성장, 지속적인 규범화와 확대발전 단계를 거쳐서, 가속발전단계에 접어 들었다. 중국공민의 출국 사유도 사적(私的) 사유가 공적 사유 출국자 수를 추월하면서 급속하게 증가했고, 1997년 7월부터는 '중국 공민 자비 출국관광 관리 잠정방법(中国公民自费出国旅游管理暂行办法)'이 시행되면서, 중국에서 출국관광 시에 더 이상 '친지방문'이라는 명분이나 이유가 필요치 않게 되었고, 자비 출국관광이 시작되었다. 또한 1997년 하반기부터 1999년 초까지 연속적으로 호주, 뉴질랜드, 한국과 일본 등을 자비 해외 관광 목적지 국가로 개방 비준했고, '출입연계(出入挂钩), 총량통제, 할당관리(配额管理)' 원칙하에, 심사비준증명(审核证明), 단체 리스트(团队名单表), 대행업소 관리(代办点管理), 가이드 인증(领队认证) 등을 포함한 비교적 체계적인 출국관광 관리제도를 시행해 오고 있다. 한편, 중국의 총체적 정치환경과 대외정치외교가 안정, 발전하면서, 중국의 출국관광환경도 발전, 특화되었고, 중국인 출국관광객수도 가속적으로 증가하고 있다.

최근 중국인 출국관광객의 주요 출발지는 화남(華南), 화북(華北), 화동(華東)지구에 집중되어 있고, 이중 상하이, 광동, 베이징 등 성(省) 및 직할시의 점유비중이 가장 크다. 그 다음이 장쑤성(江蘇省), 저장성(浙江省), 산동성 등 연해지구 성(省)급 지구들이다. 이외에도 동북지구의 랴오닝성(遼寧省), 화중지구의 후베이성(湖北省), 서남지구의 쓰촨성(四川省)의 점유비중도 비교적 큰 편이다. 한국 방문을 선택한 중국인 관광객의 특징은, 여성이 남성보다 많고, 연령대로는 36~45세, 개인 월수입은 10,000~15,000위안 사이가 많았다. 특히 독생자(獨生子) 자녀의 시야를 넓혀 주기 위한 방법으로 미성년 자녀를 해외여행에 동반하는 경우가 많다.

행선지와 일정을 여행사를 통해서 선택한다고 답한 비율이 87% 이상이었고, 이들 중 대다수가 향후 해외여행 시에도 여행사를 통해서 관광상품을 선택할 것이라고 답했다. 관광 유형별

점유율은 단체관광 37.4%, 자유(개별)관광 31.4%, 반(半)자유관광 18.7%였고, 관광기간은 6~8일간, 3~5일간 순이고, 6일 이상 관광일정을 선택한 사람들은 개인 월수입이 비교적 높은 사람들로 유럽과 미국 도시를 선택한 사람들이 많았고, 한국과 일본 관광일정은 3~5일로 비교적 짧았다.

중국인 출국관광객의 여행지에서의 소비규모는, 유럽과 미국 도시로 간 중국인 관광객들의 소비규모가 가장 컸고, 그 다음이 일본과 한국 방문자들이었다. 관광유형별로는 개별 자유관광, 반자유관광, 단체관광 순이었고, 가장 큰 비중을 차지하는 소비부분은 쇼핑이었다. 일본과 한국을 방문한 중국인 관광객의 경우에는 일반물품 구매 비중이 컸고, 동남아 도시를 방문한 중국인 관광객들은 교통비와 유흥비가 많았고, 유럽과 미국 도시를 방문한 중국인 관광객들은 주로 숙박, 입장권 구입비, 그리고 사치품과 기념품 구입비 비중이 컸다. 중국인 출국관광객이 여행 시 가장 중시하는 문제는 교통, 숙박, 음식료 순으로, 가장 걱정하는 문제는 언어소통, 소지한 금전 안전보관, 문화차이 순이다. 여행과정중의 위험에 대비해 의외 상해보험상품 등 보험상품을 구매한 관광객의 비율이 약 73.7%에 달한다.

또한, 방한 중국인 관광객에 대한 일반현황 조사와 설문조사를 진행했다. 주요 내용은 다음과 같다.

① 증가 추세가 가속화되고 있다. 2000년 이후로 증가하기 시작한 방한 중국인관광객수는 2005년 약 71만 명에서 2014년 약 613만명으로 10년만에 8.6배 이상 증가했다. 2014년 방한 중국인 관광객수는 전년대비 약 42%의 증가했고, 방한 외국인관광객 총수의 약 43.1%를 점했다.

② 남성 비중은 감소하고, 여성비중이 급속하게 증가하는 추세이다. 2005년에는 남녀 비율이 58.8%, 41.2%로 남성이 더 높은 비중을 차지했으나, 2014년에는 여성 62.5%, 남성 37.5%가 되었고, 순수관광목적의 경우는 차이가 더 벌어져서, 여성 64.9%, 남성 35.1%였다.

③ 연령별 비중은 20대부터 30대까지 젊은 층이 가장 큰 비중을 차지하고 있고, 40대 연령층의 비중도 비교적 높다. 단, 젊은 층의 비율은 2005년부터 현재까지 큰 폭의 변화가 없으나, 50대 이상의 장·노년층 관광객 비중은 꾸준히 증가하고 있다.

끝으로, 충남지역에 유학중인 중국인 유학생들을 대상으로 진행한 설문조사와 심층 인터뷰 조사 결과에 대한 주요 내용과 시사점은 다음과 같다. 첫째, 대부분의 중국인들은 충청남도와 지역내 관광지에 대해서 잘 모른다. 따라서, 충남과 충남지역 관광자원을 알리기 위한 홍보전략과 장소마케팅 전략이 필요하다. 둘째, 충남의 관광상품 홍보에 충남지역 현지 대학 등에서 유학중

인 중국인 유학생들을 충분히 활용해야 한다. 예를 들어, 중국인 유학생들이 자신들이 체험한 충남지역 관광 관련 경험을 중국에 있는 자신들의 친지들을 대상으로 홍보하도록 권장하는 방안도 필요하다. 셋째, 충남 소재 대학에 유학중인 중국인 유학생 부모들을 대상으로 '효도관광' 상품을 만들고 운영하자는 제안도 있었다. 즉, 중국인 유학생들의 충남지역 체류기간이, 학부생일 경우 최소 4~5년, 대학원생 경우에도 최소 3~4년 기간일 것이고, 이 기간 내에 이들의 부모 또는 친지들이 한번 이상은 한국 방문을 희망하거나 실제 방문하고 있으므로, 이들을 타겟으로 충남 특색과 연결한 '효도관광' 또는 '친지방문' 관광상품을 만들고 운영하자는 의견이다. 한편, '효도관광' 또는 '친지방문' 관광상품 추진 시에 한국 방문 비자 발급 관련 절차를 간소하게 해 주어야 한다는 의견도 있었다. 또한 중국 유학생들을 활용해 현지 관광 통역이나 관광가이드를 할 수 있는 문화 봉사활동 프로그램 운영 제안 등의 의견도 있었다. 넷째, 테마관광과 체험관광 상품 개발이 필요하다는 의견도 있었다. 예를 들면. 김치만들기, 전통시장, 전통음식만들기, 농촌문화 체험 등 충남지역 특성과 연결한 특화된 관광상품이나 프로그램을 만들어야 한다는 제안이다. 마지막으로, 교통이 불편하고 접근성이 좋지 않은 곳이 많다는 지적과 공항을 포함한 지역간 연결 대중교통 등 교통여건 개선과 관광객 수용 기반 확충이 필요하다는 의견 및 제안이 있었다.

4장에서는 2장과 3장에서의 고찰과 분석 내용을 기초로 방한 중국인 관광객을 충남지역에 유치하기 위한 전략과 과제를 정리, 제시했다. 중국인 관광객을 충남지역에 유치하기 위한 전략과 과제는, 지자체인 충남도 스스로의 역량에 기초해서 중장기적 전략과 계획을 세우고 단계적으로 추진하는 방식, 중앙정부의 예산지원을 확보하기 위한 논리를 개발하면서 국책사업화하는 방식, 그리고 이 두 가지 방식을 결합한 방식이 있을 것이다. 본 연구에서 제시한 주요 전략과 과제는 다음과 같다.

첫째, 방한 중국인 관광객수가 급증하는 추세가 가속화되고 있으나 이들이 충남지역을 방문하는 비중은 매우 작다. 그 근본 원인은 중국인들 대부분이 '충남'의 존재 자체에 대해서 모르고 있다는 데 있다. 따라서 방한 중국인 관광객들을 충남으로 유치하기 위한 전략수립과 과제도출 작업은 중국내의 출국관광을 계획하고 있는 중국인들을 대상으로 충남을 홍보하기 위한 장소마케팅 전략과 방안에 중점을 두어야 할 것이다. 주요 홍보 방안은, ①충남도와 각 시·군과 자매결연 또는 우호협력 관계를 맺고 있는 중국의 파트너 성, 시·현과의 관계망(關係网)을 적극

활용하고, 보완 보강하면서, 이들 중국내 교류 파트너 지역을 대상으로 충남지역 전체를 대상으로 한 총체적 이미지 마케팅과 장소 마케팅, 그리고 시·군 소재 관광지에 대한 장소 마케팅을 집중적으로 추진한다. ②중국내 여행관련업자와 파워블로거 등을 대상으로 팸투어를 추진한다. 초청대상을 중국 여유국(旅遊局)내 출국관광관련업무 담당자와 중국내 한국관광전문 여행사, 그리고 충남지역내에 소재한 각 대학에 유학중인 중국인 유학생과 이들의 중국내 부모, 친지들을 한국방문 프로그램과 연결, 확대한 '효도 관광', '친지방문' 등의 프로그램과 관광상품을 설계, 운영한다. ③중국 출국관광시장과 개별자유 여행 방식의 한국관광을 계획하는 중국인을 대상으로 지역마케팅 차원에서 충남지역 주요 도시와 관광지를 소개하는 홍보자료를 중국어판으로 제작, 배포한다. 특히, 충남도내 중국인 유학생 자원을 적극 활용한다. 이들이 우리나라의 카카오톡과 같은 웨이신(微信) 등 스마트폰의 눈 기능 등을 활용해, 충남도내 시·군과 관광지에 대한 여행 인상기와 풍경 및 이벤트 참가, 체험활동 사진 등을 중국내의 친지들에게 소개, 전파하도록 적극 장려한다. ④현재 충남도가 상하이시에 설치 운영하고 있는 중국 사무소를 적극 활용해, 현지 관광관련업체와 언론매체 등과 관계망을 구축하고, 현지 관광설명회 개최 등 충남지역을 홍보하기 위한 활동을 적극적으로 추진한다.

둘째, 단체 패키지 관광보다는 개별자유여행 관광객에 중점을 둔다. 쇼핑 및 관련환경 경쟁력 측면에서 차이가 큰 충남이 상술한 바와 같은 틀속에서 운영되고 있는 중국인 단체 패키지 관광객을 유치하기도 쉽지 않고, 설사 유치한다 해도 현재의 중국인 대상 단체 패키지 관광상품의 싸구려 저가 수준을 감안해 보면, 기대할 수 있는 실익도 거의 없다고 판단된다. 따라서 방한 중국인관광객을 충남지역으로 유치하기 위한 전략중점과 유치 대상은 단체패키지 관광객 보다는 갈수록 다양화 되고, 증가추세에 있는 테마별 개별자유여행객으로 해야 할 것이다.

셋째, 국제공항 유치와 항만연계교통망 건설사업의 국책사업화를 추진한다. 충남도의 현안과제는 2016년 3월부터 중국 산동성 웨이하이시 룽옌항과 서산시 대산항 간 국제여객선 취항준비를 위한 항만 확충과 국내 주변 지역과의 교통망 연결사업을 국책사업화 하는 작업이다. 한편, 공항과 관련한 핵심과제는 서산 해미의 군용 비행장을 한-중간 노선을 운항하는 민항기 취항이 가능한 국제공항으로 전환해야 한다는 대정부 설득논리를 개발하는 것이 될 것이다.

넷째, 국내 관광객 유치전략과 연계시켜야 한다. 핵심과제는, 중앙의 관광정책과 방한 중국인 관광객이 선호하는 행태와 수요를 파악해 충남의 지역 특성에 맞추고 연결하는 것이 될 것이다. 이에 대한 접근방법은 내발적 발전 차원의 점진적 상향식 연계전략과 중앙의 예산지원 획득을

위한 국책사업화 전략으로 구분해야 할 것이다. 한편, 충남이 주도적으로 중국인 관광객 유치전략을 수립하고, 성공적으로 추진한다 해도, 한국을 찾아온 중국인관광객들이 충남지역에만 머물다 갈 것이라고 기대할 수는 없다. 따라서 중국인 관광객들이 많이 찾는 인기 방문지이자 국제공항과 국제여객선 항구 소재지인 서울, 인천, 제주 등지와 연계한 관광상품 개발이 필요하다. 이 경우, 단체 패키지 관광보다는 개별자유여행이나 테마관광 영역에 초점을 맞추어야 할 것이다. 관광자원 연계 대상 도시와 연계 유형은 서울을 포함한 수도권 지역이나 제주도 등과 충남-대전-세종-충북으로 구성된 충청권을 연결하는 방안을 검토해 볼 수 있을 것이다.

다섯, 충남지역내에 중국전담여행사를 육성한다. 중국전담여행사 관련 현행 제도 안에 존재하는 문제와 향후 환경변화를 예측하면서, 충남지역내에 뿌리를 둔 중국전담여행사를 육성할 필요가 있다. 이 경우 충남도와 시·군이 자매결연 또는 우호협력관계로 교류하고 있는 중국의 파트너 성(省), 시·현에 소재한 중국 현지 여행사와 전략적으로 연결하면서 추진하는 방안을 적극 검토해야 할 것이다.

여섯, 관광객 수용시설과 관광서비스 사업 영역에서 지역 주민의 권익을 보장할 수 있는 개발방식을 채택하고, 협동조합과 사회적 기업 개념을 적극적으로 결합시켜야 할 것이다. 최근에는 국내 관광시장뿐만 아니라, 방한 중국인 관광객중에서도 개별자유관광객 비중이 증가함에 따라 이들에 대한 개별화된 서비스 제공 수요가 증가하고 있다. 이러한 추세에 맞추어 기존의 단체관광 중심의 여행패턴에서 벗어나 개별 자유여행자의 다양한 선호 항목에 맞춘 관광서비스를 제공하는 역할을 협동조합이 주도할 수 있을 것이다. 예를 들면, 지역문화 체험 등 지역 특화 관광상품과 프로그램 소개 활동을 지역주민이 주도하면서 활성화 시킬 수 있을 것이다. 관광분야 협동조합은 지역사회 발전을 위해서 담당할 수 있는 영역과 역할이 매우 넓고 다양하므로, 정부나 시장에만 의존해서는 충족시키기 어려운 개별화된 관광수요에 맞춤형 서비스를 제공할 수 있을 것이다. 또한, 중앙부처와 대형 여행사 등이 관광패턴과 기본개념 변화에 적절하게 대응하지 못하고 있는 영역에서 지역과 주민을 기반으로 한 협동조합의 역할에 대한 기대와 요구가 갈수록 커질 것이다.

일곱, 충남도와 시·군이 자매결연 및 우호협력관계를 기초로 교류 협력활동을 진행중인 중국내 파트너 성(省), 시·현과의 네트워크를 활용한 관광상품을 전략적으로 개발할 필요가 있다. 전략적 관광상품 개발을 위한 유용한 소재로는 최근 충남도와 각 시·군이 중점 추진해 오면서 부분적으로 성공사례가 출현하고 있는 ‘친환경 마을 만들기’ 등 삼농혁신 분야의 성공사례와

중국의 ‘신농촌(新農村) 건설’ 경험사례 등을 소재로 한 교환방문과 상호학습 프로그램이 될 수 있을 것이다. 또한, 요트, 마리나 해양스포츠 등 해양산업과 해양관광 분야에서는 중국 산동성과 저장성(浙江省) 등에서 중점 추진하고 있는 ‘남색(藍色)경제’ 또는 해양경제 정책과도 연결할 수 있을 것이다.

3. 과제 및 사업화 전략

상술한 조사 및 분석 내용을 기초로, 방한 중국인 입국관광객을 충남지역으로 유치하기 위한 과제와 사업화 전략을 제시해 보면 다음과 같다.

우선, 앞에서 서술한 전략 설계와 과제 도출의 틀속에서 충남도와 관할 시・군의 관광자원 개발 및 사업화 추진 전략을 수립할 때 필요한 원칙과 기본방향을 다음과 같이 정한다. 첫째, 충남도와 시・군의 기존 대(對)중국 교류네트워크를 활성화 시키면서 최대한 활용한다. 둘째, 지역내 기존관광자원 이용 효율을 극대화하면서 자력 추진이 가능하고 신규 투자 수요가 적은 사업부터 단계적으로 시행하며 추진한다. 셋째, 자금 수요가 큰 대형 과제에 대해서는 중앙의 지원을 확보하기 위한 국책사업화 논리를 개발하는 작업을 병행한다. 이러한 원칙과 기본방향 틀 속에서 정리한 충남도 각 시·군의 관광자원 개발 및 사업화 전략은 다음과 같다.

①대(對)중국 충남 장소마케팅과 홍보사업을 추진한다. 주요 과제(사업)는 중국어판 충남관광홈페이지 구축과 충남여행가이드북 발간 배포, 충남도와 시・군의 대(對)중국 교류파트너 도시 대상 홍보사업 추진, 충남지역내 중국인유학생과 이주민을 활용한 대(對)중국 충남 장소 마케팅과 홍보사업 추진, 그리고 국내 및 중국여행사 대상 마케팅과 팸투어 추진 등이다.

②충남도와 시・군의 대(對)중국 교류 파트너 시·현지구와 연계한 정책연수관광상품 개발이다. 주요 과제(사업)는 홍동마을, 청양 알프스마을, 서천 친환경마을 등 3농혁신과 6차산업 성공사례 대상 농촌관광 및 정책연수상품 개발, 테마체험형 관광상품의 발굴·육성 등이다. 또한, 태안군 해안관광자원 개발과 산동성이 중점 추진하는 남색(해양)경제구 정책과 연계방안도 검토한다.

③충남의 역사문화 스토리 개발이다. 주요 과제(사업)는 공주-부여의 백제역사문화유적과 스토리 재현 및 발굴, 당진과 서산의 중국사신 행차 재현, 불교 도래과정과 사찰, 교황 방문지인 솔뫼성지, 해미읍성 등과 연계한 천주교의 도래과정과 종교 박해 관련 유적지 조성과 스토리

발굴, 서천의 성경 도래지 등이다. 또한 청일전쟁과 연관된 성환의 전적지와 스토리도 중국인 관광객의 관심을 끌 수 있는 좋은 소재가 될 것이다.

④지역관광자원의 연계 개발이다. 주요 과제(사업)는 시군별 지역별 관광자원의 특성과 잠재력을 결합하며 연계시키는 것이 될 것이다. 즉, 충남의 해안관광자원축을 동서방향으로 태안-서산-당진과 아산-천안으로 연계시키고, 남북방향으로 서산-홍성, 보령-서천으로 연계시키면서 해양경관 및 휴양, 해양헬스케어 관광상품으로 개발한다.

⑤방한 중국인 입국 관광객을 타깃으로 한 맞춤형 관광상품 발굴, 조성, 운영이다. 주요 과제(사업)는 천안, 아산의 화장품과 온천 및 스파, 의료관광, 금산 인삼축제, 보령 머드축제 등을 특화하여, 중국인 관광객을 타깃으로 하는 쇼핑거점과 쇼핑거리 조성 등이다. 동시에 도로 표지판과 관광시설, 간판 및 편의시설에 중국어를 병기하고, 중국어 구사 가능 관광안내원과 관광업종사 인력을 양성한다.

⑥체류형 숙박시설 건설이다. 주요 과제(사업)는 아산시, 안면도 등 관광거점에 민자유치로 고급 호텔과 콘도미니엄 건설을 추진하고, 동시에 호텔, 펜션, 게스트하우스 등 중저가 숙박시설과 편의시설을 확충한다. 또한, 대리상(agency)을 통하지 않는 협동조합형 기업, 두레기업형 지역 여행사를 육성하고 이를 통한 관광객 유치 방안을 모색한다.

⑦국제관광인프라 구축과 국내외 관광네트워크 협력사업을 추진한다. 주요 과제(사업)는 대산항 및 당진항 대(對)중국 여객선 취항 확대와 크루즈 입항 추진, 그리고 연계 교통망으로 대산-당진, 당진-천안 고속도로와 평택-익산간 제2 서해안고속도로 등이 있다. 또한, 청주공항과 연계한 충남지역 인삼쇼핑과 백제문화권 관광상품 판매 전략 강구, 그리고 산동성 등 황하이(黃海)와 보하이만(渤海灣) 연해지구를 대상으로 한 대(對)중국 문화관광교류 및 관광협력 사업 추진 등이다.

목 차

제1장 서론 ····· 1

1. 문제제기 및 연구목적 ····· 1
2. 연구범위 및 방법 ····· 2
3. 선행연구 검토 및 본 연구의 차별성 ····· 4

제2장 중국 출국관광시장 환경과 방한 중국인관광객 현황 ····· 12

1. 중국인 출국관광객 현황과 특성 ····· 12
   1) 중국 출국관광시장 발전연혁 ····· 12
   2) 중국 출국관광의 최근 발전동향 및 특징 ····· 18
2. 방한 중국인 관광객의 유형별 특성 ····· 28
   1) 일반현황 ····· 28
   2) 중국인 입국관광객의 유형분류 및 행태 특성 ····· 31
   3) 단체관광객과 개별관광객의 현황 및 특성 ····· 36
   4) 방한 중국인 관광객의 수요 특성 조사 ····· 40
3. 소결 및 시사점 ····· 50

제3장 중국관광객 유치 관련 충남 관광현황 및 정책과제 ····· 53

1. 충남의 중국인관광객 유치정책 현황 ····· 53
   1) 중국인관광객 인기 방문지역과의 비교 분석 ····· 53
   2) 광역지자체 대(對)중국 관광정책의 비교분석 ····· 59
   3) 중국인 관광객 유치를 위한 충남관광환경 분석 ····· 64
   4) 중국인 방한 관광객 인식과 선호 관광행태 ····· 72
2. 중국인 관광객 충남 유치를 위한 시사점 ····· 78
   1) 대(對)중국 마케팅과 홍보 강화 ····· 78
   2) 관광자원과 관광상품의 활성화 ····· 78
   3) 체류관광기반 구축 필요 ····· 79
   4) 관광안내와 서비스 개선 ····· 79
   5) 국제관광인프라 구축과 국내외 관광네트워크 협력사업 추진 ····· 80

제4장 중국인 입국관광객 충남 유치전략 ····· 81

1. 전략설계 및 과제 도출 ····· 81
   1) 무엇이 문제인가? ····· 81
   2) 중국인관광객 유치전략과 과제 ····· 83
2. 대(對)중국 전략 네트워크 구축 ····· 97
   1) 충남도 및 관할 시·군의 대(對)중국 교류 네트워크 강화 ····· 97
   2) 충남도 주요 시·군의 대(對)중국 교류 경험과 과제 ····· 100
3. 충남도 각 시·군 관광자원 개발 및 사업화 전략 ····· 108
   1) 기본방향 ····· 108
   2) 충남도 각 시·군 관광자원 개발 및 사업화 전략 ····· 108

제5장 결 론 ····· 115

참고문헌 ····· 121
부 록 ····· 123

표 목 차

<표 1-1> 중국인 관광객 관련 선행 연구 정리 ····· 9
<표 2-1> 중국 관광시장 유형별 관광객규모 변화추이(2005-2012) ····· 15
<표 2-2> 한국 입국관광객 규모 및 3대 입국 시장 ····· 28
<표 2-3> 방한 중국인 입국관광객 수 ····· 30
<표 2-4> 성별 중국인 방한 현황 ····· 32
<표 2-5> 연령별 중국인 방한 현황 ····· 33
<표 2-6> 전체 유학생 대비 중국인 유학생 수 ····· 34
<표 2-7> 충남 소재 대학별 중국인 유학생 현황(2014년 기준) ····· 35
<표 2-8> 조사 대상 일반 현황 ····· 40
<표 2-9> 관광을 목적으로 방문했었던 한국 내 지역 ····· 43
<표 2-10> 충청남도 내 지역 중 가장 좋은 인상을 받았던 곳 ····· 45
<표 2-11> 중국인 관광객을 충남에 유치하기 위한 의견 및 제안 ····· 48
<표 3-1> 청주국제공항 국제노선 운항 확대 ····· 58
<표 3-2> 광역지자체간 대중국 관광정책 비교분석 ····· 62
<표 3-3> 충남지역 관광숙박업 등 관광기반시설 현황(2014년) ····· 65
<표 3-4> 충남지역 유원시설업 등 관광시설 현황(2014년) ····· 65
<표 3-5> 충남지역 농촌관광과 산업관광시설(2014년) ····· 66
<표 3-6> 과거 5년간 주요 항구별 중국인 입국자수 ····· 66
<표 3-7> 충남 관광자원 현황(2014년) ····· 67
<표 3-8> 충남 자연과 인공관광자원 현황(2014년) ····· 67
<표 3-9> 충남 문화관광자원 현황(2014년) ····· 68
<표 3-10> 충남 전통사찰과 성지관광자원 현황(2014년) ····· 68
<표3-11> 충남 해양관광자원 현황(2014년) ····· 69
<표3-12> 충남 지역축제 현황(2014년) ····· 69
<표3-13> 충남 관광안내소 현황(2014년) ····· 70
<표3-14> 충남 관광쇼핑시설과 재래시장 현황(2014년) ····· 71
<표3-15> 금산군 인삼류 제조업체 현황(2013년 12월) ····· 72

<표3-16> 중국인 관광객 한국관광행태 분석 ····· 74
<표3-17> 중국인 관광객 한국관광 만족과 불만족 요인 ····· 75
<표3-18> 중국인 관광객 한국 쇼핑 중 불편사항 ····· 75
<표3-19> 중국인 관광객 쇼핑품목과 선호 상품 ····· 76
<표3-20> 중국인 관광객의 쇼핑장소 ····· 76
<표3-21> 중국인 관광객 유치를 위한 부문별 추진과제 ····· 77
<표 4-1> 현 정부 관광정책 동향 ····· 87
<표 4-2> 철도관광벨트 열차 현황 ····· 89
<표 4-3> 중국 4대 국가급 해양경제 육성지역 발전규획 비교 ····· 94
<표 4-4> 산동성 해양산업 지역별 배치 계획 ····· 96
<표 4-5> 충남도의 對중국 자매결연 및 우호협력 체결 현황 ····· 98
<표 4-6> 충남도 시·군의 자매결연 및 우호협력 파트너 중국 시·현 분포현황 ····· 99

그 림 목 차

<그림 1-1> 연구의 흐름 ····· 3
<그림 2-1> 중국 출국관광객수 변화추이 ····· 18
<그림 2-2> 중국 출국관광객의 총소비액 변화추이 ····· 19
<그림 2-3> 중국인 출국관광객의 출발지 지역별 분포 ····· 20
<그림 2-4> 중국인 출국관광객의 연령대별 분포 ····· 21
<그림 2-5> 중국인 출국관광객의 개인(좌) 및 가정(우)의 월수입 평균치 ····· 22
<그림 2-6> 중국인 출국 관광객이 중시하는 문제 ····· 23
<그림 2-7> 중국인 출국관광객이 여행 시 걱정하는 문제 ····· 23
<그림 2-8> 중국인 출국관광객 선호 요소 ····· 24
<그림 2-9> 중국인 출국관광객 출국 전 검색정보 종류 ····· 26
<그림 2-10> 한국 입국관광객 규모 및 3대 입국 시장 현황 ····· 29
<그림 2-11> 방한 중국인 관광객 수 및 구성비 ····· 30
<그림 2-12> 방한 중국인관광객 방문지역별 비중 ····· 31
<그림 2-13> 성별 중국인 방한 현황 ····· 32
<그림 2-14> 연령별 중국인 방한 현황 ····· 33
<그림 2-15> 중국인 관광객의 분류 ····· 36
<그림 2-16> 단체 관광객(좌)과 개별 관광객(우)의 방한 목적 ····· 37
<그림 2-17> 단체 관광객(좌)과 개별 관광객(우)의 한국 체류기간 ····· 38
<그림 2-18> 단체 패키지 관광객(좌)과 개별 자유 관광객(우)의 한국 여행정보 입수 경로 ····· 38
<그림 2-19> 관광대상국으로 한국을 선택한 이유 ····· 41
<그림 2-20> 중국인들이 관광목적지로 한국을 선택하는 이유 ····· 42
<그림 2-21> 한국 관광에 대한 전체 만족도 ····· 43
<그림 2-22> 중국일반인들의 한국관광에 대한 만족도 ····· 44
<그림 2-23> 충남에 대한 정보를 듣게 된 경로 ····· 44
<그림 2-24> 충청남도 관광자원 및 시설에 대한 만족도 ····· 46
<그림 2-25> 중국인들에게 인상을 줄 수 있는 충남관광자원 ····· 46
<그림 2-26> 충남 방문 이후 인식도 변화 ····· 49

<그림 3-1> 중국인의 한국관광 이미지 구조 ····· 72
<그림 3-2> 한국관광에 대한 인식조사 ····· 73
<그림 4-1> 서산시 대산항과 산동성 룽청시 룽옌항의 직선거리도 ····· 105
<그림 4-2> 서산시 차이나타운 및 중국문화거리 조성 예시도 ····· 112

제1장 서론

1. 문제제기 및 연구목적

2000년 이후 중국정부가 전면적으로 한국방문 관광을 허용한 이후 방한 중국인 관광객수가 가속적으로 증가해 오고 있으나, 이들의 방문 목적지가 서울, 경기, 인천 등 수도권과 제주도, 그리고 부산, 강원도에 편중되어 있고, 충남지역을 방문하는 비중은 매우 적다.

방한 중국인 입국(in-bound) 관광객 수는 2005년 약 71만명에서 2014년에는 613만 명으로 10년만에 8.6배 이상 증가했다. 2013년에는 방한 일본인 입국관광객수를 추월해 방한 입국관광객수 1위 국가가 되었다. 또한 2014년에는 2위인 일본의 방한 입국관광객수는 전년 대비 감소했으나, 중국인 방한 입국관광객수는 41.6% 증가했고, 전체 방한 외국인관광객 총수에서 차지하는 비중도 43.1%를 점유해 전년대비 8% 증가했다. 중국의 경제성장과 주민 소득 증대와 함께 중국인 출국관광시장 규모도 급속한 증가추세를 유지할 것으로 예상되므로 이 같은 증가추세는 향후에도 상당기간 지속될 것으로 전망된다.

한편, 충남관광이 직면한 당면과제는, 중국인 입국관광객이 급증하는 추세 속에서도 충남지역을 찾는 중국인 관광객수는 그 규모와 전국 비중 모두 미미하다는 점이다. 이 같은 현실은 충남이 보유한 관광자원의 국내 타지역 관광자원과의 비교 경쟁력 측면과 충남도 관광전략 차원에서 중요한 과제를 제기하고 있다. 또한, 이러한 한계를 극복하고 돌파하기 위한 충남 특색의 중국인 관광객 유치전략과 충남 관광자원의 전략적 체계화를 위한 노력이 요구된다. 그런 작업을 진행하기 위해서는 우선, 중국인 입국관광객들이 방한 이전에 자국내에서 경험하는 출국(out-bound) 관광시장환경과 선호하는 행태, 그리고 방한 이후 방문한 국내 관광지별 인상과 평가, 제안의견 등을 올바로 파악할 필요가 있다. 단, 이제까지 국내의 관련 연구에서 중국인 관광객들의 방한 입국 이전 환경인 중국내의 출국관광시장 환경과 동향에 대한 체계적 연구는 매우 부족한 실정이다.

본 연구는 이 같은 문제 인식하에, 방한 중국인 입국관광객을 충남지역으로 유치하기 위한 전략을 모색하기 위해, 이들의 송출지인 중국의 출국관광시장 환경과 동향, 중국인 출국관광객

의 출발지 성(省), 시(市) 분포, 행태상의 특징, 그리고 중국 출국관광관련제도와 정책 등을 파악하고자 한다. 이와 함께, 이들이 방한 입국한 이후의 행태와 한국과 충남지역 관광에 대한 의견을 수집 및 조사 분석하고, 이것을 충남이 보유한 관광자원의 개발 잠재력과 연결하기 위한 전략과 방안 모색에 중점을 두고자 한다. 또한 방한 중국인 입국관광객들을 대상으로 충남도 및 관할 시·군의 관광자원과 연관 서비스에 대한 평가의견과 제안 등을 조사, 분석, 정리하고자 한다. 끝으로, 이를 기초로 충남도 및 관할 시·군의 대(對)중국 교류협력대상지역과의 교류협력활동과 네트워크를 중국인 입국관광객 충남 유치전략과 연결할 수 있는 선도사업 발굴 및 실천방안을 모색하고자 한다.

2. 연구범위 및 방법

1) 연구범위

본 연구의 공간적 연구범위는 충남도와 관할 시·군, 특히 대(對)중국 교류협력이 비교적 활발하거나 전략적으로 중시해야 할 시·군이다. 즉, 천안시, 보령시, 아산시, 서산시, 당진시, 금산군, 부여군, 서천군, 태안군 등이다.

중국내 연구대상 범위는 방한 중국인 출국관광객 비중이 높은 중국내 출발지인 베이징-텐진을 중심으로 하는 화북지구와 장강삼각주 지구를 포함하는 화동지구, 그리고 동북3성지구를 포함하고, 특히 황·보하이(黃渤海) 연해지구 성(省), 직할시에 중점을 둔다. 이는 황·보하이 연해지구내의 3개 직할시(北京, 天津, 上海)와 5개 성(遼寧省, 河北省, 山東省, 江蘇省, 浙江省)은 중국내에서도 경제발전 수준과 주민 소득수준이 가장 높은 지구라는 점과 중국인 방한 입국관광객의 중국내 주요 출발지가 서해를 사이에 두고 충남도와 마주 보고 있는 황·보하이(黃渤海) 연해지구와 동북3성지구이기 때문이다.

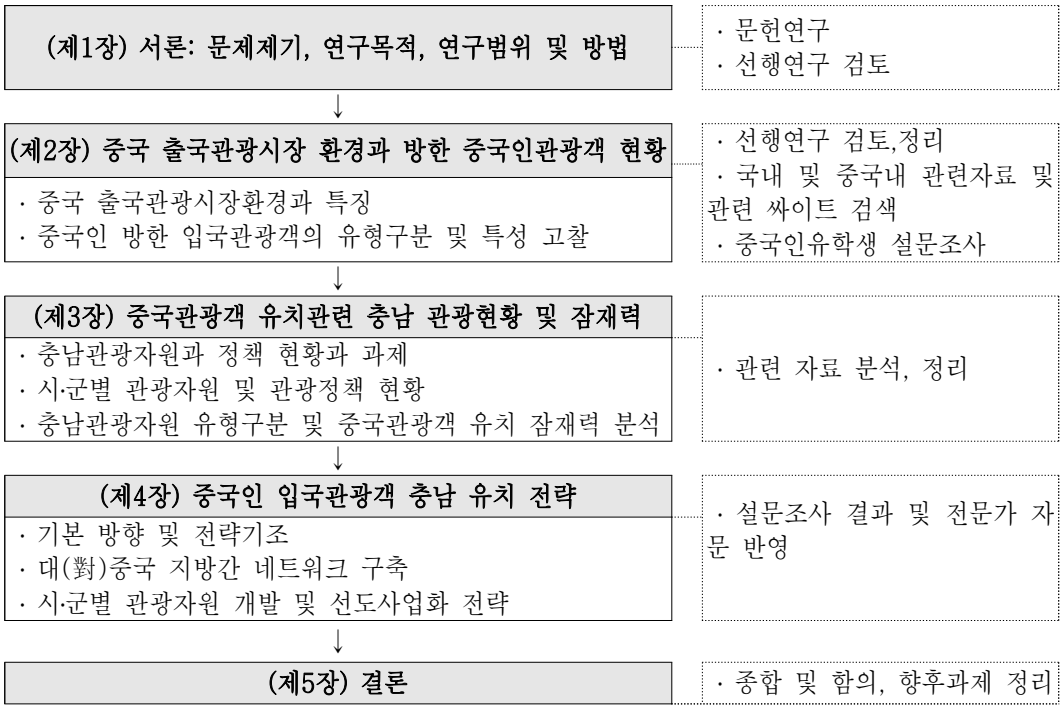
연구의 내용 범위는, ①방한 중국인 관광객들이 충남에 안 오는 원인과 배경 분석, ②중국 출국관광시장환경과 특징, ③관광객 유형별 방한 중국인 입국관광객 특성 분석, ④충남지역 관광자원 현황 및 잠재력 분석, ⑤중국인 유학생 대상 심층조사, ⑥중국인 입국관광객 충남유치 전략이다.

2) 연구방법

본 연구는 국내의 중국인 관광객 행태 특성과 유치전략 관련 기존연구 내용을 검토, 정리하고, 이를 기초로 중국인 입국관광객 충남 유치 전략의 전체 틀과 내용을 추론 및 디자인 하고, 문헌조사 및 실태조사, 인터뷰 등을 통해서 확인·보완하면서 진행했다. 설문조사는 공주대학교에 재학중인 중국인 유학생을 조사원으로 국내 체류중인 중국인들을 대상으로 진행했고, 유학생 조사원과 한국관광문화연구원 등 관광분야 전문연구자와 관광업 실무 종사자 등과의 면접조사 및 인터뷰 등의 방법으로 진행했다.

중국내 자료와 정보 수집·조사는, 중국국가여유국(中國國家旅遊局: http//www.cnta.gov.cn)과 허베이성(河北省), 산동성 등 중국내의 관광관련 기구와 중앙 및 지방정부 웹사이트와 중국내에서 출간된 관광관련 서적과 보고서내 관련 내용을 분석, 정리했다. 또한 중국내 관광관련 인사에 대한 조사도 이메일, 전화통화, 현지 출장 등을 통해서 진행 보완했다.

본 연구는 서론, 결론 부분을 포함해 총 5개 장의 내용으로 장별 연구내용의 흐름은 다음과 같다.



〈그림 1-1〉 연구의 흐름

3. 선행연구 검토 및 본 연구의 차별성

1) 선행연구 검토

관광정책에서 다루어야 할 영역과 관련, 허대중・김남호(2002)는 관광정책의 기본적 속성을 외래 관광객 유치 정책으로 규정하고, 외래관광객 유치를 위한 홍보, 관광 인프라 구축 및 전・후방 연계산업의 육성을 통한 산업 진흥, 관광정보 안내 및 관광객 접대, 출입국수속절차 및 비자발급제도, 관광객 송출국가와의 정책협의, 관광자원의 개발 및 발굴, 상술한 기능을 수행할 제도 및 조직의 총체라 규정했다. 본 연구는 이와 같이 총체적 고찰이 요구되는 관광정책 영역 내에서, 방한 중국인 입국관광객을 충남에 유치하기 위한 전략 모색에 초점을 맞추고 있다.
한편, 국내 입국(inbound) 관광시장에서 중국인 관광객이 차지하는 비중이 급격히 증가함에 따라, 각 시・도 연구원과 한국문화관광연구원 등 정책연구원에서 다양하게 연구가 진행된 바 있다. 이들 연구는 크게, ①국・내외 관광산업 관련 제도 및 정책을 중국인 관광객 유치에 초점을 맞추어 분석한 연구, ②중국인 관광객의 유형화 및 유형별 관광수요 및 행태 특성을 분석한 연구, ③지방자치단체 차원에서 중국인 관광객 유치를 위한 실태조사 및 전략수립에 관한 연구로 구분할 수 있다.

(1) 국·내외 관광산업 관련 제도 및 정책에 관한 연구

최경은(2014)은 2013년 10월부터 시행되고 있는 중국 여유법(旅遊法)이 중국인 출국관광 및 방한 중국인 입국관광에 미친 영향과 변화동향을 조사, 분석, 정리했다. 중국 '여유법' 의 시행에 따라, 입국관광객시장에서의 저가상품 및 옵션 강요 금지, 송출 여행사와 랜드사 간의 불공정 거래 금지 등의 규정이 시행에 따라 단체 패키지 중심의 상품구조에서 자유일정이 강화된 상품형태로 변화되고 있음을 밝히고, 이에 따라 상품구성의 내실화와 함께 개별관광객 유치 및 만족도 제고를 중심으로 하는 정책 및 상품개발 필요성을 제시했다.

또한, 중국전담여행사 지정제도에 관한 김상태(2012)의 연구에서는, 목적지 지정제도에 의해 송출국가에서의 전담송출여행사와 유치국가에서의 유치전담여행사(랜드사)에 의해 상품구조가

형성되는 중국인 단체 관광객의 송출 관행 관련, 유치전담여행사 간의 경쟁이 치열해짐에 따라 원가 이하의 저가상품을 판매한 후, 쇼핑 위주 일정으로 수익을 보전하는 등의 문제를 지적하고, 해외 사례 조사와 업계 관계자들과의 인터뷰를 통해 유치전담 여행사의 지정 및 관리 방안을 모색했다. 이에 대한 대안으로. 지정여행사에 대한 갱신제 도입, 초저가상품 및 무자격 가이드 고용에 대한 규제, 양국 간 여행사 정보에 대한 공유 시스템 구축 등을 제시했고, 이에 대한 우선정책과제로는 ①규제위반 업체에 대한 시장 재진입 방지시스템 구축, ②시장상황에 대한 실태조사의 내실화 ③업체 간 불법행위에 대한 관리감독 강화 등을 제시했다.

한편, 김현주・안희자(2013)는 지역 내에서의 관광활동이 지역주민의 소득으로 연결되지 못하는 지역 관광산업구조에 대한 문제의식을 바탕으로, 해외사례조사방법을 통해 사회적 협동조합 형식의 관광산업체 육성방안을 모색했다. 주요 연구 결과로는 ①여행상품개발형, ②숙박형, ③농산어촌체험형, ④관광안내서비스형의 관광분야 사회적 협동조합의 사업모델을 구상해 볼 수 있고, 이를 위해서 관련 정책 및 제도적 기반의 정비, 지역 내 관광분야 사업체들 간의 네트워크 구축, 협동조합 형태의 사업체에 대한 운영 내실화 등을 제시했다.

(2) 중국인 관광객 현황 및 관광수요 특성을 분석한 연구

중국인 관광객 현황 및 수요 특성에 관해서 최경은(2011)은 중국인의 소득증가에 따른 관광객 유형의 다양화 측면을 고려해 맞춤형 유치 방안을 제시했다. 즉, 중국인 입국 관광객 유형이 다양화되고 개별 관광객 수가 증가하고 있는 추세임에도 불구하고, 중국인 입국 관광객에 대한 국내의 기존 연구가 주로 단체 패키지 관광객을 대상으로 하는 연구에 편중되어 있다는 문제의식 하에 2010년 외래관광객 실태조사 원자료(raw data) 중 중국인 부분을 발췌해 방한 중국인 개별관광객의 관광행태와 수요를 분석하고, 그에 대한 대안을 제시했다. 방한 중국인 개별관광객들은 단체 관광객에 비해 다양한 목적으로 방한하고 있기 때문에, 이들에 대한 세부시장별 맞춤형 전략이 필요하고, 개별 관광 비자에 대한 발급요건을 지속적으로 완화하고, 중저가 숙박시설 및 중국어 관광안내서비스 등 관광 인프라를 구축하는 한편, 관광 목적지에 대한 다양한 방식의 홍보를 통해 서울과 제주도에 편중된 관광목적지를 다변화할 것을 제안했다.

한편, 유다형(2014)은 최신의 중국 현지자료를 활용해 방한 중국인관광객의 송출규모, 송출지

역, 수요특성, 여행지 선호요인 등을 분석, 정리했다. 특히, 한중 FTA 타결로 한국여행사가 중국 현지에서 단독회사를 설립해 관광객을 유치하는 것이 가능해지고, 전체 관광객 중 67%를 차지하는 80~90년대 출생 젊은층 관광객의 특성을 고려해 볼 때, 한류 관광객에 대한 모객이 훨씬 용이해질 것이라고 전망했다.

(3) 지방자치단체 차원의 중국인 관광객 유치를 위한 실태조사 및 전략수립 관련 연구

지방자치단체 차원에서도 다양한 측면에서 중국인 관광객 유치를 위한 정책연구를 진행했다. 김경태 외(2014)는 충남 해양관광지역의 여건분석을 통해, 새로운 해양관광테마를 발굴하고, 지역별 해양관광자원의 효율적 활용 및 해양관광 거점지 육성을 통한 해양관광지역으로서 경쟁력 제고 방안을 모색했다. 또한 가로림만에 연한 태안군, 서산시, 홍성군, 보령시, 서천군 지역 관광지 활성화 방안과 지역별 해양관광자원의 차별화와 네트워킹·벨트화, 관광인프라 시설과 사업화 방안 등을 제시하는 데 중점을 두었다.

또한, 김경태 외(2013)는 서산 대산항과 산동성 웨이하이(威海)시 룽옌(龍眼)항 간 여객선 취항에 따른 중국인 관광객 유치전략을 관광 인프라 시설과 사업화 방안과 연계해 제시했다. 특히, 충남지방에 처음으로 국제여객선이 취항하게 된다는 점에 비추어, 단기 전략으로는 중국인 관광객 전문 쇼핑시설 및 음식점 확충, 관광객을 위한 상설 야시장 조성, 모텔 등의 낙후된 숙박시설의 개선, 관광안내소 설치 및 안내원 배치, 관내 중국인 관광객 전담 여행사 육성 및 모객 인센티브 제공 등 물적, 제도적 인프라 확충에 중점을 두었고 있으며, 중장기적으로는 친 중국(Chinese-Friendly)적인 지역 이미지를 구축하고, 보다 적극적인 마케팅을 통해 대산항 뿐만 아니라 다른 통로를 통해 방한한 경우에도 서산지역과 충남지역으로 유인할 수 있는 매력적인 관광상품과 자원 개발 방안을 제시했다.

또한 심진범(2006)은 인천지역을 대상으로 '한류(韓流)', 즉 한국 대중문화에 대한 선호 현상에 기반한 촬영지 방문, 스타 미팅, 공연관람, 음식 등 한국문화체험을 위해 방한하는 중국인 관광객의 행태와 인천시의 관련정책 동향을 조사하고, 향후 대응정책 방안을 제안했다. 한류관광의 주된 문제점으로는 드라마나 영화의 인기에 기대어 이루어지는 촬영지 방문 형태의 관광의 수명주기가 매우 짧다는 점, 촬영지 방문 관광이 주변 지역의 다른 관광자원과 연계되지

못한다는 점이 제시되었고, 이를 개선하기 위해, 출연배우의 스타성을 활용해, 이들의 공연활동을 지역 내에서 유치하는 방안, 지역 내 다른 관광자원과 연계된 관광 패키지 프로그램의 개발, 통합적 관광마케팅 추진체계 구축 등의 대안을 제시했다.

한편, 지자체 차원에서의 연구는 아니지만, 김현주(2012)는 2020년 경 외래 관광객이 2천만 명으로 증가할 것이라는 예측 하에, 현재 서울과 제주에 집중되고 있는 외래 관광객의 지방분산 방안을 연구했다. 단기적으로는 기존 관광자원을 활용해 서울 관광과 연계된 지방 관광프로그램을 개발하는 한편, 권역별로 외래 관광객 전용 셔틀 버스를 운영하고, 언어별 관광안내원을 배치하는 등 접근성과 편의성을 개선할 것을 제안했다. 또한, 장기적으로는 권역별 지방공항이나 국제항을 중심으로 하는 지방 차원의 독자적 관광 프로그램의 개발과 마케팅을 통해 경유지 차원의 관광지가 아닌 목적지로서의 관광지로 개발해야 한다고 주장했다.

한편, 박경철・강수현(2014)은 대(對)중국 교류 협력을 활성화하기 위한 전략의 틀 속에서 연구를 진행했다. 전통적으로 충남도 및 서해안권 시·군이 중국과 교류해왔던 전통에 이어 최근 중국경제의 부상에 따라 교류 협력의 필요성이 증가하고 있다는 배경 하에, 각 시·군의 대(對)중국 교류협력대상지역과의 교류협력활동 현황과 문제점을 정리하고, 교류협력 활성화 방안을 제안했다. 충남도의 대(對)중국 교류 사업은 자매결연 및 우호협력체결, 문화 및 인적교류, 통상교류로 구분될 수 있는데, 그 방향성과 초점이 모호하다고 문제제기하고, 도의 서해안비전에 비추어, 사업의 내실화를 꾀하는 방향으로 개선되어야 한다고 주장했다. 이를 위해 담당 전문 인력에 대한 육성과 배치, 자치단체장 및 공무원, 일반시민의 중국교류에 대한 인식 제고가 필요하다고 했다.

한편, 이정훈 외(2005)는 경기도와 산동성 간의 문화자원의 개발과 교류 프로그램 구축을 통한 관광활성화 방안을 연구했다. 그 방안으로, 첫째, 기존시장 확장, 새로운 시장 창출을 위해 기업의 인센티브 연수, 수학여행 등 특수목적 관광교류 활성화, 둘째, 중국인들이 선호하고, 시장 창출과 재방문을 높일 수 있는 새로운 관광자원과 프로그램 개발, 셋째, 관광교류협력을 원활하게 수행할 수 있는 시스템, 네트워킹, 인프라 구축 등을 제안했다. 민간 차원의 교류를 활성화하기 위해서는 이를 지원하는 공공부문 간의 공식적 채널이 중요하다는 문제의식에 근거해, ①문화관광자원 개발 및 교류에 대한 총괄적인 업무를 전담할 관광부서의 설치와, ②경기개발연구원과 산동성 사회과학원과의 정례화된 인적, 물적 교류체계 구축을 중점적으로 제안했다.

김수행 외(2007)는 경기도와 산동성의 문화산업 협력방안을 연구했는데, 문화산업이 고부가가치산업으로 각광받고 있으며, 한류열풍 등 중국에서의 한국 대중문화컨텐츠의 시장성이 높아지고 있는 배경 하에, 문화산업 부문에서 교류, 협력 필요성이 제기되고 있지만, 실질적으로 중국에 대한 정보 부재, 일회성 교류사업의 추진, 전문 인력 부재 등의 문제점이 있음을 분석했다. 이에, 경기도와 산동성 양 지역 간 문화산업 협력을 위한 구체적 프로그램으로, ①경기-산동 문화산업 참가단 교류사업, ②창작리소스 공동개발사업 지원, ③문화컨텐츠 전시회 참가지원 및 교류 활성화 지원 등을 제안했다.

또한, 신종호 외(2011)는 경기도의 대(對)중국 교류협력 강화방안을 연구했다. 즉 세방화 시대의 도래와 중국의 부상으로 인해 지자체 차원에서 중국과의 교류협력의 필요성이 증대되는 배경 하에서, ①교류 목표의 부재, ②교류정책 컨트롤 타워의 부재, ③교류대상지역의 편중 등 현행 경기도 대(對)중국 교류에 대한 문제 의식을 바탕으로, 경기도의 대(對)중국 교류협력 강화를 위한 기본 방향과 4대 전략으로서, ①양방향 맞춤형의 실용화, ②지역별 거점화, ③미래지향적 다원화, ④거버넌스의 체계화와 이를 실천하기 위한 세부 정책방안을 제안했다.

〈표 1-1〉 중국인 관광객 관련 선행 연구 정리

구분	연구자	연구주제	발행기관
관광정책 및 제도에 관한 연구	최경은(2014)	중국 여유법 시행 이후 관광동향 분석 및 정책 과제	한국문화관광연구원
	김상태(2012)	중국전담여행사 지정제도 개선 방안	한국문화관광연구원
	김현주 · 안희자(2013)	관광분야 사회적 협동조합 육성방안.	한국문화관광연구원
관광객 현황 및 수요 특성에 관한 연구	최경은(2011)	중국인 개별관광객 유치 활성화 방안	한국문화관광연구원
	유다형(2014)	중국인 해외관광객 현황분석: 여행객 규모·구성·선호	인천발전연구원
지역개발 및 대중국 교류 정책의 틀에서 중국인 관광객 전략을 모색한 연구	김경태 외(2014)	충남 서해안 해양관광 거점 및 벨트화 육성전략	충남발전연구원
	김경태 외(2013)	서산 대산항 국제여객선 취항에 따른 단계별 국내외 관광객 유치 전략	충남발전연구원
	김현주(2012)	방한 외래관광객 지방분산을 위한 정책방안	한국문화관광연구원
	박경철 · 강수현(2014)	충남도의 對중국 교류협력의 실태 분석 및 활성화 방안 연구	충남발전연구원
	심진범(2006)	인천지역 한류관광 실태 및 대응정책 방안	인천발전연구원
	이정훈 외(2005)	한중 관광교류 활성화를 위한 문화관광자원 개발 및 교류 프로그램 구축 연구: 경기도와 산동성을 중심으로	경기개발연구원
	김수행 외(2007)	경기도와 산동성의 문화산업 협력방안	경기개발연구원
	신종호 외(2011)	경기도의 對중국 교류협력 강화방안	경기개발연구원

2) 선행연구의 시사점과 본 연구의 차별성

중국 ‘여유법(旅遊法)’의 시행, 전담 여행사 제도, 개별 자유여행 관광객의 증가에 따른 중국인 관광시장의 분화 등 중국인 입국관광시장에서의 제도적 여건 및 중국인 관광객들의 수요 특성 변화에 따라 관광정책연구의 대상과 방향이 점차 단체 패키지 관광객 중심의 유치 전략에서 개별화, 차별화된 관광객 유치 전략으로 변화하고 있다. 이는 향후, 충남도 차원에서의 중국인관광객 유치전략 수립에 있어, 충남도 각 지역의 관광자원과 직접적으로 연계해 수도권에 집중된 관광객의 충남 유입을 촉진시키는 것이 보다 유효한 전략이 될 수 있다는 함의를 제공한다.

또한, 다수의 연구들이 중국인 관광객 유치 전략을 단기 과제와 중장기 과제로 구분하는 단계별 전략을 제시하고 있다. 우선, 부족한 물리적 인프라를 확충하는 등의 단기적 작업을 시행하면서 관광객의 만족도를 높여 재방문의사를 제고시키는 전략이 필요하다. 특히, 충남도의 경우에는 관광객을 위한 기초인프라가 부족해, 매력적인 관광자원을 지녔음에도, 이를 상품화시킬 엄두를 내지 못하는 측면도 있다. 한편, 중장기적으로는 잠재적 관광객들에게 지역을 홍보하고 긍정적 이미지를 전달해 줄 수 있는 매체와 채널을 확보하는 작업이 필요하며, 지역 특유의 장소자원을 마케팅을 통해 관광자원으로 개발하고, 나아가 이들의 수요에 맞추어 신규 관광객을 유인할 수 있는 관광자원개발 전략을 수립해야 할 것이다. 또한, 이를 종합적으로 추진할 수 있는 기구나 조직의 설립도 검토해 볼 필요가 있다.

한편, 지방의 관광정책이 관광객 유치 중심에서 지역교류 및 지역개발, 문화산업 등의 종합적 지역정책으로 변화해 오고 있다. 지방연구원에서 실시된 다수의 연구들이 지역개발정책을 수립하는 과정에서 중국인 관광객 유치와 더불어 중국과의 교류 협력을 중요한 정책 변수로 고려해 계획을 수립하고 있다. 이는 향후, 중국인 관광객 유치전략이 관광 인프라 구축과 지역 사회의 경제, 산업구조에도 영향을 줄 수 있는 포괄적 체계의 계획이 될 것이라는 전망을 가능케 한다.

중국인 입국관광객을 충남지역에 유치하기 위한 전략 모색을 위한 본 연구의 특징은, 첫째, 충남도 및 관할 시·군의 입장과 관점에서 본다는 점이다 즉, 방한 중국인 관광객의 출국 이전 중국내 출국관광시장 환경과 중국인 출국 관광 예정 및 희망자들의 출발지 지역 분포와 선호행태와 특징 등을 충남도 및 관할 시·군의 입장과 관점에서 고찰, 분석했다. 둘째, 전략과 정책 추진을 위한 기초 인프라인 대(對) 중국 교류협력네트워크 구축과 이를 중국인 관광객 유치 전

략과 연결하는 데에 중점을 두고 있다는 점이다.

본 연구는 이 같은 문제의식과 목적의식 하에, 중국의 출국관광정책과 제도환경, 그리고 충남도 및 관할 시·군과 (자매결연 및 우호협력 등의 형태로) 교류협력 관계를 맺고 있는 중국내 파트너 지역의 주요 현황과 지역발전전략 등을 조사 분석하고, 이를 충남도 각 시·군의 관광자원과 관광객 유치전략과 연결방안을 모색하는 데 중점을 두었다.

제2장 중국 출국관광시장 환경과 방한 중국인관광객 현황

1. 중국인 출국관광객 현황과 특성

1) 중국 출국관광시장 발전연혁[1)]

개혁개방 이후 30여 년 간 중국의 출국관광 발전과정은 크게 3개 단계로 구분할 수 있다.

(1) 시작단계(1983~1997)

중국인 출국관광은 1980년대의 홍콩, 마카오 친척 방문 여행에서 시작되었다. 개혁개방 초기에 중국정부가 연해지역의 거주민과 해외거주의 친척들과의 만남을 주선하기 위해 "친척 방문 여행 시험지구" 지정을 추진하기로 결정했고, 1983년 11월 15일, 광동성에서 홍콩행 친척 방문 여행단이 출발함으로써 내지(内地) 주민 최초의 출국관광이 시작되었다. 당시의 여행 형태는, 해외의 친지가 비용을 지불하고 기한 내 귀국을 보장해야 했으며, 특별한 비준을 받은 몇 개의 여행사가 경영했고, 여행 목적지는 홍콩과 마카오로 국한되었다.

1990년 10월, 국가여유국(国家旅游局)이 외교, 공안(公安), 화교판공실(侨办) 등과의 협의와 국무원 비준을 거쳐, '중국 공민의 동남아 3국 관광실시에 관한 잠정관리방법(关于组织我国公民赴东南亚三国旅游的暂行管理办法)'을 발표한 후 중국 공민의 싱가폴, 말레시아, 태국으로의 친지방문 관광을 허가했다. 이어서, 1992년 7월에는 친척방문관광 목적지 국가로 필리핀이 추가되었고, 9개의 여행사가 친지방문 관광업무 담당 허가를 받았다.

1987년 11월에 국가여유국(国家旅游局)과 대외경제무역부가 랴오닝성(辽宁省)의 단동(丹东)시에 북한 신의주에 대한 일일 관광을 허가함으로써, 중국 국경지역관광(边境관광)이 가능하게 되었다. 1998년 상반기 중 헤이롱장(黑龙江), 네멍구(内蒙古), 랴오닝(辽宁), 지린(吉林), 신장(新疆), 윈난 (云南), 광시(广西) 등 7개 성(省), 자치구(自治区)와 러시아, 몽고, 북

1) 夏建國,魏曉明(2009)와 이현주(2010). 29~32쪽의 관련내용 재정리 보완했음.

한, 카자흐스탄, 키르기스탄, 타지키스탄, 미얀마, 베트남 등 8개 국가의 국경지역 관광이 허가되었다. 당시 국가의 비준을 받은 국경지역 관광 사업은 56개에 달했고, 여행기간은 일일관광에서 8일 정도까지 였다. 1997년 국경 지대 관광 프로그램을 통해 중국을 관광한 인접국 관광객 수는 7,118만명에 달했고, 중국 공민이 국경지대 관광 프로그램을 통해서 인접국을 관광한 수는 170만명에 달했다.

1997년에 이르러 중국의 출국관광객 수는 532만 명에 달했고, 이 중 공적인 업무가 288만 명, 사적인 사유(친지 방문 포함)로 인한 해외출국자가 244만명에 달했다. 또한 1993년에서 1997년까지의 기간 중, 여행사를 통해 해외로 출국한 관광객 수는 연평균 30만명이 증가했고, 연평균 증가율 42%를 기록했다.

(2) 규범적 발전단계(1997~2002)

이 시기에 중국내 출국관광시장에 나타난 주요 변화는 다음과 같다.

첫째, 출국관광 규모가 급속하게 확대되었다. 1997년부터 2001년까지 기간중 연평균 총출국자 증가자수가 170만명에 달했다. 둘째, 사적(私的) 사유 출국이 급속히 증가했다. 사적 사유의 출국자 수가 연평균 112.7만명으로 공적 사유의 출국자 수(연평균 57.6만명)의 약 2배에 달했다.

1997년 7월 1일, 국가여유국과 공안부(公安部)가 공동으로 제정하고 국무원 비준을 받은, '중국 공민 자비 출국관광 관리 잠정방법(中国公民自费出国旅游管理暂行办法)' 이 발표되어 시행됨에 따라, 중국 공민의 자비 출국관광이 정식으로 시작되었고, 이를 계기로, 출국관광 시에 더 이상 친지방문이라는 명분이나 이유가 필요치 않게 되었다. 이어서 1997년 하반기부터 1999년 초까지 연속적으로 호주, 뉴질랜드, 한국과 일본을 자비 해외 관광 목적지 국가로 개방 비준했으며, 2001년 6월부터는 베트남, 캄보디아, 미얀마, 브루나이 등이 차례로 개방되었다.

또한 중국정부는 '출입연계(出入挂钩), 총량통제, 할당관리(配额管理)' 원칙을 명확히 하고, 심사비준증명(审核证明), 단체 리스트(团队名单表), 대행업소 관리(代办点管理), 가이드 인증(领队认证) 등을 포함한 비교적 체계적인 출국관광 관리제도를 수립했다.

이 시기동안 출국관광업체 수는 67개로 증가했으며, 2000년에 중국인 출국관광객 수가 최초로 1,000만 명을 넘어섰고, 2001년에는 1,213만 명에 달했다.

(3) 가속발전단계(2002년~현재)

2002년 7월 1일부터 '중국 공민 출국관광 관리법(中国公民出国旅游管理办法)'이 정식 시행됨에 따라, 출국관광 관련 절차가 간소화되고, 출국관광 전문여행사가 증가하면서 출국관광은 더욱 편리해졌다. 특히 출국관광 경영허가를 내준 단체에 대해, 동태화(动态化) 관리 실행, 외국 접대 단체에 대한 자격규정, 가이드와 서비스 품질에 대한 명확한 요구를 규정하고, 규정을 어기면 엄격하게 처벌하는 등 출국관광 서비스 품질 제고와 관광객의 합법적인 권익 보호를 위한 조치 등을 시행했다.

최근에는 중국의 총체적 정치환경과 대외정치외교가 안정 속에 진일보 발전하면서, 중국의 출국관광환경도 진일보 발전하고 특화되고 있다. 미국과는 충돌과 대립을 피하고 상호 존중, 합작 공생을 지향하자는 소위 "신형 대국관계(新型大國關係)" 건립에 동의했고, 러시아와는 '세기계약(世紀合同)'을 체결함으로써 중·러 관계도 새로운 발전단계에 진입했고, EU와도 경제, 인문, 정치 영역 모두에서 발전이 있었고, '실크로드 경제지대'와 '21세기 해상실크로드' 소위 '일대일로(一帶一路)' 건설, 해와특구인 '중국 아세안 자유무역구', '아시아 기반시설투자은행(AIIB)' 설립, 방글라데시-중국-인도-미얀마 경제회랑, 그리고 중국-파키스탄 경제회랑 건설 등 일련의 중대한 합작항목들을 제안 또는 추진중이다.

2013년말 기준, 중국인 출국관광 목적지 국가와 지구 중 정식으로 관광목적지로 개방한 곳이 110개에 달한다. 2013년에는 특히 중국인 출국관광객의 목적지 국가들이 중국인관광객(遊客: 요우커)에 대한 비자발급수속을 간편화 하고 있다.

중국내에서도 관광산업에 대한 관심이 날로 급증하고 있는데, 이는 관광수입 부분이 중국경제의 상당한 부분을 차지하기 때문이다. 2013년 중국 입국관광객 현황을 보면, 인·회(人次) 수와 수입액이 세계 4위이고, 중국 국내 관광총소비는 2조 6276.1억 위안으로 세계 최대 규모이고, 전년동기 대비 15.7% 증가했다.

〈표 2-1〉 중국 관광시장 유형별 관광객규모 변화추이(2005-2012)

(단위: 만인·회,%)

년도	출국관광객		입국관광객		국내관광객	
	규모	증가율	규모	증가율	규모	증가율
2005	3102.6	7.5	12029.2	10.3	121200	10.0
2006	3452.4	11.3	12494.2	3.9	139400	15.0
2007	4095.4	18.6	13187.3	5.6	161000	15.5
2008	4584.4	11.9	13002.7	-1.4	171200	6.3
2009	4765.6	4.0	12647.6	-2.7	190200	11.1
2010	5738.7	20.4	13376.2	5.8	210300	10.6
2011	7025.0	22.4	13542.4	1.2	264100	25.6
2012	8318.2	18.4	13240.5	-2.2	295700	12.0
평균	-	15.1	-	1.4	-	13.6

자료: 中國統計年鑑 각 년도

이외에도, 중국 관광업은 취업 촉진, 투자 유치, GDP 증가 등에 중요한 공헌을 했다. 2013년, 중국 관광업은 6,400만 개의 일자리를 창출했고, 일자리 증가 방면에서 공헌도 세계 1위를 점했다. 관광업이 유치한 연간 투자액은 1170억 달러로 미국(1457억 달러)에 이어 세계 2위이다. 관광업이 직접 혹은 간접적으로 창조한 GDP는 8501억 달러이고 GDP 증가에 대한 공헌도가 미국에 이어 세계 2위이다. 이는 아시아 지구 및 세계 평균수준보다 월등히 높은 수준이다.

한편, 중국내 10대 관광뉴스를 통해서 중국 관광업계가 주목하는 내용을 보면, 여유법(旅游法), 문명관광, 관광 창의(創意), 출국관광, 업종간(跨界) 관광 등이었다. 특히 2012년 12월 4일, 시진핑이 주재한 중공중앙 정치국회의에서 심의, 통과된 "8항 규정(規定), 6항 금령(禁令)" [2] 이 시행되면서, 중국 국내호텔, 여행사, 경관지구 경영에 큰 영향을 미쳤다. 즉, 관광업계가 새로운 형세 하에 경영전략을 부단히 조정하면서 점진적으로 대중소비 위주의 시장구조로 회귀하도록 했다.

최근에 중국 출국관광시장 환경에 가장 중대한 영향을 끼친 것은, 중국정부가 2013년 4월에

2) "8項規定"의 주요 내용은, ① 조사연구의 개선, ② 회의활동 간소화 및 회의풍토 개선, ③ 문건과 뉴스레터 간소화, ④ 출국방문활동 규범화, ⑤ 경호업무 개선, ⑥ 언론보도 개선, ⑦ 문장 발표, 출판활동 엄격하게 개선, ⑧ 근검절약 엄격 시행. "6項禁令"의 주요 내용은, ① 상호방문, 선물 증정, 연회 등 새해인사 활동에 공금 사용 엄금, ② 상급부문에 지방 특산품 증송(贈送) 금지, ③ 선물, 금품, 유가증권, 지불증명, 선불상업신용카드 수수 등 규정위반 엄금, ④ 재물의 남발과 겉치레 사치와 낭비 엄금, ⑤ 기준을 초과하는 접대 엄금, ⑥ 도박활동 조직과 참여 엄금이다.(부록: 첨부자료 "8項規定, 6項禁令 全文 참고)

공포하고 동년 10월부터 시행한 ‘여유법(旅遊法)’이라 할 수 있다. ‘여유법’의 주요 취지와 목적은 관광시장 정화이다. 즉, ‘단체관광비용 제로’와 같은 여행사간 악성 경쟁을 소멸시키고, 관광소비자인 관광객의 합법적 권익을 보호하기 위한 것으로, 출국관광의 건강한 발전을 제도적으로 보장하기 위한 것이다. 단순히 가격경쟁에 의존하는 여행사는 갈수록 경쟁우위를 상실하게 하고, 반면에 특화되고 풍부한 상품체계를 통해 시장가격을 안정시키고 소비문턱을 낮춘 여행사와 업자가 점진적으로 주도권을 가질 수 있게 하도록 하는 것이다.

‘여유법(旅遊法)’ 제 35조에는 “여행사는 불합리한 저가로 관광활동을 조직하고 관광객을 유인해서는 안되며, 쇼핑 또는 별도의 비용지불 관광항목 안배를 통해서 리베이트 등 부정당 이익을 취해서는 안된다.” 고 명확하게 규정했고, 동시에 제 41조에는 “가이드와 인솔자는 응당 증표를 패용해야 하고, 직업도덕을 준수하고, 관광객의 풍속습관과 종교신앙을 존중해 주어야 하고, 관광객에게 관광문명행위규범을 고지 또는 설명해 주어야 하고, 관광객의 건강과 문명관광을 인도하고, 관광객의 사회도덕 위반행위를 제지하고, 문명관광으로 인도해야 한다.” 라 규정했다. 이는 관광활동 특히 출국관광 이미지를 제고하는 데 중대한 영향을 미쳤다.

한편, ‘여유법’ 시행 이후 중국내 대형 관광시장에 ‘단기적 축소’ 현상이 나타났었다. 이는 ‘여유법’의 구체적인 실시세칙이 시행되지 않았고, 계약에 대한 통일 규범과 명확한 사법해설 등이 부가되지 않아서, 출국관광 업무를 담당하는 여행사나 기업들이 여유법에 대해 과도하게 집행하는 경향을 보였고, 동시에 관광객들은 과도하게 권익을 주장하는 경향이 나타난 결과라 할 수 있다. 단, ‘여유법’의 입법 취지와 중국 관광업의 발전상황을 볼 때, ‘여유법’은 중국관광시장을 규범화 하고 관광객의 자질을 성숙시키고, 여행사를 대표로 하는 관광업 구조의 승급(昇級)을 촉진할 것으로 예상된다.

2013년 중국 관광산업에서 나타난 5개의 전형적인 특징은 다음과 같다. 첫째, 양증일감(两增一减)이다. 3대 시장 중, 출국 및 국내 관광은 증가(성장율은 다소 둔화)했고, 입국(入境)관광은 지속적으로 감소했다. 둘째, 대자본이 관광업종에 진입했고, 관광투자주체가 다원화되었고, 민간자본이 관광투자의 주력(主力)이 되었다(민간자본 관광투자액이 관광직접투자총액의 약 57% 점유). 셋째, 관광소비행위 자주화, 다양화, 관광공간의 광역화, 도시, 향촌(乡镇) 및 촌락 모두 중요한 관광활동공간화가 진행되었고, 동시에 창의관광, 온라인(在线)관광, 컨벤션(会展)관광, 부동산(地产)관광 등 다종(多种)의 새로운 산업융합형 관광업태의 탄생을 촉진했다. 넷째, 관광관리 법제화(法制化)가 진전되었다. ‘여유법(旅遊法)’의 실시는 중국이 전면적으로 법에 의한

관광진흥, 관광관리의 새로운 단계에 진입했음을 의미한다. 다섯 째, 온라인(在线)관광의 발전 추세가 빠르게 진행되었다. 2014년 중국 온라인관광시장 거래규모는 2204.6억 위안으로 2008년보다 5배 성장했고, 향후에도 발전 잠재력이 매우 크다고 할 수 있다.

한편, '보고(报告)'는, 국내외 관광업 경쟁력평가지표 연구성과에 의거해, 성(省), 직할시, 구역 관광업 경쟁력 순위를 현실경쟁력, 잠재경쟁력, 그리고 발전환경경쟁력 3개 측면에서 지역관광 경쟁력 평가지표체계를 구축한 후, 지역관광 종합경쟁력 구분 근거수치(分值)를 구했다. 주요 도시별 관광경쟁력 10강 순위는 다음과 같다.

□ 중국 전국 31개 성(省), 직할시 중 관광업 경쟁력 상위 10위

· 관광종합경쟁력: 광동(广东), 베이징, 저장(浙江), 장쑤(江苏), 상하이, 산동, 쓰촨(四川), 랴오닝(辽宁), 안후이(安徽), 후난(湖南)
· 현실경쟁력: 광동, 장쑤, 저장, 산동, 상하이, 쓰촨, 베이징, 안후이, 랴오닝, 후베이(湖北)
· 잠재경쟁력: 베이징, 광동, 상하이, 저장, 산동, 장쑤, 쓰촨, 후난, 푸지엔(福建), 하이난(海南)

□ 중국 전국 15개 부성급(副省级) 도시중 관광업 경쟁력 상위 10위 순위순

· 관광종합경쟁력 상위 10위 도시: 광저우(广州), 선전(深圳), 항저우(杭州), 청두(成都), 우한(武汉), 칭다오(青岛), 난징(南京), 샤먼(厦门), 닝보(宁波), 시안(西安)
· 현실경쟁력 상위 5위 도시: 광저우, 우한, 항저우, 청두, 선전
· 잠재경쟁력 상위 5위 도시: 광저우, 샤먼, 항저우, 선전, 난징
· 발전환경경쟁력 상위 5위 도시: 선전, 광저우, 칭다오, 청두, 우한

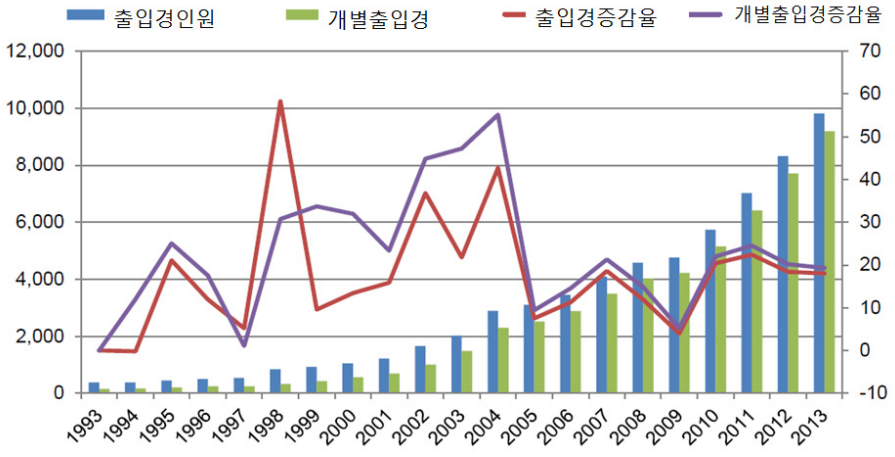
이외에 '보고(报告)'는 최근에 사회적으로 광범위하게 주목하고 있는 스모그(雾霾)현상, '여유법(旅遊法)', 농민관광행태 및 온라인(在线)관광시장 등 주요 이슈에 대해서 4개 전문주제(专题研究)별 연구를 포함하고 있다. 그 내용은 스모그 기후의 관광에 대한 영향, 여유법 실시 영향, 중국농촌주민관광수요(意愿) 및 행위조사, 중국 온라인관광시장연구보고이다.

2) 중국 출국관광의 최근 발전동향 및 특징

(1) 중국인 출국관광객 규모 및 추이

중국관광시장에서 해외 국가 및 지역 관광지를 목적으로 하는 출국(outbound)관광객 수와 목적지 국가에서의 소비규모가 부단히 증대되면서, 세계가 중국의 출국관광시장을 주목하고 있다. 중국인 출국관광 총 인원수와 이들이 해외에서 소비하는 규모는 모두 세계 1위이다. 출국관광 총인원수는 2012년 8,318.2만 인·회(人次)로 10차 5개년 시기말인 2005년과 비교하면 약 168% 증가했고, 2013년에는 다시 9,819만 인·회(人次)로 전년대비 약 18% 증가했다.[3)]

중국 출국관광객 소비총액은 2013년 1293억 달러로 전년도(1020억 달러)에 비해 26.8% 증가했고, 국가 및 지역별로 고가 사치품 구입 점유비중을 보면 홍콩, 마카오지구가 26%, 유럽 23%, 미국 10%이다. 여행 목적지를 국외로 선택하는 주요 이유 중의 하나는 중국 국내와 해외의 소비가격 차이 때문이다.[4)] 이 같은 추세 속에 중국의 관광서비스 무역 적자가 약 776억 달러로 확대되었다.

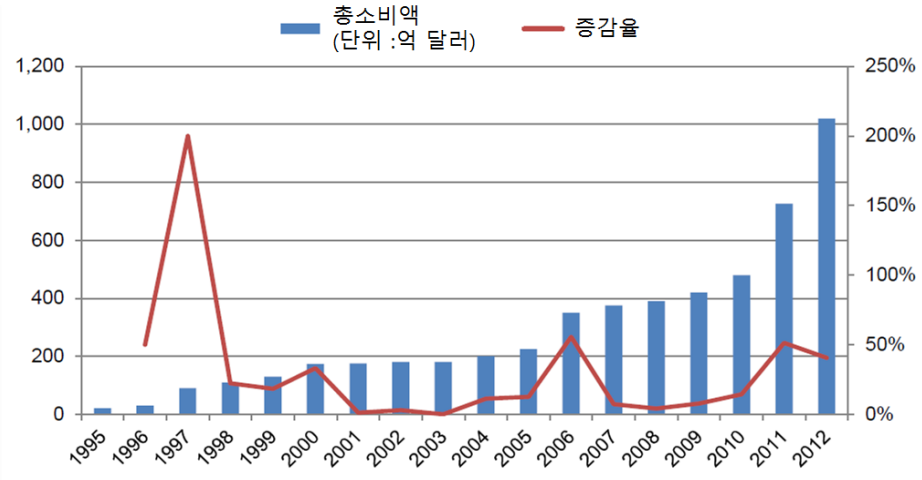


〈그림 2-1〉 중국 출국관광객수 변화추이

출처 : 中國公民出境(城市)旅遊消費市場調查報告(2014), 6쪽

3) 중국인 출국관광객 중 2014년 한국을 방문한 '요우커(遊客)' 수는 약 613만명이고, 2013년 '요우커'의 국내 방문지별 비중은 수도권(61.5%)과 제주(20.9%)에 집중되어 있고, 충남지역은 0.4%에 불과하다. 대전(0.9)과 충북(0.2)을 합친 충청권 전체를 방문한 비중도 1.5%에 불과하다.(문화관광연구원, 2013년 외래 관광객 실태조사)

4) 中國公民出境(城市)旅遊消費市場調查報告(2014), 世界旅遊城市聯合會, 7쪽



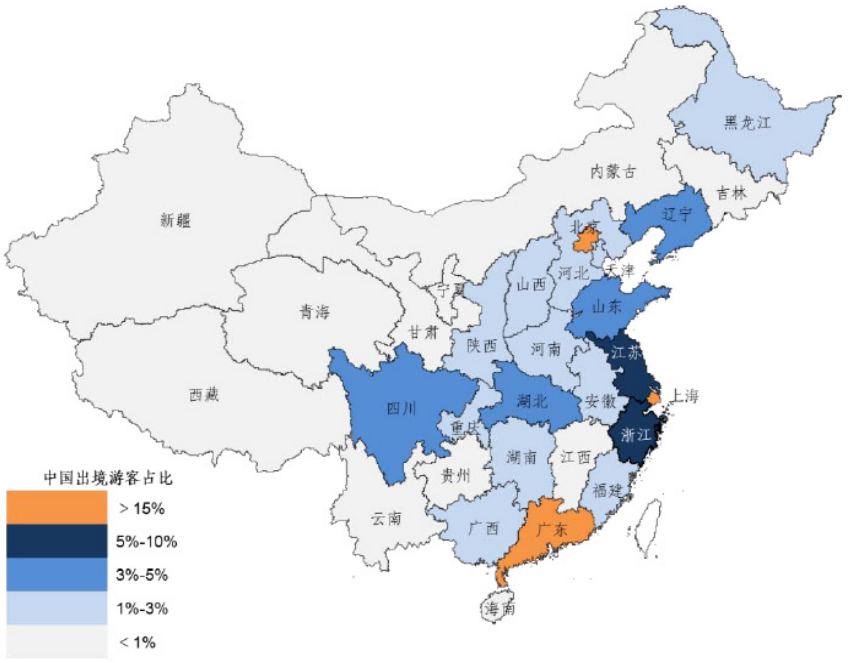
〈그림 2-2〉 중국 출국관광객의 총소비액 변화추이

출처 : 中國公民出境(城市)旅遊消費市場調查報告(2014), 7쪽

중국 출국관광시장 발전의 중요 원인 중 하나는 인민폐 가치의 지속적 상승이다. 2013년 중국의 거시경제경기지수는 안정 또는 저성장 기조 상태에 머물렀으나, 과잉생산설비, 인구혜택 소멸, 고정자산투자의 한계 수익률 하락 등 문제가 돌출되고, 거시경제지표 증가율이 계속 둔화되었으나, 주민수입에 대한 영향은 그만큼 크지 않았다. 중국 국내 관광시장은 급속한 관광수요의 증가로 구조적 공급부족이 출현하면서 잠재적 국내 관광수요를 출국관광으로 전화(轉化) 시켰다. 특히 인민폐 가치가 내부에선 하락하나 밖에서는 올라가는 추세가 지속되면서, 국내관광과 비교한 출국관광의 가격경쟁력이 갈수록 강해졌다. 2013년 인민폐 환율 상승폭은 2012년에 비해 3배 상승했고, 이에 따라 중국인의 출국관광 증가 추세가 더욱 뚜렷해 졌다. 또 한편으로는 방문 대상 국가에서 중국인 입국자에 대한 비자수속 간편화, 인민폐 환율 조정등 개방정책을 시행함에 따라 중국 출국관광시장 규모 확대속도를 가속화 시키고 있다.

2013~2014년 기간 중 중국인 출국관광객의 주요 출발지는 화남(華南), 화북(華北), 화동(華東) 지구에 집중되어 있고, 이중 상하이, 광동, 베이징 등 성(省) 및 직할시의 점유비중이 가장 크고, 그 다음이 장쑤성(江蘇省), 저장성(浙江省), 산동성 등 연해지구 성(省)급 지구들이다. 이외에도 동북지구의 랴오닝성(遼寧省), 화중지구의 후베이성(湖北省), 서남지구의 쓰촨성(四川省)의 점유비중도 비교적 큰 편이다. 지리적 인접성 등의 영향으로 한국과 일본의 도시가 중국인관광객들

이 가장 많이 찾는 목적지가 되었다. 세계관광도시연합회(世界旅遊城市聯合會) 회원도시중에서는 한국의 서울과 부산, 일본의 사포로 순이다. 장거리 코스 도시 중에는 파리, 런던, 로마, 베를린, 워싱턴, 로스엔젤레스 순이다. 중국인 출국관광객들은 쇼핑과 여가위락 기능을 함께 갖춘 유럽과 미국의 도시들을 (일본, 한국의 도시보다) 더 선호한다.



〈그림 2-3〉 중국인 출국관광객의 출발지 지역별 분포

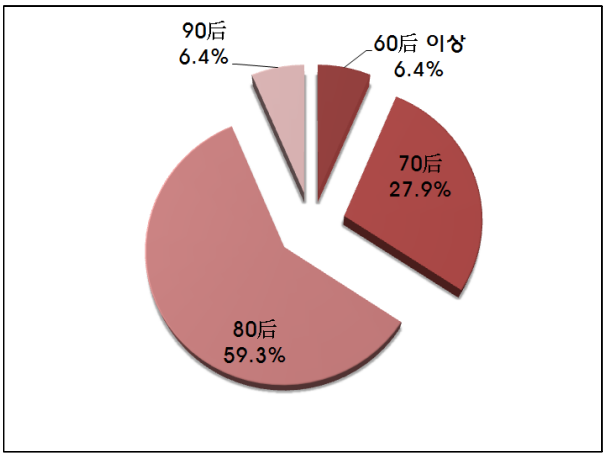
출처: 中國公民出境(城市)旅遊消費市場調查報告(2014), 世界旅遊城市聯合會, 9쪽

(2) 중국인 출국관광객 행태별 특징

중국인 출국관광객의 행태별 특징을 살펴보고자, '세계관광도시연합회(世界旅遊城市聯合會)'가 작성한 '중국 공민 출국(도시)관광소비시장 조사보고(中國公民出境(城市)旅遊消費市場調查報告, 2014)'[5]를 분석, 정리했다. 국가별로 중국인 출국관광객의 일반적 특징을 살펴보면,

5) 세계관광도시연합회(世界旅游城市联合会)가 Ipsos에 의뢰해 2014년 6-7월 기간 동안 무작위추출방식의 표집방식으로 최근 1년 이내 해외여행경험이 있는 네티즌을 대상으로 10만 명의 온라인설문을 실시한 결과, 총 3170 부의

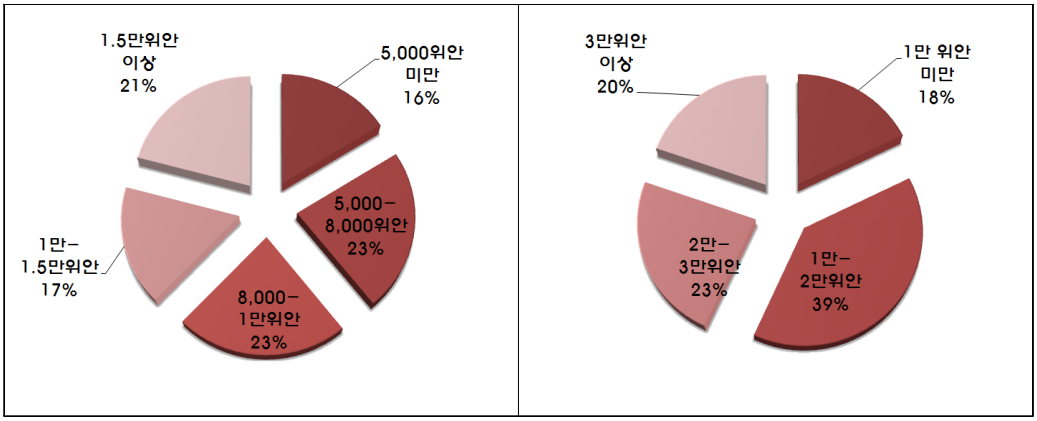
일본과 한국의 도시를 방문한 관광객의 경우 성별로는 여성이 남성보다 많고, 연령대로는 36~45세, 개인 월수입은 10,000~15,000위안 사이가 많았고, 유럽과 미국 도시로 가는 중국인 출국관광객의 일반적 특성은, 남성이 여성보다 많고, 연령대로는 26~35세, 개인 월수입은 15,000위안 이상이 많게 나타났다. 2014년에는 1980년대 이후 출생자인 소위 바링허우("80后")의 점유비중이 67.5%에 달했다. 중국인 출국관광객의 평균연령이 낮게 나타나는 주요 영향 요인중 하나는 각 가정당 한 자녀 인구억제정책 가족계획(計劃生育)이라 할 수 있다. 즉, 외동자녀(獨生子)의 시야를 넓혀 주기 위해 해외여행 시 미성년 자녀를 데리고 가는 경우가 많기 때문이라 볼 수 있다.



〈그림 2-4〉 중국인 출국관광객의 연령대별 분포
출처: 中國公民出境(城市)旅遊消費市場調查報告(2014)

2013년 출국관광 경험이 있는 중국인들의 월평균 소득은 11,512위안으로, 같은 해 중국내 주요 대도시 및 중등규모 도시 주민의 개인 월평균 소득(3,798위안)의 3배이고, 중국 도시주민 1인당 월소득 평균치(2,246위안)의 5배이다. 중국의 중상위 계층 주민 가정에서 출국관광은 이미 가정생활의 주요 이벤트중의 하나가 되었다. 조사대상 출국관광객중 매년 1회 이상 해외여행을 한다고 답한 사람 수가 약 74%였다.

유효 설문을 받아 분석했으며, 성, 자치구, 지역별 인구 비례에 따른 가중치를 부여한 자료임. 또한, 일부 자료의 경우, 공항, 항만 출국장에서 사전 동의를 구한 후, 여행을 마친 뒤 추적 조사를 통해 수집한 중국 현지자료다.



〈그림 2-5〉 중국인 출국관광객의 개인(좌) 및 가정(우)의 월수입 평균치

출처: 中國公民出境(城市)旅遊消費市場調查報告(2014)

출국여행 방식은 여행사를 통해서 행선지와 일정을 선택한다고 답한 사람 수의 비중이 87.5%에 달했고, 향후 해외여행 시에도 여행사 관광상품을 선택할 것이라고 답했다. 이 같이 중국인들이 출국관광을 여행사에 의존하는 경향은 단 기간내에는 변하지 않을 것으로 보인다.

출국관광 방식 유형별 점유율은 단체관광 37.4%, 자유(개별)관광 31.4%, 반(半)자유관광 18.7%이다. 반자유관광은 최근 수년 전에 출현한 관광상품으로 26~35세 년령대의 관광객들에게 인기가 높다. 여행일정은 6~8일 간, 3~5일간 순이고, 6일 이상 관광일정을 선택한 사람들은 개인 월수입이 비교적 높은 사람들로 유럽과 미국 도시를 선택한 사람들이 많았고, 한국과 일본 관광 일정은 3~5일로 비교적 짧았다.

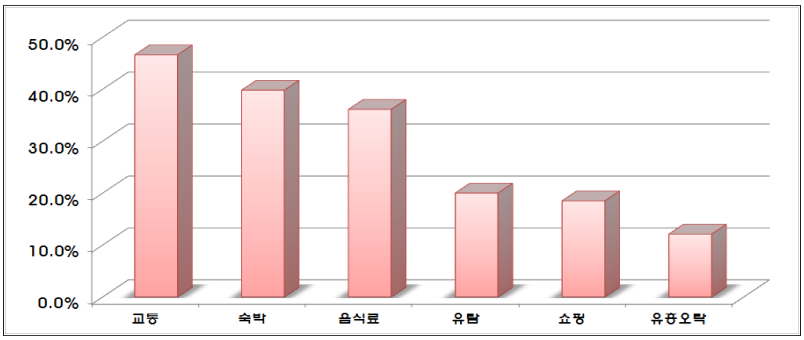
중국인 출국관광객의 여행지에서의 소비규모가 비교적 높은 것으로 조사되었다. 1인당 평균소비액은 약 19,871위안(약 3,226달러) 이다. 방문지별로는 유럽과 미국 도시로 간 중국인들의 소비규모가 가장 컸고, 그 다음이 일본과 한국 방문자들이고, 3위가 동남아 도시 방문자들이었다. 관광유형별 출국여행 경비 규모는 자유(개별)관광, 반자유관광, 단체관광 순이었다.

중국인 출국관광객의 소비 중 가장 큰 비중을 차지하는 부분은 쇼핑이다. 단, 일본과 한국을 방문한 중국인 관광객의 경우는 일반물품 구매 비중이 컸고, 동남아 도시를 방문한 중국인 관광객들은 교통비와 유흥비가 많았고, 유럽과 미국 도시를 방문한 중국인 관광객들은 주로 숙박,

입장권 구입비, 그리고 사치품과 기념품 구입비 비중이 컸다.

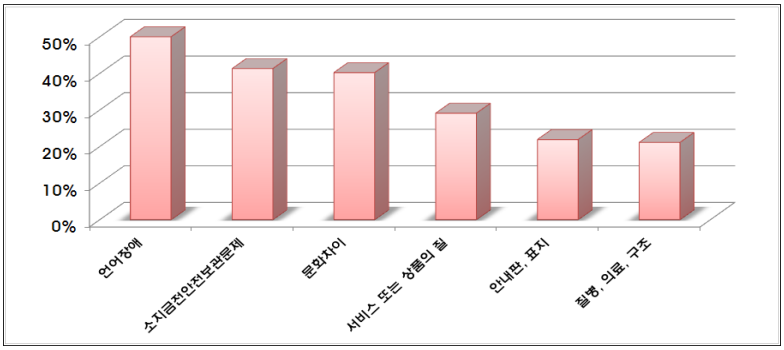
중국인 출국관광객이 여행 시 가장 중시하는 문제는 교통, 숙박, 음식료 순으로, 가장 걱정하는 문제는 언어소통, 소지한 금전 안전보관, 문화차이 순이었다. 여행과정중의 위험에 대비해 의외 상해보험상품 등 보험상품을 구매한 관광객의 비율이 약 73.7%에 달했다.

중국인 출국관광객중 유럽과 미국 도시 방문자 중에는 문화차이와 표지판 방면 문제를 걱정하는 비중이 높았고, 동남아 도시 방문자 중에는 신체와 소지금품 안전문제를 걱정하는 비중이 높았다.



〈그림 2-6〉 중국인 출국 관광객이 중시하는 문제

출처: 中國公民出境(城市)旅遊消費市場調查報告(2014)

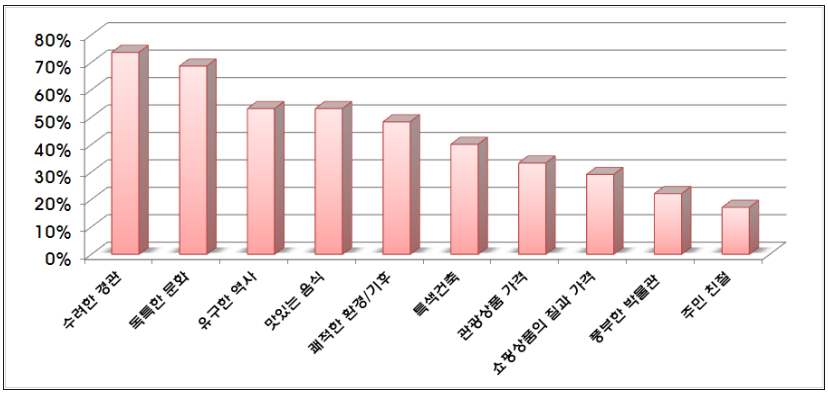


〈그림 2-7〉 중국인 출국관광객이 여행 시 걱정하는 문제

출처: 中國公民出境(城市)旅遊消費市場調查報告(2014)

출국 방문 목적지에서 무엇을 하는가에 대한 문항에서, 관광 목적과 행태 측면에서는, 단순관광과 여행 비중이 가장 높았고, 그 다음이 여가 휴식, 쇼핑, 친지방문, 비즈니스회의 및 공무활동 순이다. 단체관광객의 경우 단순관광과 여행 목적이 더욱 많았고, 자유(개별)관광객의 경우에는 여가휴식과 쇼핑이 상대적으로 더 많았다.

다음으로 중국인 출국관광객들이 선호하는 요소는, 1위가 아름다운 경관이고, 그 다음이 각 도시의 독특한 문화다. 중국출국관광시장의 성장과 발전에 따라 점진적으로 단순관광에서 심도 있는 관광으로 발전하고 있고, 도시의 역사, 문화 및 특색건축 등이 중국인 관광객을 유치하기 위한 관건이 되고 있다. 일본과 한국의 도시에 대해서는 음식과 관광상품 가격, 일상생활용품 등 쇼핑대상 상품의 질과 가격을 선호했고, 동남아 도시에 대해서는 관광상품 가격을, 유럽과 미국의 도시에 대해서는 유구한 역사, 독특한 문화, 쾌적한 환경기후, 특색건축, 풍부한 박물관 등을 선호했다.



〈그림 2-8〉 중국인 출국관광객 선호 요소

출처: 中國公民出境(城市)旅遊消費市場調查報告(2014)

중국인 출국관광객들이 방문목적지로 고려하기 위한 전제 조건 중 중시하는 것은 교통편리성이다. 응답자중 61.7%가 직항, 크루즈 또는 열차 등이 개통된다면 방문을 고려할 수 있다고 답했다.

특색있는 관광노선 개설 관련, 중국인 출국관광객들의 희망 및 선호도는, 현지의 독특한 문화에 의존한 특색관광노선 개설(68.0%)과 쇼핑전문 관광노선 개설(61.1%)로 높았고, 이어서 인기 연극영화 관련 관광노선 개설(40.0%), 이민답사관광노선(27.5%), 유학답사 관광노선(20.3%) 순이었다. 일본과 한국의 도시에 대해서는 쇼핑전문 관광노선과 연극영화 관련 관광노선 개설을 희망했고, 유럽과 미국 도시에 대해서는 이민과 유학 답사 관광노선 개설을 희망한다고 응답한 비율이 높았다.

중국인 출국관광객중 52.1%가 상품세금 환불과 할인율 인상을 중요시 한다고 응답했다. 한국의 경우, 춘절, 5.1 노동절 기간과 시진핑 국가 주석의 한국방문 기간중 중국인 관광객을 대상으로 진행한 할인과 특혜 활동이 중국인 출국관광객의 한국 방문 붐을 조성하는 데에 효과적인 공헌을 했다고 평가했다.

또한 국제관광전람회나 관광교류회 또는 대규모 관광특혜 마케팅과 홍보활동에 대한 관심도 갈수록 높아지고 있다. 중국인 출국관광객을 유치하는 데 가장 유효한 방법으로 중국 현지에서 전문주제별, 종합적인 홍보을 전개하는 것이라고 응답한 비율이 53.2%로 가장 높았다. 이외에도 관광지 입장권 가격 특혜(51.5%), 계절성 특혜행사(48.0%), 중국관광시장을 겨냥한 홍보영상 상영(42.3%), 유명연예인의 홍보대사활동(26.7%) 등이다.

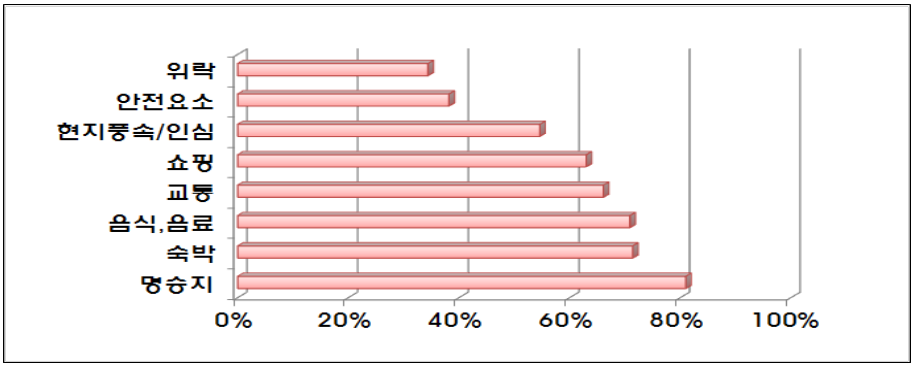
출국관광 경험이 있는 중국인 중 최근에 방문한 해외도시를 다시 방문지로 선택할 수 있다고 응답한 자의 비율이 53.6%에 달했다. 이 같이 재방문 할 수 있다고 응답한 자들을 최근 여행에 대한 만족도에 따라 분석해 보면, 매우 만족한다고 답한 자중에는 72.9%가 재방문 할 수 있다고 응답했고, 만족한다고 응답한 자중에는 44.5%, 불만족한다고 응답한 자 중에는 26.7%로 나타났다.

또한 자신이 최근에 방문한 해외 관광지를 타인에게 추천하겠다고 답한 비율이 66.9%에 달했고, 매우 만족한다고 답한 자중에는 86.4%가 추천하겠다고 응답했고, 만족한다고 응답한 자중에는 60.3%, 불만족한다고 응답한 자 중에는 35.1%로 나타났다. 또한, 유럽과 미국 도시 방문자들의 비중이 여타지역 방문자들보다 높았고, 개인소득이 높을수록, 그리고 개별자유여행 관광객일 경우에 추천하겠다는 의사가 강했다.

중국인 출국관광객들이 국외방문 대상도시를 선택할 때 입소문과 세평(世評)을 중시하는 걸로 나타났다. 응답자중 49.2%가 해외여행 대상 도시를 선택할 때 이미 출국방문경험이 있는 친지 등의 자문을 구할 수 있다고 했다. 또한, 일본과 한국, 그리고 유럽과 미국 도시에 대한 평가가 타 지역 도시에 대한 평가보다 높았다.

만족도가 상대적으로 높은 부분은 유람, 숙박, 쇼핑 부분이고, 반면에 공공서비스, 위락, 비자 수속절차 분야에 대한 만족도는 상대적으로 낮았다. 해외 방문대상 도시에 대해 출국 검색하는 유관정보 중 가장 많은 것은 명승지 정보이고, 그 다음으로 숙박과 음식에 관한 정보로 나타났다.

일본과 한국 방문자의 경우에는 음식, 명승지, 쇼핑정보 검색이 많았고, 유럽과 미국 방문자의 경우에는 교통, 현지 풍속과 인심, 안전에 대한 정보 검색이 보다 많았다. 출국 대상지 관련 정보 검색 시 가장 많이 이용하는 통로는 중국내 관광 사이트이고, 그 다음이 여행사에 문의 또는 여행사 사이트 검색으로 나타났다.



〈그림 2-9〉 중국인 출국관광객 출국 전 검색정보 종류

출처: 中國公民出境(城市)旅遊消費市場調查報告(2014)

중국인 출국관광객수 증가와 소비규모의 확대에 따라, 세계 각국은 자국 방문 중국인에 대한 비자정책을 지속적으로 개선했다. 비자신청 및 발급 절차 간소화, 비자면제기간 연장 등의 조치를 확대하고 있다. 우리나라는 중국인의 방한 비자신청 수수료를 210위안에서 195위안으로 인하하고, 복수비자 발급 대상을 확대했다.

국가별로 비자 정책을 보면, 인도양상의 도서국가인 몰디브는 중국인 입국관광객에게 비자신청 절차를 면제하고, 자국공항에 입국한 날부터 30일간 거류 허가하고, 출입국 관리국으로부터 받은 비자연기신청서를 제출하면 체류기간을 연장할 수 있게 했다. 아일랜드는 비자면제 기한을 2016년 10월말까지 연장했고, 러시아는 2012년 10월부터 자국에 입국하는 중국인 관광객에게 비자 면제, 태국은 15일 이내의 현지 비자발급을 허용해 준다. 세계관광도시연합회(世界旅遊城市聯合會) 회원 도시들이 중국인 출국관광객을 유치하기 위해 시행한 조치중 대표적인 것은 비자 신청절차 간소화와 심사비준시간 단축이다. 중국인 출국관광객중 유럽과 미국을 목적지로 하는 경우에는 비자수속 간소화와 심사비준 시간 단축, 비자신청비용 감면 등 비자관련 문턱을 낮춰주기를 희망했고, 일본과 한국을 방문 목적지로 하는 경우에는 비자면제, 현지비자 또는 경유지 비자면제를 희망했다.

관광방식과 유형 측면에서는, 주마간산식 단체여행에서 개별여행(자유여행), 테마관광(심도관광)으로 바뀌고 있다. 또한, 관광서비스가 온라인 시대에 진입했다. 중국의 인터넷 보급률이 지속적으로 증가하면서, 온라인 예약과 온라인 서비스가 주류에 진입하기 시작했다. 2013년 중국 온라인 관광 총수입은 2조 8,500억 위안으로, 중국 관광총수입의 7.7%를 점유했다. 관광경영자들이 온라인시장에서의 투자 강도를 높이고, 관련 기능과 서비스를 지속적으로 완비함에 따라, 온라인시장 성장속도가 관광총수입 증가속도를 추월했고, 그 비중도 매년 증가하고 있다.

2. 방한 중국인 관광객의 유형별 특성

1) 일반현황

우리나라를 방문한 외국인 입국관광객 총수는 2005년 약 600만 명에서 2014년 약 1,400만 명으로 10년 만에 2.3배로 증가했다. 10년간 방한 외국인 입국관광객은 평균 10% 증가했으며, 2012년까지는 일본이 가장 큰 비중을 차지했었다. 그러나 최근 10년간 방한 일본인 관광객 수가 정체 또는 감소하면서, 2013년에는 처음으로 방한 중국인 관광객이 일본인 관광객을 추월했고, 그 격차가 갈수록 커질 것으로 전망된다. 방한 일본인 입국 관광객의 규모는 최근 10년간 안정된 추세를 유지했지만, 중국인 관광객의 경우는 최근 10년간 8.6배 이상 증가했고, 이 같이 급격한 증가추세가 가속화되고 있다.

2000년 이후로 증가하기 시작한 방한 중국인관광객수는 2005년 약 71만 명에서 2007년 106.9만인으로 100만인 선을 돌파했고, 4년후인 2011년에 222만인으로 200만인 선을 돌파했다. 그리고 3년후인 2014년에는 약 612.7만인을 기록했다.

〈표 2-2〉 한국 입국관광객 규모 및 3대 입국 시장

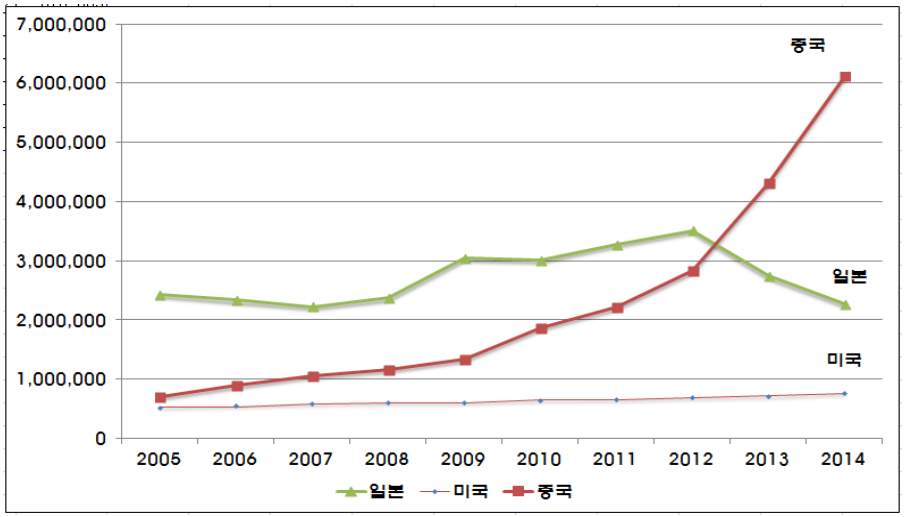
연도	전체	중국	구성비	일본	구성비	미국	구성비
2005	6,022,752	710,243	11.8	2,440,138	40.5	530,633	8.8
2006	6,155,046	896,969	14.6	2,338,921	38	555,704	9.0
2007	6,448,240	1,068,925	16.6	2,235,963	34.7	587,324	9.1
2008	6,890,841	1,167,891	16.9	2,378,102	34.5	610,083	8.9
2009	7,817,533	1,342,317	17.2	3,053,311	39.1	611,327	7.8
2010	8,797,658	1,875,157	21.3	3,023,009	34.4	652,889	7.4
2011	9,794,796	2,220,196	22.7	3,289,051	33.6	661,503	6.8
2012	11,140,028	2,836,892	25.5	3,518,792	31.6	697,866	6.3
2013	12,175,550	4,326,869	35.5	2,747,750	22.6	722,315	5.9
2014	14,201,516	6,126,865	43.1	2,280,434	16.1	770,305	5.4

자료 : 관광지식정보시스템 국가별 입국관광 현황

<표 2-2>는 우리나라 입국관광시장의 양대 국가인 일본과 중국의 방한 입국관광 현황을 정리한 것이다. 2005년에는 방한 외국인 관광객 총수가 600만 명이었고, 이중 일본인 관광객이 약 240만 명으로 약 40%를 차지했고, 다음으로 중국 71만 명(11.8%), 미국 53만 명(8.8%) 순이었다.

일본인 관광객의 경우, 꾸준하게 오고는 있지만 중국인관광객 증가로 인해 입국관광객 전체에서 차지하는 비중은 계속 감소하고 있다. 미국인 방한 입국관광객도 10년간 45.2% 증가했으나 일본과 마찬가지로 입국관광객 구성비에서 차지하는 비중은 감소추세이다.

중국인 방한 입국관광객은 2005년 이후로 급속한 증가추세를 보였고, 2013년에는 최초로 일본인 방한 입국관광객수를 추월했다. 2014년 현재 방한 입국관광객 총수 중 출발지 국가별 점유비중은 중국 43.1%, 일본 16.1%, 미국 5.4% 순이다.



〈그림 2-10〉 한국 입국관광객 규모 및 3대 입국 시장 현황

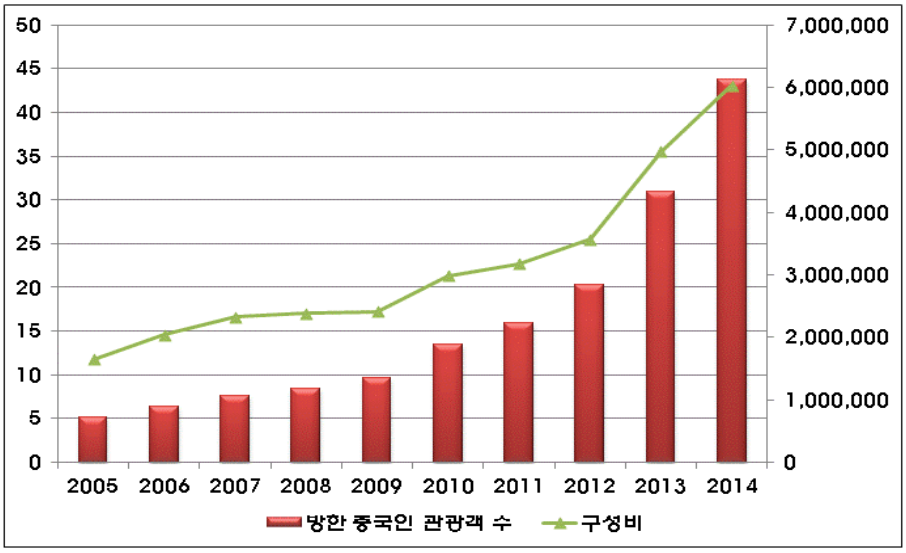
방한 중국인 입국관광객에 대한 현황을 보다 세부적으로 구분해서 정리한 것이 <표2-3>이다. 2007년 방한 중국인 관광객 수가 100만명 선을 넘어 섰고, 이어서 4년 후인 2011년에 200만명 선을 넘어섰고, 또 다시 3년 후인 2014년에는 약 613만 명에 달했다.

2014년 방한 중국인입국관광객수는 전년대비 약 42%의 증가했고, 방한 외국인관광객 총수의 약 43.1%를 점했다. 한편, 2014년 방한 중국인관광객중 순수 관광 목적의 관광객은 약 470만 명으로 약 77.9%를 점한다. 또한, 방한 중국인 입국관광객수가 전체 방한 입국 관광객 수에서 차지하는 비중도 해마다 증가하고 있다.(<표 2-3>)

〈표 2-3〉 방한 중국인 입국관광객 수

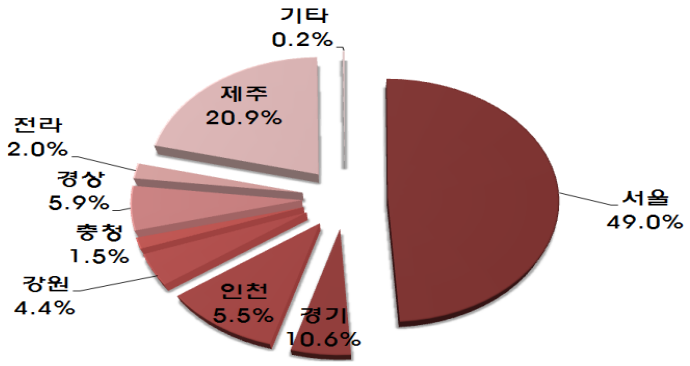
연도	전체			순수관광 목적 관광객		
	수	전년대비 성장률	구성비	수	전년대비 성장률	구성비
2005	710,243	-	11.8	314,360	-	5.2
2006	896,969	26.3	14.6	392,081	24.7	6.4
2007	1,068,925	19.2	16.6	420,467	7.2	6.5
2008	1,167,891	9.3	17	417,593	-0.7	6.1
2009	1,342,317	14.9	17.2	581,234	39.2	7.4
2010	1,875,157	39.7	21.3	1,011,823	74.1	11.5
2011	2,220,196	18.4	22.7	1,312,511	29.7	13.4
2012	2,836,892	27.8	25.5	2,033,665	54.9	18.3
2013	4,326,869	52.5	35.5	3,139,867	54.4	25.8
2014	6,126,865	41.6	43.1	4,772,800	52	33.6

자료 : 관광지식정보시스템 제공 자료



〈그림 2-11〉 방한 중국인 관광객 수 및 구성비

한편, 중국인 관광객이 국내에서 방문 및 체류하는 지역은 수도권과 제주도에 집중되어 있다. 즉, 지역별 비중을 보면 수도권 61.5%(서울 49.0%, 인천 5.5%, 경기 10.6%)과 제주(20.9%)에 집중되어 있고, 그 뒤로 경상권(5.9%), 강원권(4.4%), 전라권(2.0%)이고, 충청권이 1.5%로 가장 낮다. 충청권 내부에서는 대전 0.9%, 충남 0.4%, 충북 0.2%이다.[6)]



〈그림 2-12〉 방한 중국인관광객 방문지역별 비중

2) 중국인 입국관광객의 유형분류 및 행태 특성

(1) 중국인 방한입국 추이와 특성

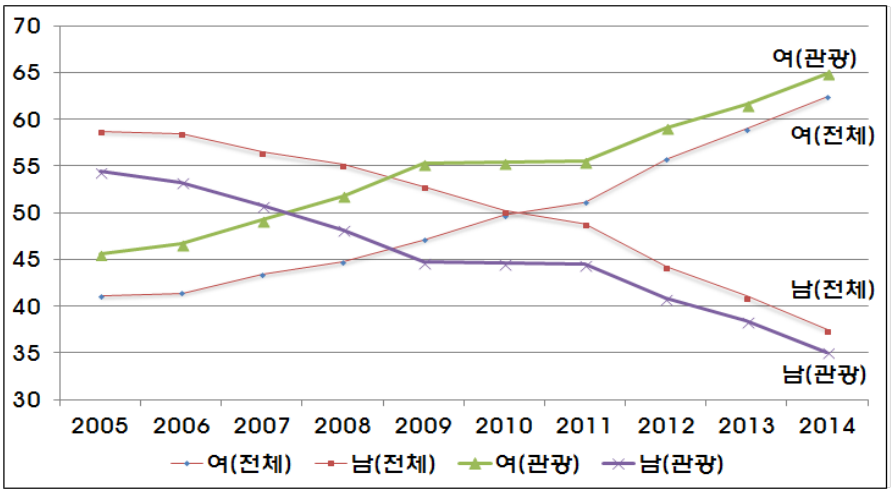
방한 중국인 입국관광객의 남녀비율을 보면, 2005년에는 남성이 58.8%로 더 높은 비중을 차지했으나, 시간이 지날수록 남성 비중은 감소하고, 여성비중은 증가하는 추세이다.(<표 2-4> 참고) 2014년 기준, 여성 62.5%, 남성 37.5%이고, 순수관광목적의 경우는 차이가 더 벌어져서, 여성 64.9%, 남성 35.1%이다. 따라서 관광정책과 관련시책에 방한 중국인 관광객중 여성관광객에 대한 특성을 반영하기 위한 전략과 정책적 고려가 필요하다.

6) 문화관광연구원의 '2013년 외래 관광객 실태조사'

〈표 2-4〉 성별 중국인 방한 현황

구분		2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
전체	남	58.8	58.5	56.5	55.2	52.8	50.2	48.8	44.2	41	37.5
	여	41.2	41.5	43.5	44.8	47.2	49.8	51.2	55.8	59	62.5
관광 목적	남	54.4	53.3	50.8	48.2	44.7	44.6	44.5	40.9	38.4	35.1
	여	45.6	46.7	49.2	51.8	55.3	55.4	55.5	59.1	61.6	64.9

자료 : 관광지식정보시스템



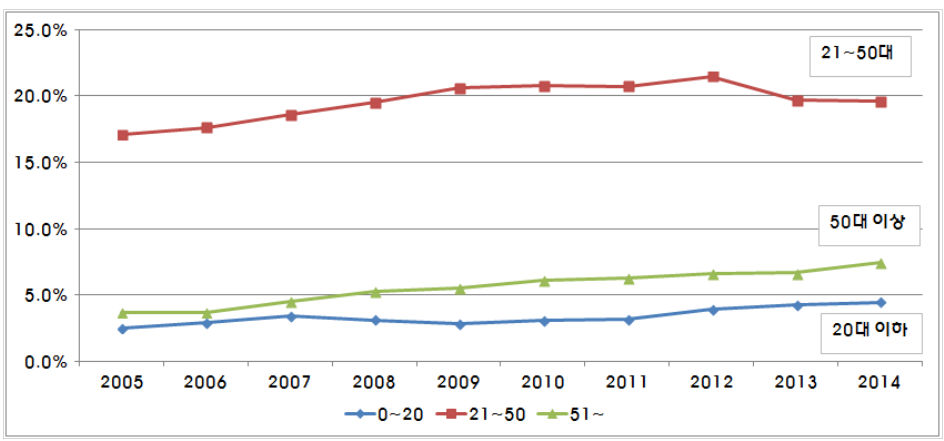
〈그림 2-13〉 성별 중국인 방한 현황

〈표 2-5〉 연령별 중국인 방한 현황

구분	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
0~10	0.9	0.9	1.0	1.1	1.3	1.7	1.9	2.5	3.1	3.6
11~20	4.1	5.0	5.8	5.2	4.4	4.4	4.4	5.2	5.4	5.3
21~30	15.6	16.9	17.7	19.2	20.7	20.6	22.0	22.8	21.0	21.9
31~40	20.0	20.5	20.6	21.3	22.2	21.8	20.4	21.1	19.9	20.6
41~50	15.7	15.5	17.5	18.0	18.9	19.9	19.7	20.5	18.1	16.4
51~60	7.1	7.1	9.8	11.1	11.5	12.4	12.6	12.7	12.7	13.5
61~70	3.2	3.2	3.1	3.8	4.1	4.9	5.0	5.6	5.7	6.8
71~	0.8	0.8	0.7	0.9	1.0	1.2	1.2	1.5	1.6	1.9

자료 : 관광지식정보시스템, 승무원 제외

방한 중국인들의 연령별 비중은 20대부터 30대까지 젊은 층이 가장 큰 비중을 차지하고 있고, 40대 연령층의 비중도 비교적 높다. 단, 젊은 층의 비율은 2005년부터 현재까지 큰 폭의 변화가 없으나, 50대 이상의 장·노년층 관광객은 꾸준히 증가하고 있다. (<표 2-5>)



〈그림 2-14〉 연령별 중국인 방한 현황

<그림 2-14>에서 보는 바와 같이 2014년 기준 50대 이상의 방한 중국인 관광객은 22.2%를 차지한다. 이는 도시지역의 쇼핑이나 놀거리에 관심이 있는 젊은 층에 비해서, 자연이나 전통문화를 좋아하는 50대 이상의 장년층들을 대상으로 충남지역의 특성과 잠재력을 살린 차별화된 전략의 필요성과 가능성을 보여주고 있다고 하겠다.

<표2-6>는 2005년부터 2014년까지 전체 유학생 대비 중국인 유학생 현황이다. 2005년 3만여 명이던 국내 유학생 총수는 2014년 16만여 명으로 그 성장률이 355.4%에 달한다. 전체 유학생 수와 함께 중국인 유학생 수도 함께 꾸준히 증가해서, 10년간 전체 유학생 대비 중국인 유학생의 비중이 평균 72%를 차지하고 있다. 2005년 2만여 명이던 중국인 유학생 수는 2014년에 10만여 명으로 늘어나면서 10년간 증가율이 396.1%로 외국인 유학생 총수 증가율보다 더 높았다.

〈표 2-6〉 전체 유학생 대비 중국인 유학생 수

연도	중국인 유학생 수	외국인 유학생 총수	구성비
2005	21,682	35,894	60.4%
2006	35,832	52,473	68.3%
2007	60,350	80,479	75.0%
2008	75,822	98,952	76.6%
2009	96,685	123,013	78.6%
2010	106,456	137,897	77.2%
2011	113,994	149,723	76.1%
2012	103,856	145,634	71.3%
2013	102,433	152,101	67.3%
2014	107,556	163,467	65.8%

자료 : 대학정보알리미(www.academyinfor.go.kr)

2014년 기준 우리나라 전체 외국인유학생 수는 163,467명이며, 그 중 중국인 유학생 수는 107,556명으로 65.8%를 차지하고 있다. <표 2-7>은 충남지역 소재 대학에 유학중인 중국인 유학생들의 현황이다. 충남지역은 소재지별로 총 25개의 대학이 있으며, 각 대학에 등록되어 있는 중국인 유학생 수는 4,344명으로 전국의 2.7%를 차지한다. 전국 대비 비중은 적은 편이지만, 충남을 잘 알고 있는 4,000여명의 중국유학생의 규모가 4000여명에 달한다. 이들을 어떻게 활용할 것인가?

〈표 2-7〉 충남 소재 대학별 중국인 유학생 현황(2014년 기준)

소재지	학교	전체 외국인 유학생 수	중국인 유학생 수	중국인 유학생 비율
공주	공주대학교	535	383	71.6%
금산	중부대학교	203	147	72.4%
논산	건양대본교	171	163	95.3%
	금강대학교	38	10	26.3%
	한민대학	12	10	83.3%
당진	세한대학교 제2캠퍼스	3	3	100.0%
	신성대학교	24	23	95.8%
부여	한국전통문화대학교	6	3	50.0%
서산	한서대학교	474	329	69.4%
아산	선문대학교	997	261	26.2%
	순천향대학교	402	319	79.4%
	호서대학교	375	344	91.7%
천안	한국기술교육대학교	131	58	44.3%
	상명대학교 분교	111	89	80.2%
	백석문화대학교	2	1	50.0%
	백석대학교	96	72	75.0%
	단국대학교 제2캠퍼스	201	100	49.8%
	남서울대학교	138	115	83.3%
	나사렛대학교	206	86	41.7%
	글로벌사이버대학교	7	2	28.6%
	국제뇌교육종합대학원대학교	4	3	75.0%
	고신대신학대학원	14	11	78.6%
홍성	청운대학교	173	164	94.8%
	한국폴리텍 IV 대학 홍성캠퍼스	1	1	100.0%
	혜전대학교	20	16	80.0%
합 계		4,344	2,713	62.5%

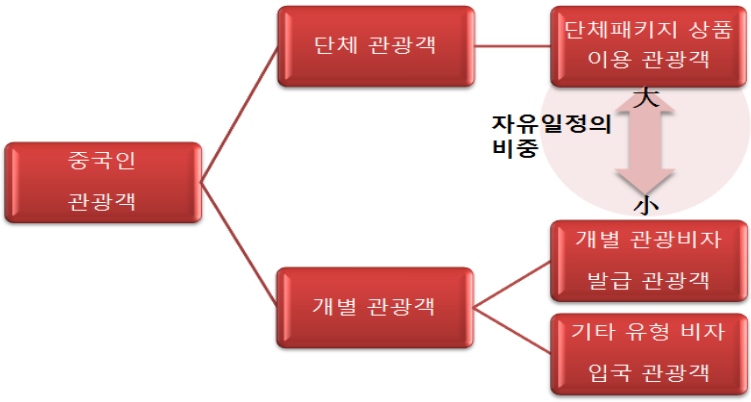
자료 : 대학정보알리미(www.academyinfor.go.kr)

3) 단체관광객과 개별관광객의 현황 및 특성

(1) 단체관광객과 개별관광객의 범위

출국 관광의 경우, 전담여행사[7]를 통한 단체패키지 관광객과 개별적으로 출국 목적지 국가의 관광 비자를 획득해 여행하는 개별 자유여행 관광객으로 구분할 수 있다[8].

중국인 관광객은 많은 비중이 단체 관광을 통해 한국을 방문하지만, 최근 개별 관광객의 비중이 높아지고 있는 추세이다. 중국정부는 출국관광목적지 지정제도(Approved Destination System)나 단체관광객 여행사 지정 제도 등을 통해 자국민의 출국관광을 관리해 왔다. 즉, 자국민의 해외 출국을 통제해 왔고 최소한 장려하지는 않았다.



〈그림 2-15〉 중국인 관광객의 분류

단체관광객은 전담여행사의 모객을 통해 출·입국 및 숙소, 방문지, 각종 활동 등 관광여행의 전반적 일정을 여행사에서 기획한 일정에 따라 관광서비스를 향유하는 관광객이며, 개별관광객

7) 중국의 여행사는 국내 여행사와 국제여행사로 구분되는데, 국제 여행사 중 일부 여행사는 비준을 통해 중국 공민의 출국 관광을 취급할 수 있다.

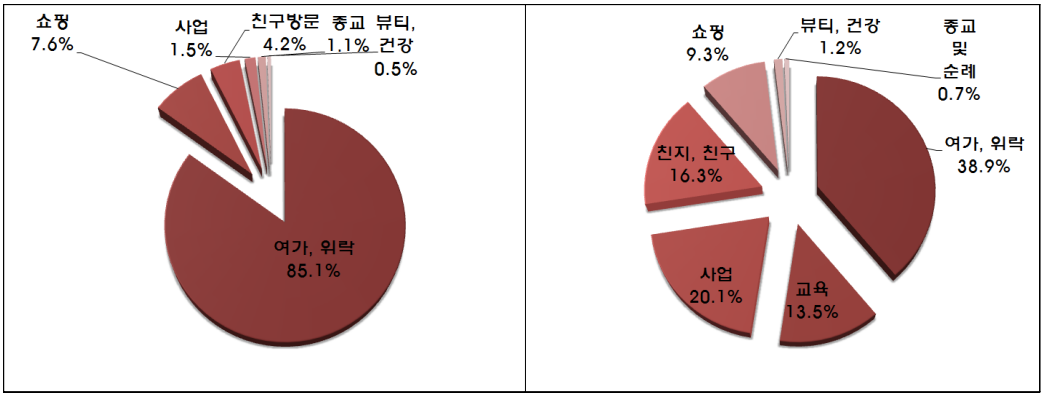
8) 전체 관광 상품의 구성 중에서 관광객 개인의 자유일정 선택의 비중에 따라 단체관광객과 개별자유관광객을 구분하는 방식도 가능하지만, 관광비자의 발급 방식에 따른 구분이 제도적 환경 변화에 따른 국내적 정책적 대응에 보다 유효한 방식일 수 있다.

(Free Independent Tourist)은 전담여행사를 통한 단체관광비자가 아니라 개별적으로 출국목적지 국가의 비자를 취득하고, 스스로 기획한 일정에 따라 여행하는 관광객이다.[9)]

(2) 단체 관광객과 개별 관광객의 행태 특성 비교 분석[10)]

가) 주요 방한 목적

중국인 관광객들의 주요 방한 목적을 보면, 단체 관광객의 경우 여가, 위락 항목으로 응답한 비율이 85%였으며, 개별 관광객의 경우, 여가, 위락 항목은 38.9%, 사업, 친지 방문, 교육 등의 항목이 각각 10% 이상의 비중을 차지하는 것을 볼 수 있다. 이는 단체 관광객보다 개별 자유관광객들의 경우 방한 목적이 단순 여가의 범위를 넘어 더 다양한 양상을 보이는 것으로 해석할 수 있다.



〈그림 2-16〉 단체 관광객(좌)과 개별 관광객(우)의 방한 목적

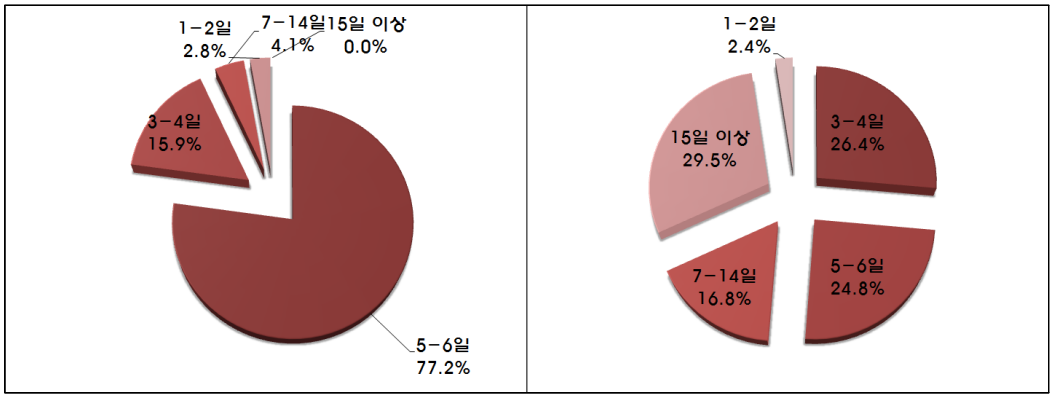
출처 : 2013 외래 관광객 실태 조사 자료(한국문화관광연구원)

9) 본 연구에서는 국내에서 관광서비스를 소비한다는 관점에서, 상사주재원, 유학생, 재중동포 등 장기체류 중국인과 그들의 초청에 의해 국내에 방문하는 친지들까지도 범주에 포함시켰다.

10) 본 절의 내용은 한국문화관광연구원에서 실시한 2013 외래 관광객 실태 조사의 원자료(raw data)에서 중국인 관광객에 해당하는 부분을 발췌해 정리한 것이다. 해당 조사는 매월 한국문화관광연구원에서 인천, 김포, 김해, 대구, 제주 등의 국제공항과 국제선여객터미널의 출국장에서 무작위 설문 방식으로 실시한 뒤, 년 1회 집계, 공표한다. 실제 방한 외국인 중 국가별 비중에 따른 가중치를 반영한 자료이다.

나) 한국 체류 기간

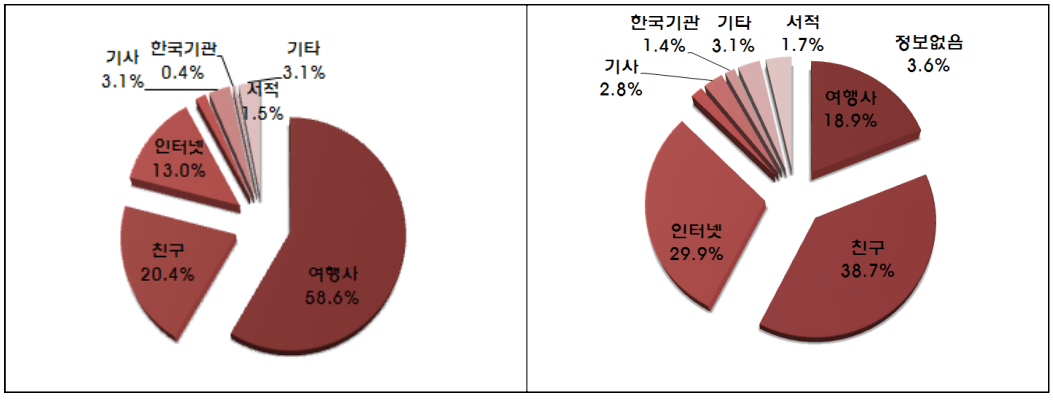
<그림 2-17>에서 보듯이, 단체 관광객의 여행일정은 5~6일 가량의 일정에 집중되어 있는 반면, 개별 자유 관광객의 여행일정은 비교적 다양한 것으로 나타나고 있다. 특히, 7일~14일과 15일 이상의 장기 여행을 즐기는 관광객들이 많기 때문에, 단체 패키지 관광객의 관광 목적지가 수도권과 제주도에 편중되어 있는 데 반해, 개별 자유 관광객의 경우 비교적 여러 지역을 관광할 수 있는 것으로 판단된다.



〈그림 2-17〉 단체 관광객(좌)과 개별 관광객(우)의 한국 체류기간

출처 : 2013 외래 관광객 실태 조사 자료

다) 한국 여행정보 입수 경로



〈그림 2-18〉 단체 패키지 관광객(좌)과 개별 자유 관광객(우)의 한국 여행정보 입수 경로

출처 : 2013 외래 관광객 실태 조사 자료

한국에 대한 여행정보 입수 경로에서도 차이를 보였는데, 단체 관광객은 여행사가 58.7%로 가장 큰 비중을 차지했고, 개별 관광객의 경우 여행사는 15.9%에 그친 반면, 친구나 동료의 입소문(38.7%), 인터넷 검색(29.9%)의 비중이 더 높았다. 관광안내 서적이나 공공기관 차원에서의 홍보활동 등을 통해서 여행정보를 입수했다는 응답은 매우 적었다.

라) 관광 만족도

한국 관광에 대한 전반적인 만족도는, 단체관광객의 경우 92.5%, 개별 관광객의 경우 75.5%가 만족한다고 응답했다. 항목별로 보면, 쇼핑과 치안항목에서 만족도가 가장 높았고 양자간 차이가 없었다. 언어소통의 경우 단체관광객보다 개별관광객이 만족도가 더 높았다. 음식서비스(3.98, 4.08)에 대해서는 만족도가 비교적 낮았으며, 단체관광객보다 개별관광객의 만족도가 더 높았다.

재방문 의사의 경우, 개별 관광객이 단체 관광객에 비해 다소 긍정적이었다. 단체 관광객이 '매우 그렇다 10.9%', '그렇다 65.8%'로 총 76.7%가 긍정적으로 응답한 데 반해, 개별 관광객의 경우는 '매우 그렇다 18.3%', '그렇다 68.5%'로 긍정적인 응답이 총 86.7%에 달했다.

친구, 친척 등의 지인에게 한국 여행을 추천하겠는가 하는 질문에는 단체 관광객과 개별 관광객 모두 비슷하게 긍정적인 반응을 보였다. 단체 패키지 관광객이 '매우 그렇다 15.4%, 그렇다 72.5%'로 총 88.9%가 긍정적인 반응을 보인데 반해, 개별 자유 관광객은 '매우 그렇다 16.4%, 그렇다 71.7%'로 총 89.1%가 긍정적인 반응을 보였다.

한국 관광을 경험한 이후, 한국에 대한 이미지 변화에 대한 질문에도 단체 패키지 관광객과 개별 자유 관광객이 모두 비슷한 반응을 보였다. 단체 패키지 관광객의 경우, '매우 그렇다 15.7%, 그렇다 37.5%'로 총 53.2%가 긍정적인 이미지를 갖게 되었다고 응답했고, 개별 관광객의 경우에도 '매우 그렇다(15.0%)', '그렇다(36.2%)'로 총 51.2%가 긍정적으로 응답했다.

4) 방한 중국인 관광객의 수요 특성 조사

방한 중국인 입국관광객을 충남으로 유치하기 위한 전략과 방안을 모색하기 위한 작업의 기초는 이들의 시각에서 평가한 국내 방문 도시와 관광지에 대한 인상과 의견, 그리고 선호하는 상품의 성격과 특성 등에 대한 의견을 정확히 파악하고 분석하는 작업이 될 것이다. 본 절에서는 이 같은 문제 의식 하에 충남지역에 유학중인 중국인 유학생들을 대상으로 설문조사를 진행했고, 조사를 담당한 조별 대표 중국인 유학생들과 집단 토론 및 심층 인터뷰 조사를 진행했다.

설문조사의 주 대상은 충남을 잘 알고 여러 도시들을 방문한 경험이 있는 중국유학생들이다. 설문지 조사뿐만 아니라 중국인 유학생들과 2회에 걸쳐 그룹 인터뷰를 진행하면서 심층적인 응답도 구했다. 본 설문의 응답자 중 대다수가 충남지역에 거주하는 유학생이었기 때문에 충남지역에 대한 인식도가 높다는 가정 하에 결과분석을 진행했다. 설문조사 내용 개요와 분석결과를 정리하면 다음과 같다.

- ▮ 설문목적 : 방한 중국인의 충남도 관광지에 대한 인식도 조사 및 의견 수렴
- ▮ 조사기간 : 2015년 2월 9일~2월 13일
- ▮ 조사대상 : 방한 중국인 총 42명
- ▮ 조사방법 : 중국인 유학생과 함께 직접조사, 소수 대상 FGI수행
- ▮ 주요 조사내용 : ① 한국 관광에 대한 인식, ② 충남지역 관광에 대한 인식
  ③ 충남 방문 이후 인식 변화

본 설문은 방한 중국인 42명을 대상으로 했으며, 조사 대상 일반 현황은 다음 <표 2-8>과 같다.

〈표 2-8〉 조사 대상 일반 현황

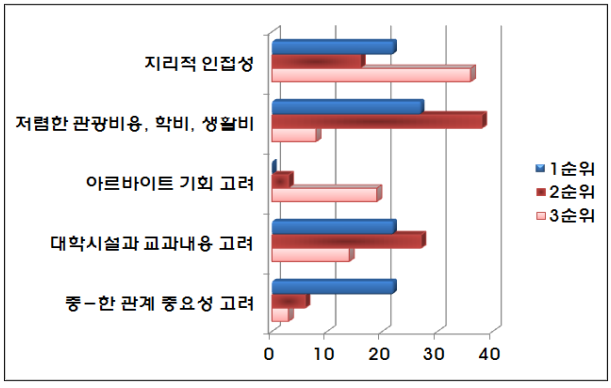
전체		빈도(N)	백분율(%)
성별	남자	16	38%
	여자	26	62%
연령	평균 26세	42	100%
한국입국 기간	1년 미만	2	4%
	1~5년	22	52%
	5년 이상	18	44%

중국내 거주지	산동성	13	31%
	길림성	8	19%
	하남성	4	10%
	북경시	2	5%
	상해시	2	5%
	강소성	2	5%
	안휘성	2	5%
	절강성	1	2%
	흑룡강성	1	2%
	섬서성	1	2%
	호북성	1	2%
	호남성	1	2%
	지린성	1	2%
	내몽골	1	2%
한국내 거주지	충남지역	31	74%
	충청권(대전, 세종, 충북)	4	10%
	충청권 외	7	16%
합 계		42명	100%

(1) 한국관광에 대한 인식

(가) 관광 또는 유학대상지로 한국을 선택한 이유

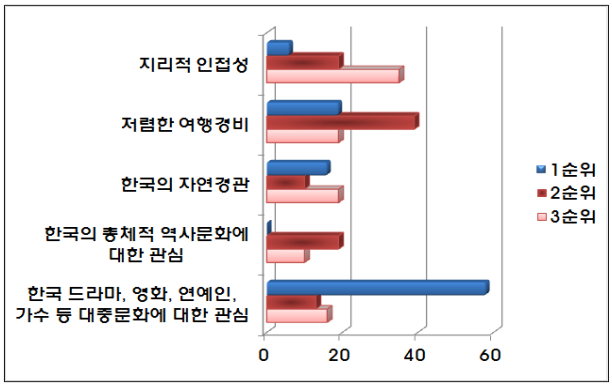
관광 또는 유학대상지로서 한국을 선택한 이유는, 1순위에서는 저렴한 비용(27%), 지리적 인접성(22%), 대학시설과 교과내용 고려(22%), 중한관계 중요성고려(22%) 순으로 각 항목에 대해 비슷한 비율이었고, 2순위에서도 1순위와 마찬가지로 저렴한 비용(38%)이, 3순위에서는 지리적 인접성(36%)이 가장 중요한 선택 요인으로 나타났다.



〈그림 2-19〉 관광대상국으로 한국을 선택한 이유

(나) 중국인들이 관광목적지로 한국을 선택하는 것에 대한 개인 의견

일반적으로 중국인들이 관광목적지로 한국을 선택하는 요인에 대한 개인의 의견을 설문한 결과, 1순위는 한국 대중문화에 대한 관심(58%)이었고, 다음으로 저렴한 여행경비(19%), 한국의 자연경관(16%), 지리적 인접성(6%) 순이었으며, 한국의 역사문화에 대한 관심에는 응답자가 없었다. 2순위는 저렴한 여행경비(39%), 지리적 인접성(19%), 한국의 총체적 역사문화에 대한 관심(19%), 한국 대중문화에 대한 관심(13%) 순이었다. 중요도에서 세 번째로 꼽은 항목은 지리적 인접성(35%), 저렴한 여행경비(19%), 한국의 자연경관(19%), 한국 대중문화에 대한 관심(16%), 한국의 역사문화에 대한 관심(10%) 순이다.



〈그림 2-20〉 중국인들이 관광목적지로 한국을 선택하는 이유

(다) 본인이 관광을 목적으로 방문했었던 한국 내 지역

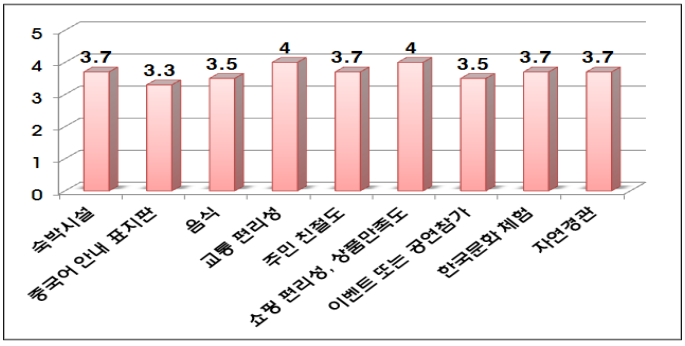
〈표 2-9〉는 중국인들이 한국 내 방문했던 지역에 대한 조사 결과를 정리한 것이다. 서울은 100%가 방문했다고 응답했고, 인천 55%, 제주도 55%, 부산 50%, 대전 52%로 특별시, 광역시들은 이미 많은 중국인들이 방문했던 것으로 나타났다. 권역별로 살펴보면, 수도권에서는 이미 언급한 서울과 인천을 제외하고 용인 21%, 수원 19%, 평택 7% 순으로 나타났고, 나머지 지역은 김포, 가평, 성남, 안양, 고양, 안산 등이었다. 부산·경상남도 권역에서는 김해 12%, 창원 5%, 나머지 울산, 거제, 진주 등지 였고, 대구·경상북도 권역에서는 대구 21%, 경주 29%, 안동 7%, 포항 7% 순이다. 강원도 권에서는 동해 21%, 강릉 14%, 춘천 12%, 속초 7% 순이었으며, 광주·전라도 권역에서는 전주 33%, 여수 24%, 순천 17%, 광주 12% 순으로, 기타 나머지 지역은 목포, 부안, 군산, 광양 등이었다. 대전·세종·충청 권역은, 천안 62%, 대전 52%, 청주 40%, 세종 24%, 아산 17%, 보령 14%, 공주 12%, 당진 12% 순이었고, 나머지 지역은 부여, 계룡, 충주 등이었다.

〈표 2-9〉 관광을 목적으로 방문했었던 한국 내 지역

지역구분	지역 명	응답률	지역구분	지역 명	응답률
수도권 지역	서울	100.0%	강원도	동해	21.0%
	인천	55.0%		춘천	12.0%
	용인	21.0%		속초	7.0%
	수원	19.0%		강릉	14.0%
	평택	7.0%	대전·세종·충청	대전	52.0%
	가평	5.0%		세종	24.0%
	성남	5.0%		천안	62.0%
	고양	2.0%		아산	17.0%
	안양	5.0%		공주	12.0%
	안산	2.0%		부여	2.0%
	김포	5.0%		논산	21.0%
제주도	제주도	55.0%		당진	12.0%
				보령	14.0%
				계룡	2.0%
부산·경남	부산	50.0%		청주	40.0%
	울산	2.0%		충주	2.0%
	김해	12.0%	광주·전라	광주	12.0%
	창원	5.0%		여수	24.0%
	거제	2.0%		순천	17.0%
	진주	2.0%		전주	33.0%
대구·경북	대구	21.0%		군산	5.0%
	안동	7.0%		부안	7.0%
	경주	29.0%		목포	7.0%
	포항	7.0%		광양	5.0%

(라) 한국 관광에 대한 전체 만족도

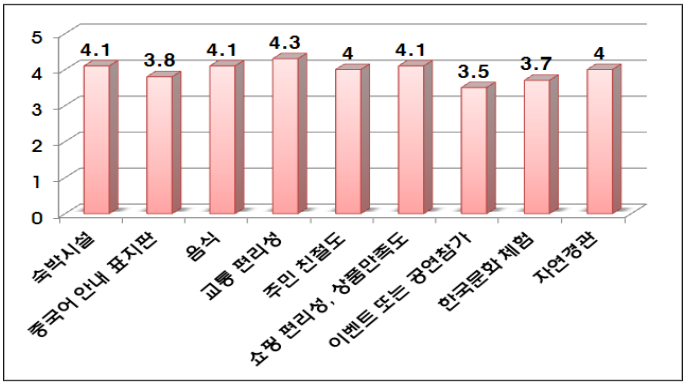
방문했던 한국내 지역들에 대한 만족도는 항목별로 차이가 크지는 않지만 교통편리성(4)과 쇼핑편리성(4)이 가장 높았다. 다음으로 숙박시설(3.7), 한국문화 체험(3.7), 자연경관(3.7) 순이었으며, 중국어 안내 표지판에 대한 만족도가 가장 낮았다.



〈그림 2-21〉 한국 관광에 대한 전체 만족도

(마) 한국관광 만족도에 대한 개인적 의견

한국관광에 대한 만족도에 대한 설문 결과, 교통 편리성(4.3)에서 가장 큰 만족도를 보였다. 다음으로 숙박시설(4.1), 음식(4.1), 쇼핑 편리성(4.1) 순이었고, 이벤트 또는 공연 참가에 대한 만족도가 가장 낮았다.

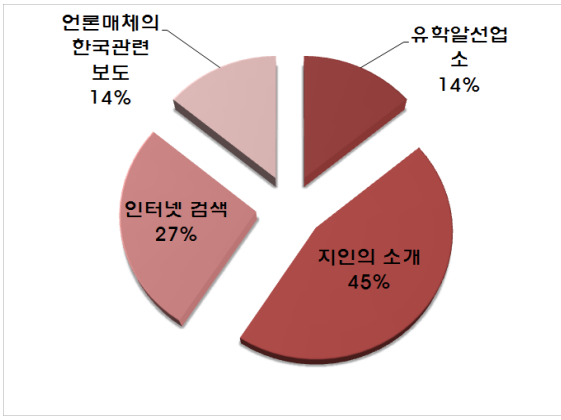


〈그림 2-22〉 중국일반인들의 한국관광에 대한 만족도

(2) 충남지역 관광에 대한 인식

가) 방한 이전, 충청남도에 대한 정보를 듣게 된 경로

중국내에서 충청남도에 대한 정보를 듣게 된 경로에 대해 조사한 결과, 지인의 소개 45%, 인터넷 검색 27% 순으로 나타났고, 언론매체의 한국관련 보도(14%)와 유학알선업소(14%)의 비중은 같았다.



〈그림 2-23〉 충남에 대한 정보를 듣게 된 경로

나) 방문 경험이 있던 충청남도 내 지역 중 좋은 인상을 준 곳과 이유

<표 2-10>은 방문 경험이 있던 충남지역 중 인상이 좋았던 곳의 순서와 이유에 대한 설문 결과이다. 1순위 지역으로 공주시에 대한 응답률이 가장 높았지만, 이는 응답자 대부분이 공주시에 거주하고 있는 유학생들이기 때문으로 이해된다. 공주시에 대해 인상이 좋았다고 응답한 이유에 대해서는 역사문화로서의 백제문화제와 조용한 자연경관이라고 응답했다. 좋은 인상을 받았다는 응답이 가장 많은 지역은 천안시였다. 그 이유는 "큰 도시이기 때문에 쇼핑이나 교통이 편리해서" 가 많았다. 다음으로는 계룡시에 대한 응답률이 높았는데, 계룡산의 자연경관과, 계룡시 군대문화제에 대한 인상이 좋았다고 응답했다. 보령, 태안에 대해서는 바다와 해양자연경관이 좋기 때문이고, 논산의 딸기축제와, 청양의 특산품인 고추를 좋아한다는 의견도 있었다.

〈표 2-10〉 충청남도 내 지역 중 가장 좋은 인상을 받았던 곳

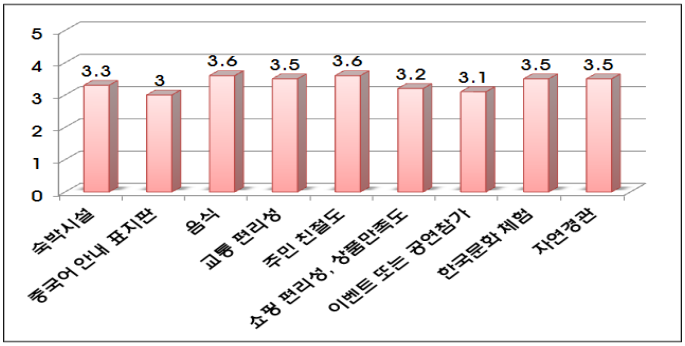
지역명	1순위	2순위	3순위	주요 이유
천안시	29%	33%	25%	큰 도시, 쇼핑의 편리성
공주시	58%	29%	13%	역사 문화, 자연경관
보령시	4%	8%	8%	자연경관(바다), 머드축제
논산시	0%	4%	13%	논산 딸기
계룡시	4%	17%	17%	계룡산, 계룡 군대문화제
부여군	0%	8%	13%	역사 문화
아산시	0%	0%	4%	온천
청양군	0%	0%	4%	자연경관(산), 청양고추
태안군	4%	0%	4%	자연경관(바다)

다) 충남 관광자원 및 관광시설에 대한 만족도

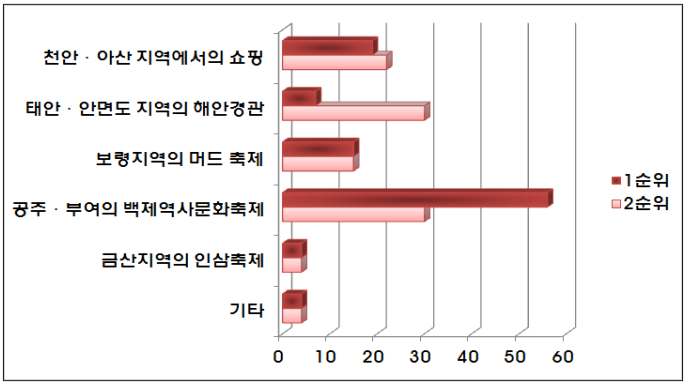
<그림 2-24>은 충남지역 내 관광자원 및 관광시설에 대한 전반적인 만족도 조사 결과이다. 가장 높은 만족도를 보인 항목은 음식(3.6)과 주민친절도(3.6)이다. 이는 한국전체 관광의 만족도에서 교통 편리성과 쇼핑 편리성을 꼽았던 것과는 다르다. 충남지역에 대해서도 중국어 안내표지판에 대한 만족도가 가장 낮게 나왔다.

라) 충남에서 중국인들에게 좋은 인상을 줄 수 있는 관광자원에 대한 의견

충남도 내 관광자원 중 중국인들에게 좋은 인상을 줄 수 있는 관광자원에 대해 설문한 결과, 1순위는 공주·부여의 백제역사문화축제(56%)였다. 다음으로 천안·아산 지역의 쇼핑문화 19%, 보령지역의 머드축제 15%, 태안 지역의 해안경관 및 해양자원 7%, 금산지역의 인삼축제 4% 순이었다. 2순위로는 태안의 해양자원, 공주·부여의 백제역사문화축제, 천안·아산 지역의 쇼핑, 보령지역의 머드축제, 금산지역의 인삼축제 순이었다.



〈그림 2-24〉 충청남도 관광자원 및 시설에 대한 만족도



〈그림 2-25〉 중국인들에게 인상을 줄 수 있는 충남관광자원

마) 충남 관광을 통해 만족한 점

충청남도 관광을 통해 가장 만족한 점에 대해 인터뷰 조사 결과, 많은 중국인들이 백제문화제 등 충남의 역사·문화 전통에 대한 이해라고 응답했다. 이어서 충남지역의 자연경관으로부터 얻는 힐링을 꼽았다.

바) 충청남도가 중국인 관광객을 유치하기 위해 중시해야 할 방안들

충청남도가 중국인 관광객을 유치하기 위한 방안에 대한 의견을 설문한 결과, 중국인 유학생 대상의 테마관광(41%) 응답률이 가장 높았고, 2위는 중국인 유학생 부모 대상 효도관광(33%)이었다. 다음으로는 여행사를 통한 단체관광, 배낭여행 등 개별관광, 삼농정책 성공사례 등 농촌마을 방문 순이었다.

사) 충청남도의 중국인 관광객 유치 방안에 대한 의견

<표 2-10>은 중국인 관광객을 충남지역으로 유치하기 위한 의견 또는 제안 내용을 종합, 정리한 것이다. 주요 내용은 다음과 같다.

첫째, 대부분의 중국인들은 물론 한국 방문 계획이 있거나 관심이 있는 중국인들도 충청남도와 충남지역 내 관광지에 대해서 알고 있는 경우가 거의 없다. 소위 한류 등 한중 양국 간 교류의 확대에 따라서 한국을 알고 있는 중국인들이 늘어나고 있긴 하지만, 대부분 '서울'과 '제주도'에 대해서 알고 있는 정도이다. 따라서 충남과 충남지역 관광자원을 알리기 위한 홍보 전략과 장소마케팅 전략이 필요하다.

둘째, 충남의 관광상품 홍보에 충남지역 현지 대학 등에서 유학중인 중국인 유학생들을 충분히 활용해야 한다는 제안이 있었다. 예를 들어, 중국인 유학생 대상 충남지역 문화체험관광 상품을 만들어 이들이 먼저 체험하도록 하고, 중국인 유학생들이 체험한 경험을 중국에 있는 이들의 친지들을 대상으로 홍보하도록 하는 방안이 필요하다는 것이다.

셋째, 충남 소재 대학에 유학중인 중국인 유학생 부모들을 대상으로 '효도관광' 상품을 만들고 운영하자는 제안이 있었다. 즉, 중국인 유학생들이 한국 충남에서 체류 유학기간이 학부생일 경우 최소 4~5년, 대학원생 경우에도 최소 3~4년 기간일 것이고, 이 기간내에 이들의 부모또는 친지들이 한번 이상은 한국을 방문하는 경우가 많을 것이므로, 이를 타겟으로 충남 특색과 연결한 '효도관광' 또는 '친지방문' 한국 방문 관광상품을 만들고 운영할 필요가 있다는 것이다. 한편, '효도관광' 또는 '친지방문' 관광상품 추진 시에 한국방문비자 발급 관련 절차를 간소화해 주어야 한다는 의견도 있었다. 또한 중국인 유학생들을 활용해 현지 관광 통역이나 관광가이드를 할 수 있는 문화 봉사활동 프로그램 운영 제안 등의 의견도 있었다.

넷째, 중국인 관광객들은 직접 체험하는 활동을 좋아하므로, 김치만들기, 전통시장, 전통음식 만들기, 농촌문화 체험 등을 관광자원 및 프로그램과 충남지역 특성과 연결한 특화된 테마관광이 필요하다는 의견도 있었다. 이는 관광상품 내용과 지역별 관광지별 역사전통문화 특성과 테마, 이야기 등과 연결한 관광상품이나 프로그램을 만들자는 제안이라 할 수 있겠다.

마지막으로, 충남은 수도권에 인접해 있지만 교통이 불편하고 접근성이 좋지 않은 곳이 많으므로 공항을 포함한 지역 간 연결 대중교통 등 교통여건 개선과 관광객 수용 기반 확충이 필요하다는 의견 및 제안이 있었다.

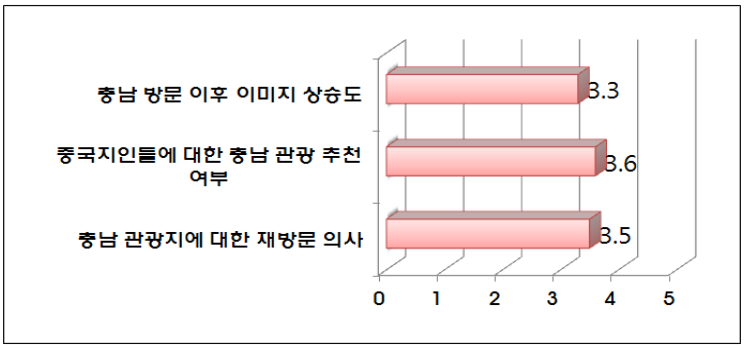
〈표 2-11〉 중국인 관광객을 충남에 유치하기 위한 의견 및 제안

구분	개 인 의 견
인프라 부분	공항 및 대중교통 편리성으로 인한 접근성 향상이 필요함
	충남은 다른 지역에 비해 숙박시설이 미비함
관광 부분	역사문화 및 전통문화 등 지역특성과 연결한 테마관광 필요함
	중국인들은 직접 체험하는 것을 좋아함 : 김치만들기, 전통시장, 음식문화 체험, 농촌문화 등 한국전통문화체험 프로그램 개발 필요함
홍보 부분	중국 현지에서 충남지역 잘 모름, 적극적인 홍보전략이 필요함
	도내 소재 대학 재학중인 중국유학생들을 적극 활용한 중국 현지 홍보 방안 수립 필요함
중국 유학생 활용 부분	중국 유학생회 의견 수렴과 함께 다양한 행사 기획 개최
	중국 유학생들을 활용한 충남 관광 가이드나 통역 등 문화 봉사활동 프로그램 개발 필요.
	중국 유학생 대상 문화체험관광 패키지를 만들어서 학생들이 편리하게 즐길 수 있도록 프로그램화 필요
	중국 유학생 부모 대상 효도관광 프로그램 개발과 친지 초청시 관광비자 발급 절차 및 서류 간소화 필요
	중국인 관광객들을 위한 전문 서비스 제공 필요
기타 부분	중국어 안내판 부족, 충남 관광지 경쟁력 약함, 중국인 입맛에 맞는 음식개발 필요,

(3) 충남 방문 이후 인식도 변화

가) 충남 방문 이후 충남에 대한 이미지 변화

충남 방문 이후 충남에 대한 이미지 변화는 5점 척도 기준으로 3.3점이었다. 따라서 방문이후 충남에 대한 이미지가 평균 수준 이상으로 좋아졌다고 할 수 있다. ‘보통’이라 응답한 비율은 45%, ‘이미지가 좋아졌다’는 38%, ‘매우 그렇다’ 5%, ‘그렇지 않다’ 10%, ‘전혀 그렇지 않다’ 2%이다. 방문 이후에 충남지역에 대한 이미지가 더 안 좋아졌다는 응답자 비중도 12%로 나타났다.



〈그림 2-26〉 충남 방문 이후 인식도 변화

나) 중국내 지인들에게 충남 관광 추천에 대한 의지

충남지역을 방문했던 중국인들이 자신의 중국내 지인들에게 충남 관광을 추천할 것인지에 대해서는 3.6점으로 보통 이상 긍정적으로 나타났다. 긍정쪽으로 59%, 부정쪽으로 9%가 응답했다. “추천을 할 것인가?” 라는 질문에 대해 “매우 그렇다” 14%, “그렇다” 45%, “보통이다” 31%, “그렇지 않다” 7%, “전혀 그렇지 않다” 2%였다.

다) 충남 관광지에 대한 재방문 의사

충남지역 관광지에 대한 재방문 의사에 대해서는 5점 척도 기준 3.5점으로 평균 이상의 긍정도를 보였다. “매우 그렇다” 17%, “그렇다” 29%, “보통이다” 45%, “그렇지 않다” 7%, “전혀 그렇지 않다” 2%였다.

3. 소결 및 시사점

본 장에서는 중국인 관광객에 대한 현황을 중국 출국 이전과 한국 입국 이후로 나누어서 일반 현황과 선호행태와 의견에 대한 설문조사 및 인터뷰 조사를 실시했다. 조사 및 분석 결과와 충남 관광정책에 주는 시사점은 다음과 같다.

첫째, 개혁개방 이후 1980년대에 홍콩, 마카오 친인척 방문 여행으로 시작된 중국 출국관광시장의 특성은 급속한 성장, 지속적인 규범화와 확대발전 단계를 거쳐서, 가속발전단계에 접어 들었다. 중국공민의 출국 사유가 사적(私的) 사유가 공적 사유 출국자 수를 추월하면서 급속하게 증가했고, 1997년 7월부터는 '중국 공민 자비 출국관광 관리 잠정방법(中国公民自费出国旅游管理暂行办法)' 이 시행되면서 중국인이 출국관광 시에 더 이상 "친지방문" 이라는 명분이나 이유가 필요치 않게 되었고, 자비 출국관광이 시작되었다.

또한 1997년 하반기부터 1999년 초까지 연속적으로 호주, 뉴질랜드, 한국과 일본 등을 자비 해외 관광 목적지 국가로 개방 비준했고, '출입연계(出入挂钩), 총량통제, 할당관리(配额管理)' 원칙하에, 심사비준증명(审核证明), 단체 리스트(团队名单表), 대행업소 관리(代办点管理), 가이드 인증(领队认证) 등을 포함한 비교적 체계적인 출국관광 관리제도를 수립하고 시행해 오고 있다. 한편, 중국의 총체적 정치환경과 대외정치외교가 안정 속에 발전하면서, 중국의 출국 관광환경도 발전, 특화되었고, 이에 따라 중국인 출국관광객수가 가속적으로 증가하고 있다.

둘째, 중국인 출국관광객의 행태상의 특성에 대한 조사 분석 결과를 요약하면 다음과 같다. 최근 중국인 출국관광객의 주요 출발지는 화남(華南), 화북(華北), 화동(華東)지구에 집중되어 있고, 이중 상하이, 광동, 베이징 등 성(省) 및 직할시의 점유비중이 가장 크고, 그 다음이 장쑤성(江蘇省), 저장성(浙江省), 산동성 등 연해지구 성(省)급 지구들이다. 이외에도 동북지구의 랴오닝성(遼寧省), 화중지구의 후베이성(湖北省), 서남지구의 쓰촨성(四川省)의 점유비중도 비교적 큰 편이다. 또 일본과 한국 방문을 선택한 중국인 관광객의 특징은, 성별로는 여성이 남성보다 많고, 연령대로는 36~45세, 개인 월수입은 10,000~15,000위안 사이가 많았다. 특히 독생자(獨生子) 자녀의 시야를 넓혀 주기 위한 방법으로 미성년 자녀를 해외여행에 동반하는 경향이 강하다.

행선지와 일정을 여행사를 통해서 선택한다고 답한 비율이 87% 이상이었고, 향후 해외여행 시에도 여행사 관광상품을 선택할 것 같다고 답했다. 관광 유형별 점유율은 단체관광 37.4%,

자유(개별)관광 31.4%, 반(半)자유관광 18.7%였고, 관광기간은 6~8일 간, 3~5일간 순이고, 6일 이상 관광일정을 선택한 사람들은 개인 월수입이 비교적 높은 사람들로 유럽과 미국 도시를 선택한 사람들이 많았고, 한국과 일본 관광일정은 3~5일로 비교적 짧았다.

중국인 출국관광객의 여행지에서의 소비규모는, 유럽과 미국 도시로 간 중국인 관광객들의 소비규모가 가장 컸고, 그 다음이 일본과 한국 방문자들이고, 3위가 동남아 도시 방문자들이었다. 관광유형별로는 자유(개별)관광, 반자유관광, 단체관광 순이었고, 가장 큰 비중을 차지하는 소비부분은 쇼핑이었다. 일본과 한국을 방문한 중국인 관광객의 경우에는 일반 물품구매 비중이 컸고, 동남아 도시를 방문한 중국인 관광객들은 교통비와 유흥비가 많았고, 유럽과 미국 도시를 방문한 중국인 관광객들은 주로 숙박, 입장권 구입비, 그리고 사치품과 기념품 구입비 비중이 컸다. 중국인 출국관광객이 여행 시 가장 중시하는 문제는 교통, 숙박, 음식료 순으로, 가장 걱정하는 문제는 언어소통, 소지한 금전 안전보관, 문화차이 순이다. 여행과정중의 위험에 대비해 의외 상해보험상품 등 보험상품을 구매한 관광객의 비율이 약 73.7%에 달했다.

셋째, 한국 내에서의 중국인 입국관광객의 현황과 분석이다. 이를 위해 일반현황 조사와 방한 입국 관광객 대상 설문조사 분석을 진행했다. 종합적으로 보면, 방한 이후 이들 중국인 관광객들의 한국과 충남에 대한 인식과 평가는 대체로 긍정적 방향으로 향상 되었다고 할 수 있다. 주요 내용을 요약하면 다음과 같다.

①증가 추세가 가속화되고 있다. 2000년 이후로 증가하기 시작한 방한 중국인관광객수는 2005년 약 71만 명에서 2014년 약 613만 명으로 10년 만에 8.6배 이상 증가했다. 2014년 방한 중국인 관광객 수는 전년대비 약 42% 증가했고, 방한 외국인관광객 총수의 약 43.1%를 점했다.

②남성 비중은 감소하고, 여성비중이 급속하게 증가하는 추세이다. 2005년에는 남녀 비율이 58.8%, 41.2%로 남성이 더 높은 비중을 차지했으나, 2014년에는 여성 62.5%, 남성 37.5%가 되었고, 순수관광목적의 경우는 차이가 더 벌어져서, 여성 64.9%, 남성 35.1%였다.

③연령별 비중은 20대부터 30대까지 젊은 층이 가장 큰 비중을 차지하고 있고, 40대 연령층의 비중도 비교적 높다. 단, 젊은 층의 비율은 2005년부터 현재까지 큰 폭의 변화가 없으나, 50대 이상의 장·노년층 관광객 비중은 꾸준히 증가하고 있다.

④충남지역에 유학중인 중국인 유학생들을 대상으로 진행한 설문조사와 심층 인터뷰 조사 결과에 대한 주요 내용과 시사점을 정리하면 다음과 같다. 첫째, 대부분의 중국인들은 충청남도와 지역내 관광지에 대해서 잘 모른다. 따라서, 충남과 충남지역 관광자원을 알리기 위한 홍보전략

과 장소마케팅 전략이 필요하다. 둘째, 충남의 관광상품 홍보에 충남지역 현지 대학 등에서 유학중인 중국인 유학생들을 충분히 활용해야 한다. 예를 들어, 중국인 유학생들이 체험한 충남 관련 경험을 중국에 있는 자신들의 친지들을 대상으로 홍보하도록 권장하는 방안도 필요하다. 셋째, 충남 소재 대학에 유학중인 중국인 유학생 부모들을 대상으로 '효도관광' 상품을 만들고 운영하자는 제안도 있었다. 즉, 중국인 유학생들이 한국 충남에서 체류 유학기간이 학부생일 경우 최소 4-5년, 대학원생 경우에도 최소 3-4년 기간일 것이고, 이 기간내에 이들의 부모 또는 친지들이 한번 이상은 한국 방문을 희망하거나 실제 방문하고 있으므로, 이들을 타겟으로 충남 특색과 연결한 '효도관광' 또는 '친지방문' 한국 방문 관광상품을 만들고 운영하자는 의견이다. 한편, '효도관광' 또는 '친지방문' 관광상품 추진 시에 한국 방문 비자 발급 관련 절차를 간소화해 주어야 한다는 의견도 있었다. 또한 중국 유학생들을 활용해 현지 관광 통역이나 관광가이드를 할 수 있는 문화 봉사활동 프로그램 운영 제안 등의 의견도 있었다. 네째, 테마관광과 체험관광 상품 개발이 필요하다는 의견도 있었다. 예를 들면. 김치만들기, 전통시장, 전통음식만들기, 농촌문화 체험 등 충남지역 특성과 연결한 특화된 관광상품이나 프로그램을 만들어야 한다는 제안도 있었다. 마지막으로, 교통이 불편하고 접근성이 좋지 않은 곳이 많다는 지적과 공항을 포함한 지역 간 연결 대중교통 등 교통여건 개선과 관광객 수용 기반 확충이 필요하다는 의견 및 제안이 있었다.

제3장 중국인관광객 유치 관련 충남 관광현황 및 정책과제

1. 충남의 중국인관광객 유치정책 현황

중국인 관광객을 유치하기 위해 추진하고 있는 충남의 관광정책을 비교분석하기 위해 서울과 제주, 부산, 강원, 충북 등 중국관광객 방문이 많은 타 시도의 대(對)중국 관광정책을 살펴보았다.

1) 중국인관광객 인기 방문지역과의 비교 분석

（1）서울특별시

서울특별시는 서울 곳곳의 역사·문화자원을 활용한 다양한 스토리를 발굴하고, 이를 통한 관광콘텐츠 다양화, 수요자 중심의 관광인프라 개선과 서비스 혁신, 컨벤션 이벤트(MICE), 의료, 한류관광 등 고부가가치 관광사업 육성에 주력했다.

2013년에는 관광인프라 개선 및 서비스 혁신 정책으로는 관광안내 서비스 운영 개선으로 명동종합관광정보센터 신설(2013.11.29), 움직이는 관광안내소 확대(11개소 102명) 등을 추진했다. 또한 외국인관광객 도시민박업 활성화를 위해 2012년 말 185개소 610실 → 2013년 말 366개소, 1,122실 확대하고, 외래관광객 이용률 제고를 위해 서울관광 홈페이지 내 홈페이지를 구축(2013.6~)했다.

매력이 넘치는 서울관광 홍보사업으로 서울관광 홍보 및 프로모션으로 중점 타깃시장인 중국을 대상으로 여행 인쇄매체 광고를 추진했고, 중국 및 동남아 타깃 여행미디어 관계자 초청 팸투어를 추진했다. 고부가가치 MICE 산업 육성을 위해서는 중점 타깃 지역(미국, 중국, 독일)의 MICE 현지 프로모션을 전개했다.

2014년에는 서울만의 관광자원을 확대하기 위한 콘텐츠 개발을 위해 국가별 관광객 특성을 반영한 타깃형 맞춤형 관광코스를 개발했다. 중국과 관련된 것으로는 랜드마크, 문화유적지, 쇼핑과 연계한 관광코스가 있다. 민·관 협력의 관광인프라 개선 및 서비스 혁신사업으로는 관광

호텔 수급분석 TF 구성, 공급과잉 방지 및 중저가 호텔 건립을 지속적으로 유도했다. 그리고, 여관과 모텔의 우수 숙박시설(Goodstay Seoul)로 전환을 유도하고, 2014년에 2천 실을 추가 확충했다. 더불어 숙박업체-여행업체간 객실정보 공유를 통한 관광상품화 유도와 빈방 공유, 한옥체험업 등 대체숙박업 7백 개소, 2천 개실을 확충했다. 나아가 서울시내 거점별 관광정보센터 4개소(김포공항, 코엑스, 송파, 서초)를 신설했다.

차별화된 서울관광 홍보마케팅 추진을 위해 해외 타깃지역의 홍보매체를 활용한 홍보 및 프로모션으로, 중국지역의 TV매체(베이징 BTV 등)를 활용해 서울관광을 광고했다. 그리고, 서울관광 설명회 5회(중국, 일본, 러시아 등) 및 국내·외 관광교역전에 5회 참가했다.[11]

이상과 같이 서울시는 중국인 관광객을 유치하기 위해 관광인프라 개선 및 서비스 혁신 정책의 추진과 서울만의 관광자원을 확대하기 위한 콘텐츠 개발, 차별화된 서울관광 홍보마케팅을 추진하고 있다.

(2) 부산광역시

2013년에 부산광역시는 해외 관광객 유치활동으로 국내·외 관광설명회를 개최했다.(중국, 일본 등지에서 12회, 국내에서 2회) 그리고, 해외 유력여행사, 언론·잡지사 등 초청 팸투어를 실시(48회 1,117명)했고, 해외 유력일간지 등 부산관광상품 광고를 일본, 중국 등에 6회와 국내·외 관광전 부산홍보관 운영을 해외(베이징 등 6회), 국내(서울 등 6회) 등에서 추진했다.

관관광안내 서비스 향상을 위해서는 관광안내소 이용객을 위한 동행투어 프로그램(잘잘' S 투어)을 외국인서비스센터, 국제여객터미널, 남포동 종합관광안내소 등에서 실시했다. 또한, 외국어 병기(한·영·일·중) 메뉴판 제작(230개소), 관광안내표지판 정비(다국어 표기 212개소), 움직이는 워킹가이드로 주요 해수욕장 3개소 및 관문지역 3개소에서 명예통역관광안내원 16명을 운영했다. 더불어 전문 스토리텔러 양성(25명)과 중국어 번역본을 포함하는 관광스토리텔링북을 제작(2,500부)했다. 2013 부산·울산·경남 방문의 해 사업으로 부·울·경 대장정?, 부·울·경 관광테마열차 운행, 중국 공동홍보관 운영 등 6개 공동사업을 추진했다.

2014년에는 부산관광 활성화 기반조성을 위해 체계적인 관광시책 개발 및 추진으로 관광진흥위원회 정기개최 및 분과별 운영활성화 : 관광정책, 관광개발, 관광산업, 관광객유치, MICE산

11) 문화체육관광부(2014. 8), 2013년 기준 관광동향에 관한 연차보고서, 351쪽-355쪽 요약정리.

업 등 5개 분야, 관광진흥계획(안) 자문 및 심의 등이 이루어졌다. 그리고, 중국인 관광객 유치 민관합동보고회를 개최(분기별 1회)했다. 나아가 환승관광의 추진으로 제주도행 중국인 단체관광객의 김해공항 무비자 입국 환승관광을 시행했다.

부산대표 관광프로그램 육성으로 복원된 영도대교를 중심으로 한 관광명소화 추진 및 허왕후 신행길 부산-경남 공동 관광상품화을 추진했고, 입국관광 여행사를 대상으로 우수 관광상품 인증제 도입을 추진했다. 특히 중국관광객을 위해 관광·쇼핑·숙박 등 할인이 가능한 부산관광카드 확대 및 중국 인리엔(銀聯)카드 이용의 활성화와 외국 명절기간 동안 대규모 부산방문 쇼핑을 유도(일본 골든위크 및 중국 중추절 등)하는 사업을 추진했다.

국제크루즈 및 해양관광 활성화 추진으로 크루즈 관계자 팸투어 실시, 크루즈 입항 인센티브 지원, 크루즈 입항 환대행사 및 셔틀 지원 등과 크루즈 중국어 관광통역 전문 인력 양성 지원(30명)을 했다.[12)]

이상과 같이 부산광역시에서는 해외 관광객 유치활동, 관관광안내 서비스 향상, 부산관광 활성화 기반조성, 부산대표 관광프로그램 육성, 국제크루즈 및 해양관광 활성화 사업 등을 추진하고 있다.

(3) 강원도

서울과 제주에 편중되었던 한국 방문 '요우커'들의 목적지가 최근에는 강원지역으로도 확대되고 있다. 즉, 단체 패키지관광객의 경우, 양양공항으로 들어와서 이틀간 강원도내 속초, 강릉, 춘천, 태백, 평창 중 2~3곳을 관광하고, 제주도와 서울을 거쳐서 중국으로 돌아가는 코스가 인기를 끌고 있다. 강원도내 관광지로 선택하는 곳은 설악산 케이블카, 이바이마을 갯배체험, 속초수산시장과 양양전통시장에서 명태나 고려인삼 쇼핑, 동해 묵호항, 묵호등대, 정동진, 춘천 남이섬, 강릉 경포대, 태백 강원랜드, 평창 알펜시아 스키점프대와 뷰티아울렛 등이다.

강원도의 '요우커' 유치 전략의 중점은 출입국 관문인 양양공항의 대(對) 중국 항로 확충과 이와 연계한 관광상품 개발 및 운영이라 할 수 있다. 양양공항 이용객 수는 2012년 3만명 수준에서 '요우커' 유치 덕분에 2013년 5만명, 2014년 25만

12) 문화체육관광부(2014. 8), 2013년 기준 관광동향에 관한 연차보고서, 357쪽-360쪽에서 요약정리.

명으로 증가했고, 이중 중국인 관광객이 16만명으로 64%를 점했다. 중국인 관광객 수로는 인천공항(26만명)에 이어 전국 2위이다. 2015년 1/4분기에는 양양공항 이용객이 전년동기 대비 60% 증가했다.

이와 같은 성과는 2013년 이후 강원도가 중국인에 중점을 둔 외국인 관광객 유치를 위한 노력의 결과이다. 즉, 2013년부터 콘텐츠 다양화와 마케팅 강화를 위해 양양공항의 활성화와 연계해 중국시장에 대한 대대적 홍보마케팅을 추진했다. 이를 위해 상하이 특별세일즈, 중국인유학생 SNS기자단 운영, 가이드북 제작·배포 등을 실시했다. 더불어 양양국제공항의 활성화와 중국 상하이간 국제 정기노선을 개설하고, 취항지역을 다변화하면서 상하이 160편, 따리엔 72편 등 8개 노선으로 확대했고 총 이용객수가 38,000명을 넘어섰다.

2014년에는 외국인관광객 유치를 통한 성장 동력화로 외국인 초청 강원관광설명회를 개최하고 설명회에 참석한 외국인 네트워크를 구축하고 관리하기 시작했다. 특히, 해외 강원관광사무소를 확대 운영해 중국 선양(沈陽)관광사무소를 개설, 운영했다. 강원도내 공항의 활성화를 위해 양양국제공항의 동북아 거점 공항 육성사업으로 중국내 26개 취항도시에 강원도 관광자원 집중 홍보, 중국인 개별자유관광객(FIT) 이동 및 공항경유 등 접근 교통망 구축, 중국 등 외국인 맞춤형 관광인프라 확충, 외국인 관광객 도내 체류 및 소비 촉진을 통한 지역 소득화 상품개발 등을 추진했다.

2014년 7월에는 법무부가 양양공항을 무비자환승입국공항으로 지정했고,[13] 다시 9월 15일에는 무비자 환승 시간을 기존 3일(72시간)에서 5일(120시간)로 확대했다. 즉, 양양국제공항을 이용하는 방한 중국인 입국 관광객들이 무비자로 강원도내 지역에서 이전 보다 더 오래 체류하고, 서울, 제주도 등지와 연계한 다양한 관광상품을 만들 수 있게 되었다. 현재 중국인 관광객에게 120시간 무비자 체류를 허용하고 있는 국내 국제공항은 양양공항 외에 인천공항, 청주공항, 김해공항, 대구공항, 무안공항이 있다.

또한, 최근 보도에 따르면, 2015년 4월 7일부터 5월 31일까지 양양공항에서 중국의 텐진(天津), 허페이(合肥), 창저우(常州), 인촨(銀川), 후허하오터, 하얼빈, 원저우(溫州), 시안(西安), 우시(無錫), 난창(南昌) 등 10개 도시, 그리고 국내선 양양~제주간 전세기가 취항한다. 항공기 기종은

13) 문화체육관광부(2014. 8), 2013년 기준 관광동향에 관한 연차보고서, 397쪽-401쪽 요약정리.

B737-800 189석이고, 운항횟수는 국제선 2회, 제주 1회이고 운항기간 중 공항이용객은 5만 6100명에 달할 것으로 예상했다. 이에 따라, 방한 요우커(遊客)들의 강원도 지역내 체류기간이 늘어나고, 체류기간 중 방문지역도 확대될 것을 기대하고 있다.

한편, 시·군별로 농촌체험 관광프로그램을 구축, 운영할 예정이다. 그간 도내 농촌체험휴양마을 160개가 각각 프로그램을 운영해 왔으나 한정된 테마 등으로 인해 다양한 요구에 대처하기에는 미흡했다. 2014년에 도와 시·군 예산 4억원을 들여 시·군별 특색을 반영한 마을단위 프로그램을 만들었다. 강원도는 2015년 농촌체험관광객 유치 목표는 240만명이라고 밝혔다.

이상과 같이 강원도는 국내관광객 및 방한 요우커(遊客) 유치를 위한 양양공항의 활성화와 콘텐츠 다양화, 그리고 마케팅 강화 사업 등을 추진하고 있다.

(4) 충청북도

2013년 충청북도에서는 제3회 중국인 유학생 페스티벌을 개최했다. 10월 3일부터 5일까지 3일 간 청주 밀레니엄타운 일원에서 30,000여명이 참가했다. 중국인 유학생 및 관광객 20,000명, 한국 대학생 및 도민 10,000명이 참여했다. 주요 프로그램으로는 K-POP 등 한류문화공연, 취업박람회, 시·도대항 체육대회, 한·중 대학생 참여 경연, 한·중 대학생 포럼, 전시 및 체험 등이 있었다. 주요 성과로는 중국인 유학생을 대상으로 한 특화축제로 자리매김한 것과 충북을 한·중 청년교류의 거점지역으로 선점, 대(對)중국 충청북도 이미지 개선을 통한 중국정부의 관심과 협조 유도, 전국 최초 중국인 대학생 취업박람회 개최, 중국인 유학생들을 '친한(親韓)', 친(親)충북 인사로 양성하기 위한 발판 구축 등이다.

2014년에는 관광수용태세 개선 및 지역축제 육성을 위해 관광거버넌스 체제 개선을 위해 주민, 관광업체, 문화계, 상공인 등이 참여하는 지역관광협의회 운영과 중국인 유학생 SNS기자단을 운영했다. 또한, 지역대표축제 육성 및 지원사업으로 제4회 중국인 유학생 페스티벌 을 개최했다.

청주국제공항 활성화 및 위상제고를 위해 정기 및 부정기 국제노선을 중국, 일본, 대만, 동남아 지역으로 확대하고, 중국 단체환승관광객 무비자 입국 허용 공항으로 지정하고 무비자 입국 후 허용 체류기간도 3일(72시간)에서 5일(120시간)로 연장했다. 또한 무비자 입국 프로그램 운영과 환승안내도우미 운영비 지원과 지역 여행사의 중국 단체관광객 유치 전담여행사 지정 등을 추진하고 있다.[14]

〈표 3-1〉 청주국제공항 국제노선 운항 확대

구 분	계	정 기	부정기
2013	29	4(베이징, 항저우, 선양, 방콕	25(중국17, 대만2, 기타6)
2012	17	4(베이징, 항저우, 방콕, 화물노선)	13(중국6, 대만2, 기타5)

자료 : 문화체육관광부(2014. 8), 2013년 기준 관광동향에 관한 연차보고서, 419쪽

이상과 같이 충청북도에서는 중국인 유학생 페스티벌을 개최, 청주국제공항 활성화 및 위상 제고, 관광수용태세 개선 및 지역축제 육성을 위한 관광거버넌스 체제 개선 등을 통한 중국 관광객 유치를 추진하고 있다.

(5) 제주특별자치도

제주특별자치도는 2013년에 제주관광 국제위상 제고 및 대한민국 관광의 중심 확인을 위한 사업의 일환으로 중국 인민일보 해오판인 환구시보(环球时报) 게재와 고부가가치 MICE 관광객 유치로 지역경제 활성화 기여로 중국 신시대건강그룹(3.5~6/1,300명), 중국 삼성전자대리상대회(11.25~28/1,700명 등)을 유치했다.

외국인 관광객 유치를 위한 관광홍보 마케팅사업으로 중국 주력시장 공략을 위해 대중매체 활용 홍보사업 5회, 상하이관광박람회 등 박람회 참가 5회, 설명회 2회, 팸투어 10회, 항공사 등 업계공동 상품개발 4회 등을 실시했다. 또한, 중국 내륙시장 개척을 위한 마케팅 강화로 북방관광박람회 등 관광박람회 참가 2회, 설명회 7회, 팸투어 2회, 이벤트연계 홍보 6회, 상품개발 1회 등을 실시했다. 그리고, N7W(New 7 Wonders of Nature)지역 지방정부와 국제네트워크 구축 및 협력 추진사업으로 중국 만리장성과 관광교류 회의(MOU 체결 : ’12.5.11, ’13.9.10)를 개최했다.

2014년은 제주맞춤형 관광업계 종사자 교육사업으로 관광업계 종사자 및 대학생 중국어 교육(500명), 중국어 통역안내사 육성 교육(100명), 다문화 결혼이주여성 관광통역안내사 육성교육(50명) 등을 추진했다. 그리고, MICE 관광객 유치 확대를 위해 중국, 동남아 등 현지 여행사와 공동으로 기업방문 세일즈 콜 사업을 추진했다.

14) 문화체육관광부(2014. 8), 2013년 기준 관광동향에 관한 연차보고서, 404쪽-408쪽 요약정리.

국내·외 개별 관광객 유치 확대 및 관광시장 다변화를 위해 중국인 개별관광객 유치 강화 등 대중국 마케팅을 가속화 해 여유법 대응 도보, 자전거, 신혼여행 등 개별관광객을 중점 유치하고, 상하이를 중심으로 중국 내륙시장(西安, 成都 등) 진출 확대를 위한 마케팅을 강화했다.[15]

이상과 같이 제주특별자치도에서는 MICE 관광객 유치, 중국 주력시장 공략을 위한 관광마케팅, 지방정부와 국제네트워크 구축 및 협력 추진사업, 제주맞춤형 관광업계 종사자 교육사업, 관광시장 다변화를 위한 중국인 개별관광객 유치 강화사업 등을 추진하고 있다.

(6) 충청남도

충청남도도 중국관광객을 유치하기 위해 국내외 관광객 유치를 위한 홍보와 마케팅 사업을 집중적으로 추진하고 있다. 2013년 충청남도의 중국인 관광객 유치 정책으로는 국내·외 관광객 유치를 위한 중국지역 관광설명회(5.27~5.31(5일), 50명, 상하이, 허베이성), 중국 현지여행사 팸투어(6.18~6.20(3일), 10명, 현대자동차 아산공장, 수덕사 등), 중국기업가 초청 팸투어(8.18~8.22(5일), 4명, 금산수삼센터, 안면도개발예정지 등)를 실시했다.

2014년에는 방한 외국인관광객 1,200만 시대를 맞이하고, 중국이 일본을 제치고 제1위 방한국가로 부상함에 따라 중국 및 일본 시장에 집중하며 실질적인 관광 마케팅 사업 추진(설명회 2회 30,000천 원, 팸투어 4회 30,000천 원, 관광박람회 참가 2회 50,000천 원) 등의 사업을 추진했다.[16]

2) 광역지자체 대(對)중국 관광정책의 비교분석

(1) 중국인 대상 관광인프라 및 수용태세 개선

서울특별시에서는 관광호텔 수급 T/F팀 구성 및 운영, 호텔, 여관, 모텔 등 숙박 시설 확충 및 개선, 숙박업체-여행업체간 객실정보 공유, 도시민박 활성화 등의 사업을 추진했다. 그리고, 이러한 하드웨어 구축사업 이외에도 부산광역시와 충청북도에서는 관광진흥위원회 및 분과별 위원회 운영, 지역 관광업체 지역관광협의회 운영, 중국인 관광객 유치 민관합동 보고회 개최,

15) 문화체육관광부(2014. 8), 2013년 기준 관광동향에 관한 연차보고서, 444쪽-451쪽 요약정리.
16) 문화체육관광부(2014. 8), 2013년 기준 관광동향에 관한 연차보고서, 411쪽-415쪽 요약정리.

중국관광객 제주 환승관광 무비자입국 운영지원 등 소프트웨어 지원사업도 추진했다. 하지만 충청남도에서는 아직까지는 중국인관광객 방문객이 많지 않아 중국인 대상 관광인프라와 수용태세의 구축은 미흡한 실정이다.

(2) 공항 및 항만과 크루즈 해양관광 활성화

중국인 관광객들이 출입국 할 수 있는 공항과 항만이 있는 지역에서는 이들 인프라 기반을 활용하는 사업을 추진하고 있다. 공항이 있는 강원도에서는 양양-상하이 정기노선 개설 및 8개 노선 확대, 중국인 등 맞춤형 관광인프라 구축, 외국인 도내 체류 지역 소득화 상품 개발, 중국인 관광객 유치 72시간 무비자 공항 허용 지정추진, 중국인 FIT관광객 이동 및 경유 교통망 구축 등을 추진했다. 또한, 충청북도에서는 정기 및 부정기 국제노선 확대(중국 등), 중국 단체환승객 72시간 무비자 입국허용 건의, 중국 단체관광객 유치 전담여행사 지정 건의 등을 추진했다.

그리고, 항만이 있는 부산광역시에서는 크루즈 관계자 팸투어 실시, 크루즈 입항 인센티브 지원, 크루즈 입항 환대행사 및 셔틀지원, 크루즈 중국어 관광통역인력 양성 지원 등을 추진했다. 충남에서는 아직 공항이 없고, 항만에서도 대중국 관광객을 위한 활성화 사업은 추진하지 않고 있다.

(3) 관광자원 콘텐츠 개발과 관광프로그램 육성

중국 관광객이 선호하는 관광콘텐츠와 관광프로그램의 육성과 관련해 서울특별시는 쇼핑과 연계한 중국인 맞춤형 관광코스를 개발했다. 부산광역시에서는 복원된 영도대교 관광명소화 사업, 부산-경남 공동 관광상품화 추진, 입국관광 여행사 대상 우수관광상품 인증제 도입, 중국인 관광객 부산관광카드와 인롄(銀聯)카드 확대, 중국 명절기간 부산쇼핑 관광사업 추진 등을 추진했다. 충남에서는 이러한 관광콘텐츠 개발과 관광프로그램은 전략적으로 활성화되지는 못하고 있다.

(4) 중국 관광객 대상 관광 홍보와 마케팅

중국 관광객을 유치하기 위한 홍보와 마케팅의 관련해서 서울특별시는 중국 현지 관광설명

회 개최, 중국현지여행사와 중국기업가 초청 팸투어 실시, 관광박람회 참가 등을 실시했다. 부산광역시에는 관광설명회 개최, 여행사, 언론매체 초청 팸투어 실시 및 일간지 광고, 관광교역전 부산홍보관 운영 등을 실시했고, 강원도에서는 상하이 특별세일즈, 중국인 유학생 SNS 기자단 운영, 중국어 가이드북 제작·배포, 외국인 초청 관광설명회 개최, 중국 선양(沈陽) 관광사무소 개소 및 운영 등을 추진했다.

또한, 충청북도에서는 중국인 유학생 페스티벌 개최와 중국인 유학생 SNS기자단 운영 등과 제주도에서는 중국 대중매체 관광홍보 및 설명회 개최, 중국여행사 팸투어 및 항공사 공동상품 개발, 상하이 관광박람회와 북방관광박람회 참가, N7W 국제네트워크 관광교류 회의 체결, 중국 개인자유관광객 유치 강화, 상하이 중심 중국 내륙 관광시장 마케팅 사업 등 각 시도별로 다양한 사업을 추진했다.

한편, 충청남도에서도 중국 현지 관광설명회 개최, 중국현지여행사와 중국기업가 초청 팸투어 실시, 관광박람회 참가 등이 이루어졌으나 타 지자체 보다 아직까지는 다양한 홍보와 마케팅이 이루어지지는 못하고 있다.

(5) 중국인 관광표지 및 안내 서비스 향상

중국인 관광객을 위한 관광표지와 안내 서비스 관련하여, 서울특별시는 명동종합관광센터 신설, 움직이는 관광안내소 확대, 서울 시내 거점 관광정보센터 4개소 신설, 서울관광 홈페이지 구축 등을 실시했다. 부산광역시에서는 관광안내소 ‘동행투어 잘잘 프로그램’ 운영, 외국어 병기 메뉴판 제작 및 관광안내판 정비, 움직이는 워킹가이드와 명예통역관광안내원 운영, 전문 스토리텔러 양성 및 중국어 관광스토리텔링북 제작, 중국 홍보관 운영 등을 다양하게 추진했다. 이상과 같이 살펴볼 때 서울시와 부산시 등 대도시를 중심으로 관광안내 사업이 활성화되고 있고, 충남 등 지방도시에서는 아직까지 관광안내 표지 및 안내 서비스 제공 측면에서 미흡한 상태이다.

〈표 3-2〉 광역지자체간 대중국 관광정책 비교분석

구 분	정책유형	세부사업내용
충청남도	해외관광객 유치 마케팅	·중국지역 관광설명회 개최 ·중국현지여행사 팸투어 실시 ·중국기업가 초청 팸투어 실시 ·관광박람회 참가
서울 특별시	관광인프라 개선 및 안내서비스 혁신	·도시민박 활성화 ·관광호텔 수급 T/F팀 구성 및 운영 ·호텔, 여관, 모텔 등 숙박 시설 확충 및 개선 ·숙박업체-여행업체간 객실정보 공유 ·명동종합관광센터 신설 ·움직이는 관광안내소 확대 ·서울 시내 거점 관광정보센터 4개소 신설 ·서울관광 홈페이지 구축
	서울관광 홍보 및 마케팅	·중국 타깃 여행미디어 관계자 초청 팸투어 ·중국지역 TV매체 활용 서울관광 ·서울관광설명회 개최 ·관광교역전 참가 홍보
	관광자원 콘텐츠 개발	·중국 맞춤형 관광코스 개발 : 쇼핑관광 연계
	MICE산업 육성/의료·한류 관광	·중국 타깃 MICE 등 현지 프로모션 전개
부산 광역시	해외관광객 유치 마케팅	·관광설명회 개최 ·여행사, 언촌 초청 팸투어 실시 및 일간지 광고 ·관광교역전 부산홍보관 운영
	관광안내 서비스 향상	·관광안내소 '동행투어 잘잘 프로그램' 운영 ·외국어 병기 메뉴판 제작 및 관광안내판 정비 ·움직이는 워킹가이드와 명예통역관광안내원 운영 ·전문 스토리텔러 양성 및 중국어 관광스토리텔링북 제작 ·중국 홍보관 운영
	관광활성화 기반 조성	·관광진흥위원회 및 분과별 위원회 운영 ·중국인 관광객 유치 민관합동 보고회 개최 ·중국관광객 제주 환승관광 무비자입국 운영 지원
	부산 대표 관광프로그램 육성	·복원된 영도대교 관광명소화 사업 ·부산-경남 공동 관광상품화 추진 ·인바운드 여행사 대상 우수관광상품 인증제 도입 ·중국관광객 부산관광카드와 은련카드 확대 ·중국 명절기간 부산쇼핑 관광사업 추진
	국제크루즈 및 해양관광활성화	·크루즈 관계자 팸투어 실시 ·크루즈 입항 인센티브 지원 ·크루즈 입항 환대행사 및 셔틀지원 ·크루즈 중국어 관광통역인력 양성 지원

강원도	관광노선 다양화와 공항활성화	·양양-상하이 정기노선 개설 및 8개 노선 확대 ·중국인 등 맞춤형 관광인프라 구축 ·외국인 도내 체류 지역 소득화 상품 개발 ·중국인 관광객 유치 72시간 무비자 공항 허용 지정추진 ·중국인 FIT관광객 이동 및 경유 교통망 구축
	관광홍보 마케팅 강화	·상하이 특별세일즈 ·중국인 유학생 SNS 기자단 운영 ·중국어 가이드북 제작·배포 ·외국인 초청 관광설명회 개최 ·중국 심양관광사무소 개소 및 운영
충청북도	관광홍보마케팅	·중국인 유학생 페스티벌개최(4회 개최) -K-POP한류문화 공연 -취업박람회 -한중 대학생 참여 경연 및 포럼 -전시체험프로그램 운영 ·중국인 유학생 SNS기자단 운영
	관광수용태세 개선	·지역 관광업체 지역관광협의회 운영
	청주공항 활성화	·정기 및 부정기 국제노선 확대(중국 등) ·중국 단체환승객 72시간 무비자 입국허용 건의 ·중국 단체관광객 유치 전담여행사 지정 건의
제주특별자치도	관광홍보 마케팅	·중국 대중매체 관광홍보 및 설명회 개최 ·중국여행사 팸투어 및 항공사 공동상품 개발 ·상하이 관광박람회와 북방관광박람회 참가 ·N7W 국제네트워크 관광교류 회의 체결 ·중국 FIT관광객 유치강화:도보, 신혼여행 등 ·상하이 중심 중국 내륙 관광시장 마케팅 사업
	관광업계 및 종사자 교육사업	·관광업계 종사자 및 대학생 중국어 교육 ·중국어 통역안내사 육성 교육 ·다문화 결혼이주여성 관광통역사 육성 교육
	MICE관광객 유치 확대	·중국 등 여행사 공동 기업방문 세일즈 콜사업

자료 : 문화체육관광부(2014. 8), 2013년 기준 관광동향에 관한 연차보고서 내용 요약정리.

(6) 관광해설사 및 관광업계 종사자 교육 및 인력양성

중국인 관광객을 수용하기 위한 관광해설사와 관광업계의 종사자 교육은 제주도에서 관광업계 종사자 및 대학생 중국어 교육, 중국어 통역안내사 육성 교육, 다문화 결혼이주여성 관광통역사 육성 등이 추진되었다. 충남에서는 아직까지 중국어 해설사 및 종사자 교육 및 인력양성은 추진하지 못하고 있다.

(7) MICE관광과 의료 및 한류관광 육성

중국 관광객을 대상으로 하는 MICE관광과 의료 및 한류관광을 추진한 시도는 서울특별시에서 MICE산업 육성과 의료·한류관광을 위해 중국 타깃 MICE 등 현지 프로모션을 전개했고, 제주도에서는 MICE관광객 유치 확대를 위해 중국 등 여행사 공동 기업방문 세일즈 콜사업을 추진했다. 이 역시 충남에서는 아직 추진하지 못하고 있다.

3) 중국인 관광객 유치를 위한 충남관광환경 분석

충남에 중국인 관광객을 유치하기 위한 충남의 관광환경을 관광인프라 및 수용태세, 관광자원과 관광상품, 관광홍보와 마케팅, 관광해설과 서비스 교육 및 인력양성, 관광쇼핑과 판매서비스 등으로 구분 분석한 결과는 다음과 같다.

(1) 관광인프라 및 수용태세

①숙박업·음식점 등 관광기반시설

충남지역의 숙박업소 중 중국인 관광객들이 체류할 수 있는 호텔과 콘도미니엄은 총 35개소로 아산과 천안, 보령, 부여, 예산, 태안 등에 집중되어 있다. 관광객 이용시설업도 16개소 이며, 특히, 관광편의시설업은 총 216개소이나 이중 외국인이용식당업이 62개소, 관광식당업이 52개소, 관광유흥음식점업이 10개소를 차지하며, 이들중 관광펜션업이 72개소, 한옥체험업이 19개소를 차지하고 있다. 이들 관광숙박업과 음식점 등 관광기반시설들이 중국 관광객들을 수용하기 위해서는 시설 확충, 안내와 운영시스템의 개선이 필요하다. 특히, 이들 관광기반시설들이 집중된 곳에 중국인 관광객을 수용하기 위한 관광거점 도시의 조성이 필요하다.

〈표 3-3〉 충남지역 관광숙박업 등 관광기반시설 현황(2014년)

(단위 : 개소)

관광숙박업				관광객 이용시설업				관광편의시설업						한옥 체험업
계	관광 호텔	가족 호텔	휴양 콘도	계	종합·전문 휴양업	관광 유람선업	오토 캠핑장	계	시내 순환 관광	관광 유흥 음식점	관광 식당업	관광 펜션업	외국인 이용식당 (도지정)	
35	18	2	15	16	6	2	8	216	1	10	52	72	62	19

자료 : 충청남도(2014), 2014 충남 관광기본자료.

충남지역에 중국인 관광객들의 관광활동을 위해 필요한 관광시설과 공간으로는 유원시설업은 25개소, 체육시설업으로 골프장은 26개소, 눈썰매장은 9개소 이다. 이들 중 중국인 관광객을 유치하기 위해 지원을 할 수 있는 여행업은 총 274개소이나 중국전담여행사는 아직 없다.

〈표 3-4〉 충남지역 유원시설업 등 관광시설 현황(2014년)

(단위 : 개소)

국제회의 기획업	유원시설업	자동차 대여업	카지노	체육시설업				여행업				
				계	스키장	골프장	눈썰매장	계	일반 여행업	국내외 여행업	국내 여행업	국외 여행업
-	25	67	-	35	-	26	9	274	3	177	59	35

자료 : 충청남도(2014), 2014 충남 관광기본자료.

②농촌관광과 체험마을 등 농촌 및 산업관광시설

최근 중국에서 관심이 높아지고 있는 충남에서의 농촌관광과 산업관광시설로는 민박마을 241개소, 농촌체험마을 122개소, 테마체험장 70개소, 관광농원 48개소, 관관산업 기업체 25개소 등이 있다. 이들 사업체 역시 중국관광객 유치를 위한 상품화가 미흡하다.

〈표 3-5〉 충남지역 농촌관광과 산업관광시설(2014년)

(단위 : 개소)

관광농원	농촌체험마을	어촌체험마을	산촌체험마을	테마체험 (도자기,염색 만들기 등)	생태체험 (철새, 사구, 갈대밭 등)	민박 마을	관광산업 기 업 체
48	122	8	17	70	7	241	25

자료 : 충청남도(2014), 2014 충남 관광기본자료.

③항만 등 중국관광객 출입국 시설

현재 충남지역에서 중국인 관광객의 출입국 통로 역할을 할 수 있는 항만은 당진(평택)항뿐이고 국제여객선은 경기도 관할인 평택항에서 운행되고 있다. 2012년 현재 당진(평택)항의 입국자수는 103,183명이고, 입국 목적은 관광이 80.6%, 상용 2.6%, 유학연수 0.3%, 기타 16.5%를 차지하고 있다.

〈표 3-6〉 과거 5년간 주요 항구별 중국인 입국자수

(단위 : 명)

구분	2008년	2009년	2010년	2011년	2012년
부산	448,618	448,053	539,921	533,601	535,553
인천	271,535	296,969	364,390	460,071	412,488
당진(평택)	26,570	29,873	45,491	78,644	118,215
군산	19,500	30,656	32,459	34,162	35,966

자료 : 충청남도(2014), 2014 충남 관광기본자료.

또한 서산시의 대산항 제1부두에 국제여객터미널을 건설중에 있다. 대산항 국제여객터미널은 충청권의 첫 국제여객터미널로 2016년 말까지 382억원을 들여 여객터미널 1개 동과 부두 1기(건축면적 7176㎡)를 건설중이다.

(2) 관광자원과 관광상품

①충남의 관광자원 현황

충남에는 다양한 관광자원이 분포하고 있다. 특히, 중국인 관광객이 선호할 수 있는 관광자원으로는 해양자원인 해수욕장이 51개소로서 특히 태안군에 집중 분포하며, 보령의 해수욕장도 중국 관광객 유치 측면에서 잠재력이 높다.

〈표 3-7〉 충남 관광자원 현황(2014년)

(단위 : 개소, ㎢, ㎞, ha)

구분	자연공원(㎢)				지정관광지(㎢)	유원지(㎢)	마을관리휴양지(㎢)	해수욕장(㎞)	자연휴양림(ha)	수목원식물원(ha)	기타관광지	관광특구(㎢)
	합계	국립	도립	시·군립								
개소	10	2	3	5	27	5	1	51	14	10	52	2
면적	566.90	441.62	78.74	46.54	16.25	4.47	0.15	61.04	2,960	90.32		5.67

자료 : 충청남도(2014), 2014 충남 관광기본자료.

②자연과 인공관광자원

충남의 자연과 인공관광자원중에서 중국인 관광객을 유치할 수 있고, 상품화가 가능한 관광자원은 유료낚시터와 온천, 영화촬영지 등을 활용한 관광콘텐츠와 체험관광이다.

〈표 3-8〉 충남 자연과 인공관광자원 현황(2014년)

(단위 : 개소)

합계	산	폭포계곡	댐	습지사구	유료낚시터	저수지	항·포구	온천	약수	섬	천문대	영화촬영지	기타자원
531	85	31	1	4	99	131	42	11	47	28	4	19	29

자료 : 충청남도(2014), 2014 충남 관광기본자료.

③문화관광자원 현황

충남지역 각 시·군에 역사·문화자원을 활용한 다양한 스토리 발굴이 가능한 관광자원 다수가 분포하므로, 중국과 연계한 관광콘텐츠의 발굴과 관광상품화도 가능하다.

〈표 3-9〉 충남 문화관광자원 현황(2014년)

(단위 : 개소, 점, 명)

합계	국가지정 문화재								道 지정 문화재					문화재자료	등록문화재
	소계	국보	보물	사적	명승	중요민속문화재	천연기념물	무형문화재	소계	유형문화재	기념물	무형문화재	민속자료		
1000	228	27	104	48	3	24	14	8	419	183	163	46	27	310	43

자료 : 충청남도(2014), 2014 충남 관광기본자료.

④전통사찰과 성지관광자원

불교는 충남을 통해 중국에서 전래된 종교자원으로 충남지역내 전통사찰은 73개소이다. 최근에 교황의 방문으로 전세계적으로 주목을 받은 천주교 성지는 12개소가 입지하고 있어 중국관광객과 연계한 종교관광자원의 개발과 관광상품 개발 잠재력도 풍부하다.

〈표 3-10〉 충남 전통사찰과 성지관광자원 현황(2014년)

(단위 : 개소)

전통사찰				템플스테이	성지
계	조계종	태고종	기타		
73	64	4	5	7	12

자료 : 충청남도(2014), 2014 충남 관광기본자료.

⑤해양관광자원

중국은 동해연안만이 바다를 끼고 있어 내륙의 중국인들은 해양관광자원을 동경하고 관광목적지로서 선호하고 있다. 충남에는 앞에서 살펴본 해수욕장 이외에도 일출, 일몰경관지12개소와 해양경관지 9개소, 철새도래지 3개소 등이 있어 중국관광객을 위한 해양관광자원의 상품화 잠재력도 높다.

〈표 3-11〉 충남 해양관광자원 현황(2014년)

(단위 : 개소)

해양경관지, 괴석, 해안절벽	일출, 일몰 경관지	철새 도래지	비 고
9	12	3	

자료 : 충청남도(2014), 2014 충남 관광기본자료.

⑥지역축제

충남에는 다양한 전통예술 및 문화관광축제가 있다. 문화예술 축제는 26건, 관광특산축제 63건, 전통민속 6건, 기타 2건 등 총 97건이 개최되고 있다. 이들 지역 축제는 중국관광객과 연계해 보령 머드축제의 바다와 머드화장품, 금산 인삼축제의 인삼제품 등은 중국관광객들이 매우 선호하는 관광상품으로서의 가치를 가지고 있으므로 관광코스와 쇼핑관광판매점과 제품의 육성이 반드시 필요하다.

〈표 3-12〉 충남 지역축제 현황(2014년)

(단위 : 건)

전통예술 및 문화관광축제				
계	문화예술	관광특산	전통민속	기타
97	26	63	6	2

자료 : 충청남도(2014), 2014 충남 관광기본자료.

(3) 관광홍보와 마케팅

①관광안내시설

충남에 소재하고 있는 관광안내소는 총 20개소로서 충남도가 운영하는 관광안내소가 1개소, 시·군별로는 19개소가 있으나 중국인 관광객을 위한 안내인력과 안내지도 및 안내책자는 매우 부족한 실정이다. 따라서 관광거점도시에 중국어 관광안내인력의 양성과 관광지도 및 관광책자를 제작 배포해야 할 것이다.

〈표3-13〉 충남 관광안내소 현황(2014년)

(단위 : 개소)

계	충청남도	시·군 기타
20	1	19

.자료 : 충청남도(2014), 2014 충남 관광기본자료.

②관광홍보마케팅 사업

충청남도에서는 중국인 관광객 유치를 위한 홍보마케팅으로 2013년에 중국지역 관광설명회(5.27~5.31, 50명, 상하이, 허베이성)와 중국 현지여행사 팸투어(6.18~6.20, 10명, 현대자동차 아산공장, 수덕사 등), 중국기업가 초청 팸투어(8.18~8.22, 4명, 금산수삼센터, 안면도개발예정지 등) 등을 실시했다. 2014년에도 중국 여유법 제정과 일본의 반한감정 고조로 단체여행객 급감 이후 다시 회복세에 따라 외국인 관광객 유치를 위한 선택과 집중의 마케팅 전략을 추진해 중국 및 일본 시장에 집중하며 실질적인 관광 마케팅 사업 추진(설명회 2회 3천만원, 팸투어 4회 3천만원)과 관광박람회 참가(2회 5천만원) 등을 실시했다.

(4) 관광해설과 서비스 교육 및 인력양성

①문화관광해설사

문화관광해설사는 2013년 현재 전국 2,703명중 151명이 활동을 하고 있다. 충남에서는 2013년에 문화관광 해설분야에 대한 전문인력 양성을 위해 교육사업을 추진하고(신규교육 11명, 보수교육 2회 148명, 전공심화교육 27명) 경진대회를 개최했다. 2014년에도 문화관광해설사 전문역량 제고를 위한 교육과정 운영(전공심화교육 18시간 34명, 보수교육 40시간 2회 148명)과 워크숍 및 경진대회(1박2일 148명)를 실시했다. 그러나 충남에는 중국어를 할 수 있는 문화관광해설사 인력이 거의 없으므로 교육을 통한 인력양성이 필요하다.

②관광서비스 교육

충남의 관광서비스 교육은 2013년에 관광분야 종사자 환대서비스 역량 강화 사업으로 3월~11월 관광업(음식점 및 숙박, 전세버스) 종사자 집합교육 : 54회 6,740명), 6월 정보화마

을(체험마을) 관계자 워크숍 (1회 143명), 8월 음식점 현장방문교육(12개 업소, 145명), 9월 관광의 날 기념 친절서비스 교육(300명), 12월 관광공무원 합동 워크숍(1회, 37명), 홍성·예산 음식·숙박업소 이용자 만족도 설문조사(3회 900명) 등을 실시했다. 2914년에는 관광 환대서비스 개선사업으로 음식점 영업주 환대서비스 교육(2월~12월, 20회 6,550명)과 외식업중앙회 충남지부 및 8개 시·군지회와 협력 친절서비스 교육 실시, 운수종사자 환대서비스 교육(3월~12월, 68회 16,000명), 충남교통연수원과 협력, 운수종사자 정기교육시 환대서비스 교육 실시→스마일택시 동영상 상영(강의시작 전, 점심시간 활용), 친절서비스 소양과목 신설, 한국방문위원회와 공동사업 추진, 식당환경개선사업(메뉴판, 앞치마 등), 교황방문지역(서산, 당진) 음식점 찾아가는 교육실시 등을 실시했다. 그러나 이들 관광서비스 교육에는 외국어 즉 중국인 및 중국어 관련 서비스 교육과 인력양성은 없다.

(5) 관광쇼핑과 판매서비스

①쇼핑시설과 재래시장

중국인 관광객을 위한 쇼핑관광으로 이용할 수 있는 쇼핑시설과 재래시장은 총92개소가 있다. 이 중 천안 케이 보세판매장 및 내국인 면세점이 1개소, 부여 롯데 아웃렛 매장 1개소, 관광기념품 판매장 12개소, 재래시장 45개소, 5일장 33개소 등이 분포하고 있다. 이들 쇼핑시설들은 중국인 관광객들이 선호하는 관광콘텐츠 상품들과 연계한 코스로 개발해야 한다.

〈표3-14〉 충남 관광쇼핑시설과 재래시장 현황(2014년)

(단위 : 개소)

합 계	보세판매장 및 내국인면세점	아웃렛 매장	관광기념품 상설판매장	재 래 시 장	5일장
92	1	1	12	45	33

자료 : 충청남도(2014), 2014 충남 관광기본자료.

②쇼핑상품과 관광특산물

충남에서 보유하고 있는 중국인 관광객 선호 쇼핑 품목은 금산의 인삼제품과 부여의 홍삼제품, 천안의 화장품, 아산의 스파미용 제품, 보령의 머드 화장품 등이 있다.

〈표3-15〉 금산군 인삼류 제조업체 현황(2013년 12월)

(단위 : 개소)

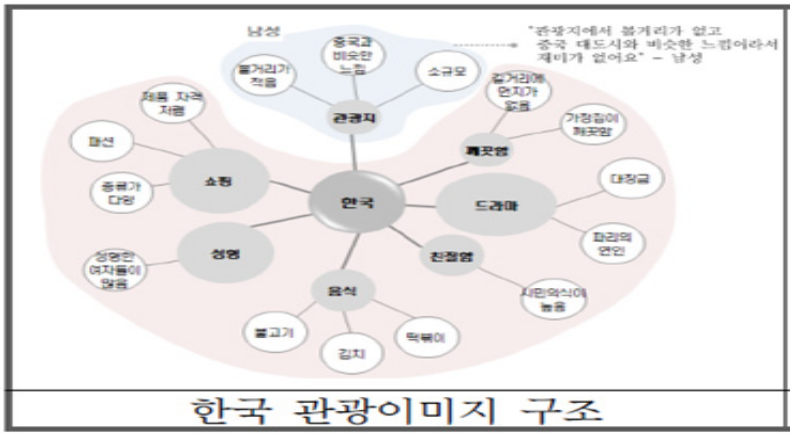
구분	업체수	홍삼											
		홍삼	태극삼	백삼	흑삼	홍삼태극삼백삼	홍삼태극삼백삼흑삼	홍삼태극삼	홍삼태극삼흑삼	홍삼백삼	홍삼백삼흑삼	태극삼백삼	기타
전국	570	73	3	282	2	82	13	6	3	72	9	12	13
충남	438	25	2	279	-	46	12	2	-	51	5	10	6
금산	426	19	1	279	-	45	12	2	-	50	5	10	3

자료 : 농림축산식품부, 2013 인삼통계자료집, 2014. 금산군, 금산군 내부자료, 2013

4) 중국인 방한 관광객 인식과 선호 관광행태

중국인 방한 관광객의 인식과 선호 관광행태를 인식조사와 한국관광의 만족요인 및 불만요인, 쇼핑 선호상품, 관광수용태세 추진과제 등에 대해 살펴보았다.

(1) 중국관광객 방한 관광행태



한국 관광이미지 구조

〈그림 3-1〉 중국인의 한국관광 이미지 구조

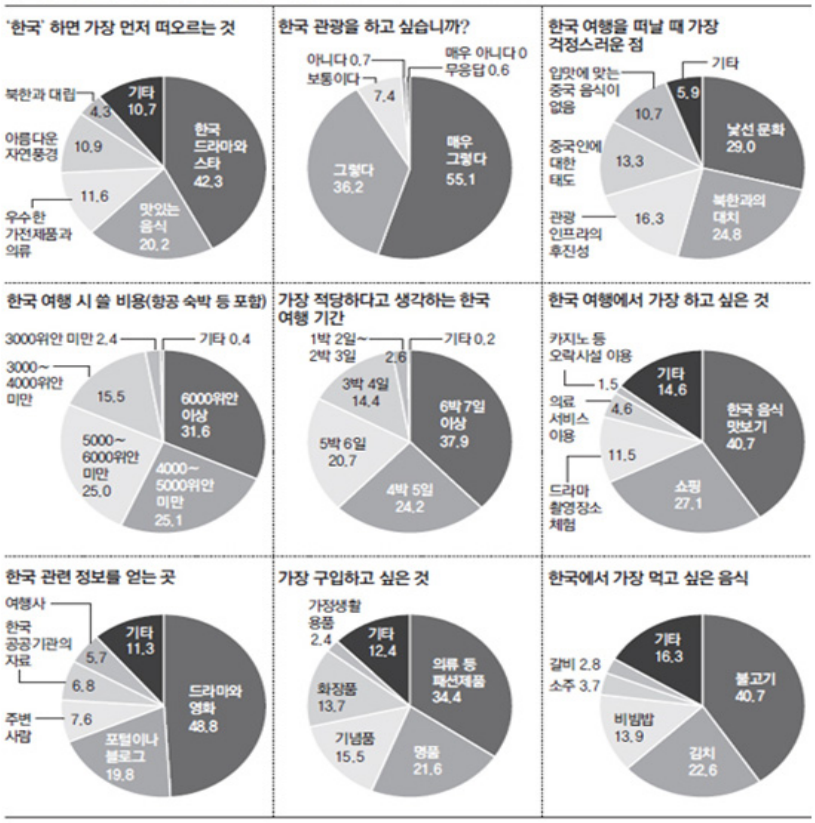
자료 : 한국관광공사(2010), 중국 관광소비자 마케팅 조사 : 2차 시장발굴을 위한 조사.

①중국인의 한국관광 이미지 구조

중국인들의 한국관광이미지 구조의 키워드로는 깨끗함, 드라마, 친절함, 음식, 성형, 쇼핑 등에 대한 단어로 제시되고 있었다.

②한국관광에 대한 인식조사

중국인들의 한국관광에 대한 인식에서, 한국하면 가장 먼저 떠오르는 것 '한국드라마와 스타', 한국여행시 가장 하고 싶은 것 '한국음식 맛보기'와 '쇼핑', 한국에서 가장 먹고 싶은 음식은 '불고기', 가장 구입하고 싶은 것 '의류 등 패션', '명품' 등이었다.



〈그림 3-2〉 한국관광에 대한 인식조사

자료 : 동아일보, kotra(2010) 한국관광에 대한 인식조사 결과.

③중국인 관광객 한국관광 행태분석

중국 관광객들의 한국관광 행태분석 결과, 이용숙박시설은 호텔이 가당 많고, 주요 방문지는 동대문시장, 인상깊은 관광지는 명동, 방문 중 활동은 쇼핑, 쇼핑품목은 향수와 화장품, 쇼핑장소는 공항 면세점, 지출경비는 1,546.7위안으로 나타났다.

〈표 3-16〉 중국인 관광객 한국관광행태 분석

(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.

(2) 한국관광 불만요인과 쇼핑상품

①한국관광 만족 및 불만족 요인

중국관광객이 한국관광에서 만족하는 점은 '한국제품 쇼핑', '한류문화 체험', '교통운송 시설' 등이었고, 불만족하는 점은 '열악한 숙박시설', '부실한 먹거리', '중국어 안내 부족' 등으로 나타났다. 특히, 불만족한 점에 제시된 3가지 요인은 충남에서도 반드시 갖추고 보완해야 할 것으로 사료된다.

〈표 3-17〉 중국인 관광객 한국관광 만족과 불만족 요인

(단위 : %)

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 한국관광실태.

②한국여행중 불편사항

중국인의 한국 여행중 불편사항은 개별자유관광객과 단체패키지관광객 모두 '언어소통'을 꼽은 응답율이 가장 높았고, 그 다음으로 '비싼물가'와 '음식' 순이었다. 따라서 중국어 안내원 및 종사자 교육, 중국인 취향에 맞는 식단과 메뉴 개발이 필요한 것으로 나타났다.

〈표 3-18〉 중국인 관광객 한국 쇼핑 중 불편사항

(단위 : 명, %)

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

자료 : 대한상공회의소(2010), 중국인 관광객의 한국관광실태.

③중국관광객 쇼핑중 불편사항

중국관광객의 한국 쇼핑 중 불편사항 중 가장 높은 응답률을 차지하는 것은 개별여행과 단체여행 모두 '언어소통'으로 나타났고, 다음으로는 '안내표지판'과 '상점 문닫는 시간' 등의 순으로 나타났다. 이는 충남에서도 중국어 표지판과 메뉴, 판매자 교육 등의 사업이 추진되어야 할 것으로 분석되고 있다.

(3) 쇼핑관광상품과 선호 상품

①중국인 관광객 쇼핑품목과 선호 상품

중국관광객의 한국 관광시에 쇼핑품목과 선호 상품으로는 개별자유 관광객의 경우에는 '의류', '향수와 화장품' 순이고, 단체관광객의 경우에는 '향수와 화장품', '인삼과 한약재' 순이었다.

〈표 3-19〉 중국인 관광객 쇼핑품목과 선호 상품

(단위 : 명, %)

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
자료 : 대한상공회의소(2010), 중국인 관광객의 한국관광실태.

②중국인 관광객 쇼핑장소

중국인관광객들이 한국 관광시에 선호하는 쇼핑장소는 개별자유관광객의 경우에는 단체 패키지 관광객 보다 상대적으로 가격 외에 상품의 다양성과 품질을 보다 중시한다. 즉, '공항면세점' 과 '동대문시장', '명동' 외에도 '백화점' 도 선호하는 것으로 나타난다.

〈표 3-20〉 중국인 관광객의 쇼핑장소

(단위 : 명, %)

구분	주요 쇼핑장소										
	응답수	공항면세점	백화점	동대문시장	명동	소규모상점	시내면세점	남대문시장	할인점	인사동	이태원시장
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
자료 : 대한상공회의소(2010), 중국인 관광객의 한국관광실태.

(4) 중국인 관광객 유치를 위한 부문별 추진과제

이상에서 살펴본 분석의 결과를 중심으로 부문별 추진과제를 정리해보면, 다음의 표와 같으며 이들은 충남의 대중국 관광객 유치를 위한 정책으로 추진할 수 있는 과제들이다.

〈표 3-21〉 중국인 관광객 유치를 위한 부문별 추진과제

전략	추진과제 및 방안
개별관광 상품/프로그램 개발 전략	■ 타깃 세분시장별 맞춤형 관광상품/프로그램 개발 (타깃 세분시장 예시 : 젊은 여성층, 젊은 남성층, 젊은 커플, 가족, 노년층, 부유층 등)
	■ 한류콘텐츠를 활용한 관광상품/프로그램 개발 – 최신유행문화를 활용한 뷰티관광 특화 상품/프로그램 개발 – 일상생활문화를 활용한 체험형 전략상품/프로그램 개발 – 한류 스타를 적극 활용한 관광상품/프로그램 홍보 – 중국인 유학생 대상 관광상품 공모전 개최
	■ 다양한 연계관광 방안 마련 – 관광매력물 연계패스 개발 – 융복합형 관광상품/프로그램 개발 – 지역 연계 관광상품/프로그램 개발
	■ 지역 특색의 도보관광 프로그램 추진 확대 – 지역별 특색 있는 도보관광 콘텐츠 발굴 – 온라인 예약서비스 제공 – 문화관광해설사 제도와 연계체계 구축
관광안내서비스 개선 전략	■ 관광안내표지판 개선 및 확충
	■ 관광정보 제공의 온-오프라인 거점 구축 – 온라인 거점으로서 중국인 개별관광객 전용 웹사이트 운영 – 오프라인 거점으로서 다목적 종합관광안내센터 운영
	■ 관광정보 제공의 온-오프라인 툴 병행 – 중국인 개별관광객을 위한 맞춤형 가이드북 발간 확대 – 중국어 관광안내 홍보물 제작 및 비치장소 확대 – 중국어 관광안내 스마트폰 앱 개발 확대
	■ 적시적 안내서비스 제공 강화 – 1330 티티콜센터 정보 노출 확대 – 이동 통역안내원 운영 확대 – 중국어 지원 관광안내소 확충
숙박여건 개선 전략	■ 중저가 호텔 확충 ■ 다양한 중저가 숙박시설 이용 편의 제고 – 단일 채널을 통한 지속적 숙박정보 제공 시스템 구축 – 코리아 스테이(Korea Stay) 제도 활성화 – 숙박시설 객실관리 및 응대서비스 강화
온-오프라인 관광마케팅 강화 전략	■ 중국 현지 방송매체를 활용한 홍보 확대 ■ 중국 현지 박람회 참가 및 홍보 설명회 개최 확대 ■ 중국 현지인 팸투어 확대 ■ 중국인 유학생 팸투어 확대 ■ 온라인 홍보마케팅 강화 ■ 프로모션 활동 강화 ■ 공동 관광마케팅 추진 강화

자료 : 대한상공회의소(2010), 중국인 관광객의 한국관광실태.

2. 중국인관광객 충남 유치를 위한 시사점

1) 대(對)중국 마케팅과 홍보 강화

앞 장의 중국인 관광객과 유학생 대상 설문조사 결과에서도 밝혀졌듯이 중국인 관광객, 즉 '요우커(遊客)' 충남유치를 어렵게 하고 있는 가장 근본적인 문제는, 중국내 출국관광 희망자들 대부분이 충남도와 도내 시·군 유명관광지에 대해 거의 모르고 있다는 점이다. 따라서 '요우커'를 충남에 유치하기 위한 전략 모색은 이 문제에 대처하기 위한 마케팅과 홍보 전략부터 시작해야 할 것이다. 중점 고려 사항은 다음과 같다.

첫째, 충남과 대전시내의 대학에 재학중인 중국인 유학생과 충남도내 각 시·군에 거주하고 있는 다문화가정 중국인들을 적극적으로 활용한다. 이들을 통하여 한국과 중국내의 인적네트워크와 SNS, 온라인매체 등을 활용한 홍보마케팅 전략을 수립, 추진할 필요가 있다.

둘째, 충남도와 각 시·군의 대(對)중국 교류 대상 파트너 도시와 중국 현지 여행사를 연계한 홍보마케팅 사업 추진방안을 적극 모색한다.

2) 관광자원과 관광상품의 활성화

(1) 해양관광자원의 상품화 필요

중국은 비록 동부 연해지구쪽으로 보하이(渤海)-황하이(黃海)-동하이(東海)-난하이(南海)라는 명칭으로 불리는 바다와 접하고 있긴 하지만, 국토 규모가 큰 만큼 광활한 내지(內地) 지방인들 중 대다수가 바다와 해양을 접할 기회가 극히 적다. 따라서 이들에게 바다와 해안 관광지는 매우 매력있는 관광자원이자 관광상품이 될 수 있을 것이다. 따라서, 충남 서해안이 보유하고 있는 해양경관 및 생태자원과 해수욕장, 갯벌체험, 어촌마을, 해안지방 특색 음식, 어촌마을 등을 중국인 선호 관광상품으로 발굴할 필요가 있다.

(2) 3농혁신 성공경험과 농촌관광의 관광상품화

'삼농(農民, 農業, 農村)' 문제는 중국공산당이 가장 중시하는 문제 및 과제이고, 2011년 중

국의 도시화율이 50%를 넘어서면서 갈수록 중시하고 있다. 따라서 충남이 주도하고 있는 3농혁신 정책과 농촌관광 및 6차산업 관련 성공경험과 사례 지역을 정책연수 및 인센티브형 교육시찰 관광상품 등으로 개발할 잠재력이 크다.

(3) '요우커' 취향과 선호 요소에 맞춘 관광상품 개발

방한 '요우커'들의 한국내 방문 목적지가 수도권과 부산, 제주도에 집중되고 있으며, 일부 강원도와 충청북도, 전라남도 등에 분산되고 있다. 이들 지역을 찾는 '요우커'들이 선호 요소와 행태를 보면, 서울의 도시 및 역사문화관광과 쇼핑, 제주와 부산, 강원의 해양자연경관이 주류를 이루고 있다. 이 같은 요우커의 선호 요소와 행태에 맞추어 아산의 온천과 금산의 인삼, 천안의 화장품, 태안-서산-당진과 보령-서천의 해안경관 및 해양레저 등 충남이 보유하고 있는 관광자원을 건강과 휴양의료 및 미용관광 테마와 결합한 차별화된 대(對)중국 관광상품으로 개발할 필요가 있다. 또한 충남지역에 입지하고 있는 민속마을과 민속박물관 외에도, 전자 및 자동차 공장 등을 대상으로 한국전통민속의 체험과 산업시찰 관광상품을 개발할 필요가 있다.

3) 체류관광기반 구축 필요

(1) 중저가 숙박시설 확충과 시설의 정비

충남지역 내 관광거점도시나 중국인 방문객 출입국 관문도시에 중저가 숙박시설을 확충하고 기존 모텔이나 여관, 팬션 등의 시설을 정비, 개선할 필요가 있다.

(2) 중국인 관광객 대상 음식점 내부시설 정비

충남에 중국인 관광객을 수용하기 위해서는 숙박시설뿐만 아니라 음식점의 내부시설도 좌탁을 입식으로 개선하고, 음식 종류도 '요우커'가 선호하는 한국음식과 중국식 메뉴 개발을 함께 추진해야 할 것이다.

4) 관광안내와 서비스 개선

(1) 도로 및 관광안내 표지판의 개선

중국인 관광객을 수용해야 하는 주요 도로와 관광도시, 관광지의 각종 관광편익시설 안내표지를 중국어로 표기하는 사업을 추진할 필요가 있다. 또한, 중국인 관광객을 유치해야 하는 숙박시설과 음식점의 안내표지와 각종 편의시설뿐만 아니라 이용요금이나 식당의 메뉴 등에도 중국어 병기가 필요하다.

(2) 관광관련 중국어 인력 양성

관광도시와 관광지내에도 관광객을 안내할 수 있는 관광가이드나 문화관광해설사를 양성해 배치해야 한다. 더불어 숙박시설과 음식점 등 관광업체 종사자들을 대상으로 한 중국어 교육 실시와 이를 통한 서비스 인력 양성을 추진할 필요가 있다.

5) 국제관광인프라 구축과 국내외 관광네트워크 협력사업 추진

(1) 항만시설 확충 및 관광인프라 확충

충남에서 중국인 관광객이 입출항 할 수 있는 대외관문 항구는 당진항과 2016년 3월 국제여객선 취항을 앞두고 있는 서산 대산항이다. 이들 항만에는 출입국과 관련한 기관 뿐만아니라 중국인 관광객들이 이용할 수 있는 쇼핑상가와 음식점, 휴식시설 등 관광인프라와 관광편익시설을 대폭 확충해야 할 필요가 있다.

2016년 대산항-룽옌(龍眼)항과의 국제여객선이 개통, 운항을 시작하게 되면 산동성을 통해 중국인 관광객들이 들어오게 된다. 하지만 중국인 관광객 유치를 통한 관광수입의 다변화를 위해서는 상하이와 웨이하이(威海), 칭다오(青島) 등 중국 동부연해지구의 다른 도시들과도 여객선 운항항로를 확대하면서 연계관광협력사업을 추진해야 할 것이다.

(2) 인접 광역 시도간 중국 관광객 유치 네트워크 강화

관광자원의 지역간 연계전략은 내국인 관광객 대상 관광자원과 시장에서도 우선적으로 요구되는 과제이며, 중국인 입국 관광객에 대해서도 마찬가지이다. 따라서 국제공항 관문인 청주공항과 인천공항을 연계시키고, 서울, 대전, 세종시 등과 연계한 관광상품 개발이 필요하다.

제4장 중국인 입국관광객 충남 유치전략

1. 전략설계 및 과제 도출

1) 무엇이 문제인가?

방한 중국인 관광객을 충남으로 유치하기 위한 전략과 방안을 모색하기 위한 작업은 “왜 이들이 충남지역에 오지 않는가?” 란 질문에서부터 출발해야 할 것이다. 그 대답으로서 제기할 수 있는 주요 문제를 유형별로 정리해 보면 다음과 같다.

（1）충남 관광자원 특성과 관광수용기반 문제

이는 중국인 관광객 유치 측면뿐만 아니라 국내 관광객 유치전략과도 연관되는 문제이다. 즉, 도시문화와 쇼핑 측면에서 충남과 서울을 비교할 수 없을 것이고, 제주도와 비교해도 현 상태에서는 자연풍광의 특성 측면뿐만 아니라 교통의 편리성과 관광수용시설 측면에서도 차이가 크다. 이와 관련한 충남의 실정을 보면, 해운방면에서는 2016년 3월 예정으로 서산시 대산항과 중국 산동성 웨이하이(威海)시 룽옌항(龍眼港) 간에 국제여객선 취항 준비작업이 진행되고 있으나, 항공노선은 인천공항과 청주공항에 의존하고 있는 실정 속에 서산의 군용 해미비행장의 민용공항으로의 전환 가능성을 검토하고 있는 단계이다.

이 같은 상황에서 중국과 연결하기 위한 국제공항과 국제여객항구 건설사업에 국비지원을 확보하기 위한 중앙부처 설득과 국책사업화 작업에 필요한 논리 개발에 “중국인 관광객 유치” 필요성을 끌어다 연결할 수 있을 것이다. 소위 “서해안 시대”에 충남지역에 중국과 항공교통을 연결하는 국제공항이 없다는 점, 그리고 서해를 사이에 두고 마주 보고 있는 중국 황보하이(黃渤海) 연해지구 항구도시와 연결하는 해운항로가 개설, 운행되는 국제여객항구의 운영효율 극대화 필요성을 강조해야 할 것이다.

(2) 지역홍보와 장소마케팅 부족

앞의 2장의 중국인 유학생을 대상으로 한 설문조사와 면접조사에서도 밝혀졌듯이 충남도내에 거주하고 있는 중국인 유학생들 중에서도 충남도의 대표적 관광자원이자 중점 관광개발사업 대상지인 태안군 '안면도' 조차도 들어보지 못했다는 응답이 대부분이었다. 중국내에서 출국관광 경험이 있거나 출국관광을 고려하고 있는 중국인 입장에서 볼 때, 한중 양국간의 교류증대와 한류 등의 영향을 받아서 관광목적지 지명인 '한궈(韓國)'와 '셔우얼(首爾)', '지조우다오(濟州島)' 등의 지명은 자주 접해서 친숙해 져 있지만, '쫑칭난다오(忠淸南道)'나 '안미엔다오(安眠島)' 또는 충남도내 도시나 관광지에 대해서는 들어 본적 없다는 경우가 대부분이다. 들어 봤거나 부분적으로 알고 있다고 응답한 도시는 천안의 쇼핑, 보령의 머드축제, 공주-부여의 백제문화제, 금산의 인삼축제 정도였다.

유학, 직장업무, 관광 등의 목적으로 한국을 방문 또는 체류중이거나 체류했던 중국인들도 충남지역에 체류했던 경우 외에는 "충청남도" 내 도시나 관광지에 대해 거의 모르고 있었다. 알고 있는 경우에도 자신이 유학 등의 목적으로 거주하고 있거나 이전에 거주 또는 방문 경험이 있는 도시나 그 도시에 인접한 관광지 정도에 국한되었다. 이 같은 상황에서 이들에게 충남도내에 소재한 도시나 관광지에 대한 인상이나 평가를 묻거나 조사하는 것은 의미가 없다. 따라서 방한 중국인 관광객을 충남으로 유치하기 위한 전략을 수립하기 위한 최우선 과제는 충남지역과 도내 관광지 홍보를 위한 충남도 차원의 장소마케팅 전략수립 작업이 되어야 할 것이다.

(3) 대(對) 중국 전략적 대응체제 미흡

이 문제는 (비교의 관점이 아닌) 발전지향적 관점에서 제기하는 문제이다. 즉, 충남도의 대(對) 중국 전략적 대응체제를 국내 여타 지자체와 비교할 때 특별히 더 큰 차이가 있다는 건 아니다. 단, 중국이라는 대상에 대한 전략적 접근의 중요성을 고려할 때 아쉬운 점이라 하겠다.

현재 충남도와 관할 시·군의 대(對)중국 교류는 자매결연과 우호협력 관계를 체결한 중국의 성(省), 시·현들을 주요 파트너로 하여 진행되고 있다. 충남도와 자매결연을 체결한 중국측 파트너 지역은 허베이성(河北省, 1994)과 헤이룽장성(黑龍江省, 2015)이 있고, 우호협력 관계 체결 파트너는 산동성(1995), 쓰촨성(1998), 옌볜조선족자치주(2002), 지린성(2005), 장쑤성(2005), 상하

이시(2005), 쓰촨성(2008), 랴오닝성(2010), 윈난성(2013)이 있다. 충남도는 이 같은 관계를 기초로, 공무원 교환파견, 상하이 상품전시관 및 사무소 개설, 쓰촨분소 개설 등의 활동을 통해서 다양하고 폭 넓은 교류를 진행해 왔다. 단, 발전지향 차원에서 다음과 같은 문제점을 지적할 수 있겠다.

첫째, 자매결연 및 우호교류의 목적과 대상, 추진방향 등에 대한 전략적 고려가 부족하다. 우선 지적할 수 있는 문제는, 선택과 집중 측면에서 중국의 황하이(黃海)와 보하이(渤海)만 연해 지구 성(省) 지역들에 전략적 초점을 맞추어야 한다는 관점이다. 통상과 상품수출 기회 확대 차원에서 교류 대상 지역을 다양화 하는 것은 필요하지만, 그 다음 단계로 견고한 교류협력 네트워크 구축과 이를 통한 보다 심층적인 교류협력을 추구하기 위해서는 선택과 집중 전략이 필요하다. 최근에 충남도가 중국의 부상에 대응해 '서해안비전 선언'과 "환황해 프로젝트팀"을 구성한 동기와 목적도 중국에 대한 전략적 대응이 핵심이라고 할 수 있을 것이다. 그러나 자신의 역량 파악과 실천 가능한 목표와 사업(과제) 선정 측면에서 전략적인 고려는 여전히 미흡하다고 판단된다.

둘째, 대(對)중국 교류협력 방면에서 충남도와 시·군 지자체 간 전략적 연계나 협력이 미흡하다. 현재 충남도는 중국의 9개 지방정부와 자매결연 및 우호협력을 체결하고 있지만, 도(道)와 시·군 간의 연계나 협력은 거의 없는 실정이다. 대표적인 예가 충남도가 20년 이상 자매결연 관계를 축적해 온 교류파트너인 허베이성내의 시·현과 교류하는 충남도의 시·군은 허베이성 스자좡(石家庄)시와 자매결연 관계를 맺고 있는 천안시뿐이다. 그나마 실질적인 교류는 거의 없는 상태이다.(충남도내 15개 시·군과 자매결연 또는 우호협력 관계를 맺고 있는 파트너 시·현이 가장 많은 지역은 산동성이다.)

2) 중국인관광객 유치전략과 과제

방한 중국인 관광객을 충남지역에 유치하기 위한 전략과 과제는 크게 두가지 측면으로 구분할 수 있다. 하나는 지자체인 충남도 스스로의 역량에 기초해서 중장기적 전략과 계획을 세우고 단계적으로 추진하는 방식이고, 다른 하나는 중앙정부의 예산지원을 확보하기 위한 논리를 개발하면서 국책사업화 하는 작업이다. 단 후자의 경우에도 전자의 방식과 결합해서 추진해야 할 것이다.

(1) 지역 및 관광지 홍보와 장소마케팅

상술한 바와 같이 방한 중국인 관광객수가 급증하는 추세가 가속화되고 있으나 이들중에 충남지역을 방문목적지로 삼는 중국인 관광객의 비중은 '서울' 과 '제주도' 는 물론이고, 부산, 강원도와도 큰 차이를 보이고 있다. 이러한 현상의 근본적인 이유는 중국내에서 출국관광 경험이 있거나 출국여행계획을 갖고 있는 중국인들 대부분이 '충남' 의 존재 자체에 대해서 모르고 있다는 데 있다. 따라서 방한 중국인 관광객들을 충남으로 유치하기 위한 전략수립과 과제 도출 작업은 바로 이러한 인식을 기초로 제대로 된 문제진단과 처방안을 찾는 데에서부터 시작해야 할 것이다.

현재 국내 각 지자체에서 시행하고 있는 수단들을 조사, 검토, 종합한 기초 위에, 중국내의 출국관광을 계획하고 있는 중국인들을 대상으로 충남을 홍보하기 위한 장소마케팅 전략과 방안을 정리해 보면 다음과 같다.

① 중국내 교류 파트너 성,시,현 관계망 활용

충남도와 각 시·군과 자매결연 또는 우호협력 관계를 맺고 있는 중국의 파트너 성, 시·현과의 관계망(關係网)을 적극 활용하고, 보완 보강하면서, 우선 이들 중국내 교류 파트너 지역을 대상으로 충남지역 전체를 대상으로 한 총체적 이미지 마케팅과 장소 마케팅, 그리고 시·군 소재 관광지에 대한 장소 마케팅을 집중적으로 추진한다.

현재 추진중인 청소년 교류를 확대 추진하면서, 중국 청소년 수학여행단 유치 등 지역 특성을 살린 관광상품을 발굴·개발한다. 보다 구체적으로는 이하에서 제시하는 방안들과 연결해 추진할 수 있을 것이다.

② 팸투어 초청대상 확대 및 적극 활용

충남도 차원에서 중국 여유국(旅遊局)내 출국관광관련업무 담당자와 중국내 한국관광전문 여행사, 파워블로거, 그리고 충남지역내에 소재한 각 대학에 유학중인 중국인 유학생과 이들의 중국내 부모, 친지들을 대상으로 하는 팸투어와 설명회, 관광박람회 참가, 현지 언론의 TV광고, 팸투어 등을 적극적으로 추진할 필요가 있다. 또한 충남 소재 대학에 유학중인 중국인 유학생

부모와 친지를 대상으로 한 “효도 관광”, “친지방문” 등의 한국-충남 방문 프로그램을 설계 및 추진한다.

③ 중국어판 홍보자료 제작, 배포

한국 관광을 계획하는 중국인을 대상으로 지역마케팅 차원에서 충남지역 주요 도시와 관광지를 소개하는 홍보자료를 중국어판으로 제작, 배포한다. 동시에 충남지역의 자연, 역사, 문화예술, 음식, 생활풍속 등과 연결한 이야기를 개발하고, 방한 중국인관광객들의 중국내 출발지 지역별 특성을 파악해 중국인들의 기호와 선호에 맞춘 관광정보와 이야기를 전달, 표현한다. 이와 함께 중국내 유력 매체나 홍보효과가 큰 잡지 등에 충남도와 각 시·군 주요 관광지 관련 이야기를 게재, 소개하는 방안도 적극 모색한다. 특히, 충남도내 중국인 유학생 자원을 적극 활용한다. 이들이 우리나라의 카카오톡과 같은 웨이신(微信) 등 스마트폰의 기능 활용을 통해, 충남도내 시·군과 관광지에 대한 여행 인상기와 풍경 및 이벤트 참가, 체험활동 사진 등을 중국내의 친지들에게 소개, 전파하도록 적극 장려할 수 있는 시책을 추진한다.

④ 중국 현지 사무실 업무와 연계

현재 충남도가 상하이시에 설치 운영하고 있는 중국 사무소를 적극 활용해, 현지 관광관련업체와 언론매체 등과 관계망을 구축하고, 현지 관광설명회 개최 등 충남지역을 홍보하기 위한 활동을 적극적으로 추진한다. 또한, 천안시와 산동성 웨이하이시 원덩구(文登區), 당진시와 저장성 타이저우(台州)시 위환(玉環)현 등과 같이 중국내 파트너 시, 현, 구에 파견형식의 인력 교환을 시행하고 있는 여건을 적극 활용한다.

(2) 개별관광객 수용전략 중시

단체 패키지 관광보다는 개별자유여행 관광객에 초점을 맞추어야 할 것이다. 2013년 10월, 중국의 관광기본법이라 할 수 있는 여유법(旅遊法) 시행 이후, 여행사와 관광상품에 대한 통제가 강화된 직후 초기단계 일정기간 동안에는 비교적 신중하게 처신하며 중국 현지 여행사들이 한국 여행사에 수수료(랜드피)도 인상해 주었으나 현재는 여유법 시행 이전과 별 차이없는 상황이 되어, 지나치게 싼 가격 여행단가를 옵션판매, 쇼핑 권유 등으로 보충하는 행태가 다시 진행되고 있다. 국내의 중국전담여행사 등 관광관련 서비스 기능이 대부분 수도권에 편중되어 있는

이유도 이 같이 과도한 쇼핑 권장 관행과 불가분하게 연결되어 있다. 쇼핑 및 관련환경 경쟁력 측면에서 차이가 큰 충남이 상술한 바와 같은 틀 속에서 운영되고 있는 중국인 단체 패키지 관광객을 유치하기도 쉽지 않고, 설사 유치한다 해도 현재의 중국인 대상 단체 패키지 관광상품의 싸구려 저가 수준을 감안해 보면, 얻을 수 있는 실익도 거의 없다고 판단된다. 따라서 방한 중국인관광객을 충남지역으로 유치하기 위한 전략중점과 유치 대상은 단체패키지 관광객 보다는 갈수록 다양화 되고, 증가추세에 있는 테마별 개별자유여행객으로 해야 할 것이다.

(3) 국제공항 유치와 항만연계교통망 건설사업의 국책사업화

이 문제와 관련한 충남도의 현안과제는 2016년 3월부터 중국 산동성 웨이하이시 룽옌항과 서산시 대산항 간 국제여객선 취항준비를 위한 항만 확충과 국내 주변 지역과의 교통망 연결사업을 국책사업화 하는 작업이다. 한편, 공항과 관련한 핵심과제는 서산 해미의 군용 비행장을 한-중간 노선을 운항하는 민항기 취항이 가능한 국제공항으로 전환해야 한다는 대정부 설득논리를 개발하는 것이다.

지자체와 지역주민 입장에서, 국제항공노선과 국제해운노선의 거점인 공항과 항구를 보유하려는 열망은 방한 중국인 관광객 유치 측면에서만의 문제는 아닐 것이다. 단, 중앙부처 설득과 국책사업화 논리 개발을 위해서는, 서울을 포함한 수도권과 제주, 부산 지역 등과 격차가 갈수록 커지는 악순환 구조 속에 있는 충남의 여건과 현실, 그리고 충남지역내에 국제공항과 항만이 입지하고 제 역할을 발휘하게 될 경우 충남지역 및 국가경제에 줄수 있는 기대 효과 등을 설명해야 할 때 “중국인 관광객 유치”라는 목표와 과제가 중요한 논거중의 하나가 될 것이다.

충남지역에서 중국의 주요 도시-지역들과 직접 연결하는 항공 및 해운 항로를 운행하는 국제공항과 국제항만을 확보한 후라면, 이들 공항과 항구에서 국내의 여타 지역과 연결하는 교통망 건설사업에 대한 대정부 설득논리 개발과 타당성 검증 작업은 상대적으로 쉬운 작업이 될 것이다. 따라서 단계적으로 서산시 대산항에 대한 교통망 확충사업을 국책사업화 하기 위한 작업을 진행하면서, 해미 비행장의 민간국제공항으로 전환 필요성을 설득하는 논리개발 작업을 진행해야 할 것이다.

(4) 국내 관광객 유치전략과 연계

관광자원 발굴과 관광수용기반 확충은 방한 중국인 관광객 유치 측면에서만이 아닌 전반적인 관광정책의 기초이자 전제이다. 방한 중국인 관광객 유치전략의 수립과 시행도 관광자원

내용과 관광객 수용기반 조성이 우선적 과제다.

여기서 핵심과제는, 중앙의 관광정책과 방한 중국인관광객이 선호하는 행태와 수요를 파악해 충남의 지역 특성에 맞추고 연결하는 것이 될 것이다. 이에 대한 접근방법은 내발적 발전 차원의 점진적 상향식 연계전략과 중앙의 예산지원 획득을 위한 국책사업화 전략으로 구분해야 할 것이다.

우선, 국내 관광시장과 관광개발환경의 변화와 주요 트랜드를 정리해 보면 다음과 같다.(김영준, 2014: 발표내용 재구성)

첫째, 관광소비행태가 노동중심에서 여가중심으로 바뀌면서, 삶의 질, 만족, 윤리적 소비 등을 추구하는 방향으로 가고 있다. 동시에 디지털 기술, 뉴미디어 등장으로 관광소비자의 영향력이 강화됨에 따라, 협력, 파트너쉽 등 거버넌스 구축과 창조경제에 대한 요구와 필요성도 증대되고 있다.

둘째, 관광수요 측면에서는 다양화와 함께 가치 지향적 수요가 증가하고 있다. 관광자원 개발주체 측면에서는 지방자치단체의 역할이 확대 강화되면서 민관협력, 주민주도형 등 개발주체의 다양화 요구와 필요성이 커지고 있다. 이와 동시에, 관광개발의 범위 확대 요구도 강해지고 있다.

셋째, 개발방식 측면에서는, 삶의 질을 중시하면서, 소프트웨어, 인간중심 개발과 재생, 또는 재창조형 소규모 개발방식으로 전환되고 있다.

현 정부의 관광정책 중 충남도와 시·군이 방한 중국인 입국관광객 유치전략과 연결해 중앙의 지원을 확보하기 위한 국책사업화 작업과 연결할 수 있는 내용은, 홍보 마케팅 지원, 전략적 시장 대응, 전략관광산업 육성, 창조관광기반 구축 등이 될 것이다.(<표 4-1> 참고)

〈표 4-1〉 현 정부 관광정책 동향

기구 및 구분	주요 내용
대통령직 인수위원회, 박근혜정부 국정과제(2013.2)	· 6대 관광레저산업 육성 · 올해의 문화관광도시 선정, 홍보마케팅 지원 · 지역관광협의회 설립지원, 고품격 관광육성 등 포함
관계부처합동, 제1차 관광진흥확대회의 (2013.7)	· 방한 입국관광객에 초점 · 제도개선을 통한 관광불편 해소 · 전략관광산업 육성
관계부처합동, 제2차 관광진흥확대회의 (2014.2)	· 국내 관광 활성화 및 관광산업 경쟁력 강화, 관광자원 다양화, 국민관광여건 개선에 초점 · 창조관광기반 구축, 전략적 시장대응 방안 강구

출처: 김영준, 20114: 14쪽

(5) 국내 지역 간 연계 관광상품 개발

현재 또는 중기적으로 전망한다 해도, 충남이 주도적으로 중국인 관광객 유치전략을 수립하고, 성공적으로 추진한다 해도, 한국을 찾아온 중국인관광객들이 충남지역에만 머물다 갈 것이라고 기대할 수는 없다. 따라서 중국인 관광객들이 많이 찾는 인기 방문지이자 국제공항과 국제여객선 항구 소재지인 서울, 인천, 제주 등지와 연계한 관광상품 개발이 필요하다. 이 경우, 단체 패키지 관광보다는 개별자유여행이나 테마관광 영역에 초점을 맞추어야 할 것이다.

관광자원 연계 대상 도시와 연계 유형은 서울을 포함한 수도권 지역이나 제주도 등과 충남-충북—대전-세종으로 구성된 충청권을 연결하는 방안을 검토해 볼 수 있을 것이다. 예를 들자면, 국제공항 관문인 청주공항과 인천공항을 연계시키고, 서울, 대전, 세종시 등과 연계 시키고, 충남의 공주와 부여 백제역사문화 컨텐츠와 금산의 인삼제품의 쇼핑관광 코스를 연계시킨 관광상품을 개발할 필요가 있다. 특히, 공주와 부여에 소재한 백제역사유적지구가 유네스코 세계유산으로 등재될 가능성과 연계한 홍보 마케팅 전략을 검토할 필요가 있다. 백제역사유적지구에는 충남 공주의 공산성과 송산리 고분군, 충남 부여의 관북리 유적과 부소산성, 능산리 고분군, 정림사지, 나성, 그리고 전북 익산의 왕궁리 유적, 익산 미륵사지 등이 포함된다.[17] 따라서 공주-부여는 물론 전북의 익산까지 연계한 백제역사문화유적 관광상품 개발을 검토해야 할 필요가 있다.

그리고 천안·아산의 관광거점의 체류관광시설과 온천의 스파 건강의료 관광, 천안의 화장품 및 미용제품의 쇼핑, 전통민속관광 등과도 연결하는 광역 관광 네트워크 등을 구축해야 할 것이다.

최근의 관련 성공사례로서 코레일이 추진하고 있는 '철도관광벨트' 사업이 있다. 이 사업은 소외되고 낙후된 지역의 간선철도 노선중 자연경관이 빼어난 노선과 간이역 소재지의 지역관광자원을 철도로 연결, 운행한 관광상품이다. 단체 패키지나 자유여행 관광을 위해 관광전용열차를 탄 승객들은 열차내에서 다양한 이벤트를 즐기고 각자 선택한 목적지에서는 셔틀버스 등을

17) 2015년 5월 4일, 문화재청과 충남도 발표에 따르면 국제기념물유적협의회(ICOMOS)가 최근 유네스코에 제출한 '백제역사유적지구 세계유산 등재 여부에 대한 평가 보고서'에서 '등재 권고' 판정을 내렸다. 세계유산 등재 여부는 2015년 6월 28일부터 7월 8일까지 독일 본에서 열리는 제39차 유네스코 세계유산위원회에서 최종 결정되지만, ICOMOS의 '등재 권고' 판정을 받고 세계유산으로 등재가 안된 사례는 아직까지 없었다고 한다.(조선일보, 2015.5.6)

이용해 관광과 체험프로그램, 트레킹, 재래장터, 숙박 안내 등 서비스를 제공 받는다.

현재 운영중인 5대 벨트 관광전용열차는 ①중부순환내륙열차(서울-제천-철암-분천-영주), ②백두대간 협곡열차(영주-분천-철암), ③남도해양열차(부산-보성, 서울-여수엑스포역), ④DMZ평화열차(서울-문산-도라산, 서울-연천-백마고지역), ⑤정선아리랑열차(청량리-제천-민둥산-정선-아우라지역), ⑥서해금빛열차(용산-익산-전주) 등이 있다.

〈표 4-2〉 철도관광벨트 열차 현황

관광벨트	열차명	운행구간	테마설정
중부내륙	중부내륙순환열차 (O-Train)	서울-제천-태백-영주	중부내륙순환
	백두대간 협곡열차 (V-Train)	영주-분천-철암	백두대간 협곡
남도해양	남도 해양열차 (S-Train)	부산-보성, 서울-여수엑스포	남도의 역사와 해양레저
평화 열차	평화열차(DMZ-Train)	경인선(서울-도라산) 경원선(서울-백마고지)	세계유일 DMZ 평화와생태보존
서해 골드	서해 금빛열차 (West Gold Train)	용산-익산-전주	석양, 숨은보석 같은 여행지
강원 청정	정선아리아 열차 (A-Train)	청량리-아우라지	정선아리랑
	미정	서울-강릉(원강선)	산간비경, 젊은과 낭만의 동해안

* 서울-강릉간 열차는 2018년 운행 예정
출처 : 한국일보, 2015. 3. 12.

코레일 분석에 따르면 5대 벨트 관광열차가 2013년 4월부터 지난해 10월까지 1년 6개월간 81만 명을 수송해 100억 원의 수익창출과 생산유발 743억 원, 930여명의 취업유발효과를 거두었다. 대표적인 예는 하루 10명도 찾지 않던 분천, 철암역에 최근에는 하루 방문 관광객 수가 1,000여명으로 증가하면서 재래시장이 활기를 되찾았고 관광객 도착 시간에는 반짝시장도 열리고 있다고 한다. (한국일보, 2015.3.12.)

이중 '서해금빛열차'는 서해안 지역 7개 시·군과 충남도와 전북도 2개 광역지자체가 참여해 2015년 2월 5일부터 운행을 시작했다. 이 열차는 서울 용산역을 출발해 장항선을 따라 충남의 아산-예산-홍성-보령-서천과 전북의 군산-익산 등 서해안 7개 시·군지역을 연결, 운행하는 서해안지역 관광전용열차로, 아산온천, 수덕사(예산), 남당항(홍성), 대천해수욕장(보령), 국립생태원(서천), 근대문화유산거리(군산), 보석박물관(익산) 등 충남과 전북에 소재한 주요 7개 시·군의 관광지를 연결한다. 당일 패키지 관광상품으로는 추사고택, 수덕사 코스로 구성된 '예산의 하루', 홍주성, 남당항 등이 포함된 '홍성힐링기차여행', 대천항, 성주산 힐링 트레킹이 있는 '보령이야기', 금강하구둑관광지, 국립해양생물자원관 등을 방문하는 '서천 생태관광열차', '해미읍성과 개심사 당일여행'을 포함한 '해뜨는 서산' 등이 있다. 1박2일 관광상품으로는 군산-선유도 여행과 군산의 도시 근대문화유산 관광 등이 있다.

'서해금빛열차'는 한옥 온돌마루실과 습식과 건식 족욕카페를 설치한 객차를 운영하고 있다. 5호차 온돌마루실은 총 9실로 전통 한옥 느낌의 조각보와 대청마루 이미지를 활용한 황토마루 5실과 온돌마루 4실로 구성돼 있다. 3호차에는 힐링 콘셉트로 꾸민 족욕실과 포토존, 카페 및 이벤트 공간이 마련돼 있다. 족욕실은 아산온천수로 만든 족욕제를 푼 습식 족욕실 4개, 전기족욕기를 이용하는 건식 족욕실 4개가 각각 설치돼 있다.

'서해금빛열차'는 매주 수요일부터 일요일까지 주5일 1일 1회 왕복 운행하고 있다. 출발역은 용산역이고 군산을 경유해서 익산이 종착역이다. 여행 후 돌아오는 시간은 수원역에 오후 5시 25분, 용산역은 오후 7시 59분에 도착한다. 당초 코레일측은 2015년 2월초 개통 시부터 3월까지는 관광비수기이므로 주 4일(목요일부터 일요일까지)만 운행하고 4월부터 주 5일(수요일부터 일요일까지) 운행할 계획이었다. 그러나 한옥식 온돌마루실과 족욕카페, 그리고 다양한 차내 이벤트 등이 화제가 되고 인기를 끌면서 전 좌석 매진될 정도로 수요가 늘자 3월11일부터 주 5일(수요일부터 일요일까지) 운행을 시작했다.[18]

(6) 중국전담여행사 육성

소위 '중국전담여행사' 관련 현행 제도 안에 존재하는 문제와 향후 환경변화를 예측하면서, 충남지역내에 뿌리를 둔 중국전담여행사를 육성할 필요가 있다. 이 경우 충남도와 시·군이

18) 중부일보, http://www.joongboo.com, 2015. 3.11

자매결연 또는 우호협력관계로 교류하고 있는 중국의 파트너 성(省), 시·현에 소재한 중국 현지 여행사와 전략적으로 연결하는 방안을 적극 검토해야 할 것이다.

중국정부는 상호주의 원칙과 자국민 출국관광객 통제를 위해 자국민의 출국관광 대상지인 모든 국가와 목적지 승인협정(ADS: Approved Destination Status)을 체결하고, 각국 정부와 협의해 자국민 단체관광객의 여행허용지역을 지정하고, 중국정부와 이 협정을 체결한 국가는 중국인 단체관광객을 유치할 수 있는 '중국전담여행사'를 지정해야 한다고 요구하고 있다. 2012년 현재 중국정부와 이 협약을 체결한 국가는 114개이고, 전담여행사 운영국가는 107개 국가에 달한다. 1983년에 홍콩과 최초로 체결했고, 우리나라와는 1998년에 체결했고 여행 허가국으로 지정했다.

우리나라는 '중국 단체관광객 유치 전담여행사 업무 시행지침'을 중국전담여행사 지정, 그리고 경고와 퇴출 등 관리제도로 운영하고 있다. 2011년 9월에 '시행지침' 개정을 통해서, 1년에 1~2번씩 필요에 따라 비정기적으로 실시하도록 한 신규지정을 반기별 1회 즉 1년에 2회 신규지정토록 정했다. 2009년 이전까지는 중국전담여행사 수를 100개 이내로 한정했으나, 방한 중국인 수가 급증함에 따라 한도 제한을 폐지했다. 그 후, 2009년에 120개, 2010년 149개, 2014년 3월 현재 181개로 증가했다. 2013년에는 25개 여행사를 중국전담여행사로 신규 지정했으나, 22개 여행사의 자격을 취소했다.(김상태, 2012)

따라서 이제는 중국인 단체관광객 수요 등 추가지정 요인을 고려해 전담여행사를 지정할 수 있게 되었고, 사실상 전담여행사수 상한제는 폐지되었다고 할 수 있다. 특히 중국전담여행사 신규지정을 년 2회 한다고 규정함에 따라 향후 신규 지정이 보다 활발히 이뤄질 것으로 예상된다.

(7) 협동조합화[19]

관광객 수용시설과 관광서비스 사업 영역에서 지역 주민의 권익을 보장할 수 있는 개발방식을 채택하고, 협동조합과 사회적 기업 개념을 적극적으로 결합시켜야 할 것이다. 관광분야 사회적 협동조합 육성을 주장하는 주요 이유는 자본과 시장의 논리에서 지역주민의 권익을 지켜줄 수 있다는 기대 때문이지만, 또 다른 한편으로는 공공영역에서 시행하는 정책사업 운영주체의 역량을 현장중심으로 조직화 하고 다각화할 수 있다는 기대 때문이기도 하다. 즉, 이제까지 관

19) 김현주외, 2013: 38-41쪽 내용을 기초로 재구성했음.

광분야에서 추진한 정책사업들은 관광공사나 협회 등 한정된 범위내의 사업단위로 위임하는 방식으로 추진해 왔고 그 과정에서 시장수요에 적시에 적절하게 대응하지 못했다는 지적도 받고 있다.

한편, 최근에는 국내 관광시장뿐만 아니라, 방한 중국인 관광객중에서도 개별자유관광객 비중이 증가함에 따라 이들에 대한 개별화된 서비스 제공 수요가 증가하고 있다. 이러한 추세에 맞추어 기존의 단체관광 중심의 여행패턴에서 벗어나 개별 자유여행자의 다양한 선호 항목에 맞춘 관광서비스를 제공하는 역할을 협동조합이 주도할 수 있을 것이다. 예를 들면, 지역문화 체험 등 지역 특화 관광상품과 프로그램 소개 활동을 지역주민이 주도하면서 활성화 시킬 수 있을 것이다. 관광분야 협동조합은 지역사회 발전을 위해서 담당할 수 있는 영역과 역할이 매우 넓고 다양하므로, 정부나 시장에만 의존해서는 충족시키기 어려운 개별화된 관광수요에 맞춤형 서비스를 제공할 수 있을 것이다. 또한, 중앙부처와 대형 여행사 등이 관광패턴과 기본개념 변화에 적절하게 대응하지 못하고 있는 영역에서 지역과 주민을 기반으로 한 협동조합의 역할에 대한 기대와 요구가 갈수록 커질 것이다. 따라서 지역단위 사업을 기획, 관리하는 운영주체로서 협동조합의 역할을 확대하면서 다양한 소비자의 수요와 요구를 충족시켜 주면서, 관광상품의 질을 높여 나가야 할 것이다.

관광분야에서의 사회적 협동조합의 개념과 성격을 정의해 보면, “관광관련 재화와 서비스 제공 행위를 통해서 공익을 추구하며 지역사회에 공헌하는 비영리 협동조합” 이라 할 수 있다. 관광관련서비스의 특성은 제공하는 서비스가 (일반 재화보다는) 무형의 서비스 비중이 높고, 그 서비스의 이용 및 소비주체가 주로 지역외부에서 온 관광객들이라는 점이다. 우리나라에서도 2012년 12월 1일부터 ‘협동조합기본법’ 이 시행되면서, 5인 이상 조합원을 모으면 누구나 금융·보험업을 제외한 모든 분야에서 협동조합을 만들 수 있게 되었고, 3억원 이상이던 출자금 제한도 없어지는 등 협동조합 설립요건이 대폭 완화되었다. 협동조합이 법적 지위를 확보함에 따라, 지역사회의 사업추진을 사회적 협동조합 육성을 통해서 다양하게 추진할 수 있게 되었다. 관광정책 영역에서는 관광지 관리, 문화관광축제 및 생태관광 프로그램 기획 및 운영 등 정부나 시장의 역할만으론 한계가 드러났던 공공서비스 영역에서 역량있는 협동조합에 운영 권한을 위임하고 사업을 추진하는 방식이 가능해 졌다.

한편, 중앙부처인 기획재정부, 고용노동부, 안전행정부 등에서도 일자리 창출과 지역경제 활성화를 위한 정책수단으로서 협동조합, 사회적 기업, 마을기업 등 사회적 경제조직 육성 방안을

중시하고 있다. 또한 충남도와 시·군 지자체들도 관광관련사업을 지역경제 활성화 추진을 위한 수단으로 중시하고 있다. 이 같이 유리하게 진행되고 있는 환경과 여건을 충남도와 시·군이 검토하고 있는 분야별 유형별 중점 사업(과제)의 국책사업화 논리개발에 효과적으로 활용해야 할 것이다.

(8) 중국내 교류파트너 성,시・현과 합작 관광상품 개발

충남도와 시·군이 자매결연 및 우호협력관계를 기초로 교류 협력활동을 진행 중인 중국내 파트너 성(省), 시·현과의 네트워크를 활용한 관광상품을 전략적으로 개발할 필요가 있다. 전략적 관광상품 개발을 위한 유용한 소재로는 최근 충남도와 각 시·군이 중점 추진해 오면서 부분적으로 성공사례가 출현하고 있는 친환경 마을 만들기 등 삼농혁신 분야의 성공사례와 중국의 신농촌 건설 경험사례 등을 소재로 한 교환방문과 상호학습 프로그램이 될 수 있을 것이다. 또한, 요트, 마리나 해양스포츠 등 해양산업과 해양관광 분야에서는 중국 산동성과 저장성(浙江省) 등에서 중점 추진하고 있는 남색(藍色)경제 또는 해양경제정책과도 연결할 수 있을 것이다. (중국정부의 남색(藍色)경제 정책에 대해서는 아래 박스 해설 참고) 또한, 한중 FTA 체결로 한국 여행사가 중국에서 관광객을 모집할 수 있게 된 여건도 적절히 활용할 수 있을 것이다.

[중국정부의 해양산업정책 – 남색(藍色)경제 정책]

‘남색경제(藍色經濟, Blue Economy)’의 배경과 시작은, 중국정부가 지속적인 경제발전을 위해 에너지 및 자원 확보가 중대한 문제로 부각될 것에 대비하여 2003년부터 해양경제 육성전략을 수립하기 시작한 것이라 할 수 있다. 그후 2009년에 당시 후진타오 주석이 해양국가 발전 모델을 제시하면서 해양산업을 “남색경제”로 집중 육성한다고 결정했고, 제12차 5개년 계획(2011～15년)에서 “해양산업발전촉진”을 명시하고, 해양산업 집중 육성과 이를 경제발전의 신성장동력으로 삼는다는 정책방향을 제시했고, 이어서 중공 제18차 전국대표대회(2012.11) 보고에서 향후 5년 계획 중 “해양강국 건설” 목표를 제출했다.

이어서 중국 국무원은 지구별로 특화된 해양경제를 육성하기 위해 동부 연해 성시인 산동성, 저장성(浙江省), 광둥성, 푸젠성(福建省) 4개 성을 ‘남색(藍色)경제구’로 지정했다. ‘남색 경제구’ 지정 비준을 받은 이후에 이들 4개 성 정부는 각각 ‘산동반도 남색경제구 발전규획’,

‘저장성 해양경제 발전시범구 규획’, ‘광동성 해양경제 종합실험구 발전규획’, 그리고 푸젠성은 ‘해협 남색경제 실험구 발전규획’을 수립하고 시행중이다.

〈표 4-3〉 중국 4대 국가급 해양경제 육성지역 발전규획 비교

구분		산동성	저장성	광둥성	푸젠성
계획명칭		산동반도 남색경제구 발전규획	저장 해양경제 발전시범구 규획	광둥 해양경제 종합실험구 발전규획	해협 남색경제 실험구 발전규획
발표시기		2011.1	2011.3	2011.8	2012.11
개발기간		2011~2020년	2011~2020년	2011~2020년	2011~2020년
면적	해역	15.9만㎢	26만㎢	41.9만㎢	13.6만㎢
	육지	6.4만㎢	3.5만㎢	8.4만㎢	5.47㎢
대상지역		青島,烟台,東營,潍坊,威海,日照,濱州(7개시)	杭州,宁波,溫州,嘉興,紹興,舟山,台州(7개시)	广州,深圳을 포함한 14개시	福州, 厦門 등 연해 6개시
해양산업 총액(2011)		7,892억元	4,500억元	9,800억元	4,420억元
전략위상		자원개발, 생태환경, 국제협력	산업업그레이드, 육해 종합발전	해양경제 종합발전, 지역경제파급효과	양안 해양협력, 해양산업 클러스터 유

자료 : 국무원 4대 지역 해양경제발전계획, 중국해양통계연감, 2011

중국에서 해양산업은 해양의 개발, 이용, 보호를 위해 이루어지는 모든 생산 및 서비스 활동을 가리키며, 어업, 제염, 조선, 해운 · 항만 · 물류 등의 전통 해양산업과 다른 신흥해양산업 범주에 해양석유가스, 해양양식업, 해수담수화, 해양바이오, 해양관광 등이 포함된다. 한편, 산업통계기준으로는 1차 산업(해양어업), 2차 산업(해양 석유 · 가스 · 광물 채굴 및 가공, 해양 제염 및 가공, 해양화공업, 해양생물의약업, 해양전력업, 해수담수화, 해양선박공업, 해양공정건축업), 3차산업(해양교통운수업, 해양관광업)으로 분류한다.

2012년 중국 해양산업 총액은 5조87억 위안(약 800조원)으로 전년대비 7.9% 증가했고, 전

체 GDP 점유비중 9.6%이다.

(중국국가해양국, 2012년 중국해양경제통계공보, 2013.2)

- 한국 해양산업은 2008년 기준 128조원으로 한국 산업전체의 4.9% 차지한다.
- 산업별로 1차 산업 2,683억 위안(5.3%), 2차 산업 2조2,982억 위안(45.9%), 3차 산업 2조4,422억 위안(48.8%)에 달한다.
- 지역별로 환보하이지역이 1조8,078억 위안(36.1%), 장강삼각주 1조5,440억 위안(30.8%), 주강삼각주 1조28억위안(20.2%) 차지한다.

2012년 중국 해양산업 부문별 증가치는 해양관광이 1위 였다.(6,972억 위안, 전년대비 9.5% 증가) 이어서 2위 해양 교통운수 (4,802억 위안, 6.5%)3위 해양어업 (3,651억 위안, 6.4%) 순이고, 나머지는 해양석유가스 1,570억 위안(8.7%), 해양선박 1,331억 위안(1.1%), 해양공정건축업 1,075억 위안(12.7%), 해양화공 784억 위안(17.4%), 해양바이오 172억 위안(13.8%), 해양채굴 61억 위안(17.9%), 해양제염 74억 위안(7.3%), 해양전력 70억 위안(14.3%), 해수담수화 11억 위안(4.0%) 순이다.

2010년말 해양산업 종사자는 3,350만 명에 달했고, 2006 ~2010년 5년간 전국적으로 570만개의 일자리를 창출했다.

산동성은 해안선 총길이 3,100km로 중국 전체(1.8만km)의 1/6, 해역면적 15.9만㎢ 중국 해양총면적(300만㎢)의 5.3%이다.

해양원유매장량 23.8억톤, 천연가스 110억㎥, 해저석탄 12.9억톤, 래주만 · 교주만 지역 1,500㎢지역에 분포된 풍부한 염수(鹽水)자원, 조류에너지 잠재량(4천만kW), 해상풍력자원(잠재량 400만kW)

산동반도 남색경제구 발전규획은 2011년 국무원이 중국 최초로 해양경제를 주제로 한 지역발전 규획이며, 본 계획에서 해양산업 지역별 육성계획을 발표했다.

산동성은 2013년 1월 중국 최초로 '해양산업발전지도목록'을 제정했고, '지도목록'에는 해양바이오, 해양설비제조, 해양화공, 해양어업 등 10개 산업분야에 대해 장려 · 제한 · 퇴출 규정을 제정했다.

〈표 4-4〉 산동성 해양산업 지역별 배치 계획

구분	해양산업 배치계획
해양양식업	30억㎡이상 양식기지(롱청, 창다오長島, 펑라이, 라이저우, 쟈오난)
원양어업	롱청, 소우광壽光, 펑라이, 황다오
해양수산가공	수산물정밀가공기지(옌타이, 웨이하이, 칭다오, 르자오, 웨이팡) 냉동물류기지(롱청, 청양, 즈푸芝罘)
해양바이오	제조기지(옌타이, 웨이하이, 르자오, 웨이팡), 연구개발기지(칭다오)
해양장비제조	국제경쟁력을 갖춘 종합기지(칭다오, 옌타이)
해양에너지	조류(藻類)바이오에너지(칭다오), 석탄(롱코우), 조력발전(라이저우만)
해양공정건축업	해양공정건축업기지(칭다오, 르자오, 옌타이)
해양화공	해양신소재산업기지(칭다오, 옌타이, 웨이팡, 웨이하이)
해양운송・물류	4대 임항물류기지(칭다오, 르자오, 옌타이, 웨이하이) 동북아 국제물류중심(칭다오)
해양관광	국제적으로 유명한 해변관광지 조성(칭다오, 옌타이, 웨이하이)

자료 : 山東半島藍色經濟區發展規劃, 2011.1

2012년 산동성 주요 지역별 해양산업 생산 총액은 칭다오 2,150억 위안(GDP의 13.8%), 옌타이는 1,727억 위안(32.7%), 동잉 1,050억 위안(18.3%), 르자오 680억 위안(50.2%) 차지했다.

산동성 웨이하이(威海)시가 인천시에 '관광의 해' 행사일환으로 2015년과 2016년을 웨이하이-인천 상호방문의 해로 지정하자고 제안했다.

최근에는 방한 중국인관광객 규모가 급속하게 증가하면서, 방문유형도 시장조사와 회의참석 등 비즈니스 목적 등으로 다양화되고 있다. 또한, 크루즈편으로 한국을 방문한 중국인 관광객수도 2014년 1.3만 명에 달했고, 2015년에는 2만 명을 넘어설 것으로 예상된다. (유다형. 2015)

2. 대(對)중국 전략 네트워크 구축

1) 충남도 및 관할 시·군의 대(對)중국 교류 네트워크 강화

'대(對)중국 전략네트워크' 는 충남도와 관할 시·군이 기존의 자매결연과 우호협력 체결 관계를 기초로 구축해 온 대(對)중국 네트워크를 보다 전략적으로 관리하면서, 앞에서 제시한 방한 중국인관광객 유치 전략을 지원할 수 있는 기초 인프라 네트워크로 활용하겠다는 전략이다. 즉, 충남도가 주도해 충남 특색의 대(對)중국 교류협력의 인프라 네트워크' 를 전략적으로 구축해야 한다는 필요성을 강조한 것이다.

충남도는 1994년 10월, 허베이성(河北省)과 자매결연 체결 이후 랴오닝성(遼寧省), 산동성, 장쑤성(江蘇省), 윈난성(云南省), 칭하이성(青海省) 등 중국내 7개 성급 지방, 그리고 옌비엔(延邊)조선족자치주와 우호협력 체결했고, 2015년 1월에는 헤이룽장성(黑龍江省)과 자매결연을 체결했다. 2013년말 기준, 충남도와 중국측 파트너 지구 간에 추진된 교류실적 회수는 허베이성이 가장 많았고(112회), 교류인원수는 옌볜(延邊)조선족자치구가 가장 많았다(1,068명). 그 다음은 중국내 성(省)급 지방중에서 경제발달 수준과 1인당 주민소득이 가장 높은 장쑤성(江蘇省)이 86회에 643명이다. (<표 4-3> 참고)

주요 교류 내용은, 자매결연 관계인 허베이성과는 문화 및 청소년 교류, 우호협력 관계인 산동성과는 현지 중국어 연수와 청소년 교류, 옌볜(延邊)조선족자치주와는 투자유치와 농식품, 청소년 교류, 지린성(吉林省)과는 박람회와 엑스포 참가 등이다. 장쑤성과는 환경과 복지 분야의 교류이고, 쓰촨성(四川省)과는 지진피해 위로성금 전달과 박람회 참가 등이었다. 또한, 상하이시와는 투자유치 관련 교류, 랴오닝성과는 당진시의 현안인 항로개설을 위한 항만개설과 관련한 교류, 그리고 윈난성(雲南省)과는 화훼박람회 등 농업분야의 교류였다.[20]

20) 박경철 · 강수현, 2014: 31 · ~32쪽

〈표 4-5〉 충남도의 對중국 자매결연 및 우호협력 체결 현황

구 분	단 체	체결일자	교류실적(횟수/인원)		
			'12년까지	2013년 말	누 계
합 계 (중국/전체국가)	-	-	440/3,836	28/243	468/4,068
자 매 결 연 (2/6)	허베이성 헤이룽장성*	1994. 10. 2015. 1.*	108/987 -	4/10 -	112/997 -
우호 협력 (8/18)	1. 산동성	1995. 10.	43/329	1/100	44/429
	2. 옌볜조선족자치주	2002. 4.	88/1,064	2/4	90/1,068
	3. 지린성	2005. 9.	28/239	1/3	29/242
	4. 장쑤성	2005. 9.	78/610	8/33	86/643
	5. 쓰촨성	2008. 9.	25/194	-	25/194
	6. 상하이시	2008. 11.	35/174	4/18	39/192
	7. 랴오닝성	2010. 11.	9/59	2/11	11/70
	8. 윈난성	2013. 6.	-	4/34	4/34
체결계획 (3/4)	1. 광동성	2014.	7/34	-	7/34
	2. 헤이룽장성	2014.	16/78	2/19	18/97
	3. 칭하이성	2014.	3/68	-	3/68

자료: 충남도청 국제통상과, 자료: 박경철・강수현, 2014: 32쪽

한편, 2013년 기준, 충남도 관할 각 시·군 지자체가 중국의 시·현과 체결한 자매결연은 10곳, 우호협력은 16곳이다.(<표 4-5> 참고) 이중 산동성에 소재한 시·현이 비교적 많아서, 자매결연이 10곳 중 4곳이고, 우호협력은 16곳 중 4곳을 차지하고 있다. 반면에 올해(2015)초에 헤이룽장성과 자매결연 체결전까지 충남도의 유일한 자매결연 파트너 성(省)으로 20년 이상 교류협력 관계를 유지해 온 허베이성에 속한 시·현은 천안시와 자매결연 관계인 스자좡(石家庄)시와 논산시와 우호협력 관계인 랑팡(廊坊)시 정도이다. 더구나 이들 자매결연 및 우호협력 도시들 간에도 실제 교류협력실적은 미미한 상황이다. 이는 도와 시·군의 '대(對)중국 교류' 활동에 전략

적 연계가 결여되어 있음을 드러내고 있다. ‘대(對)중국 전략네트워크’ 구축은 이 같은 상황에 대한 문제인식과 진단에서부터 시작해야 할 것이다.

〈표 4-6〉 충남도 시·군의 자매결연 및 우호협력 파트너 중국 시·현 분포현황

지 역	인구(만인)/면적(㎢)	자매결연 (10곳)	우호협력(17곳)	비고
천안시	59.1	허베이성(河北省) 스자좡(石家庄)시	산동성 웨이하이(威海)시 원덩(文登)구	원덩(文登)구가 웨이하이시 관할 현급시에서 구(區)로 승격
공주시	11.6	-	랴오닝성(遼寧省) 선양(沈陽)시	최근 실질교류는 없는 상태
보령시	10.5	상하이시 칭푸(青浦)구	텐진시 빈하이(濒海)신구	2014년 보령시장 등 칭푸구 방문 - 1999.4월 칭푸현과 자매결연 체결후 행정, 교육, 문화, 의회 등 분야에서 방문 26회, 내방 31회
아산시	28.7	광동성 동관(東莞)시	산동성 웨이팡(濰坊)시	
서산시	16.6	산동성 롱청시	안후이성 허페이(合肥)시	랴오닝 잉커우(營口)시와 항로개설 접촉,협의 추진중
논산시	12.6	-	2009, 랴오닝성 진저우(錦州)시, 허베이성 랑팡(廊坊)시	2014년 산동성 지닝(濟寧)시와 상호방문, 우호협력체결 추진
계룡시	4.1	-	베이징(北京)시 화이로우(懷柔)구	2010년 방문이후 실질 교류 없음
당진시	16.0	산동성 르자오(日照)시	저장성(浙江省) 타이저우(台州)시 위환(玉環)현	최근 저장성 타이저우시관할 위환(玉環)현과 상호교환방문 등 교류 활발
금산군	5.5	지린성 안투(安圖)현	-	2013년 안투현 방문단 금산 인삼축제 래방방문-금홍매장과 연결 추진
부여군	7.3	허난성 뤄양(洛陽)시	-	부여시 백제문화제 위령제에 뤄양시 방문단 래방(來訪)참가 뤄양시 목단축제에 부여시 방문단 참가 등

서천군	5.8	-	-	
청양군	3.2	랴오닝성 덩타(燈塔)시	후베이성 수(隨)현	수현은 청양군 운곡면 명씨 집성촌과 연관 교류진행중
홍성군	9.0	산동성 린이(臨沂)시 이수이(沂水)현	헤이롱장성 하이린(海林)시	하이린시와 청소년 문화교류 등 추진중 湖北 경산현 방문단 래방(來訪)
예산군	8.5	-	헤이롱장성(黑龍江省) 지동(鷄東)현, 장시성(江西省) 이춘(宜春)시	교류중단으로 유명무실 상태임
태안군	6.2	산동성 타이안(泰安)시	-	

자료: 충남도 국제통상과 자료를 기초로 시·군의 실질적 교류 현황을 반영하여 수정, 보완했음.

2) 충남도 주요 시・군의 대(對)중국 교류 경험과 과제

충남도내 각 시·군이 진행하고 있는 '대(對)중국 교류'의 주요 문제와 이슈, 그리고 향후 전략방향을 천안시, 서산시, 당진시의 교류 경험을 통해서 정리해 보면 다음과 같다.[21]

(1) 천안시의 대중국 교류경험과 과제

대(對)중국 교류관련 천안시의 현안 문제점은, 자매결연 관계인 허베이성의 수도(省都)인 스자좡(石家庄)시보다 우호협력 관계인 산동성 웨이하이(威海)시에 속한 '현급시(縣級市)'였던 원덩(文登)시와의 교류를 더 적극적으로 추진해 왔다는 것, 그리고 원덩시가 '현급시'에서 웨이하이시의 '구(區)'로 승격 편입되면서, 천안시의 우호협력 파트너 도시로서의 행정단위 위계상의 문제가 제기되고 있다는 점이다.

천안시와 스자좡시 간 교류의 시작은 한중 수교 이전인 1992년 1월에 허베이성 경제무역대표단 20명이 천안시 상공회의소 방문후, 동년 8월에 당시 천안시장이 스자좡시를 방문하면서부터였고, 이후 1997년 8월에는 자매결연을 체결했다. 양 도시는 국제박람회 및 시장개척단

21) 박경철・강수현, 2014: 58-70의 내용을 재정리했음.

방문 등 경제통상교류, 농업우호교류, 탁구 등 스포츠 교류, 삼거리문화제 및 홍타령축제와 한중 서예 교류전 개최 등 문화교류, 의료분야 교류 등을 진행하기도 했다. 주요 교류협력 활동을 보면, 스자좡시는 천안시의 초청으로 천안홍타령축제 참가(21명), 농업교류 협의(6명), 국제교류도시 대표단 및 대학생 초청 프로그램 참가(6명)가 있었다. 천안시 또한 스자좡시의 초청으로 국제무역상담회 참가(10명), 공무원 연수(18명), 자매도시 우호 및 교류활성화(시의회 산업건설위원회 의원 등) 등을 위해 방문한 바 있다.

단, 2002년 11월에 원덩(文登)시와 '우호협력'을 체결한 후에는 원덩시와의 교류를 더욱 적극적으로 추진해 왔다. 원덩시는 산동반도의 동단에 위치하고 있으며, 기계, 자동차, 화학, 전자, 방직공업 등이 발달한 신흥공업도시이고, 한인상공회에 등록된 한국기업체만도 110여개이다. 천안시와 원덩시 간 최근의 교류활동을 보면, 원덩시는 천안시의 초청으로 '천안 홍타령춤축제'(2011~13)에 3년 연속 참가했고, 온천축제와 2013년 국제웰빙식품 엑스포에도 참가했다. 천안시에서도 웰빙식품 엑스포, 공무원 연수, 우호교류 10주년 기념행사, 선진박람회, 의료관광도시 홍보 등을 위해 원덩시를 방문한 바 있다.

천안시가 자신과도 자매결연 관계이고, 도(道)와 자매결연 관계인 허베이성의 수도인 스자좡시와의 교류를 (우호협력 관계인) 원덩시(구)보다 소극적으로 추진해 온 점은 천안시 대(對)중국 교류 전략상의 문제로 지적할 수 있다. 또한, 당시에는 원덩시가 중국내 도시행정체계상 '지급시(地級市)'인 웨이하이시에 속하는 '현급시'라는 점을 제대로 파악하지 못해서, 우호협력 체결 이후 교류 확대과정 중에 원덩시가 지급시인 웨이하이 소속 '현급시'에서 '구(區)'로 사실상 승격한 이후 행정구역 체계상의 명칭과 위상 문제를 거론하는 것 자체가 상대방에 대한 이해가 부족한 상태에서 교류협력을 추진해 왔다는 점을 드러내고 있다고 할 수 있다.

그러나 또 한편으로는, 산동성 웨이하이시는 한국과 가장 가까운 해상통로로 연결되는 도시이고, 전통적으로 한국내의 화교네트워크를 가장 강하게 유지해 왔으므로 꽌시(關係) 연결과 형성이 수월했고, 또한 산동성의 경제발전 수준이 허베이성 보다 높았고, 특히 중국진출 한국기업들이 선호하고 집중되어 있었다는 요인 등이 종합적으로 작용한 일정 부분 현실적이고 합리적인 선택이었다고 볼 수도 있다.

이 같은 천안시의 경험을 바탕으로, 향후 천안시의 대(對)중국 교류협력 전략 방향을 제안한다면 다음과 같다.

첫째, 원덩구와의 교류관계를 실사구시(實事求是)적 차원에서 추진해야 할 것이다. 이제까지

원덩구와 축적해 온 관계망(關係网)과 교류협력 기반을 포기해서는 않되는 건 물론이고, 오히려 더욱 적극적으로 발전, 확대하면서 중국인 관광객 유치와 통상 확대, 그리고 중국 내수시장 개척을 위한 전략적 네트워크를 형성해 나가야 할 것이다. 물론, 충남도내에서 갖는 천안시의 위상을 고려하면 '지급시(地級市)' 인 웨이하이시와 우호협력이나 자매결연을 체결하면 좋겠지만 쉽지 않을 것이다. 웨이하이시는 원래 한국과의 관계망이 다양해서 교류 희망 러브콜을 보내는 한국의 지자체가 많고, 게다가 산하 원덩구 인민정부의 입장도 고려해야 하기 때문이다.

따라서 필요한 것은 천안시가 의전과 형식보다는 실사구시적 시각에서 이제까지 축적된 원덩구와의 관계망을 활용하면서 실리를 추구해 나가겠다는 자세라고 생각한다. 사실 원덩구만 해도 행정구역 면적은 1,645㎢로 천안시의 약 2.6배에 달하고, 인구는 약 65만명으로 천안시 현재 인구규모보다 크다. 또 한편으로는, 원덩구와의 성공적인 교류협력 경험을 기반으로 한 전략적 네트워크를 강화할 수 있다면, 웨이하이시와의 관계망 형성을 위한 작업도 더욱 순조롭게 추진할 수 있을 것이다.

둘째, 원덩구와의 교류협력을 확대 강화하면서, 동시에 자매결연 관계인 허베이성의 수도(省都)인 스자좡시(石家庄市)와의 교류협력 활성화 방안도 강구해야 할 것이다. 스자좡시는 2013년 말 기준 총인구 1,050만 명이고, 행정구역 면적은 15848㎢이고, 이중 교외 농촌지구를 뺀 시구(市區)면적만 2206㎢이다. 허베이성의 정치, 경제, 과학, 기술, 문화, 교육, 정보의 중심지이며, 주요 공업은 면방직, 의약, 전자, 화공, 기계, 건축재료 등이고, 1인당 GRP는 7,561달러이다. 한편, 스자좡의 배후지인 허베이성은 인구규모 7,287만인에 행정구역 면적은 남한면적의 2배에 달하는 18.9만㎢에 달하며, 중국내의 대표적인 농업대성(農業大省)으로, 1인당 GRP는 6,270달러이다.

허베이성은 보하이만(渤海灣) 연해지구에 위치하고 베이징-텐진과 함께 중국 수도권지구에 속한다는 잠재력을 갖고 있음에도 불구하고, 우리나라와 지방차원의 교류는 산동성과 랴오닝성에 비해 상대적으로 적은 편이었다. 이는 허베이성의 위치가 내해(內海)인 보하이만(渤海灣)에 연하고 있어서 상대적 해상운송거리가 산동반도와 랴오동(遼東)반도 보다는 멀기 때문이었다고 판단된다. 그러나 오히려 이러한 이유 때문에 한국과의 교류에 대한 태도가 산동성보다 적극적이다. 따라서 천안시의 대(對) 중국 교류파트너로서 허베이성의 수도인 스자좡시보다 더 좋은 상대를 다시 찾기 어렵다 해도 과언이 아닐 것이라 생각한다. 따라서 스자좡시와의 교류협력을 활성화 시키면서, 중국인 관광객 유치와 통상 확대, 그리고 스자좡시를 거점으로 중국 화북(華北)지구 내수시장 개척을 위한 전략적 네트워크를 형성해 나가야 할 것이다. 즉, 원덩구와 같은

‘구(區)’ 인민정부 이건 스자좡시와 같은 성회도시(省會城市) 인민정부이건 실사구시적 태도로 실리를 구하는 데 중점을 두고 전략적 교류협력을 추구하는 데에 중점을 두어야 할 것이다.

(2) 서산시의 대중국 교류경험과 과제

서산마애삼존불과 부석사의 역사가 말해주듯 중국과 최단거리에 위치하고 있는 서산은 고래로 중국과의 교류가 많았던 지역이다. 중국으로부터 불교문화가 이 지역을 통해 들어왔고, 이 지역에 분포된 해미성지 등 천주교 성지들은 김대건 신부 등이 중국에서 사제서품을 받고 내포지역으로 들어와 당진과 서산지역을 중심으로 천주교 교리를 전파하다가 그의 사도들과 함께 박해를 받은 역사적 유적이다. 하지만 백제 패망 이후부터 서산지역과 중국과의 교류가 줄기 시작했고, 근현대에 들어서서는 냉전 시기 중국과의 교류 단절 등의 영향으로 인해 서해안 지역은 쇠퇴의 늪에 빠져있었다.

1992년 8월 한중 수교 이후, 중국 수요에 대한 대응을 주목적으로 서산지역에 산업단지를 조성하고 주로 석유화학과 에너지 관련 산업들을 집중시키고, 공업전용 컨테이너 전용 항구로 대산항을 확충해 왔다. 이와 같이 기간산업을 기반으로 안정적 성장기반을 구축한 서산시가 최근에는 중국과의 항로 개설 및 국제여객선 취항을 통한 중국인 관광객 유치 전략 수립에 집중하고 있다. 즉, 2016년 3월에 대산항과 중국 산동성 룽청시(營成市) 룽옌항(龍眼港) 간 국제여객선 취항에 대비한 준비작업과 중국인 관광객 유치 방안 마련에 집중하고 있다.

서산시는 대산항과 룽청시의 룽옌항 간 항로 개설을 위해 2014년 2월에 대산항 국제여객터미널 건설을 위한 기공식을 갖고 본격적으로 대산항 확장과 국제여객 터미널과 여객 부두 등 공사를 하고 있다. 여객선 항로 연장은 339㎞로 한중 간의 가장 짧은 해상항로이다. 이 공사가 완료되면 여객터미널 1동(2층, 연면적 8,500㎡)과 접안시설 1선석이 들어서고, 양 지역에는 5천~25천 톤급 여객선의 운영이 가능해 진다. 운행횟수는 주 3~5회로 계획하고 있고, 여객수용 능력은 500~1,000명으로 예상된다.

서산시와 룽옌항 간 국제여객선 개통은 지역경제에 긍정적 효과를 가져올 것이란 낙관적인 기대도 주고 있지만, 다른 한편으로는 다음과 같은 문제와 고민도 제기되고 있다.

첫째, 룽옌항과 룽청시의 위치이다. 룽청시는 웨이하이시의 현급시로 인구는 약 71만 명이다. 물론 배후에 280만명의 인구의 웨이하이시와 700만을 넘는 인구규모의 옌타이시(烟台), 더 나아

가 인구규모가 약 1억에 달하는 산동성 전체까지 겨냥할 수 있다지만, 방한 중국인 관광객 중에 산동성 끝자락에 위치한 롱청시 롱옌항까지 와서 국제여객선을 이용할 사람들이 많을 거라고 낙관할 수만은 없다. 더구나 인접 도시인 웨이하이시와 옌타이시에 인천항과 인천공항 간을 연결 운항하는 여객선과 항공기도 있다. 따라서 국제여객선 취항 이후 초기에는 상당기간 동안 롱옌항 이용객이 많지 않을 상황을 미리 각오하고 대비책을 세워 두어야 할 것이다. 기대할 수 있는 건, 유리한 가격으로 단체 패키지 여행객을 유치하거나 일반 관광객 보다는 보따리 장사라 불리는 소규모 무역상들이 많을 것이라는 정도이다.

둘째, 중국인 관광객을 유치하기에는 서산의 관광자원만으론 부족하다. 서산에도 천수만 철새 도래지와 해미읍성 등의 관광자원이 있고, 시내에 '차이나 비치타운' 등을 조성한다는 구상이 있지만, 방한 중국인 관광객들에게 인기있는 도시문화와 쇼핑 기회를 만족할 만한 수준으로 제공하기에는 한계가 있을 것이다. 따라서, 서울(수도권)의 도시 문화와 쇼핑, 천안-아산축의 쇼핑, 온천, 산업관광, 그리고 당진-서산-태안 해양관광축 등의 연계 관광권 조성 구상도 필요하다.

마지막으로, 서산시의 입장에서는 중국인 입국 관광객을 유치하는 것도 중요하지만 우리나라에서 중국관광을 위해 출국하는 국내 관광객을 유치하기 위한 전략도 필요하다. 롱청시의 상급 도시인 웨이하이시와 옌타이시는 중국내에서 기후와 환경이 좋은 휴양도시 가운데 하나이며 신라방, 신라소, 장보고의 적산법화원, 류궁다오(劉公島) 등 중일 갑오전쟁박물관 등 역사적 사적들도 많다. 근대에 서구 열강들에 의해 강압적으로 개항되는 과정에서 겪은 아픈 역사들도 상당부분 보존, 복원해 놓고 관광자원으로 활용하고 있다. 따라서 대산-롱옌항 구간 국제선 취항 이후, 대산항과 서산은 방한 중국인 관광객의 입국 통로로서 뿐만 아니라, 중국으로 향하는 방중 한국인 관광객들의 출국통로이자 체류형 관광거점도시로서 갖고 있는 잠재수요 발굴과 대응책 마련 작업도 적극적으로 추진해야 할 것이다.

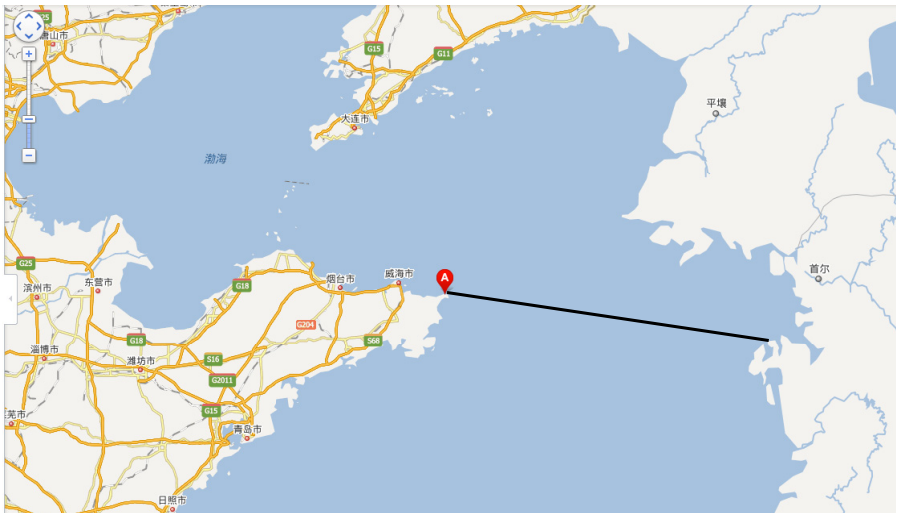
[참고: 롱옌항 개황]

롱옌항(龙眼港)은 중국 산동반도 동북단 웨이하이시(威海市) 행정구역내 북위 37° 25′ 02″ , 동경 122° 38′ 24″ 에 위치하고 있고, 북향의 천연해항으로 동, 서, 남 3면이 산으로 둘러 싸여 있고, 북쪽은 황하이(黃海)와 임하고 있다. 동으로 한국 인천항과 235해리, 동남쪽으로 일본 나가사키(长崎)항과 490해리, 북으로 랴오닝성 따리엔(大连)항과는 110해리, 같은 산동반도내 서

남쪽 칭다오(青岛)항과는 190해리 거리에 있다. 항구지구 면적 0.37 평방해리이고, 수심은 대부분 4.11m이다.

롱옌항의 자연조건을 보면, 1년중 바람은 북풍과 서북풍이 가장 많고, 그 다음으로 남풍과 서남풍이다. 연평균 풍력 4-5급, 평균풍속 초속 6.6m, 최대풍속 40.0m, 연평균 8급 이상 날수 33.5일, 가장 많았던 해는 60일, 가장 적었던 해는 4일이었다. 연평균 강수량은 768㎜, 연중 최대 강수량 1396.8㎜, 연중 최소강수량 509.5㎜이다. 6~9월까지 우기(雨季)이고, 일일강수량 25㎜ 이상인 날수가 연평균 29일이다. 연평균 안개기후일 수는 78일, 7월에 안개일이 가장 많았다. 안개일이 가장 많았던 해에 96일, 가장 적었던 해에 39일이었다. 롱옌항은 부동항이고, 연평균 기온은 11.1도, 8월 평균 기온이 23.5도로 가장 높고, 1월 평균기온 1.1도로 가장 낮았다. 년중 최저 기온 기록은 영하 15.7도 였다.

롱옌항(龙眼港)은 국제 주항도(主航道)와 5해리 거리로 중국내 한국과의 거리가 가장 가까운 항구이다. 롱옌항에서 한국 평택항 까지 왕복 항로는 여타 항로와 비교 최소 6시간 절약 가능한 가장 경쟁력 있는 항구이다.



〈그림 4-1〉 서산시 대산항과 산동성 롱청시 롱옌항의 직선거리도

출처: 百度地圖(http://map.baidu.com/)

항만 건설공정은 1990년에 착공해 1994년부터 사용하기 시작했고, 1995년12월 산동성 인민정부 비준을 거쳐서 2류 개방항구가 되었고, 1999년 8월에 1류 개방항구 비준을 받았다. 중국내 유일한 촌위원회가 관할하는 1류개방관문(一类开放口岸)이며, 현재 한국 평택항과 여객화물혼합항선(客货混装班轮航线)을 운항중이다.

룽옌항(龙眼港) 지구는 시샤커우그룹(西霞口集团) 관할이며, 경제발달지구인 해변도시인 산동성 웨이하이시(威海市)에 위치하고 있다. 2001년 10월에 룽옌항과 경기도 평택항 간의 항선(客滚轮航线)이 개통되었고, 현재는 이미 웨이하이시 룽청(荣成)지구와 산동성 연해지구의 중요한 대외개방 창구 역할을 하고 있다.

룽옌항무유한책임공사는 룽옌항 항구 각 부문의 업무를 주관하고, 산하에 룽옌선무대리유한공사, 중국 외륜분류 총공사 룽옌지사 등을 설립, 항구업무 관련업무에 종사하고 있다. 주요업무는 선박 입출항, 하역(装卸), 잡화(杂货), 컨테이너 분류 작업 등이다.

(3) 당진시의 대중국 교류경험과 과제

현재 당진시의 대(對) 중국 교류는 주로 자매결연 관계인 산동성 르자오(日照)시와 진행하고 있다. 이외에 우호협력 관계인 랴오닝성 티에링(鐵嶺)현, 지린성 왕칭(汪清)현, 산동성 자오난(膠南)시 등이 있다.

당진시와 자매결연 관계인 르자오시는 산동반도 동남쪽에 위치한 해안도시이며 면적은 5,310㎢, 2014년 말 인구는 약 294만인이고 이중 시구(市區) 거주인구가 약 107만인이다. 중국내 10대의 항구도시로 국가 1급 개방항구가 2개 있고, 해안선이 100km에 달한다. 땅콩, 과일, 녹차, 담뱃잎 등 농산물 생산도 유명하고, 최근에는 기계, 건재, 방직, 화학, 식품, 전자산업이 발전중이다. 2003년 11월, 르자오시 한인기업인회 초청으로 당진군 기업인회가 르자오시를 방문한 기간중에 우호친선교류협정을 맺었고, 최근에는 공무원 상호 파견근무, 르자오시 한국인회와 한국상회 주최로 현지 한국어와 중국어 말하기 대회 행사를 개최한 바 있다. 그간의 주요 교류활동으로는 르자오시 공무원의 당진군 파견(2004.3-2004.4), 르자오시 공무원의 당진군 연수(2006.12), 당진군 공무원 르자오시 파견(2007.3-2008.3), 르자오시 항만협약식 체결(2009.6), 르자오시 녹차축제 참석(2012.7) 등 총28회이다.

최근 들어, 당진시는 자매결연이나 우호협력 관계가 없는 상태에서 저장성(浙江省) 타이저우

시(台州市) 관할 위환현(玉环县)과도 실질적인 교류를 추진하고 있다. 위환현은 중국내에 해도(海岛)로 구성된 13개 현(县), 시,구중 하나이고, 중국 동부연해지구의 해안선의 중간지점에 위치하고 있다. 저장성 닝보(宁波), 푸젠성 푸저우(福州), 타이완의 지룽(基隆) 등의 항구와 모두 180해리 거리 내에 위치하고 있으므로 입지조건이 비교적 우월하다. 위환현은 추먼반도(楚门半岛), 위환본도(玉环本岛), 그리고 외곽을 둘러싸고 있는 135개 도서로 구성되어 있고, 육지면적은 378㎢, 해역면적은 1900여 ㎢이고, 9개 진(镇)과 3개 향(乡)을 관할하고 있다. 2012년말 기준 위환현(玉环县)내 호적인구총수는 42.6만인이다. 당진시는 위환현과 공무원 및 청소년 교류 협의를 체결하고, 청소년 홈스테이 등의 교류를 진행하고 있다. 또한 위환현도 소속 공무원을 당진시에 파견한 바 있다.

최근에 당진시가 특히 역점을 두고 있는 분야는 현재 경기도 평택항에 치중되어 있는 물류운송량의 당진시 비중을 높여나가는 것이고, 이를 위해서 지역 항만시설을 국제무역항 규모로 키우면서 중국내의 유명 항구와 연결하는 대(對)중국 물류운송 항로를 확대하는 것이다. 당진시는 서해안 제1의 항만 물류 도시로 성장한다는 비전을 수립하고, 당진항 중심의 국제적 항만클러스터 육성과 수도권 남부 및 대(對)중국 물류거점을 목표로 설정하고, 이를 달성하기 위해 랴오닝성 따롄항(大連)과 좡허항(庄河港), 잉커우항(營口港), 산동성의 칭다오항(青島港)과 한-중 항로 개설 방안을 모색하면서 지역내 항만시설을 확충하고 있다. 2013년 11월에는 당진시장을 포함한 15명의 사절단이 랴오닝성 따롄(大連)시와 그 현급도시인 좡허(庄河)시, 산동성 칭다오(青島)시 등을 방문해 우호항만 건립을 위한 협의서(MOU)와 우호친선 교류협정을 체결한 바 있다.

그러나 새로운 항로 개설은 당진시의 노력만으로는 한계가 있다. 특히 따롄항과 칭다오항 같은 중국내에서도 대표적인 국가급 항구와의 항로개설은 더욱 어려울 것이다. 이러한 상황과 함께 철강항구도시인 당진시의 특성을 고려할 때, 충남도와 자매결연 관계인 허베이성(河北省)의 관문항구도시인 탕산(唐山)시와의 교류협력을 통한 전략적 접근을 시도해 볼 필요가 있다. 탕산시가 '국제항운중심', '국제무역중심', '국제물류중심'을 목표로 새로이 조성한 차오페이디엔(曹妃甸) 신구에는 베이징으로부터 이전해 와서 입지하고 있는 중국내 대표적인 철강기업인 수도강철과 탕산강철 등 제철 관련 계열 공업이 입지하고 있다.

또한, 우리의 서해와 중국의 황하이(黃海)와 보하이(渤海) 바다를 사이에 두고 마주 보고 있는 충남의 당진(唐津)과 허베이성의 탕산(唐山)이란 지명도 두 항구도시간 교류협력을 끌어내고 발전시켜 나가는 데에 유리한 연결고리가 될 수 있을 것이다. 따라서 한중의 대표급 철강도시인

충남도의 당진(唐津)과 허베이성의 탕산(唐山) 간의 교류협력 네트워크를 충남도-허베이성 간의 자매결연 네트워크로 연결하면서, 당진-탕산 간 한중 해로 개설을 협의해 나가는 전략 추진을 고려해 볼 수 있을 것이다.

3. 충남도 각 시·군 관광자원 개발 및 사업화 전략

1) 기본방향

방한 중국인 관광객을 충남지역으로 유치하기 위한 전략과 과제의 시행 주체와 현장은 충남도 관할 각 시·군 및 각 지역이다. 또한, 방한 중국인 입국 관광객수 급증 추세에 따라 충남도와 각 시·군에서는 기존의 국내 관광객을 대상으로 수립 시행중인 관광정책의 기초 위에 방한 중국인 관광객을 유치하기 위한 전략을 검토하고 있거나, 이미 작업을 진행중이다.

앞에서 서술한 전략 설계와 과제 도출의 틀속에서 충남도와 관할 시·군의 관광자원 개발 및 사업화 추진 전략을 수립할 때 필요한 원칙과 기본방향을 다음과 같이 정한다. 첫째, 충남도와 시·군의 기존 대(對)중국 교류네트워크를 활성화 시키면서 최대한 활용한다. 둘째, 지역내 기존관광자원 이용효율을 극대화하면서 자력 추진이 가능하고 신규 투자 수요가 적은 사업부터 단계적으로 시행하며 추진한다. 셋째, 자금 수요가 큰 대형 과제에 대해서는 중앙의 지원을 확보하기 위한 국책사업화 논리를 개발 및 연결하는 작업을 병행한다.

2) 충남도 각 시·군 관광자원 개발 및 사업화 전략

(1) 대(對)중국 충남 장소마케팅과 홍보사업 추진

주요 과제(사업)는 중국어판 충남관광홈페이지 구축과 충남여행가이드북 발간 배포, 충남도와 시·군의 대(對)중국 교류파트너 도시 대상 홍보사업 추진, 충남지역내 중국인유학생과 이주민을 활용한 대(對)중국 충남 장소 마케팅과 홍보사업 추진, 그리고 국내 및 중국여행사 대상 마케팅과 팸투어 추진 등이다.

(2) 대(對)중국 교류 파트너 시·현지구와 연계한 정책연수관광상품 개발

홍동마을, 청양 알프스마을, 서천 친환경마을 등 3농혁신과 6차산업 성공사례 대상 농촌관광 및 정책연수상품 개발, 테마체험형 관광상품의 발굴·육성 등이다. 또한, 태안군 해안관광자원 개발과 산동성이 중점 추진하는 남색(해양)경제구 정책과 연계방안도 검토한다.

(3) 역사문화 스토리 개발

공주-부여의 백제역사문화유적과 스토리 재현 및 발굴, 당진과 서산의 중국사신 행차 재현, 불교 도래과정과 사찰, 교황 방문지인 솔뫼성지, 해미읍성 등과 연계한 천주교의 도래과정과 종교 박해 관련 유적지 조성과 스토리 발굴, 서천의 성경 도래지 등이다. 또한 청일전쟁과 연관된 성환의 전적지와 스토리도 중국인 관광객의 관심을 끌 수 있는 좋은 소재가 될 것이다.

(4) 관광자원의 연계 개발

시군별 지역별 관광자원의 특성과 잠재력을 결합하며 연계시킨다. 즉, 충남의 해안관광자원축을 태안-서산-당진과 같은 동서방향 횡축과 서산-홍성, 보령-서천과 같이 남북 방향 종축으로 연계시키면서 해양경관 및 휴양, 해양헬스케어 관광상품으로 개발한다. 또한, 관광시설 이용 측면에서 내국인 관광객과 중국인 관광객의 이용행태를 단계적, 계절적으로 연계 시켜 운영토록 한다. 즉, 관광객 전문식당인 관광음식점은 평소에는 내국인 관광객을 대상으로 운영하면서, 여행사와 연계하여 중국인 단체 패키지 관광객도 맞이하는 형태로 진행한다.

(5) 맞춤형 관광상품 발굴, 조성, 운영

천안, 아산의 화장품과 온천 및 스파, 의료관광, 금산 인삼축제, 보령 머드축제 등을 특화하여, 중국인 관광객을 타깃으로 하는 쇼핑거점과 쇼핑거리 조성 등이다. 동시에 도로 표지판과 관광시설, 간판 및 편의시설에 중국어를 병기하고, 중국어 구사 가능 관광안내원과 관광업 종사 인력을 양성한다.

충남에서 중국관광객이 체류할 수 있는 숙박시설은 총 30개 업체에 3,632개의 객실을 보유하고 있다. 외국인 관광객이 체류할 수 있는 숙박시설이 가장 많이 입지하고 있는 지역이 아산시로서 관광호텔이 5개 업체에 객실수는 577실, 콘도미니엄이 5개 업체에 객실수는 731실로 총 10개업체 1,308실을 보유하고 있다. 또한 아산시에 2개 업체에 객실 276실이 건설 중[22]에 있어 중국인 관광객을 비롯한 외국인 관광객을 유치할 수 있는 여건을 갖추고 있다.

이에 따라 아산시는 충남의 관광거점도시로서 기존의 호텔과 콘도미니엄은 중국인 관광객을 유치하기 위하여 객실의 침대와 식당의 입식 탁자시설, 중국어안내표지판의 정비, 프론트의 안내시스템 및 결재수단, 중국어 종사원의 인력양성과 서비스 교육, 중국관광객 대상 음식과 음료 및 차의 준비도 함께 이루어 져야 할 것이다.

음식점 환경개선사업은 외국인의 체형상 온돌방에 앉기를 꺼려하고 불편함을 호소하는 경우가 많아 발내림 시설을 설치하여 앉기 편한 구조로 개선한다. 또한 도배, 등받이 의자 교체, 배선 정리 등 환경을 개선하며, 이는 시범 음식점을 대상으로 우선 추진한다. 관광객 방문이 많은 거점도시의 소재 음식점을 시범사업으로 우선 설치 지원하며, 관내 외국인 관광객이 많이 찾는 음식점 내 발내림 시설 설치 및 환경개선 사업을 실시한다.

※ 발내림시설

- 방문외국인들이 전통식당에서 오래 머물며 편안히 식사할 수 있는 식당환경개선
- 음식점내 깨끗한 환경개선으로 지역이미지 제고 및 관광객 유도
- 서산시와 요식업협회 등과 협의하여 추진

한편, 2015년 3월, 중소기업청이 문화관광형 시장 육성사업 대상으로 지정하고, 지역

22) 충청남도(2014), 2013충남도정백서에서 요약정리.

특산품 판매시설 설치, 문화관광 컨텐츠 개발 등에 3년간 18억원(국비 9억원·지방비 9억)의 사업비를 지원하기로 한 태안상설시장의 경우, 향후 사업 추진과정에서 내국인 및 중국인 관광객을 유인하기 위한 관광자원화 및 상품화 전략을 검토할 필요가 있다. (중도일보, 2015. 4.1)

(6) 서산 차이나타운과 중국인 쇼핑거리 조성

현재 서산시가 추진중인 중국관광객과 재한 중국인들의 교류공간과 친(親)중국인 쇼핑거리를 포함한 차이나타운 조성 구상을 적극적으로 검토, 보완한다. 중국인 쇼핑거리나 차이나타운은 중국인 관광객과 유학생 등 재한 중국인들이 자연스럽게 모이고 교류할 수 있도록 해야 할 것이다. 이와 함께 점진적으로 중국풍 조형물, 문양, 조명 등을 조성하고, 중국전문 음식점, 식음재료, 향 가게 등 중국인 취향의 물품과 금산 인삼과 천안 화장품 및 보령 머드화장품 등 충남 특산물을 판매하는 쇼핑상가를 개설한다. 중국인문화거리 대상지는 서산 동부시장과 상생발전할 수 있도록 연계시킨다. 중국인 관광객 취향의 품목을 중국인 문화거리에 입점시키고 동부시장 내에 입점한 기존 상점들과 차별화 시킨다. 또한, 주말 차 없는 거리, 중국인 취향에 맞춘 먹자골목 조성, 좌판 벼룩시장 등을 허용 및 조성한다.

중국문화거리는 단기적으로 분위기 조성을 위한 간판교체, 로드아트 등 도시디자인 정비를 통한 문화공간으로 조성한다. 특히, 장기적으로 야간 조명시설의 특화를 통하여 야간 관광 프로그램이 가능하도록 하여 현재 서산시에 부족한 야간관광 자원으로 적극 활용하도록 한다. 따라서 스트릿 퍼니쳐에 다양한 조명시설과 중국풍 홍등(紅燈) 설치, 그리고, 화장실, 환전소, 국제공중전화, 현금자동인출기 등의 시설을 확충하고 관광안내소와 연계하여 관광안내통역사를 상주 배치하며 모든 광고물 등의 표시방법을 중국어 병기로 개선한다.

〈그림 4-2〉 서산시 차이나타운 및 중국문화거리 조성 예시도

(7) 체류형 숙박시설 건설

관광거점 도시에 민자유치로 고급 호텔과 콘도미니엄 건설을 추진하고, 동시에 호텔, 펜션, 게스트하우스 등 중저가 숙박시설과 편의시설을 확충한다. 아산시는 중국인 관광객을 수용할 수 있는 호텔과 콘도미니엄 등의 숙박시설이 충남에서 가장 많이 분포하고 있고, 온천휴양 스파테마의 의료관광이 가능하며, 민속마을과 민속박물관 등의 한국전통문화와 전통시장 및 보세점 등에서의 쇼핑관광도 연계 관광상품으로 개발할 수 있을 것이다.

중국인 관광객(遊客)들이 찾아 오기 시작한 천안시, 아산시, 태안군, 보령시, 공주시와 부여군 등 지역에서 운영되고 있는 기존 호텔과 콘도미니엄, 한옥마을 등에 대해 중국인관광객(遊客) 수용 목적으로 체류형 숙박편의시설과 운영체계 개선을 추진한다. 또한, 아산과 보령이나 태안, 부여 등에 운영되고 있는 호텔과 가족호텔, 콘도미니엄 등도 중국인 관광객을 유치하기 위해서는 침대와 음식점뿐만 아

니라 각종 관광편의시설도 중국인 관광객들이 이용할 수 있는 시설로 개선, 정비할 필요가 있다. 중저가 관광호텔의 리모델링은 기존 중규모 호텔의 이미지 상쇄 및 새로운 이미지 구축과 전국적인 홍보 등을 위하여 한국관광공사의 베니키아(BENIKEA) 브랜드 체인으로 가맹 호텔화 할 필요가 있다.

[박스설명]

'베니키아'란 한국형 비즈니스 호텔급 체인브랜드로 한국을 방문하는 외국인 관광객, 특히 개별자유관광객(Free Independent Traveler)에게 합리적인 가격의 고품질 서비스를 제공하고, 국내 비즈니스 호텔 경영 활성화와 숙박 및 국내 관광산업 경쟁력 강화하기 위해, 문화체육관광부의 지원하에 한국관광공사가 추진하고 있는 사업이다. 스탠다드, 프리미어(특급), 가족호텔(취사가능)로 구분되어지며, 서울, 인천, 부산, 강원, 제주 등 전국 주요 관광지에 고르게 분포되어 있어 접근성이 높다.

베니키아 체인 가맹호텔에게는 시스템, 관광진흥개발기금 융자, 간판제작, 경영컨설팅, 종사자 교육, 홍보, 시스템(표준화된 온라인예약지원, 호텔 영업관리시스템과 베니키아 중앙예약 시스템 자동연계, 통합고객관리 지원) 등 다양한 지원이 제공된다. 베니키아 가맹 호텔은 2011년 기준 전국에 45개 있고, 충남에는 가야관광호텔(예산), 에버그린관광호텔(논산), 호텔당진, 온양관광호텔 등이 있다.

한편 지역 밀착형 중저가 숙박시설을 대상으로 두레기업이나 협동조합형 기업 개념과 연결하여 대리상(agency)을 통하지 않고 지역주민에게 수익이 귀속될 수 있는 숙박시설 유형과 운영방식을 개발, 장려한다.

(8) 특색 관광상품 개발

부유층 중국인 관광객의 타깃으로 한 특색있는 고급관광상품 개발이 필요하다. 즉 점점 고급화되는 중국인 관광객의 관심사에 맞춰 다양한 관광 상품을 개발하는 것이다. 최근 주목되는 사례중의 하나로, 방한 중국인 요우커(遊客) 사이에 인기를 끌고 있는 헬기나 요트를 이용한 '고급 투어' 바람이 불고 있는 것이다.

2013년 10월 시작된 잠실 관광헬기 사업은 그해 한달 평균 중국인 이용객수가 100명에서 2014년 말에는 500명 이상으로 증가하여, 내・외국인을 합친 한 달 전체 이용객수(600여명)의 83%를 점하고 있다.

1인당 요금은, 잠실 올림픽경기장 일대를 한 바퀴 도는 비행 시간이 2~3분인 가장 짧은 코스가 5만원이고, 가장 인기 있는 15분짜리 잠실헬기장~여의도 왕복 코스가 17만원이다. 또한 탑승 인원 수에 상관없이 한 번 뜨는 데 99만원 받는 30분짜리 팔당댐 코스도는 비즈니스차 한국을 방문하는 중국인들이 선호한다고 한다. 단체 패키지 관광객의 경우에 옵션상품으로 선택하게 하는 데도 대부분 이를 선택한다고 한다.

특히 여의도 왕복 코스 등은 텔레비전 예능프로그램 등에 한류 스타 출연을 통해 소개 선전하면서 요유커들의 관심을 끌고 있다.

한편, 서울의 대표적 요트관광 업체인 서울마리나는 2012년 4월 요트 투어 시작 이후 첫해 60여명에서 중국인 이용객 수가 꾸준히 늘어 2014년엔 400명을 넘어섰다. 가장 인기있는 것은 뷔페식 식사와 요트 투어를 결합한 상품으로 가격은 5만~10만원 대이다. 또한 요트를 타고 한강에서 일몰을 감상하는 '선셋 크루징'도 중국인 요우커에게 인기상품이라고 한다. (조선일보, 2015.4.1.)

(8) 국제관광인프라 구축과 국내외 관광네트워크 협력사업 추진

주요 과제(사업)는 대산항 및 당진항 대(對)중국 여객선 취항 확대와 크루즈 입항 추진, 청주공항과 연계한 충남지역 인삼쇼핑과 백제문화권 관광상품 판매 전략 강구, 그리고 산동성 등 환황해 및 환발해만 지구를 대상으로 대(對)중국 문화관광 교류 및 관광협력 사업 추진 등이다.

제5장 결 론

본 연구에서는 중국인 입국관광객 충남 유치전략 모색을 위해, 국내의 관련연구에서 부족했던 부분인 '요우커'의 송출지인 중국 출국관광시장 환경과 관련정책동향, 그리고 중국인 출국관광객의 출발지인 중국내 성(省), 시(市) 분포, 행태상의 특징, 그리고 중국인 출국관광객의 선호요소와 행태 파악에 중점을 두었다.

개혁개방 이후 1980년대에 홍콩, 마카오 친인척 방문 여행으로 시작된 중국인 출국관광객과 중국 출국관광시장은 급속한 증가 및 확대 추세가 지속되고 있고, 규범화, 제도화 과정을 거치면서 가속화 되고 있다. 최근에는 중국의 총체적 정치환경과 대외정치외교가 안정, 발전하면서, 중국의 출국관광환경도 발전, 특화되었고, 출국관광객수도 가속적으로 증가하고 있다. 본 연구에서 조사, 정리한 중국인 출국관광객의 선호 취향과 행태 특성은 다음과 같다.

주요 출발지는 화남(華南), 화북(華北), 화동(華東)지구에 집중되어 있고, 이중 상하이, 광동, 베이징 등 성(省) 및 직할시의 점유비중이 가장 크다. 그 다음이 장쑤성(江蘇省), 저장성(浙江省), 산동성 등 연해지구 성(省)급 지구들이다. 이외에도 동북지구의 랴오닝성(遼寧省), 화중지구의 후베이성(湖北省), 서남지구의 쓰촨성(四川省)의 점유비중도 비교적 큰 편이다.

한국 방문을 선택한 중국인 관광객의 특징은, 여성이 남성보다 많고, 연령대로는 36~45세, 개인 월수입은 10,000~15,000위안 사이가 많았다. 특히 독생자(獨生子) 자녀의 시야를 넓혀 주기 위한 방법으로 미성년 자녀를 해외여행에 동반하는 경향이 강하다. 행선지와 일정을 여행사를 통해서 선택한다고 답한 비율이 87% 이상이었고, 향후 해외여행 시에도 여행사를 통해서 관광상품을 선택할 것이라고 답했다. 관광 유형별 점유율은 단체관광 37.4%, 자유(개별)관광 31.4%, 반(半)자유관광 18.7%였고, 관광기간은 6~8일 간, 3~5일간 순이고, 6일 이상 관광일정을 선택한 사람들은 개인 월수입이 비교적 높은 사람들로 유럽과 미국 도시를 선택한 사람들이 많았고, 한국과 일본 관광일정은 3~5일로 비교적 짧았다.

중국인 출국관광객의 여행지에서의 소비규모는, 유럽과 미국 도시로 간 중국인 관광객들의 소비규모가 가장 컸고, 그 다음이 일본과 한국 방문자들이었다. 관광유형별로는 자유(개별)관광, 반자유관광, 단체관광 순이었고, 가장 큰 비중을 차지하는 소비부분은 쇼핑이었다. 일본과 한국을 방문한 중국인 관광객의 경우에는 일반물품 구매 비중이 컸고, 동남아 도시를 방문한 중국인 관광객들은

교통비와 유흥비가 많았고, 유럽과 미국 도시를 방문한 중국인 관광객들은 주로 숙박, 입장권 구입비, 그리고 사치품과 기념품 구입비 비중이 컸다.

중국인 출국관광객이 여행 시 가장 중시하는 문제는 교통, 숙박, 음식료 순으로, 가장 걱정하는 문제는 언어소통, 소지한 금전 안전보관, 문화차이 순이다. 여행과정중의 위험에 대비해 의외 상해보험상품 등 보험상품을 구매한 관광객의 비율이 약 73.7%에 달했다.

방한 입국 중국인 관광객에 대한 일반현황 조사와 설문조사를 통해 나타난 주요 동향과 특징은 다음과 같다.

①증가 추세가 가속화되고 있다. 2000년 이후로 증가하기 시작한 방한 중국인관광객수는 2005년 약 71만 명에서 2014년 약 613만명으로 10년만에 8.6배 이상 증가했다. 2014년 방한 중국인 관광객수는 전년대비 약 42%의 증가했고, 방한 외국인관광객 총수의 약 43.1%를 점했다.

②남성 비중은 감소하고, 여성비중이 급속하게 증가하는 추세이다. 2005년에는 남녀 비율이 58.8% : 41.2%로 남성이 더 높은 비중을 차지했으나, 2014년에는 여성 62.5%, 남성 37.5%가 되었고, 순수관광목적의 경우는 차이가 더 벌어져서, 여성 64.9%, 남성 35.1%였다.

③연령별 비중은 20대부터 30대까지 젊은 층이 가장 큰 비중을 차지하고 있고, 40대 연령층의 비중도 비교적 높다. 단, 젊은 층의 비율은 2005년부터 현재까지 큰 폭의 변화가 없으나, 50대 이상의 장·노년층 관광객 비중은 꾸준히 증가하고 있다.

충남지역에 유학중인 중국인 유학생들을 대상으로 진행한 설문조사와 심층 인터뷰 조사 결과 밝혀진 주요 내용은 다음과 같다.

첫째, 대부분의 중국인들이 충청남도와 지역내 관광지에 대해서 전혀 모른다. 따라서, 충남과 충남지역 관광자원을 알리기 위한 홍보전략과 장소마케팅 전략이 필요하다. 둘째, 충남의 관광상품 홍보에 충남지역 현지 대학 등에서 유학중인 중국인 유학생들을 충분히 활용해야 한다. 예를 들어, 중국인 유학생들이 체험한 충남 관련 경험을 중국에 있는 자신들의 친지들을 대상으로 홍보하도록 권장하는 방안도 필요하다. 셋째, 충남 소재 대학에 유학중인 중국인 유학생 부모들을 대상으로 '효도관광' 상품을 만들고 운영하자는 제안도 있었다. 즉, 중국인 유학생들이 한국 충남에서 체류 유학기간이 학부생일 경우 최소 4~5년, 대학원생 경우에도 최소 3~4년 기간일 것이고, 이 기간내에 이들의 부모 또는 친지들이 한번 이상은 한국 방문을 희망하거나 실제 방문하고 있으므로, 이들을 타겟으로 충남 특색과 연결한 '효도관광' 또는 '친지방문' 한국 방문 관광상품을 만들고 운영하자는 의견이다. 한편, '효도관광' 또는 '친지방

문’ 관광상품 추진 시에 한국 방문 비자 발급 관련 절차를 간소화해 주어야 한다는 의견도 있었다. 또한 중국 유학생들을 활용해 현지 관광 통역이나 관광가이드를 할 수 있는 문화 봉사활동 프로그램 운영 제안 등의 의견도 있었다. 네째, 테마관광과 체험관광 상품 개발이 필요하다는 의견도 있었다. 예를 들면. 김치만들기, 전통시장, 전통음식만들기, 농촌문화 체험 등 충남지역 특성과 연결한 특화된 관광상품이나 프로그램을 만들어야 한다는 제안도 있었다. 마지막으로, 교통이 불편하고 접근성이 좋지 않은 곳이 많다는 지적과 공항을 포함한 지역간 연결 대중교통 등 교통여건 개선과 관광객 수용 기반 확충이 필요하다는 의견 및 제안이 있었다.

상술한 내용을 기초로, 방한 중국인 입국관광객을 충남지역으로 유치하기 위한 과제와 사업화 전략을 제시해 보면 다음과 같다.

우선, 앞에서 서술한 전략 설계와 과제 도출의 틀속에서 충남도와 관할 시・군의 관광자원 개발 및 사업화 추진 전략을 수립할 때 필요한 원칙과 기본방향을 다음과 같이 정한다. 첫째, 충남도와 시・군의 기존 대(對)중국 교류네트워크를 활성화 시키면서 최대한 활용한다. 둘째, 지역내 기존관광자원 이용 효율을 극대화하면서 자력 추진이 가능하고 신규 투자 수요가 적은 사업부터 단계적으로 시행하며 추진한다. 셋째, 자금 수요가 큰 대형 과제에 대해서는 중앙의 지원을 확보하기 위한 국책사업화 논리를 개발하는 작업을 병행한다. 이러한 원칙과 기본방향 틀 속에서 정리한 충남도 각 시·군의 관광자원 개발 및 사업화 전략은 다음과 같다.

첫째, 대(對)중국 충남 장소마케팅과 홍보사업을 추진한다. 주요 과제(사업)는 중국어판 충남 관광홈페이지 구축과 충남여행가이드북 발간 배포, 충남도와 시・군의 대(對)중국 교류파트너 도시 대상 홍보사업 추진, 충남지역내 중국인유학생과 이주민을 활용한 대(對)중국 충남 장소마케팅과 홍보사업 추진, 그리고 국내 및 중국여행사 대상 마케팅과 팸투어 추진 등이다.

주요 홍보 방안은, ①충남도와 각 시·군과 자매결연 또는 우호협력 관계를 맺고 있는 중국의 파트너 성, 시·현과의 관계망(關係网)을 적극 활용하고, 보완 보강하면서, 이들 중국내 교류 파트너 지역을 대상으로 충남지역 전체를 대상으로 한 총체적 이미지 마케팅과 장소 마케팅, 그리고 시·군 소재 관광지에 대한 장소 마케팅을 집중적으로 추진한다. ②중국내 여행관련업자와 파워블로거 등을 대상으로 팸투어를 추진한다. 초청대상을 중국 여유국(旅遊局)내 출국관광관련업무 담당자와 중국내 한국관광전문 여행사, 그리고 충남지역내에 소재한 각 대학에 유학중인 중국인 유학생과 이들의 중국내 부모, 친지들을 한국방문 프로그램과 연결, 확대한 “효도 관광”, “친지방문” 등의 프로그램을 설계하고 추진한다. ③중국 출국관광시장과 개별자유 여

행 방식의 한국관광을 계획하는 중국인을 대상으로 지역마케팅 차원에서 충남지역 주요 도시와 관광지를 소개하는 홍보자료를 중국어판으로 제작, 배포한다. 특히, 충남도내 중국인 유학생 자원을 적극 활용한다. 이들이 우리나라의 카카오톡과 같은 웨이신(微信) 등 스마트폰의 기능 활용을 통해, 충남도내 시·군과 관광지에 대한 여행 인상기와 풍경 및 이벤트 참가, 체험활동 사진 등을 중국내의 친지들에게 소개, 전파하도록 적극 장려한다. ④현재 충남도가 상하이시에 설치 운영하고 있는 중국 사무소를 적극 활용해, 현지 관광관련업체와 언론매체 등과 관계망을 구축하고, 현지 관광설명회 개최 등 충남지역을 홍보하기 위한 활동을 적극적으로 추진한다.

둘째, 단체 패키지 관광보다는 개별자유여행 관광객에 중점을 두어야 할 것이다. 쇼핑 및 관련환경 경쟁력 측면에서 차이가 큰 충남이 상술한 바와 같은 틀속에서 운영되고 있는 중국인 단체 패키지 관광객을 유치하기도 쉽지 않고, 설사 유치한다 해도 현재의 중국인 대상 단체 패키지 관광상품의 싸구려 저가 수준을 감안해 보면, 얻을 수 있는 실익도 거의 없다고 판단된다. 따라서 방한 중국인관광객을 충남지역으로 유치하기 위한 전략중점과 유치 대상은 단체패키지 관광객 보다는 갈수록 다양화 되고, 증가추세에 있는 테마별 개별자유여행객으로 해야 할 것이다.

셋째, 충남도와 시・군의 대(對)중국 교류 파트너 시·현지구와 연계한 정책연수관광상품 개발이다. 충남도와 시·군이 자매결연 및 우호협력관계를 기초로 교류 협력활동을 진행 중인 중국내 파트너 성(省), 시·현과의 네트워크를 활용한 관광상품을 전략적으로 개발할 필요가 있다. 전략적 관광상품 개발을 위한 유용한 소재로는 최근 충남도와 각 시·군이 중점 추진해 오면서 부분적으로 성공사례가 출현하고 있는 친환경 마을 만들기 등 삼농혁신 분야의 성공사례와 중국의 신농촌 건설 경험사례 등을 소재로 한 교환방문과 상호학습 프로그램이 될 수 있을 것이다. 주요 과제(사업)는 홍동마을, 청양 알프스마을, 서천 친환경마을 등 3농혁신과 6차산업 성공사례 대상 농촌관광 및 정책연수상품 개발, 테마체험형 관광상품의 발굴·육성 등이다. 또한, 요트, 마리나 해양스포츠 등 해양산업과 해양관광 분야에서는 중국 산동성과 저장성(浙江省) 등에서 중점 추진하고 있는 ‘“남색(藍色)경제’ 또는 해양경제 정책과도 연결할 수 있을 것이다.

넷째, 충남의 역사문화 스토리 개발이다. 주요 과제(사업)는 공주-부여의 백제역사문화유적과 스토리 재현 및 발굴, 당진과 서산의 중국사신 행차 재현, 불교 도래과정과 사찰, 교황 방문지인 솔뫼성지, 해미읍성 등과 연계한 천주교의 도래과정과 종교 박해 관련 유적지 조성과 스토리 발굴, 서천의 성경 도래지 등이다. 또한 청일전쟁과 연관된 성환의 전적지와 스토리도 중국인

관광객의 관심을 끌 수 있는 좋은 소재가 될 것이다.

다섯, 국내 관광객 유치전략과 연계시켜야 한다. 핵심과제는, 중앙의 관광정책과 방한 중국인 관광객이 선호하는 행태와 수요를 파악해 충남의 지역 특성에 맞추고 연결하는 것이 될 것이다. 이에 대한 접근방법은 내발적 발전 차원의 점진적 상향식 연계전략과 중앙의 예산지원 획득을 위한 국책사업화 전략으로 구분해야 할 것이다.

한편, 충남이 주도적으로 중국인 관광객 유치전략을 수립하고, 성공적으로 추진한다 해도, 한국을 찾아온 중국인관광객들이 충남지역에만 머물다 갈 것이라고 기대할 수는 없다. 따라서 중국인 관광객들이 많이 찾는 인기 방문지이자 국제공항과 국제여객선 항구 소재지인 서울, 인천, 제주 등지와 연계한 관광상품 개발이 필요하다. 이 경우, 단체 패키지 관광보다는 개별자유여행이나 테마관광 영역에 초점을 맞추어야 할 것이다. 관광자원 연계 대상 도시와 연계 유형은 서울을 포함한 수도권 지역이나 제주도 등과 충남-충북—대전-세종으로 구성된 충청권을 연결하는 방안을 검토해 볼 수 있을 것이다. 주요 과제(사업)는 시군별 지역별 관광자원의 특성과 잠재력을 결합하며 연계시키는 것이 될 것이다. 즉, 충남의 해안관광자원축을 태안-서산-당진과 같은 동서방향 횡축과 서산-홍성, 보령-서천과 같이 남북 방향 종축으로 연계시키면서 해양경관 및 휴양, 해양헬스케어 관광상품으로 개발한다.

여섯, 방한 중국인 입국 관광객을 타깃으로 한 맞춤형 관광상품 발굴, 조성, 운영한다. 주요 과제(사업)는 천안, 아산의 화장품과 온천 및 스파, 의료관광, 금산 인삼축제, 보령 머드축제 등을 특화하여, 중국인 관광객을 타깃으로 하는 쇼핑거점과 쇼핑거리 조성 등이다. 동시에 도로표지판과 관광시설, 간판 및 편의시설에 중국어를 병기하고, 중국어 구사 가능 관광안내원과 관광업 종사 인력을 양성한다.

일곱, 체류형 숙박시설 건설이다. 주요 과제(사업)는 아산시, 안면도 등 관광거점에 민자유치로 고급 호텔과 콘도미니엄 건설을 추진하고, 동시에 호텔, 펜션, 게스트하우스 등 중저가 숙박시설과 편의시설을 확충한다. 또한, 대리상(agency)을 통하지 않는 협동조합형 기업을 통한 관광객 유치 방안을 검토한다.

여덟, 국제관광인프라 구축과 국내외 관광네트워크 협력사업을 추진한다. 충남도의 현안과제는 2016년 3월부터 중국 산동성 웨이하이시 룽옌항과 서산시 대산항 간 국제여객선 취항준비를 위한 항만 확충과 국내 주변 지역과의 교통망 연결사업을 국책사업화 하는 작업이다. 한편, 공항과 관련한 핵심과제는 서산 해미의 군용 비행장을 한-중간 노선을 운항하는 민항기 취항이

가능한 국제공항으로 전환해야 한다는 대(對)정부 설득논리를 개발하는 것이 될 것이다. 주요 과제(사업)는 대산항 및 당진항 대(對)중국 여객선 취항 확대와 크루즈 입항 추진, 그리고 연계 교통망으로 대산-당진, 당진-천안 고속도로와 평택-익산간 제2 서해안고속도로 등이 있다. 또한, 청주공항과 연계한 충남지역 인삼쇼핑과 백제문화권 관광상품 판매 전략 강구, 그리고 산동성 등 환황해 및 환발해만 지구를 대상으로 대(對)중국 문화관광교류 및 관광협력 사업 추진 등이다.

아홉, 충남지역내에 중국전담여행사를 육성한다. 중국전담여행사 관련 현행 제도 안에 존재하는 문제와 향후 환경변화를 예측하면서, 충남지역내에 뿌리를 둔 중국전담여행사를 육성할 필요가 있다. 이 경우 충남도와 시·군이 자매결연 또는 우호협력관계로 교류하고 있는 중국의 파트너 성(省), 시·현에 소재한 중국 현지 여행사와 전략적으로 연결하면서 추진하는 방안을 적극 검토해야 할 것이다.

마지막으로, 관광객 수용시설과 관광서비스 사업 영역에서 지역 주민의 권익을 보장할 수 있는 개발방식을 채택하고, 협동조합형 기업, 두레기업, 사회적 기업 개념 등을 적극적으로 결합시켜야 할 것이다. 최근에는 국내 관광시장뿐만 아니라, 방한 중국인 관광객중에서도 개별자유관광객 비중이 증가함에 따라 이들에 대한 개별화된 서비스 제공 수요가 증가하고 있다. 이러한 추세에 맞추어 기존의 단체관광 중심의 여행패턴에서 벗어나 개별 자유여행자의 다양한 선호항목에 맞춘 관광서비스를 제공하는 역할을 협동조합이 주도할 수 있을 것이다. 예를 들면, 지역문화 체험 등 지역 특화 관광상품과 프로그램 소개 활동을 지역주민이 주도하면서 활성화 시킬 수 있을 것이다. 관광분야 협동조합은 지역사회 발전을 위해서 담당할 수 있는 영역과 역할이 매우 넓고 다양하므로, 정부나 시장에만 의존해서는 충족시키기 어려운 개별화된 관광수요에 맞춤형 서비스를 제공할 수 있을 것이다. 또한, 중앙부처와 대형 여행사 등이 관광패턴과 기본개념 변화에 적절하게 대응하지 못하고 있는 영역에서 지역과 주민을 기반으로 한 협동조합의 역할에 대한 기대와 요구가 갈수록 커질 것이다.

본 연구는 국내의 관련연구에서 부족했던 부분인 '요우커'의 송출지인 중국 출국관광시장 환경과 관련정책동향, 그리고 중국인 출국관광객의 출발지인 중국내 성(省), 시(市) 분포, 행태상의 특징, 그리고 중국인 출국관광객의 선호요소와 행태 파악에 중점을 두고 조사 연구를 시도했다는 데에 의의가 있고, 충남도를 포함한 국내 지자체 중국인 관광객 유치를 위한 전략 수립에 일정한 도움을 줄 수 있을 거라고 생각한다.

단, 연구기간 등의 제약으로 인해 부족하고 미흡한 부분들은 후속연구를 통해서 보완될 수 있을 것이라 기대한다.

참고문헌

김경태. 2015. 충남 해양관광 활성화를 위한 해양관광거점 조성 방안, 마리나 등 해양레저시설 조성과 충남 해양관광 발전전략(제1차 전문가 워크숍)(2015. 2.5)

김영준. 2015. 충남 해양관광 발전방향, 마리나 등 해양레저시설 조성과 충남 해양관광 발전전략(제1차 전문가 워크숍)(2015. 2.5)

김영준. 2014. 지역관광 활성화 방향-국내외 관광객의 지역분산전략과 과제, 2014 지역문화관광 포럼(2014. 12.19)

이인배. 2014. 지속가능관광과 연계한 충남의 관광진흥방안, 2014 지역문화관광 포럼 (2014. 12.19)

유다형. 2014. 중국인 해외관광객 현황분석: 여행객 규모・구성・선호, 인천발전연구원

유다형. 2015. 한중 FTA 관련 중국 웨이하이시 정책동향, 인천발전연구원

최경은, 2014. 중국 여유법 시행 이후 관광동향 분석 및 정책과제. 한국문화관광연구원

최경은. 2011. 중국인 개별관광객 유치 활성화 방안. 한국문화관광연구원

김경태 외. 2014. 충남 서해안 해양관광 거점 및 벨트화 육성전략. 충남발전연구원

김경태 외. 2013. 서산 대산항 국제여객선 취항에 따른 단계별 국내외 관광객 유치 전략. 충남발전연구원

박경철・강수현. 2014. 충남도의 對중국 교류협력의 실태 분석 및 활성화 방안 연구. 충남발전연구원

(사)충남사회경제네트워크. 2014. 협동조합설립안내서.

김현주・안희자. 2013. 관광분야 사회적 협동조합 육성방안. 한국문화관광연구원

김상태. 2012. 중국전담여행사 지정제도 개선방안. 한국문화관광연구원

신종호외. 2011. 경기도의 對중국 교류협력 강화방안. 경기개발연구원

김수행외. 2007. 경기도와 산동성의 문화산업 협력방안. 경기개발연구원

심진범. 2006. 인천지역 한류관광 실태 및 대응정책 방안. 인천발전연구원

이정훈외. 2005. 한중 관광교류 활성화를 위한 문화관광자원 개발 및 교류 프로그램 구축 연구: 경기도와 산동성을 중심으로. 경기개발연구원

王琳．2014．我國出境旅游的發展格局及影響因素研究．改革与戰略(南宁)，92-95、110

2014中國旅游業發展報告

中國旅游業統計公報，中華人民共和國國家旅游局

中國出境旅遊發展年度報告(2014)，國家旅遊研究院

中國公民出境(城市)旅遊消費市場調查報告(2014)，世界旅遊城市聯合會

中國統計年鑑，中華人民共和國國家統計局

부 록

부록 1. 방한 중국인 대상 한국 및 충남 관광관련 설문조사지

부록 2. 8항 규정

부록1: 설문조사지

訪韓 중국인 대상 한국 및 충남 관광관련 설문조사

번호			

안녕하십니까?
충청남도가 설립한 정책연구기관 忠南發展硏究院이 충청남도와 중국 간의 관광교류 증진을 위한 연구과제 수행을 위해 본 설문조사를 실시합니다. 응답 및 분석 내용은 연구 목적과 정책을 위한 기초자료로만 사용할 것을 약속드립니다. 非常感謝!

忠南發展硏究院
2015. 2

♣ **문의: 忠南發展硏究院 중국연구팀 팀장 박인성**
충남 공주시 금흥동101 Tel: 041-840-1169, E-mail: ispark@cdi.re.kr

Ⅰ 개인 일반 현황

1. 귀하의 성별은? ①男 ②女

2. 귀하의 출생년도는? (年)

3. 귀하는 한국에 입국한지 얼마나 되었습니까?
① 1년 미만 ② 1~5년 ③ 5년 이상

4. 귀하의 중국내 거주지는? (省/市, 縣/市)

5. 귀하의 한국내 거주지는 어느 지역입니까?
①충남지역 ②충청권(충남지역외 대전, 세종, 충북지역) ③충청권 외

Ⅱ 한국관광에 대한 인식

1. 귀하가 한국을 관광 또는 유학 대상지로 선택한 이유를 중요도 순으로 1~3개 선택해 주십시오. (1. , 2. , 3.)

① 지리적 인접성 ② 관광비용 또는 학비, 생활비가 저렴해서

③ 아르바이트 기회가 많아서 ④ 대학시설과 교과내용 고려

⑤ 중-한 관계 중요성 고려 ⑥ 기타 (직접기록:)

2. 중국인들이 관광목적지로 한국을 선택하는 결정 요인을 중요도 순으로 1~3개 선택해 주십시오. (1. , 2. , 3.)

① 지리적 인접성 ② 저렴한 여행경비

③ 한국의 자연경관 ④ 한국의 총체적 역사·문화에 대한 관심

⑤ 한국 드라마, 영화, 유명 연예인, 가수 등 대중문화에 대한 관심

⑥ 기타 (직접기록:)

3. 아래 지역중 귀하가 '관광' 을 목적으로 방문했던 한국내 지역에 표시해 주고, 도시명을 선택 또는 직접 기록해 주십시오.(도시명을 모를 경우 관광지 이름을 적어 주십시오)

① 수도권지역중 1)서울, 2)인천, 3)경기도 (수원, 성남[분당], 고양[일산], 안양[평촌], 기타 ( ) 시/군

② 제주도 (제주시, 서귀포, 기타 시/군)

③ 부산, 울산, 경상남도 (창원, 진주, 김해, 기타 시/군)

④ 대구, 경북지역 (안동, 경주, 포항, 기타 시/군)

⑤ 강원도 (춘천, 속초, 강릉, 원주, 기타 시/군)

⑥ 대전, 세종, 충청남도 (천안, 아산, 당진, 논산, 보령, 기타 시/군), 충청북도(청주, 충주, 제 천, 기타 시/군)

⑦ 광주, 전라남도 (목포, 순천, 광양, 기타 시/군), 전라북도 (전주, 군산, 부안, 시/군)

4. 귀하는 한국관광 기간동안 아래 사항에 어느 정도 만족하셨습니까?

구분	很不滿足	不滿足	一般	滿足	很滿足	滿足 또는 不滿足 이유 등
4.1 숙박시설	①	②	③	④	⑤	
4.2 중국어 안내 표지판	①	②	③	④	⑤	
4.3 음식	①	②	③	④	⑤	
4.4 교통 편리성	①	②	③	④	⑤	
4.5 주민 친절도	①	②	③	④	⑤	
4.6 쇼핑 편리성,상품만족도	①	②	③	④	⑤	
4.7 이벤트 또는 공연참가	①	②	③	④	⑤	
4.8 한국문화 체험	①	②	③	④	⑤	
4.9 자연경관	①	②	③	④	⑤	
4.10 기타의견 ( )						

5. 일반적 중국인들이 한국관광을 하는 동안 아래 사항들에 대해 어느정도 중요하게 생각할 것인지, 귀하의 판단대로 표시하고 간단한 이유를 적어 주십시오.

구분	很不滿足	不滿足	一般	滿足	很滿足	滿足 또는 不滿足 이유 등
5.1 숙박시설	①	②	③	④	⑤	
5.2 중국어 안내 표지판	①	②	③	④	⑤	
5.3 음식	①	②	③	④	⑤	
5.4 교통 편리성	①	②	③	④	⑤	
5.5 주민 친절도	①	②	③	④	⑤	
5.6 쇼핑 편리성,상품만족도	①	②	③	④	⑤	
5.7 이벤트 또는 공연참가	①	②	③	④	⑤	
5.8 한국문화 체험	①	②	③	④	⑤	
5.9 자연경관	①	②	③	④	⑤	
5.10 기타의견 ( )						

Ⅲ 충남지역 관광에 대한 인식

1. 한국 관광 또는 유학을 결정하기 전에 충청남도에 대한 정보를 듣게 된 주요 통로를 1~2개 선택해 주십시오. (1. ,2.)

① 언론매체의 한국관련 보도　② 인터넷 검색

③ 지인(熟人)의 소개　④ 유학알선업소　⑤ 기타(직접기록:)

2. 아래 제시한 충청남도의 도시(시,군)중 귀하가 방문한 곳이 있다면 좋은 인상 순으로 3~5개 선택하고 그 특징/이유를 간단히 적어 주십시오.

1) 1위: , 특징/이유: , 2) 2위: , 특징/이유: , 3) 3위: , 특징/이유:

① 천안시 ② 공주시 ③ 보령시 ④ 아산시 ⑤ 서산시 ⑥ 논산시 ⑦ 계룡시

⑧ 당진시 ⑨ 금산군 ⑩ 부여군 ⑪ 서천군 ⑫ 청양군 ⑬ 홍성군 ⑭ 예산군 ⑮ 태안군

3. 귀하는 충남지역내 아래와 같은 관광자원과 관광시설에 대해 어느 정도 만족하셨습니까?

구분	很不滿足	不滿足	一般	滿足	很滿足	滿足 또는 不滿足 이유 등
4.1 숙박시설	①	②	③	④	⑤	
4.2 중국어 안내 표지판	①	②	③	④	⑤	
4.3 음식	①	②	③	④	⑤	
4.4 교통 편리성	①	②	③	④	⑤	
4.5 주민 친절도	①	②	③	④	⑤	
4.6 쇼핑 편리성,상품만족도	①	②	③	④	⑤	
4.7 이벤트 또는 공연참가	①	②	③	④	⑤	
4.8 한국문화 체험	①	②	③	④	⑤	
4.9 자연경관	①	②	③	④	⑤	
4.10 기타의견 ( )						

4. 충청남도의 관광자원중 가장 좋은 인상을 받은 곳과 향후 관광자원으로서 발전잠재력이 큰 순서대로 두 곳을 선택해 주십시오. (1. ,2.)

① 천안·아산 지역에서의 쇼핑　② 태안·안면도 지역의 해안경관과 해양자원

③ 보령지역의 머드(진흙)목욕축제　④ 공주·부여의 백제역사문화축제

⑤ 금산지역의 인삼축제　⑥ 기타( )

5. 충청남도 관광을 통해 가장 만족했거나 좋은 인상을 받은 점은 무엇입니까?

① 백제문화제 등 충남의 역사·문화·전통에 대한 이해: 공주, 부여 등

② 자연으로부터 얻는 힐링(治療+安慰): 안면도, 계룡산 등

③ 한국 현대 대중문화(韓流)와의 만남 ( )

④ 기타 ( )

6. 충청남도가 중국인 관광객을 유치하기 위한 아래 방안을 중시(重視)해야 할 순서대로 표시해 주십시오. (> > > >)

① 여행사를 통한 단체관광

② 현지 중국인 유학생 대상 테마관광(백제역사문화탐방 등)

③ 현지 중국인 유학생 부모 대상 효도관관광

④ 삼농정책 성공사례 농촌마을 방문 등

⑤ 배낭여행 등 개별 관광

7. 충청남도가 향후 충남지역에 중국인 관광객을 유치하기 위해 중점을 두어야 할 점이 무엇이겠습니까? (직접 기록 또는 구술)

( )

Ⅳ 충청남도 방문 이후 인식 변화

*** 각 문항에 동의하는 정도를 표시해 주십시오.**

1. 충청남도 방문 이후 (그 이전보다) 충남에 대한 이미지가 좋아졌다.

매우 그렇다 ←-------- 一般 ----------→ 전혀 그렇지 않다				
①	②	③	④	⑤

2. 중국내 지인(熟人)들에게 충청남도 관광을 추천(推荐)할 것이다.

매우 그렇다 ←-------- 一般 ----------→ 전혀 그렇지 않다				
①	②	③	④	⑤

3. 충청남도 관광지를 다시 방문 할 것이다.

매우 그렇다 ←-------- 一般 ----------→ 전혀 그렇지 않다				
①	②	③	④	⑤

♧ 끝까지 응답해 주셔서 대단히 감사합니다. ♧

부록 2 : “8项规定，6项禁令”

(2012년 12월 4일, 시진핑이 주재한 중공중앙 정치국회의에서 심의, 통과: 부패 근절이 목적이고, 중국의 입국 및 출국 관광시장에 미치는 실제 영향이 매우 크다.)

8项规定

- ‘작업태도 개선과 군중과 밀접한 연계에 관한 8항 규정’

1. 조사연구를 개선해야 한다. 기층에 까지 가서 조사 연구하여 실제 현황을 심도있게 이해하고, 경험을 총결하고, 문제를 연구하고, 어려움을 해결하고, 작업을 지도하고, 군중에게 배우고, 실천을 통해 배우고, 군중과 좌담회를 자주 개최하고, 자주 마음을 터놓고 대화하고, 자주 의논, 토론하고, 전형적 사례를 해부해 보고, 어려움과 모순이 집중되고 군중의견이 많은 곳에 자주 가보아야 하되, 형식적인 행사, 형식주의는 철저히 금한다.

간부의 행차를 간소화하고, 수행인원을 줄이고, 접대를 간소화하고, 표어나 현수막을 붙이지 않고, 환영환송행사에 군중동원을 하지 말고, 손님맞이 카페트를 깔지 말고, 화초 진열, 접대연회 개최를 하지 말아야 한다.

2. 회의활동을 간소화하고, 회의풍토를 개선하고, 중앙 명의로 각 유형의 전국성 회의를 소집 개최하는 것과 대규모 행사 거행을 엄격히 통제한다. 중앙의 비준을 받지 않은 테이프 커팅, 착공, 준공식, 경축회, 기념회, 표창회, 박람회, 세미나 및 각종 논단 등에는 일률적으로 출석하지 않는다. 회의효과를 제고하고, 회의를 짧게 하고, 말을 짧게 하고, 내용없는 말(空话)과 상투적인 말(套话)을 적극 삼간다.

3. 문건과 뉴스레터(简报)를 간소화하고, 글의 스타일(文风)을 실질적으로 개선하고, 실질내용이 없는 문건은 일률적으로 발행하지 않는다.

4. 출국방문활동을 규범화해야 한다. 외교업무의 대국(大局)에서 출발하여 출국방문활동을 합리적으로 안배하고, 수행인원을 엄격히 규제하고, 엄격한 규정에 따라 교통수단을 선택하고, 중국기업, 화교, 유학생대표 등의 공항 영접 또는 배웅을 안배하지 않는 것을 원칙으로 한다.

5. 경호업무를 개선해야 한다. 군중과 유리하게 연계한다는 원칙을 견지하고, 교통통제를 줄이고, 일반적인 상황하에서는 교통통제나 철거, 폐관 등의 조치를 취하면 안된다.

6. 언론보도를 개선해야 한다. 중앙정치국 동지의 회의 참석과 활동은 업무 수요에 근거해야 하고, 뉴스가치, 사회효과에 근거하여 보도 여부를 결정하여야 하고, 보도 수량과 자수, 보도시간 등을 보다 축소해야 한다.

7. 문장 발표에 엄격해야 한다. 중앙에서 통일적으로 안배한 것 외에 개인은 저작이나 연설 책자를 공개적으로 출판하지 말고, 축하 편지나 전보, 기념사나 격려사 등을 삼가야 한다.

8. 근검절약을 엄격하게 시행해야 한다. 정치종사자 청렴관련규정을 엄격히 준수하고, 주택, 차량 배치 등 관련업무와 생활대우 등에 관련된 규정을 엄격히 집행해야 한다.

六项禁令

1. 공금을 사용한 상호방문, 선물증정, 연회 등 새해인사 활동을 엄금한다. 각 지방 각 부문은 다과회, 축하회를 적극 간소화하고, 년말 비교평가표창활동을 엄격히 규제하고, 직장단위간 명절 위문활동을 삼가하고, 비준을 거치지 않은 각 유형의 기념일 경축활동을 거행해서는 않된다.

상하급간, 부문간, 단위간, 단위내부에서 공금을 사용한 기념품 증정, 연회 개최를 일률적으로 금한다. 각 지방은 모두 성, 직할시 기관 소재지에 와서 향(鄉)현황간담회(乡情恳谈会), 다과회(茶话会), 단배회(团拜会) 등 활동을 불허한다. 이미 안배된 것은 필히 취소해야 한다.

각급 당정간부는 하급 소속단위로부터 연회초청을 받아 들이는 것을 불허하고, 비준 받지 않은 하급 단위의 기념일 경축활동 참가를 불허한다.

2. 상급부문에 지방 특산품 증송(赠送)을 금한다. 각 지방 부문 단위는 어떠한 이유나 형식으로건 상급부문에 지방 특산품과 상품교환권 증여를 금한다. 각급 당정 간부는 기층 조사연구 등을 포함하여 어떠한 이유로 건 하급 단위가 증정하는 지방 특산물과 상품교환권을 받아선 안된다. 각급 당정기관은 엄격한 기율로 요구하고, 관리를 강화하고, 기관에서 지방 특산물을 받거나 보내는 일을 근절시켜야 한다.

3. 선물, 금품, 유가증권, 지불증명, 상업선불신용카드 수수 등 규정위반을 엄금한다. 각급 영도간부는 필히 엄격히 통제하고, 자기관리를 하고, 공정한 공무 집행에 영향을 줄 수 있는 선물, 금품, 유가증권, 지불보증, 상업선불신용카드 수수를 결연히 거절해야 하고, 관혼상제(婚丧嫁娶) 등 기회를 이용하여 재물을 받는 일을 엄금한다.

4. 재물의 남발과 겉치레 사치와 낭비를 엄금한다. 각지 각부문은 각종 명의로 년말에 즉흥적으로 돈을 쓰거나 보조금, 격려금, 상여금, 실물 남발을 불허한다. 규정 위반 발매(发售), 구매, 그리고 각종 화폐대용 상품구매권(카드) 인쇄를 불허한다. 각종 명의로 공금 지불 고가소비 오락, 체력단련 활동의 조직 및 참여를 불허한다. 공금을 이용한 산놀이 물놀이 조직활동과 개인 관광, 출국관광 등 활동을 불허한다. 규정을 위반한 공용차 사용과 명절기간 공용차 사용(私用)을 금한다.

5. 기준을 초과하는 접대를 엄금한다. 영도(领导)간부는 기층조사연구, 회의참석, 검사업무 등을 중앙과 성(省)위원회의 유관요구에 따라 엄격하게 집행해야 한다.

6. 도박활동을 조직하거나 참여하는 것을 엄금한다. 각급 당원 간부는 필히 도박의 심각한 위해성(危害性)을 충분히 인식하고, 어떠한 형식의 도박활동에도 조직하거나 참여해서는 안 된다.

■ 집 필 자 ■

연구 책임 · 박인성 충남발전연구원 연구위원
내부연구진 · 이인배 충남발전연구원 선임연구위원
강수현 충남발전연구원 연구원

전략연구 2014-31 · 중국인 입국관광객 충남 유치전략

글쓴이 · 박인성외
발행자 · 강현수 / 발행처 · 충남발전연구원
인쇄 · 2015년 4월 5일 / 발행 · 2015년 4월 5일
주소 · 충청남도 공주시 연수원길 73-26 (314-140)
전화 · 041-840-0169(미래전략연구단) 041-840-1114(대표) / 팩스 · 041-840-1219
ISBN · 978-89-6124-281-3 03350

http://www.cdi.re.kr

ⓒ 2014, 충남발전연구원

▪ 이 책에 실린 내용은 출처를 명기하면 자유로이 인용할 수 있습니다.
무단전재하거나 복사, 유통시키면 법에 저촉됩니다.
▪ 연구보고서의 내용은 본 연구원의 공식 견해와 반드시 일치하는 것은 아닙니다.