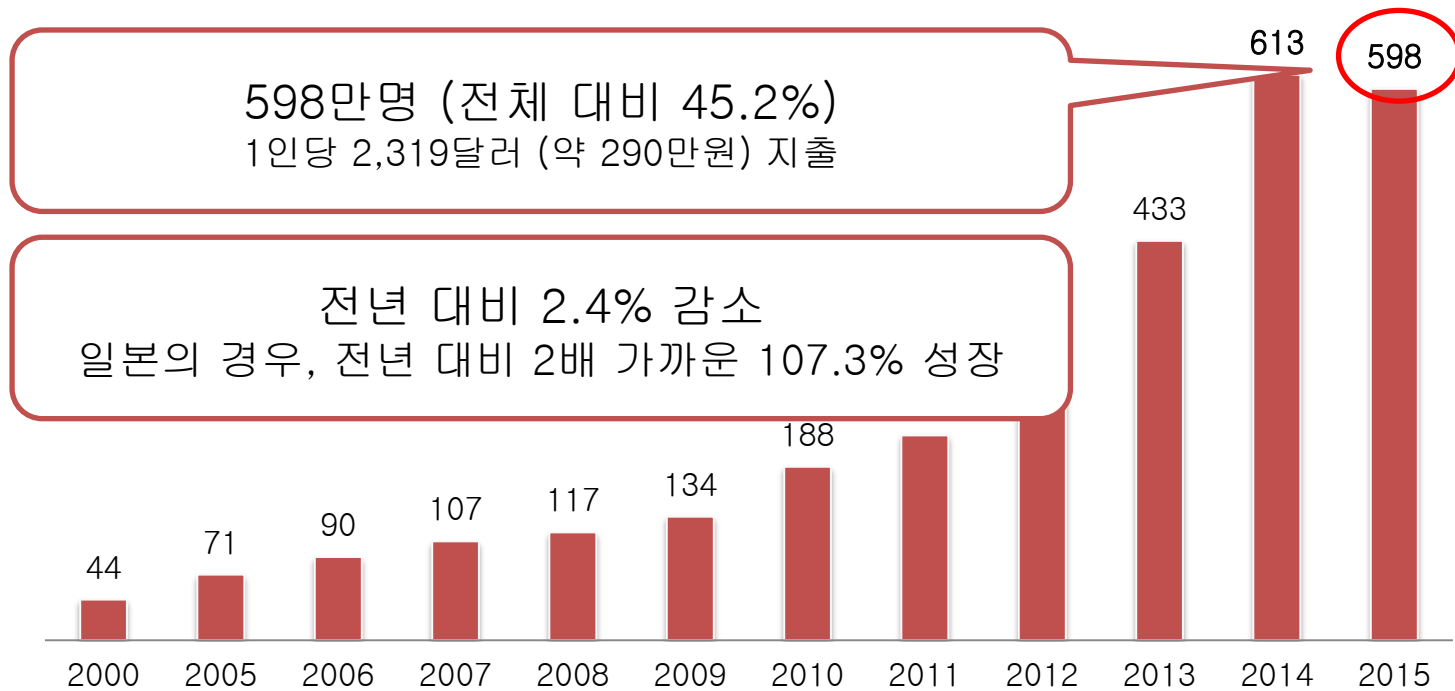


An aerial photograph of the New York City skyline at dusk. The image shows a dense cluster of skyscrapers, including the Chrysler Building with its distinctive Art Deco spire. The Hudson River is visible on the right, and the East River is on the left. The sky is a mix of orange, pink, and grey, indicating the time is either sunset or sunrise. The overall tone is somewhat somber and contemplative.

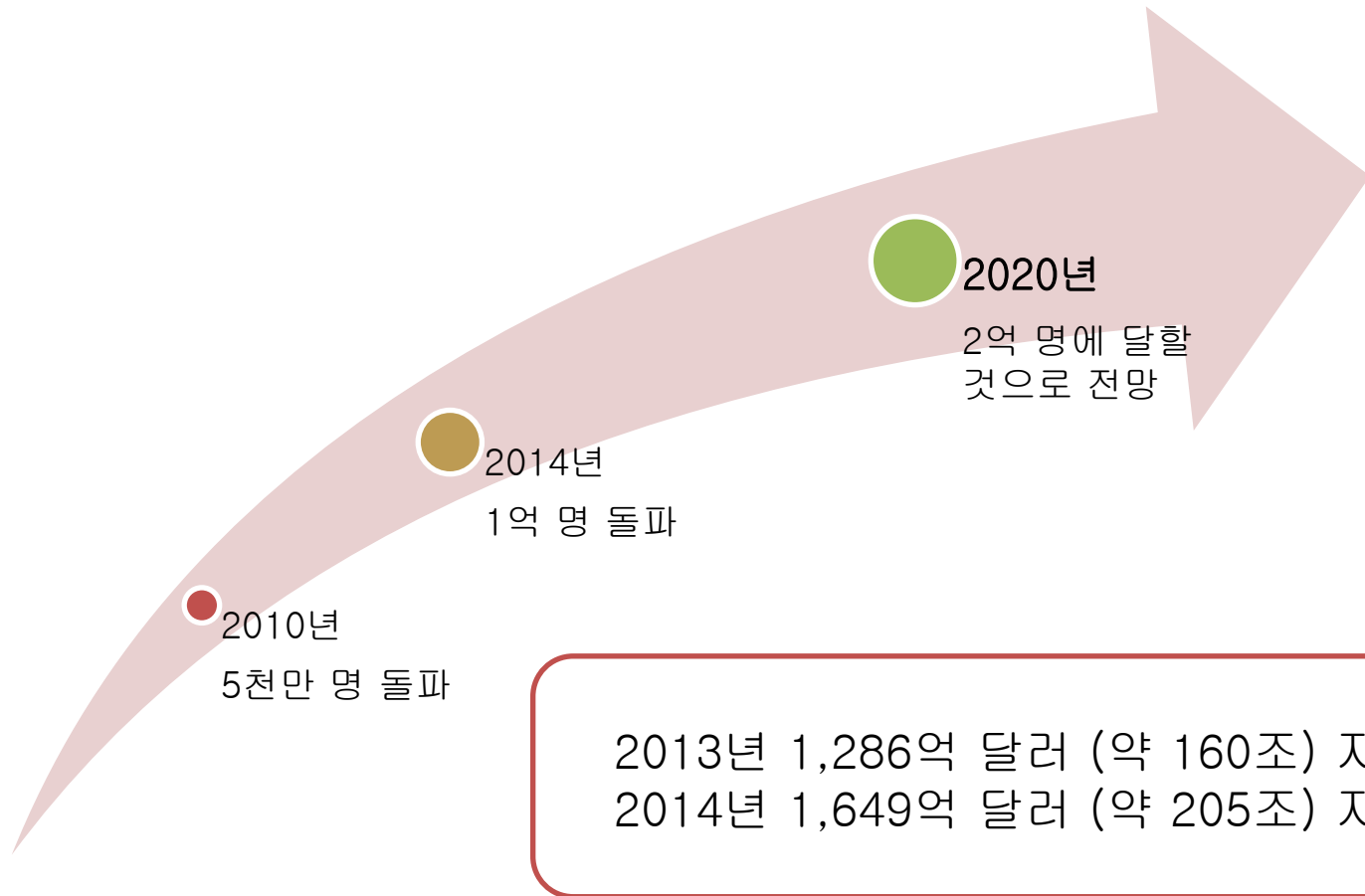
중국인 인바운드 현황 및 질문

사회적기업 (주) 공감만세 대표이사 고두환 | 2016.06.29(수)

[중국인 인바운드 현황 추이] *한국관광공사 관광지식정보시스템



[중국인 아웃바운드 현황 추이] *한국관광공사 관광지식정보시스템



[사례: 중국인 아웃바운드 - 1]

*박인성 외 2인, 2014, 중국인 입국관광객 충남 유치전략

상하이, 광둥, 베이징

남성, 36 ~ 45세, 10,000 ~ 15,000위안

미성년 자녀 동반, 여행사(87%), 6 ~ 8일간, 쇼핑(일반소비)

단체 37.4%, 개별 31.4%, 반자유 18.9%

[사례: 중국인 아웃바운드 - 2]

*최경은, 2014, 중국 여유법 시행 이후 관광 동향 분석 및 정책 과제

프랑스 니스

- 중국 텐사그룹 6,400명 방문
- 사람만으로 '코트다쥐르에서 꾸는 텐사의 꿈은 훌륭하다(Tiens' dream is Nice in the Coted' Azur)'란 문장을 쓰고 기네스 북에 오름
- 전세기 84대, 79개 호텔에 객실 7,900개, 버스 146대
- 지출 총액 3,300만 유로 (약 450억/ 1인당 700만원) 지출

태국

- 중국 가구업체
- 항공기 110대, 약 1만 2천 7백 명을 나눠 태우고 태국 방문
- 태국 장관 및 고위 관료 환송, 4차례 환영 만찬 진행
- 6억 바트(약 200억) 지출

[중국 내 여행시장 성장의 3대 조건]

*한국문화관광연구원 웹진 문화관광 3월호 중

1

산업구조 개선과
소비주도형
경제성장

2

부유층,
젊은 세대, 여성
(3대 핵심 소비계층)

3

유급휴가,
비수기 휴가 등을
국가 차원 권장
(여가소비 증진)

[한중 관광교류 활성화 의미]

*한국문화관광연구원 웹진 문화관광 3월호 중

일자리 창출
및 상호 경제적
이익

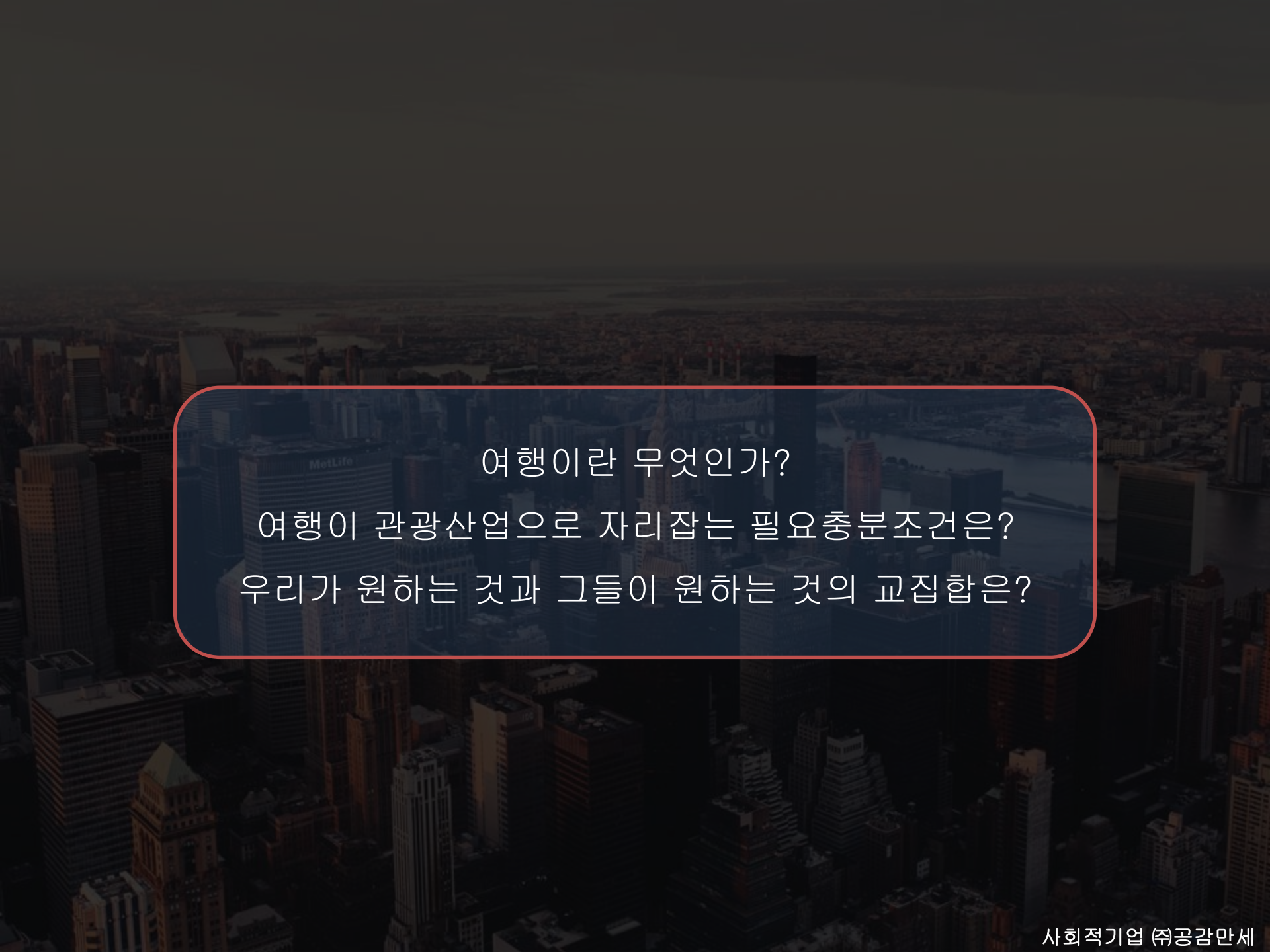
민간교류를 통해
상호 긴장 완화,
정치사회경제적
우호협력 증진

동북아를 넘어
아태지역
역내관광 활성화
(경제통합 가속화)

[한중 관광교류의 과제]

*한국문화관광연구원 웹진 문화관광 3월호 중

1. 한중 양국 간 이동 편의 제공 및 안전 확보
2. 다양한 관광 상품 개발 및 홍보
3. 관광 인프라 지속적 개선 (숙박, 안내, 이동 편의 등)
4. 지역 간 교류를 기반으로 한 상품 개발 확대 (문화예술 교류, 자매도시간 교류 등)
5. 한중 관광 수요에 대한 조사연구 지속 수행 및 다층적 협력체계 강화

An aerial photograph of a city skyline, likely New York City, taken at dusk or dawn. The image is dark and semi-transparent, with a large, rounded rectangular text box in the center. The text box has a thin red border and contains three lines of white Korean text. The background shows a dense cluster of skyscrapers and buildings, with a body of water visible in the distance.

여행이란 무엇인가?
여행이 관광산업으로 자리잡는 필요충분조건은?
우리가 원하는 것과 그들이 원하는 것의 교집합은?

우리의 **고객**은 누구인가?

중개자는 누구인가? (중개자는 본인들이 중개자인지 아는가?)

생산자는 누구인가? (생산자는 본인들이 생산자인지 아는가?)

세 그룹과 우리는 어떻게 의사소통 하는가?

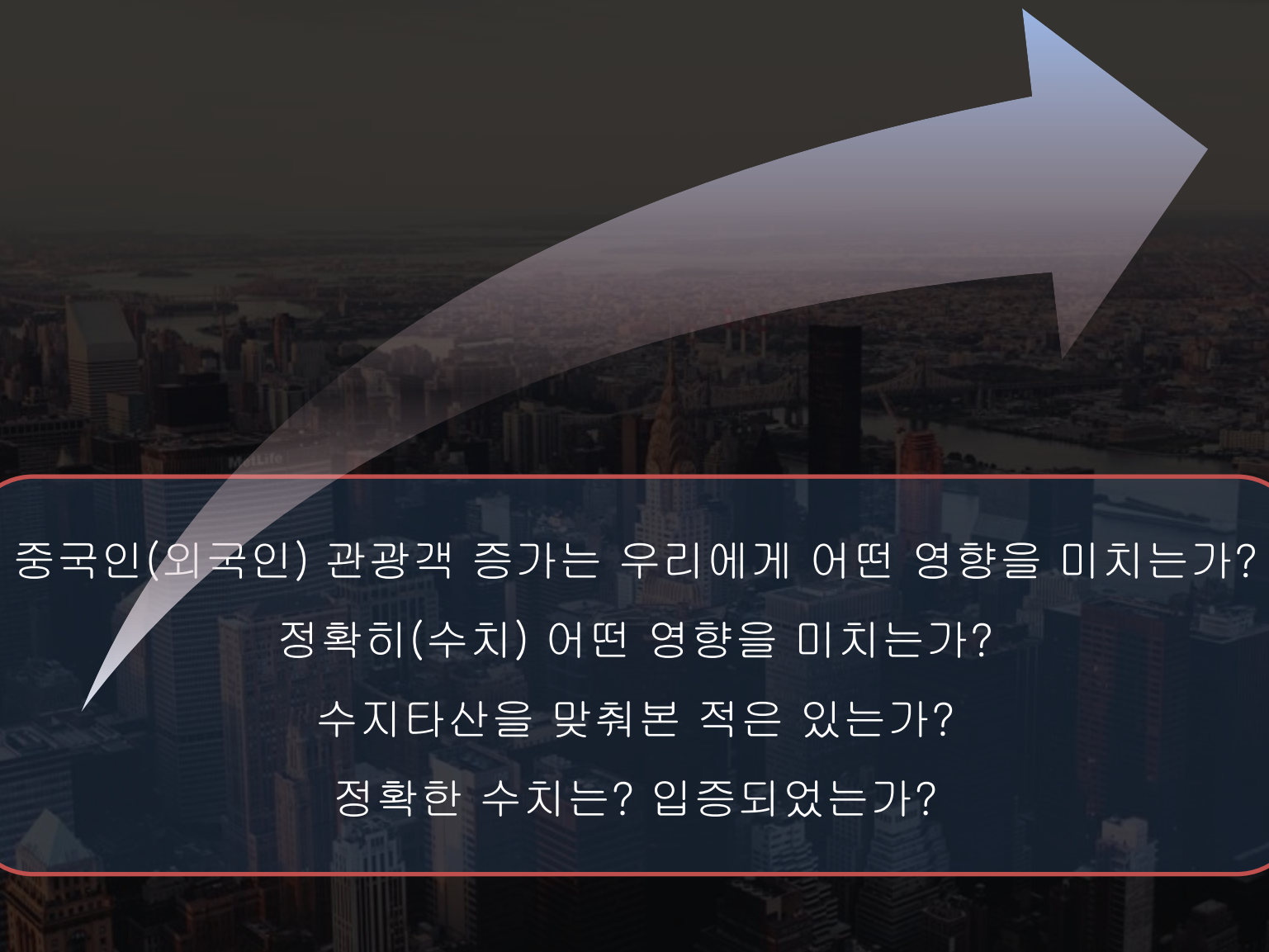
그들은 왜 오는가?

어떨 때 소비하는가?

왜 그 때 소비하는가?

그 소비는 만족으로 이어지는가?

확실한가?

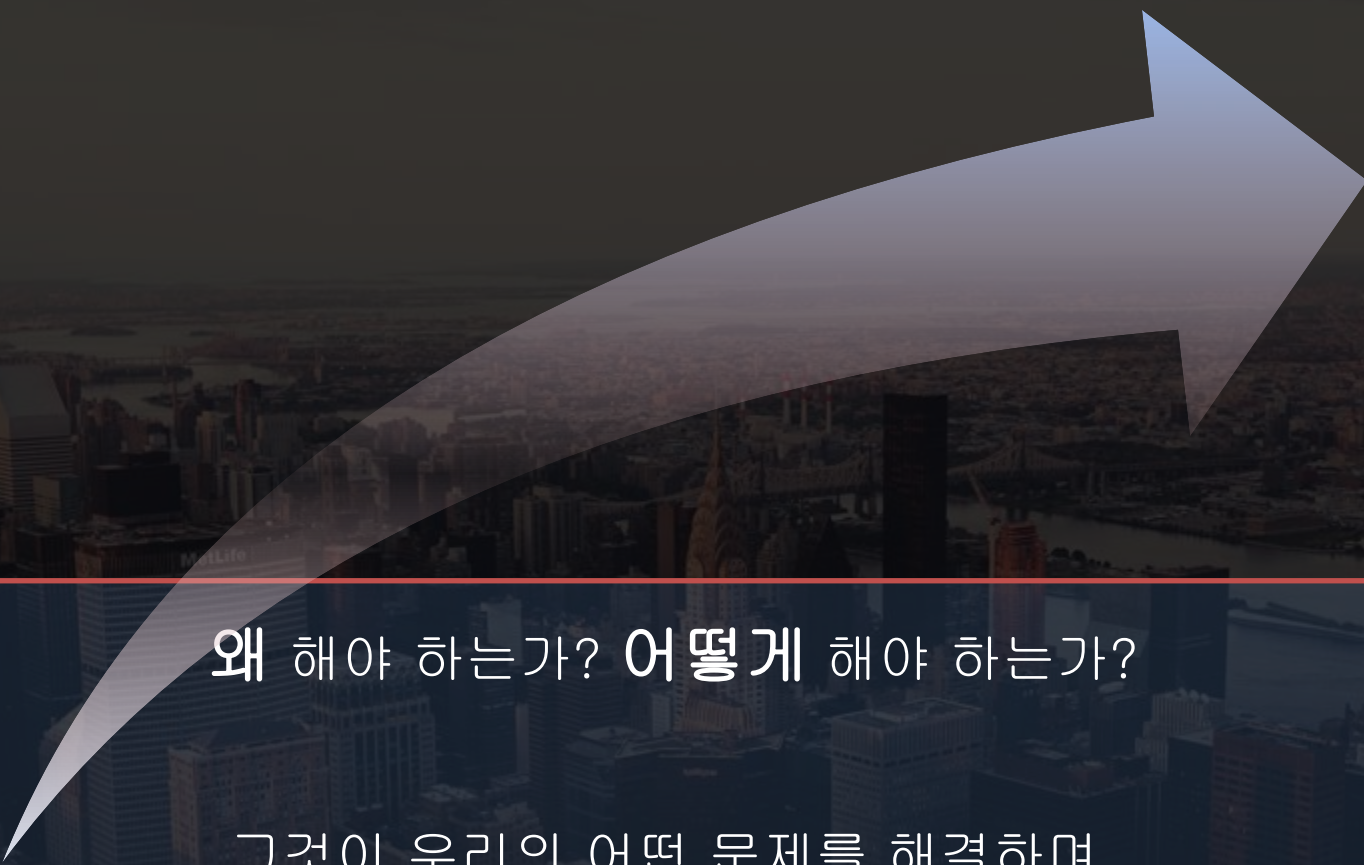


중국인(외국인) 관광객 증가는 우리에게 어떤 영향을 미치는가?

정확히(수치) 어떤 영향을 미치는가?

수지타산을 맞춰본 적은 있는가?

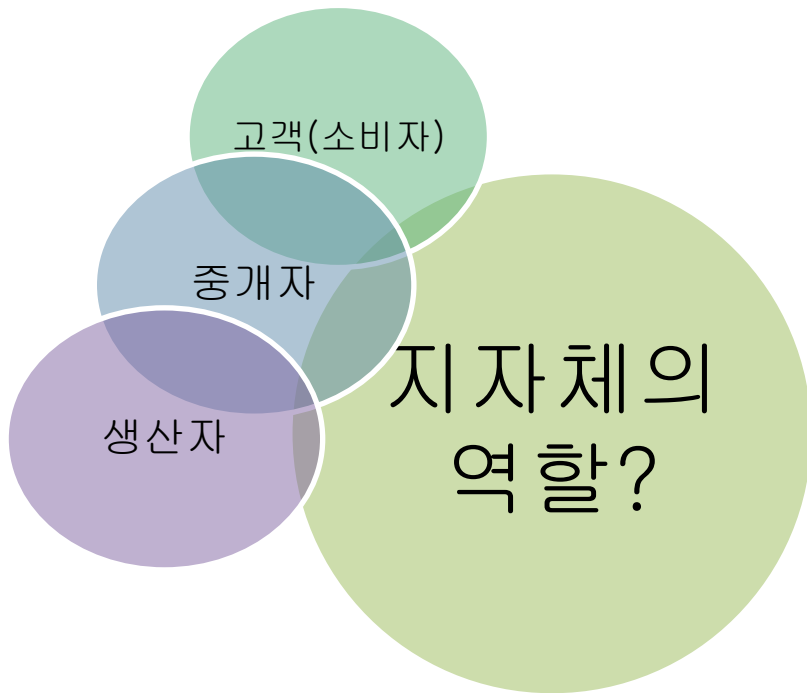
정확한 수치는? 입증되었는가?



왜 해야 하는가? 어떻게 해야 하는가?

그것이 우리의 어떤 문제를 해결하며,
어떤 이익을 가져다 주는가?

[공정여행: 지역기반관광(CBT) 모델]



- ✓ 대전 인바운드 모델
- ✓ 일본 6차 산업 모델
- ✓ 동남아시아 CBT모델
(Community Based Tourism)

[앞으로의 방향]

분명한 중국인 대상 여행의 목적과 방향,
정확한 고객(소비자), 중개자, 생산자

수지타산을 통해 고객, 중개자, 생산자 모두가 Win-win하고
지자체도 남는 장사를 할 수 있는 구조 확립

궁극적으로 이 일이 공공의 이익에 부합한다는 확신이 서야 함

감사합니다

* 참고자료

- 노영순, **2011**, 공정관광 실현을 위한 해외정책 사례 연구(중국관광객 유치를 중심으로), 한국문화관광연구원
- 최경은, **2014**, 중국 여유법 시행 이후 관광 동향 분석 및 정책과제, 한국문화관광연구원
- 박인성 외 2인, **2014**, 중국인 입국관광객 충남 유치전략, 충남발전연구원
- 박경열, **2015**, 권역별 관광개발계획 제도 개선 방안, 한국문화관광연구원
- 충남연구원, **2015**, 충남농어업 6차산업화 정책포럼: 6차산업화 커뮤니티 비즈니스