

中國 延吉市에 대한 상업·서비스업의 投資立地戰略摸索

이재하* · 김석주**

본 연구는 중국에 대한 지역연구(area studies)의 일환으로, 지금까지 간과되어온 연변조선족 자치주의 州都인 연길시의 상업 및 서비스업에 대한 우리 기업의 투자입지전략을 모색하기 위하여 지리학적인 관점에서 접근을 시도하였다. 이에 따라 먼저 연길시의 지리적 특성과 상업 및 서비스업의 발전상을 간략히 살펴보고, 다음으로 연길시의 상업 및 서비스업의 지역구조(지역분화)와 지역별 입지특성 및 이용자의 행태적 특성을 분석·고찰하였으며, 마지막으로 이를 기초로 연길시의 상업 및 서비스업에 대한 우리 기업의 투자전략 수립에 유용한 투자정보를 제공하고자 하였다. 본 연구에서는 투자에 적합한 업종으로 백화점, 의류점, 신발점, 화장품점, 가전용품점, 무역기업의 해외사무소, 호텔, 나이트클럽, 한국식 음식점, 노래방, 여행사, 미용소, 비디오감상실, 전자오락실 등을 추천하였으며, 장소적으로는 본 연구에서 밝혀진 연길시의 핵심 상업·서비스업지역 또는 도심지에 투자입지하는 것이 바람직하다고 제안하였다.

主要語 : 중국 연길시, 상업·서비스업, 지역구조, 이용자 행태, 투자입지전략

1. 서론

1) 연구목적

중국의 길림성 연길시는 延邊朝鮮族自治州의 州政府 所在地로서 자치주의 정치, 경제, 문화의 중심지이다. 또한 이 도시는 UNDP에서 기획한 두만강지역개발의 금삼각(金三角)을 형성하는 3개 거점(중국의 연길시, 북한의 청진시, 러시아의 블라디보스토크)의 하나이기도 하다. 따라서 연길시 지역은 우리 기업의 對中國진출에 있어서 쉽게 교두보를 구축할 수 있는 곳이며, 두만강유역의 지역 개발에 우회적으로 참여하여 낙후된 북한지역의 개발에 기여할 수 있는 곳이기도 하다.

이러한 점에서 연변지역 또는 연길시에 대한 지

역연구(area studies)는 매우 중요한 과제이기도 하다. 중국의 개혁개방정책과 1992년의 한·중 수교로 한·중간의 교류와 협력이 다방면에서 활성화됨에 따라 자연히 연변지역과 한국과의 상호교류도 활발히 전개되었으며, 이에 따라 연변에 대한 우리의 관심과 연구활동도 크게 증대되었다. 그러나 지금까지 연변에 대한 대부분의 연구는 우리 동포인 조선족의 민족사와 정체성, 민속문화, 언어·언론, 문학, 예술, 교육, 의료보건, 인구, 가족관계와 사회구조 등에 관한 것이었으나, 연변의 경제에 대한 분석과 이에 기초한 투자전략에 관한 연구는 상대적으로 적은 편이다(서제일·최장호, 1991; 김중배·김상호, 1992; 강희정, 1992; 한국농촌경제연구원, 1993; 김명준, 1994; 유희문, 1994; 이용수, 1995, 1996; 노철화, 1996; 황

* 경북대학교 지리학과 부교수

** 연변대학 지리학과 조교(경북대학교 대학원 박사과정)

규선, 1996). 뿐만 아니라 이들 연구는 경제전반에 대한 현황과 발전전략, 공업 및 인적자원에 대한 투자전략에 그치고 있다.

지역(그것이 국내외의 어떤 규모의 지역이든 상관없이)을 연구주제로 가장 일찍이 끌어들이는 지리학(지역지리학)에서는 두 가지 방향에서 지역연구를 행하고 있다. 하나는 18세기 후반부터 지리학이 계속해서 추구해온 과제로서 지표면이 갖는 본래의 차이점에 기초하여 어떤 지역의 종합적 특성 또는 고유성을 이해하기 위해 연구하는 순수 지역지리학적 접근(이재하, 1997, 117~126 참조)이고, 다른 하나는 산업혁명 이후 본격화된 국제화(internationalization)와 20세기 후반부터 나타난 세계화(globalization)로 인해 국가 또는 국가 내의 지역간의 교류 및 상호의존관계가 크게 증대됨에 따라 외국과의 교류협력과 해외지역으로의 수출 및 투자 진출에 필요한 각종 지식과 정보를 얻기 위해 연구하는 응용지역지리학(applied regional geography)적 접근이다. 후자는 오늘날 국내외 여러 학문에서 활발히 행하고 있는 해외지역에 대한 지역연구(area studies)와 동일한 것이다. 그럼에도 불구하고 연변지역에 대한 응용지역지리학적 지역연구는 거의 이루어지지 않고 있다.

이러한 문제인식에서 본 연구에서는 지금까지 연변지역연구에서 간과되어온 연변지역의 중심지인 연길시의 경제활동 가운데 특히, 상업 및 서비스업에 대한 지역연구를 지리학적인 입장에서 행하고자 한다. 상업 및 서비스업은 도시의 경제활동에서 가장 중요한 비중을 차지하고 있을 뿐만 아니라 한 도시가 주변지역에 대한 중심지(central place)로서의 기능과 역할을 수행하도록 하는 중심적 산업부문이기도 하다. 더욱이 개혁개방 이래, 중국의 상업 및 서비스업은 시장경제체제의 도입에 따라 개인에 의한 소유와 경영이 허용되고, 또한 외국인의 투자가 장려됨에 따라 급속히 발전하고 있다. 따라서 본 연구에서는 우리 기업의 연길시에 대한 상업 및 서비스업의 투자진출을 촉진시키고 그에 따른 입지전략에 필요한 정보를 제공하기 위하여, 먼저 2장에서는 본 연구의 대상지역인 연길시의 지리적 특성과 상업 및 서비스업의 발전

상을 간략히 살펴보고, 3장에서는 연길시에 입지한 상업 및 서비스업의 지역구조(地域構造)와 지역별 입지특성을 분석하며, 4장에서는 현지 주민들의 주요한 상품 및 서비스시설에 대한 지역별 이용특성을 밝히며, 5장 결론(투자입지전략 모색)에서는 앞에서 분석하고 밝혀진 것을 요약하고 이를 기초로 연길시에 대한 상업 및 서비스업의 투자입지 전략수립에 필요한 정보와 시사점을 제공하고자 한다.

2) 연구방법과 자료

연길시를 대상으로 상업 및 서비스업의 지역구조와 입지특성 및 이용행태에 대한 분석방법에 앞서 먼저 중국의 도시행정구역에 대해 언급할 필요가 있다. 중국의 도시행정구역은 한국의 시·군 통합형 도시와 비슷하게 도시지역에 해당하는 市區(시가지)와 외곽의 농촌지역으로 구성되어 있다. 시가지는 다시 區(한국의 구에 해당함)와 街道(한국의 동에 해당함)로 나누어지고, 농촌지역은 縣, 鄉·鎮, 村으로 구분된다. 연길시와 같은 중급규모의 도시는, 시가지는 街道로, 농촌지역은 鄉·鎮과 村 단위로 나누어진다. 街道에는 일정한 행정기능을 수행하는 街道辦事處(동사무소에 해당함)라는 市政府(시청)의 산하기관이 있는데, 이곳에서는 혼인신고, 증명서의 발급, 호적관리, 위생, 치안, 분쟁조정, 주택관리 등의 업무를 담당하고 있다. 이러한 街道단위의 행정구역 구분 때문에 중국의 도시지역에 대한 미시적인 연구는 街道를 분석 대상으로 삼는 것이 적절하다.

연길시의 상업 및 서비스업은 대부분이 市區(시가지)에 입지하고 있으므로, 본 연구에서는 연길시의 시가지만을 분석대상으로 한다. 연길시의 시가지는 현재 9개의 街道(朝陽街道, 河南街道, 建工街道, 延南街道, 延西街道, 公園街道, 新興街道, 北山街道, 進學街道)로 구성되어 있다. 이 9개의 街道는 주요 街路와 하천 및 철도를 경계로 구분되어 있다. 그러나 9개의 街道로는 연길시 상업 및 서비스업의 지역구조 또는 지역분화를 상세히 분석할 수 없고, 더욱이 상업 및 서비스업이 주요 가로를 따라 입지해 있기 때문에, 본 연구에서는 9

개 街道를 다시 주요 가로망에 따라, 朝陽街道는 朝陽1·2구역으로, 河南街道는 河南1·2·3·4구역으로, 建工街道는 建工1·2·3구역으로, 延南街道는 延南1·2구역으로, 延西街道는 延西1·2구역으로, 公園街道는 公園1·2구역으로, 新興街道는 新興1·2·3구역으로, 北山街道는 北山1·2·3구역으로, 進學街道는 進學1·2구역 등의 23구역으로 세분하였다(그림 1).

구역별 기능지수를 이용하여 계층적 군집분석(hierarchical cluster analysis)방법을 행함으로써 연길시의 상업 및 서비스업의 계층적 지역구조 또는 지역분화를 분석·확인하였다. 그리고 연길시의 상업 및 서비스업의 지역별 입지적 특성을 파악해 보기 위해서는 한국표준산업분류(KSIC)에 따른 업태별 및 업종별 중심성치(또는 상대적인 입지집중도)의 구성비를 통하여 분석·고찰하였다.

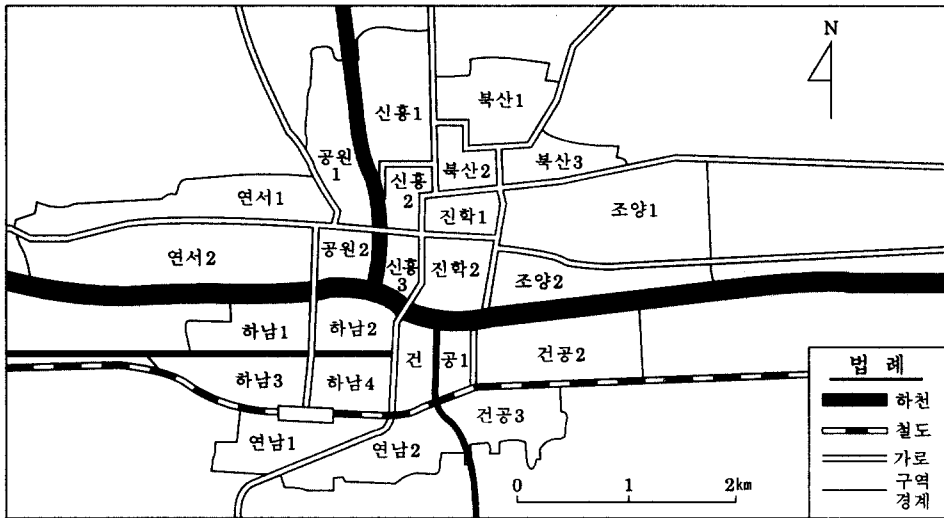


그림 1. 연구지역의 범위

상업 및 서비스업의 지역구조 분석자료는 첫째, 연길시에 입지한 23개 구역별 주요한 소매업 및 서비스업의 업체수에 대한 현지조사자료(廣州亞太市場研究有限公司의 의뢰로 연변대학 지리학부에서 1994년 7월 20일부터 8월 20일까지 조사한 것임), 둘째, 전화번호부(1995년 발행)에서 발췌한 일부 자료, 셋째, 상업 및 서비스업 담당 행정관서(文化市場管理局, 工商行政管理局 市場科)를 방문하여 수집한 자료 등으로 이루어져 있다. 본 분석에 이용된 상업 및 서비스업의 자료출처별 분석대상업종은 <표 1>과 같다.

이상의 자료를 이용하여, 먼저 Davis의 중심지에 대한 중심성 측정방법(Davis, 1967)을 원용하여 연길시 23개 구역별 상업 및 서비스업의 기능지수(functional index)를 계산하고, 다음으로 각

한편 연길 시민들의 상업 및 서비스업 시설에 대한 지역별 이용행태는 설문조사자료를 통해 분석·파악하였다. 설문지는 주민들이 주로 많이 구입하는 복장, 가전용품, 자전거, 가구, 시계, 금·은·보석, 약, 쇠·돼지고기, 서적 등의 9개 상품과 병원, 이·미용소, 노래방 등 3개의 서비스시설을 선정하여, 23개 구역마다 주민 30명을 대상으로 위의 상품구매와 시설의 이용행태에 대한 현지조사(조사기간: 1996년 12월 18~20)를 실시하였다.

이외에 본 연구에 사용된 지도는 延吉市規劃勘测設計院에서 1995년에 출판한 연길 관광안내도와 延吉市地名辦公室에서 1995년에 출판한 연길시 교통도 및 中國地圖出版社에서 1990년에 출판한 中國地圖冊이다. 그 밖에 延吉市統計年監(1995),

中國 延吉市에 대한 상업·서비스업의 投資立地戰略摸索

표 1. 조사방법 및 분석대상업종

자료출처	분 석 대 상 업 종	업종수
현지조사	백화점, 종합상점, 副食品商店, 복장점(의류·신발판매점), 화장품점, 가전용품점, 五金(철물)商店, 건축재료상점(건축·장식재료 상점), 小賣店(부식품상점보다 규모가 작은 식품상점), 서점, 약방(약국과 한약재상점), 호텔, 여관, 일반음식점, 고급음식점, 이·미용소, 소비용품수리·수선점	16
전화번호부	市政府청사, 기타관공서(공안국, 사법국, 교통국, 교육국 등), 은행, 旅行社, 변호사사무소, 外地企業事務所, 대학교, 中學校(중·고등학교), 小學校(초등학교), 연구소, 병원, 영화관	13
文化市場管理局	전자오락실, 노래방, 다방, 나이트클럽, 비디오감상실, 무도장, 복사점	7
工商行政管理局市場科	重點市場(대형시장), 一般市場(소형시장)	2

주: 각 업종의 ()안은 이해를 돕기 위하여 보충 설명한 것임.

中國統計年監(1994), 延吉市商業誌(1989), 延吉市工商行政管理誌(1990) 등의 자료가 이용되었다.

2. 연길시의 지리적 특성과 상업 및 서비스업의 발달

1) 지리적 특성

延邊朝鮮族自治州의 州都인 연길시는 中國 吉林省 동부에 위치해 있으며, 수리적 위치는 동경129° 10' ~129° 41', 북위42° 50' ~43° 21' 사이에 걸쳐 있다. 연길시 총 면적은 1,340km²로서 연변 총 면적의 3.14%를 차지한다. 그러나 연길시는 시가지구역면적이 23.8km²에 지나지 않아 거의 대부분은 농촌지역으로 이루어져 있다. 시가지구역은 95년말 현재 9개의 街道로 구성되어 있고, 교외 농촌지역은 長白, 小營, 興安, 烟集 등 4개의 鄉과 依蘭, 三道灣 등 2개의 鎮으로 구성되어 있다(그림 2 참조).

연길시는 역사가 비교적 짧은 도시이다. 淸朝는 1677년에 두만강, 압록강으로부터 북쪽 500여km 내의 지역에 대해 자기 조상의 발원지를 보호한다는 명목 하에 封禁區로 설정하고, 특별한 통치제도를 실시하였다. 그러다가 19세기 하반기에 한반도에서의 제국주의 열강들에 의한 침략과 착취, 그리

고 연이은 자연재해로 인해 많은 조선인들이 두만강을 건너 연변지구로 정착하게 되었다(沈惠淑·趙國柱, 1991). 그후 청정부의 봉금령이 폐지되면서 漢族과 滿族들도 19세기말부터 연변지구로 이주하였다. 인구가 점차 증가하면서 光緒28년(1902년)에 淸정부는 局子街(연길시의 구명칭)에 연변지구의 최초 민정기관인 延吉廳을 설립하였으며, 1909년에는 延吉埠를 세웠다. 1910년 정월에는 東南路管轄署를 설립하였고, 1914년에 延吉道尹公署로 고쳤다. 1931년 9월에는 일본제국주의가 연변을 점령하였고, 1934년에는 이 지역에 僞間島省을 설치하였다. 1945년 8월에는 소련紅軍과 東北抗日聯軍이 연길에 진입하여 間島臨時政府를 세웠다. 같은 해에 吉林省延邊政府委員會를 설립함과 동시에 延邊行政督察專員公署를 설립하였다. 1952년 9월3일 中華人民共和國 政務委員會의 비준을 거쳐 延邊朝鮮族自治州가 설립되었으며, 연길시를 自治州 首府로 정하였다. 당시 연길시는 인구가 63,605명으로 소도시였다(延吉市工商行政管理局, 1990). 그후, 연길시는 비약적인 발전을 거듭하여 1994년 현재 343,600명의 인구를 가진 中等城市로 성장하였다(표 2 참조). 1995년 현재 연길시의 인구는 356,170명으로서 연변 총 인구의 16.4%를 차지하고 농촌지역을 제외한 시가지 인구는 303,482명이다. 연길시는 조선족자

치주의 중심도시이기 때문에 조선족의 거주 비율이 약 60%로 가장 높고, 그 외에는 거의 漢族이다.

오늘날 연길시는 연변조선족자치주의 州都, 외국인에게 개방된 도시, 그리고 UNDP의 두만강지

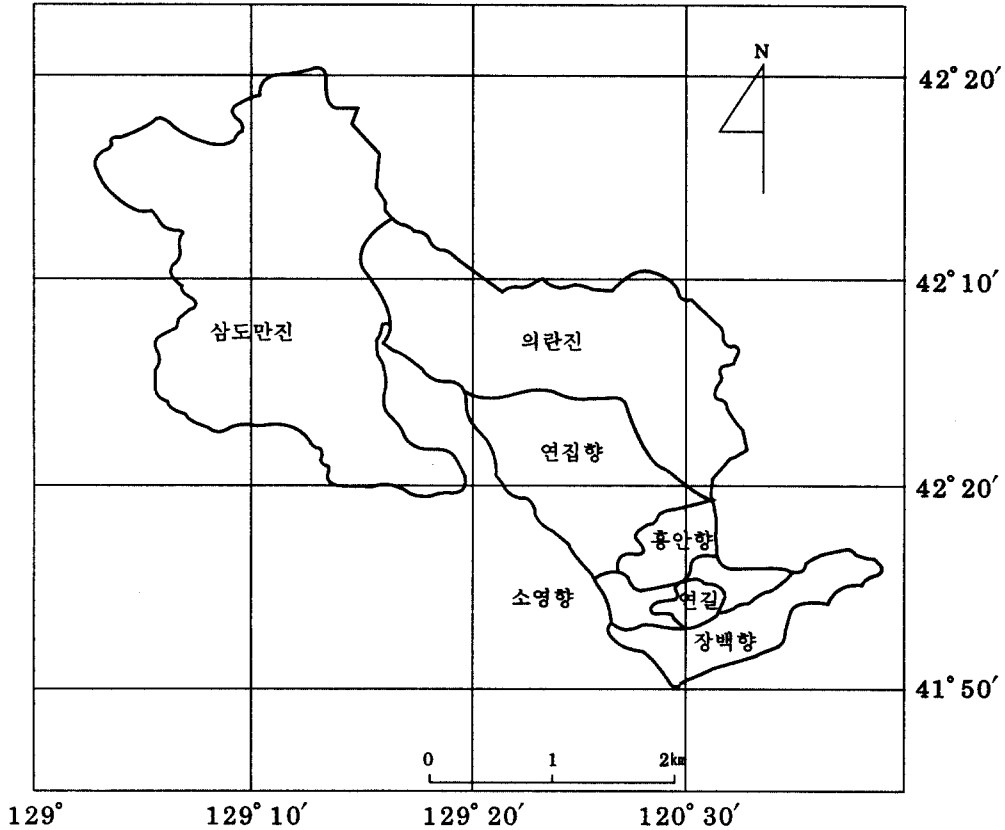


그림 2. 연길시의 행정구역

표 2. 연길시의 인구와 민족구성비

(단위 : 명, 구성비 %)

연도	총인구	朝鮮族	구성비	漢族	구성비	滿族	구성비	回族	구성비	蒙古族	구성비	기타	구성비
1952	63,605	40,707	64.00	22,233	34.95	322	0.51	341	0.54	-	0.00	2	0.00
1962	132,863	83,659	62.97	8,150	36.24	585	0.44	449	0.34	6	0.00	14	0.11
1970	109,005	67,116	61.57	40,780	37.41	600	0.55	471	0.43	19	0.02	19	0.02
1975	126,705	69,851	55.13	55,531	43.83	683	0.54	586	0.46	46	0.04	8	0.01
1980	161,253	91,086	56.49	68,584	42.53	843	0.52	674	0.42	51	0.03	15	0.01
1985	216,785	123,908	57.16	89,829	41.44	2,157	0.99	820	0.39	58	0.03	13	0.01
1990	283,214	171,465	60.54	106,989	37.78	3,695	1.30	929	0.33	92	0.03	47	0.02
1994	343,600	204,352	59.48	132,162	38.46	5,677	1.65	1,170	0.34	165	0.05	73	0.02

자료: 中國統計出版社, 1996, 延吉市統計年鑒1995, 78

역개발사업의 거점도시여서 도시의 경제력이 급속히 발전하고 있다. 연길시는 1994년말 현재 국민총생산액은 22.2억 위안(元), 재정수입은 4.74억 위안(元)으로서 동북3성의 縣級都市 가운데 최초로 재정수입이 1억 위안(元)을 넘는 도시가 되었다. 연길시에 대한 외국투자기업은 모두 311개에 달하고 투자총액은 1.9억 달러에 이르고 있다. 현재 연길시의 경제력은 전국의 自治州政府所在地중 최고 수준에 달한다. 연길시의 각 부문별 발전상황을 간단히 살펴보면 다음과 같다.

공업부문은 그 총생산액이 연길시 GDP의 48.4%(1995년말 현재)를 차지하여, 3차산업과 함께 가장 중요한 산업이 되고 있다. 공업은 國有企業을 중심으로 금속, 기계, 방직, 제약, 화학, 건축자재, 식품 등의 공업이 비교적 고르게 발달해 있다. 최근에 시는 시의 동쪽 부르하통하(布爾哈通河)강 연안에 총면적 5.33km²의 경제개발구를 지정·조성하고 컴퓨터관련 첨단기술산업·화학공업·식품가공업·방직공업·야금공업 등을 유치하여 공업부문을 고도로 발전시킬 계획이다.

상업 및 서비스업은 연길시 GDP의 48.9%(1995년말 현재)를 차지하고, 1994년 말 현재 상업 및 서비스업의 업체수는 13,151개이며, 종사자수는 39,671명으로서 중국의 30개 少數民族自治州 州都 중 3차산업이 가장 발달된 도시이다(中國統計出版社, 1996, 251, 297). 시가지에서 상업 및 서비스업 시설이 가장 밀집된 곳은 解放路로서, 이 도로의 양측에는 延吉百貨大樓, 延吉市第二百貨商店, 西市場, 地下市場, 東市場, 天河商業貿易大廈 등의 대형 상업시설과 종합상점, 부식품상점, 음식점, 약방, 이·미용소 등이 밀집되어 중심상점가를 형성하고 있다.

교통과 통신도 발달되어 있다. 도로교통은 國家級 및 省級公路와 연결된 도로체계를 형성하고 있고, 철도교통은 長春—圖們간의 長圖線을 이용해 北京, 瀋陽, 長春 등지로 매일 왕복 9회 여객열차가 운행하며, 항공교통은 長春, 瀋陽, 大連, 北京, 上海, 烟台, 青島, 牡丹江 등지로 정기적으로 여객기가 취항하고 있어 연길공항은 중국에서 여객수송량에서 18대 공항 가운데 하나이다. 또한 전화통신망도 발달하여 백명당 16.4대의 전화기를 보

유하고 있어 길림성의 각 도시 가운데 보급률이 가장 높다.

중국에서 교육열이 가장 높은 민족의 중심도시여서, 각급 교육시설이 잘 완비되어 있고 교육수준 또한 매우 높다. 종합대학인 延邊大學을 비롯하여 수십 개의 중학교(고등학교와 중학교)와 소학교(초등학교) 및 상당수의 직업기술학교(실업계학교)가 있으며, 만명당 과학기술자와 대학생의 비율은 전국에서 가장 높은 도시중의 하나이다.

연길시는 특히 백두산 관광의 길목이어서 최근에 관광산업이 발달하고 있다. 관광자원으로는 서남쪽에 위치한 우리 민족의 영산인 백두산을 비롯하여 북쪽에는 다양한 볼거리가 있는 鏡泊湖가 있고, 동쪽에는 두만강과 북한과의 국경도시 圖們이 있으며, 시와 가까운 외곽에는 우리 민족의 항일독립무대였던 龍井이 위치해 있다. 그래서 연길시 내에는 외국(한국)관광객을 위한 호텔, 여행사, 음식점 등과 같은 각종 관광시설이 잘 갖추어져 있을 뿐 아니라 관광산업이 새로운 중요산업으로 부상하고 있다.

2) 상업 및 서비스업의 발달

연길시의 상업 및 서비스업은 해방(1949년 10월 1일 중화인민공화국 선포)후, 이들 산업에 대한 私營을 금지하고 國有化와 集體化에 의해 통제·관리함에 따라 오랜 기간 동안 발달할 수 없었다. 그러던 것이 1978년의 개혁개방정책 이후, 급속히 발전하여 앞에서 언급한 바와 같이 이제는 연길시에서 가장 중요한 산업으로 발전하였다. 이것은 <표 3>에서 개혁개방직후인 1980년에는 상업 및 서비스업의 업체수가 534개에 지나지 않고 종사자도 7,181명이었으나, 1994년에는 13,151개 업체에 39,671명이 종사하고 있을 뿐 아니라 판매액도 80년에 비해 약 21배나 증가한 사실에서 잘 드러나고 있다. 이와 같이 연길시의 상업 및 서비스업은 개혁개방 이후에 급속히 발전하였는데, 이는 다음과 같은 몇 가지 요인에서 비롯되었다고 볼 수 있다.

(1) 정책적 요인

표 3. 개혁개방이후 연길시 상업 및 서비스업의 발전

연 도	1980	1982	1984	1986	1988	1991	1993	1994
종사자수(명)	7,281	9,214	16,719	-	-	20,684	30,061	39,671
증가지수	100	125.3	229.6	-	-	284.1	412.9	544.9
총판매액(만元)	9,547	13,338	18,699	31,666	51,436	83,336	158,036	197,268
증가지수	100	139.7	195.9	331.7	538.8	872.9	1,655.3	2,066.3
업체수(개)	534	847	3,083	-	-	7,019	8,013	13,151
증가지수	100	158.6	577.3	-	-	1314.4	1,500.6	2,462.7
국영·집체업체수(개)	362	783	1,569	-	-	1,437	694	805
증가지수	100	216.2	433.4	-	-	397	191.7	222.4
개인업체수(개)	172	297	1,978	-	-	5,582	7,319	12,346
증가지수	100	172.7	1,115	-	-	3,245.3	4,255.2	7,177.9

자료: 中國統計出版社, 1996, 延吉市統計年鑒 1995.
延吉市商業局, 1989, 延吉市商業志, 23.

개혁개방정책에 의해 정부는 종래의 상업관리 체계를 대대적으로 개혁하였다. 즉, 첫째, 소유체제를 개혁하여 개혁전에 허용되지 않던 私營商業을 허용하고 장려하였다. 이러한 정책은 연길시에서도 개인 소유업을 급속히 증가시켜 상업 및 서비스업의 발달을 부추기는 결정적인 계기가 되었다. 이것은 <표 3>에서 보는 바와 같이 1980~1994년 기간에 국영·집체 업체수는 약 2배의 증가에 그쳤는데 반해 개인 업체수는 약 72배나 증가되었으며, 더욱이 1994년 현재 사영상업 종사자수가 전체 종사자수의 62.8%를 점하고 총판매액의 43.7%를 점하고 있다는 사실(延吉市商業局, 1989, 29~40; 中國統計出版社, 1996, 40)에서 잘 알 수 있다. 둘째, 유통경로를 다각화하였다. 개혁개방전에는 대부분의 상품은 공급범위, 공급대상 및 공급가격이 국가에 의해 고정되어 있었고, 또한 상품은 각급 행정구역을 단위로 1, 2, 3級의 체계에 따라 단일 경로로 유통되었기 때문에 원활한 유통이 이루어지지 않았다. 그러나 개혁개방이후에는 國營都賣商業의 각 계층별 공급체계를 폐지하고 행정구역에 관계없이 가까운 곳에서 상품을 구매할 수 있도록 하여 상업의 발달을 촉진시켰다. 셋째, 농산물의 유통이 자유로워 졌다. 즉, 과거의 농업체제를 개혁함으로써 농민들이 자체

생산한 농산품 중 일부는 국가에 상납하고 나머지는 시장에서 자유로이 판매할 수 있게 되어 농산물 시장이 활기를 띠게 되었다는 것이다.

(2) 한국과의 교류요인

중국의 개혁개방과 1992년의 한·중 수교는 그동안 단절되어 있었던 연변과 한국간의 인적교류에 일대 전환을 가져다주었다. 1986년 연변을 방문한 한국인의 수는 27명밖에 되지 않았으나, 1990년에는 9천 여명, 1994년에는 5만 여명으로 증가되었으며, 1996년에는 백두산관광을 위해 찾는 한국인 관광객이 약 10만 여명에 달하여 같은 해 한국인들이 연길에서 소비한 금액만 해도 약 5000만 달러에 이른다고 한다(매일신문, 1997. 1. 22일자). 그리고 1980년대 말부터 시작된 연변동포들의 '한국 나들이'는 그들을 경제적으로 부유하게 하였다. 한 조사에 의하면, 근 10년간 연변에서 약 8만 여명이 '한국 나들이'를 하였으며, 한 사람이 평균 3000달러를 벌었다고 볼 때, 연변 동포들은 그 동안 약 2.4억달러의 외화수입을 올린 것으로 추산된다(김종국, 1996, 17). 이에 따라 현재 연길시에서 개인이 경영하는 음식점 중 60%이상은 한국에서 돈을 벌어난 사람들이 경영하고 있을 정도이다. 이렇게 볼 때, 연길에서의 한

국관광객들의 소비와 '한국 나들이'를 한 연변동포들의 상업 및 서비스업에 대한 투자가 연길시의 상업 및 서비스업의 발전에 큰 영향을 주었다는 것은 명백하다.

(3) 소득향상 요인

개혁개방이래 중국의 경제가 급속히 발전하고, 또한 한국과의 교류요인에 따라 연길시 주민들의 소득 및 생활수준도 현저히 제고되었다. 연길시의 1인당 GNP는 1978년의 489위안(元)에서 1994년에는 5,582위안(元)으로 약 11배나 증가되었다(中國統計出版社, 1996). 이와 같은 소득향상은 주민의 상품과 서비스에 대한 수요를 그만큼 확대시켜 상업 및 서비스산업의 발전에 크게 기여하였다는 것이다.

3. 상업 및 서비스업의 지역구조와 입지적 특성

1) 상업 및 서비스업의 지역구조

Davis방법에 의해 각 구역별 상업 및 서비스업의 업종별 중심성치(한 도시지역에 입지한 특정기능 또는 업종의 총 업체수에 대한 그것의 1개의 백분비 즉, 입지계수에다가 특정구역의 특정기능의

업체수를 곱한 것의 값으로서, 이는 특정구역에 입지한 특정기능의 한 도시지역에 대한 상대적 입지집중도를 의미함)를 구하고, 각 구역별 각 기능의 중심성치를 합하여 각 구역의 기능지수(특정구역에 입지한 전체 기능 또는 업종의 한 도시지역에 대한 상대적 입지집중도)를 계산하였으며, 이것의 크기에 따라 차례로 배열하고, 각 구역의 시설수(업체수)와 업종수를 나타낸 것이 <표 4>이다. <표 4>에서 기능지수가 높은 구역은 대체로 시설수와 업종수도 많고, 기능지수가 낮은 구역은 시설수와 업종수도 적음을 알 수 있다. 그러나 구체적으로 보면 모든 구역이 이러한 패턴을 나타내는 것은 아니다. 즉, 한 구역에 입지계수가 낮은 업종이 많이 입지하면, 비록 그 구역의 시설수는 많더라도 기능지수는 상대적으로 낮아진다. 예를 들면 하남4구역에는 음식점, 여관 등과 같이 비교적 입지계수가 낮은 업종이 많이 입지하여, 시설수는 신흥2구역보다 많지만 기능지수는 낮게 나타난다.

이와 같은 연길시의 상업 및 서비스업의 각 구역별 상대적 입지집중도의 합계, 곧 기능지수를 이용하여 그것의 계층적 지역구조 또는 지역분화를 파악하기 위하여 본 연구에서는 군집분석(cluster analysis)가운데 계층적 군집분석(hierarchical cluster analysis)을 시도하였다. 그 결과 23개

표 4. 각 구역의 기능지수와 시설수 및 업종수

구역	기능지수	시설수	업종수	구역	기능지수	시설수	업종수
신흥3	723.46	2,937	33	연남2	97.13	453	19
진학2	701.85	833	35	하남1	80.06	227	15
신흥2	306.56	479	31	조양2	77.89	246	18
진학1	271.12	473	31	연서1	75.41	144	20
하남2	239.95	568	28	북산3	57.12	165	17
하남4	215.03	492	30	하남3	56.03	116	13
공원2	185.11	286	27	연서2	36.08	253	11
북산2	140.56	307	24	연남1	22.97	110	12
신흥1	134.88	320	23	공원1	19.75	86	9
건공1	124.33	275	28	건공3	14.22	59	8
조양1	108.92	249	20	건공2	12.44	123	7
북산1	99.17	313	22	합계	3,800.00	9,514	38

구역은 3개의 의미 있는 계층지역으로 구분되었으며, 최상위지역에는 신흥3구역과 진학2구역이, 그 다음 중위지역에는 신흥2구역, 진학1구역, 하남2구역, 하남4구역, 공원2구역이, 마지막 하위지역에는 나머지 16개 구역이 포함되는 것으로 나타났다. 이에 따르면 연길시의 상업 및 서비스업의 지역구조는 최상위지역에 속하는 핵심 상업·서비스업지역(이하 핵심지역이라고 칭함), 중위지역에 속하는 중간 상업·서비스업지역(이하 중간지역이라고 칭함), 그리고 하위지역에 속하는 주변 상업·서비스업지역(이하 주변지역이라고 칭함) 등의 3구조로 분화되어 있다는 것을 알 수 있다(표 5 참조). 이를 그림으로 나타내면 <그림 3>과 같다. 이러한 3개 지역의 상업 및 서비스업의 지역적 특성을 살펴보면 다음과 같다.

핵심지역에 속하는 신흥3과 진학2 구역은 다른

구역보다 기능지수가 현저히 높아 연길시의 상업 및 서비스업에 있어서 핵심지역의 조건을 구비하고 있고, 또한 지리적으로 시가지의 도심에 위치하고 있어(그림 3 참조), 도시지리학적으로 볼 때 연길시의 중심업무지구(central business district)에 해당한다고 볼 수 있다. 연길시에서 유일하게 중심상가지구로 지정(1985년)된 解放路商街도 이 지역에 위치한다. 또한 이 지역은 예전부터 연길시의 구시가지 중심에 해당하는 局子街지역이다. 따라서 연길시는 신흥3과 진학2구역을 중심으로 시가지가 외연적으로 확대·개발돼 왔다는 것을 알 수 있으며, 그 결과 현재 연길시는 도시의 지역구조 또는 공간구조에서 단핵도시구조를 형성하고 있다.

이 지역이 핵심지역을 이루게 된 것은 개혁개방 정책과 관련이 깊다. 해방후 오랫동안 중국의 도시

표 5. 연길시 상업 및 서비스업의 지역구조

	핵심지역	중간지역	주변 지역
구역	신흥3, 진학2	신흥2, 진학1, 하남2, 하남4, 공원2	북산2, 신흥1, 건공1, 조양1, 북산1, 연남2, 하남1, 조양2, 연서1, 공원1, 하남3, 북산3, 연서2, 연남1, 건공2, 건공3

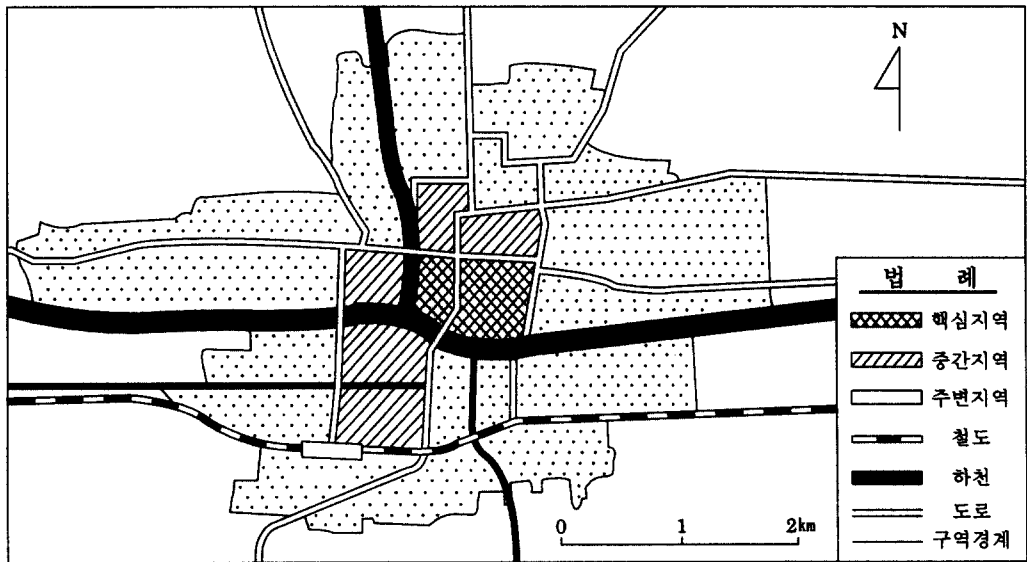


그림 3. 연길시 상업 및 서비스업의 지역구조

공간구조는 국가정책에 의해 조정되었다. 과거에는 시장경제를 무시하고, 주민들의 생활편의를 도모할 목적에서, 도시내의 계기능을 균형적으로 입지시키는 평균주의 원칙에 따라 배치하였다. 따라서 도시내 각 기능은 비교적 균형적으로 입지·분포하였다. 그러나 근년에 와서 시장경제체제의 도입으로 각 상업 및 서비스기업들은 자유로운 입지가 가능해졌다. 이에 따라 최근에 특히 개인소유의 상업 및 서비스기업들은 자본주의사회의 도시에서와 마찬가지로 소비자의 접근이 용이하여(연길시 26개 버스노선 중 20개 노선이 이 지역을 통과함) 높은 수요와 수익이 예상되는 도심부로의 입지를 지향하고 있다는 것이다.

중간지역에 속하는 구역은 모두 핵심지역의 남북방향 주변에 위치하고 있는데, 이것은 핵심지역 인근의 시내 간선교통망이 그러한 방향으로 형성되어 있어서(그림 3 참조) 도심의 영향력이 이 지역으로 팽창하기 때문이다. 이러한 경향은 자본주의 사회의 도시상업기능의 공간구조에서도 잘 나타나고 있다. 이 지역은 오래 전부터 시가지(주로 주거지역)로 개발된 지역이었으나, 최근에 들어와 각종 상업 및 서비스시설이 많이 입지하고 있는 지역으로서 핵심지역에 비하면 그 양과 질에서 훨씬 못 미치는 중간적 성격의 상업 및 서비스지역이라고 할 수 있다. 한편 중간지역 가운데 도심에서 상대적으로 멀리 떨어져 있는 하남4구역이 이 중간지역으로 구분된 것은 延吉驛의 입지로 인해, 다른 구역에 비해 여관과 음식점 등의 서비스업시설이 상대적으로 많이 입지하고 있기 때문이다.

주변지역은 나머지 16개 구역을 포함하는 지역으로서 핵심지역과 중간지역의 주변부에 넓게 분포해 있다. 이 지역의 대부분은 과거에는 시가지가 아니었으나, 80년대 이후 연길시의 급속한 인구증가와 더불어 새로이 시가지로 개발된 지역이다. 이 지역은 주로 주거지역으로 개발돼 있으나, 대부분의 공장과 학교시설도 이 지역에 입지하고 있다. 따라서 거주민과 근로자 및 학생들이 사용하는 일상적인 상품과 서비스를 공급하는 시설들이 곳곳에 분산적으로 입지하고 있어 주변적인 상업 및 서비스지역이라고 할 수 있다.

2) 상업 및 서비스업의 지역별 입지특성

상업 및 서비스업의 3개 지역별 입지특성을 분석하기에 앞서, 먼저 분석대상 상업 및 서비스업종을 업태별로 분류하였다. 업태분류의 방법에는 여러 가지가 있지만, 본 연구에서는 한국표준산업분류(KSIC)에 따라 분류하되 분석대상 상업 및 서비스업종의 제한된 자료로 KSIC의 2차 또는 3차 분류를 고려하여 13개의 업태로 분류하였다(표 6. 참조). 이러한 분류에 따라 다시 <표 6>과 같이 각 업태별 각 업종의 지역별 중심성치(상대적 입지집중도)의 100분비 구성비를 구하여 상업 및 서비스업의 지역별 입지특성을 분석·파악하고자 하였다. 이를 각 업태별로 나누어 살펴보면 다음과 같다.

(1) 종합소매업

종합소매업의 중심성치의 지역별 평균 구성비는 핵심지역(46.2%), 중간지역(30.9%), 주변지역(22.9%)의 순으로 나타나, 도심지(CBD)에 해당하는 핵심지역에 상대적으로 많이 집적하여 도심지향 입지업태임을 알 수 있다. 종합소매업 중 각 업종별 입지성향을 살펴보면, 백화점은 일반적으로 접근성이 좋은 CBD지대에 입지하는 특성이 있는데, 연길시는 이와는 약간 다른 패턴을 보여 중간지역(60.0%)에서 가장 높은 구성비를 보이고 있다. 연길시에는 百貨大樓, 國際貿易大廈(국제무역빌딩), 第二百貨商店, 第三百貨商店, 第四百貨商店 등 5개 백화점이 분포한다. 이 중 國際貿易大廈를 제외한 다른 4개는 개혁개방전에 입지한 것으로서, 핵심지역(진학2구역의 百貨大樓, 第二百貨商店)과 중간지역(하남2구역의 第三百貨商店, 공원2구역의 第四百貨商店)에 각각 2개씩 입지해 있고, 國際貿易大廈는 개혁개방후 중간지역의 신흥2구역에 입지하고 있다. 따라서 연길시에서는 중간지역의 입지비율이 핵심지역의 그것보다 높게 나타났다. 그러나 5개 백화점 중 매출액 규모에서 최대이고 역사가 가장 오래된 延吉百貨大樓(1950년에 설립)와 두 번째로 규모가 큰 國際貿易大廈가 도심(핵심지역과의 경계 도로에 입지)에 입지하고 있으며

표 6. 각 업태와 업종의 지역별 중심성치 구성비(%)

업 태	업 종	핵심지역	중간지역	주변지역	합 계
1 종합소매업	백 화 점	40.00	60.00	0.00	100.00
	증점시장	70.00	20.00	10.00	100.00
	일반시장	11.12	22.21	66.67	100.00
	종합상점	63.67	21.19	15.14	100.00
	평 균	46.20	30.85	22.95	100.00
2 음식료품소매업	부식품상점	35.90	28.22	35.88	100.00
	소 매 점	14.61	22.76	62.63	100.00
	평 균	25.25	25.49	49.26	100.00
3 비식용일반소매업	복 장 점	92.82	5.07	2.11	100.00
	화장품점	61.21	23.40	15.39	100.00
	약 방	23.20	23.37	53.43	100.00
	가전용품점	54.60	24.97	20.43	100.00
	오금상점	47.80	13.05	39.15	100.00
	건축재료상점	18.51	44.44	37.05	100.00
	서 점	28.10	31.26	40.64	100.00
	평 균	46.60	23.70	29.70	100.00
4 공공행정	시정부 청사	100.00	0.00	0.00	100.00
	기타관공서	35.00	35.00	30.00	100.00
	평 균	38.34	48.64	13.02	100.00
5 기타사업관 련서비스업	변호사사무소	26.66	60.00	13.34	100.00
	외지기업주재사무소	50.02	36.38	13.60	100.00
	평 균	38.34	48.64	13.02	100.00
6 연구개발업	연 구 소	27.36	27.64	45.00	100.00
7 금 용 업	은 행	60.00	40.00	0.00	100.00
8 숙박 및 음식점업	일반음식점	25.60	34.29	40.11	100.00
	고급음식점	48.33	36.66	15.01	100.00
	호 텔	32.30	47.12	20.58	100.00
	여 관	15.08	58.35	26.57	100.00
	나이트클럽	43.75	37.50	18.75	100.00
	다 방	30.00	60.00	10.00	100.00
	평 균	32.51	45.65	21.84	100.00
9 보 건 업	병 원	21.43	39.32	39.25	100.00
10 오락 및 문화산업	영 화 관	57.10	28.60	14.30	100.00
	비디오감상실	33.33	18.52	48.15	100.00
	무 도 장	60.00	20.00	20.00	100.00
	노 래 방	33.70	42.34	23.96	100.00
	전자오락실	26.60	26.01	47.39	100.00
	평 균	42.15	27.09	30.76	100.00
11 여행알선서비스업	여 행 사	50.00	32.11	17.89	100.00
12 교육서비스업	대 학 교	0.00	0.00	100.00	100.00
	중 학 교	6.25	31.25	62.50	100.00
	소 학 교	17.50	41.20	41.30	100.00
	평 균	7.92	24.15	67.93	100.00
13 기타서비스업	이·미용소	25.60	34.29	40.11	100.00
	복 사 점	48.33	36.66	15.01	100.00
	소비용품수리·수선점	32.30	47.12	20.58	100.00
	평 균	35.41	39.36	25.23	100.00
	전 체 평 균	37.74	32.5	29.76	100.00

로, 연결에서도 백화점은 도심지향 입지가능이라고 볼 수 있다.

중점시장과 종합상점은 각각 핵심지역이 70.0%와 63.7%로 나타나 이들 업종은 도심지향 입지가 강하다. 이들 업종은 대부분 개혁후 설립된 것으로서, 이들은 양호한 접근도에 의한 도심의 입지적 이점을 이용하기 위해 이곳에 입지한 것으로 생각된다. 그 중 신흥3구역은 중점시장이 가장 많이 입지한 구역으로서, 여기에는 4개의 중점시장(西市場, 地下市場, 麗都特貿市場, 技術市場)이 입지하고 있어 시장특화지역이라고 해도 과언이 아니다. 특히 서시장은 시장건축면적에서 중국의 동북 3성에서 가장 큰 시장으로서 건축면적이 52,200 m²에 달한다. 따라서 중점시장은 핵심지역이 연결시의 상업중심지역으로 발전하는데 중요한 요인으로 작용하였다.

일반시장의 구성비는 주변지역(66.7%)이 가장 많아 중점시장과 종합상점의 입지와는 반대의 패턴을 보인다. 이러한 패턴이 나타나는 것은 일반시장이 주로 일상적인 기초식품을 취급하고 있어서, 주로 주거지역인 주변지역에 많이 입지하고 있기 때문이다.

(2) 음식료품소매업

음식료품소매업은 소비자와 직접적인 접촉을 통해 일시적인 수요에 응해야 하는 성격의 업태로서 소비자에 대한 비용, 거리, 시간에 의해 입지가 좌우된다. 음식료품소매업의 지역별 평균 구성비는 주변지역(49.3%), 중간지역(25.5%), 핵심지역(25.3%)의 순으로서 소비자의 거주지역과 가까운 비도심지역에 분산입지하는 경향을 나타내고 있다. 그중 부식품상점은 지역별 구성비가 비슷하게 나타나고, 핵심에서의 점유비(35.9%)도 적지 않아서 뚜렷한 비도심지향 입지라고 볼 수도 없다. 소매점의 구성비는 주변지역(62.6%)에 가장 많아 뚜렷한 비도심지향 입지를 나타내고 있다. 주민들의 이용이 잦은 일상적인 생활용품과 식료품을 판매하는 소매점은 전체 조사업종 중 업체수(2,216)가 가장 많은 업종으로서 주로 주택지역에 입지하고 있다.

(3) 비식용일반소매업

비식용일반소매업은 지역별 평균 구성비가 핵심지역(46.6%), 중간지역(23.7%), 주변지역(29.7%)으로 나타나 도심지향 입지를 나타내고 있다. 먼저 복장점 또는 의류점·신발판매점은 핵심지역의 구성비가 92.9%로 나타나 도심지향 입지가 매우 강한 업종이다. 복장점은 이용하는 빈도수가 높을 뿐 아니라 選買品이기에 동종간의 집적은 소비자로서 하여금 선택의 기회를 많이 제공한다. 따라서 복장점은 소비자가 집중하는 도심지역에 집적하여 입지하려고 한다. 도심지역 중에서도 신흥3구역에 가장 많이 입지(90.3%)해 있는데, 이 구역에는 시장이 집중 분포하여 시장내에 많은 복장점이 그러한 입지에 반영되었기 때문이다.

가전용품점은 핵심지역에서의 구성비가 54.6%로서 도심지향 입지가 강한 업종이다. 핵심지역 중에서도 신흥3구역(38.7%)에 가장 많이 입지해 있다. 이는 중국에서는 아직도 가전용품이 비교적 고가상품이고 구매빈도가 낮기 때문에 잠재적 고객이 많은 도심지에 입지하는 경향이 있기 때문이다.

화장품점의 지역별 구성비는 핵심지역이 61.2%로서 도심지향 입지가 강한 업종이다. 이러한 패턴이 나타나는 것은 한국의 도시에서와는 달리 중국 또는 연결시에서는 도심에 입지하고 있는 백화점이나 중점시장과 같은 대형 상업시설에서 화장품을 주로 판매하고 있기 때문이다.

약방은 주변지역에서 가장 높은 구성비(53.4%)를 나타내고 있어 비도심입지 업종이라고 할 수 있다. 이는 약방이 주민들의 일상생활과 밀접히 관련되어 있어서 주민 또는 고객이 거주하는 지역(주택지)에 입지하려는 경향이 있기 때문이다. 그런데도 좁은 핵심지역에 23.2%가 입지해 있는 것은 연변이 약품공업이 발달한 지역인데다가 최근에 많은 관광객(한국인)들이 보신용 의약품을 많이 찾기 때문이라고 생각된다.

오금상점 즉, 철물상점은 23개 구역 중 12개 구역에만 입지하고 있으나, 이 12개 구역중 핵심지역에 해당하는 진학2구역(30.4%)과 신흥3구역(17.4%)에 가장 많이 입지하고 있어 도심지향 입지성향을 보이고 있다. 이는 중급도시 연결에서는

오금상점에서 주로 취급하는 공구, 자전거부품, 문류 등에 대한 주민들의 구매빈도가 비교적 낮고 수요도 많지 않아 접근성이 좋은 도심에 입지하는 것이 최소요구치(threshold)의 충족에 유리하기 때문이라고 생각된다.

건축재료상점(핵심지역 18.5%, 중간지역 44.4%, 주변지역 37.1%)은 비도심지향 입지를 나타내고 있는데, 이는 건축재료(벽지, 사시, 유리, 타일 등)가 부피가 크고 운반이 용이치 않으며, 또한 비도심지역에서 건축이 활발함에 따라 이들 상품에 대한 수요가 많은 지역에 가까이 입지하려는 경향이 있기 때문이다.

서점은 주변과 중간지역의 구성비가 각각 40.6%와 31.3%로 나타나 비도심지향 입지를 보이고 있다. 이는 서점의 대부분이 잡지와 신문 및 소설 등을 주로 판매하고 있어 일상적인 수요가 많은 주택지역에 주로 입지하려는 성향이 있기 때문이다.

(4) 공공행정

공공행정의 지역별 평균 구성비에서는 핵심지역(67.5%)이 가장 높게 나타나 뚜렷한 도심지향 입지를 나타내고 있다. 공공행정은 도시전역의 시민을 상대로 하기 때문에 주로 교통이 편리한 도심지역의 중앙부에 입지한다. 특히 도시행정의 최고기관인 시청부청사가 그러하다. 기타관공서는 3개 지역에 비교적 고르게 분포되어 있으나, 핵심(35.0%)과 중간(35.0%)에 상대적으로 많이 입지하여 이 또한 도심지향 입지를 나타낸다고 볼 수 있다.

(5) 기타 사업관련서비스업

기타 사업관련서비스업의 지역별 평균 구성비는 중간지역(48.4%)과 핵심지역(38.3%)에서 높게 나타나 도심에 가까이 입지하려는 성향을 보이고 있다. 그 중에서 변호사사무소는 비록 중간지역에서 60.0%의 집중도를 보이고 있으나, 그 대부분은 핵심지역과 매우 가까운 곳에 입지해 있고, 외지기업주재사무소는 핵심지역(50.0%)과 중간지역(36.4%)에서 높은 구성비를 나타내고 있다. 외지기업주재사무소는 타지역의 기업이 연결시에 설립

한 支社 성격의 사무소로서, 自社의 상품을 홍보·판매하기 위하여 설립한 것이기 때문에, 그 목적에 유리한 도심지에 입지한 것으로 생각된다.

(6) 연구개발업

연구개발업의 지역별 평균 구성비는 주변지역(45.0%), 중간지역(27.6%), 핵심지역(27.4%)의 순으로 나타나 비도심지향 입지를 보이고 있다. 이는 연구개발업(연구소)이 비교적 넓은 대지와 낮은 지가 및 조용한 환경 등과 같은 입지적 특성을 필요로 하여 도심에서 벗어나 입지하려고 하기 때문이다.

(7) 금융업

금융업의 지역별 평균 구성비는 핵심지역(50.0%)과 중간지역(40.0%)이 전체의 90%를 점하여 도심지향 입지를 보이고 있다. 은행이 가장 많이 입지한 구역은 핵심지역의 전학2구역(30.0%)으로서 특정지역에 집중입지하고 있다.

(8) 숙박 및 음식점업

숙박 및 음식점업의 지역별 평균 구성비는 중간지역(45.7%), 핵심지역(32.5%), 주변지역(21.8%)의 순으로 나타나 전체적으로는 도심지향 입지를 나타내고 있다. 그러나 업종별로 보면 상이한 입지 특성을 보이고 있다.

일반음식점은 서민층이 보편적으로 이용하는 음식점으로서, 주변지역과 중간지역의 구성비가 각각 40.1%, 34.3%로서 비도심지향 입지를 나타내고 있다. 이에 비해 고급음식점의 구성비는 핵심지역(48.3%)과 중간지역(36.7%)에 집중되어 일반음식점과는 반대의 패턴을 나타낸다. 이는 고급음식점이 도심의 업무관리기능에 종사하는 사람들을 주 고객으로 삼고 있기 때문이다. 한편 고급음식점은 핵심지역의 신흥3구역(35.0%)에 가장 많이 분포해 특정지역에 집중입지하고 있다.

호텔은 중간지역과 핵심지역에서의 구성비가 각각 47.1%, 32.3%로서 전체적으로 도심지향 입지성격을 나타내고 있다. 그러나 여관은 비도심 입지경향이 강해 중간과 주변지역에 전체의 84.9%가 입지하고 있다. 특히 중간지역의 구성비(58.4

%)가 높은 것은 기차역이 입지하고 있는 하남4구역에 여행객을 대상으로 하는 여관이 집적해(30.1%) 있기 때문이다.

나이트클럽의 지역별 구성비는 핵심지역과 중간지역이 각각 43.8%, 37.5%로서 도심지향 입지를 보인다. 나이트클럽은 호텔 및 고급음식점을 이용하는 소비자들이 주로 이용하므로 호텔 및 고급음식점이 입지한 지역에 근접입지하려고 하기 때문이다. 그리고 다방은 중간지역과 핵심지역이 각각 60.0%, 30.0%의 구성비를 점하고 있어 도심지향 입지라고 볼 수 있다. 최근에 등장한 다방은 아직 그 수(10개소)가 많지 않지만 접근도가 좋고 통행인구가 많은 도심부로 입지하려는 성향을 보이고 있다.

(9) 보건업

보건업은 중간지역과 주변지역에서의 구성비가 각각 39.3%, 39.3%로서 비도심지향 입지를 나타낸다. 보건업도 약방의 입지와 마찬가지로 이용자(주민)의 주거지와 밀접히 관련되어 있으므로 비도심지향 입지를 보인다. 한편 연길에서 가장 큰 연변병원은 중간지역에 속하는 신흥2구역에 입지해 있다.

(10) 오락 및 문화업

오락 및 문화업의 지역별 평균 구성비는 핵심지역(42.2%), 주변지역(30.7%), 중간지역(27.1%)의 순으로서 전체적으로 도심지향 입지를 나타낸다. 그 중 영화관은 핵심지역과 중간지역이 각각 57.1%, 28.6%로서 도심지향 입지가 강하다. 비디오감상실과 전자오락실은 각각 주변지역에서의 구성비(48.2%, 47.4%)가 가장 높게 나타나 비도심지향 입지를 보이고 있다. 이는 비디오감상실과 전자오락실을 중·고등학생과 소학생들이 주로 많이 이용하고 있어서 주택지역이나 학교 주변에 많이 입지하기 때문이다. 노래방은 중간과 핵심지역에서의 구성비가 각각 43.2%, 33.7%로 가장 높게 나타나 전체적으로 도심지향 입지를 보인다. 이는 숙박 및 음식업의 이용자가 노래방의 주 이용자여서 전자에 가까이 입지하려고 하기 때문이다. 무도장은 핵심지역에서 상대적으로 높은 구성

비(60.0%)를 나타내 도심지향 입지를 보이고 있다.

(11) 여행알선서비스업

여행알선서비스업의 지역별 평균 구성비를 보면, 핵심지역(50.0%), 중간지역(32.1%), 주변지역(17.9%)의 순으로 나타나 도심지향 입지가 강하다. 여행알선업에 속하는 여행사는 연길시의 경우 주로 외국 및 타지역 여행자를 상대로 서비스를 제공하고 있어 이들이 숙박하는 호텔내에 입지하거나 호텔과 가까운 곳에 근접입지하려고 하기 때문이다.

(12) 교육서비스업

교육서비스업의 지역별 평균 구성비는 주변지역(67.9%), 중간지역(25.2%), 핵심지역(7.9%)의 순으로 나타나 강한 비도심지향 입지를 보인다. 이는 교육서비스업(학교)의 수요자(학생)가 주거지역에 분산되어 있으므로 그곳에 많이 입지한 결과이다. 그중 대학교의 캠퍼스는 모두 주변지역에 위치하여 비도심입지가 가장 강하며, 다음으로 중·고등학교, 소학교 순이다.

(13) 기타 서비스업

기타 서비스업의 지역별 평균 구성비는 핵심지역(35.4%)과 중간지역(39.4%)에서 높게 나타나 전체적으로 도심지향 입지를 나타낸다. 복사점은 핵심지역(48.3%)에서 가장 높아 도심지향 입지를 보이고 있는데, 복사점은 도시의 업무관리기능과 밀접한 관련이 있다. 소비용품 수리·수선점은 중간과 핵심지역에서의 구성비가 각각 47.1%, 32.3%로서 도심지향 입지를 보였다. 이 가운데 자전거 수리점은 도시에 상대적으로 많이 입지하고 있는데, 이는 자전거가 도심으로의 교통수단으로 많이 이용하고 있기 때문이다. 그리고 신발수선점과 가전용품 수리점도 통행인구가 많고 접근도가 좋은 도심지역에 상대적으로 많이 입지한다. 이·미용소는 주변지역과 중간지역에서의 구성비가 각각 40.1%, 34.3%로서 비도심지향 입지(주거지역)를 보인다.

이상에서 살펴본 바에 의하면, 연길시의 상업

및 서비스업 가운데 종합소매업, 비식용일반소매업, 공공행정, 기타 사업관련서비스업, 금융업, 숙박 및 음식업, 오락 및 문화업, 여행알선서비스업, 기타 서비스업 등의 업태 또는 기능은 핵심지역과 중간지역에 집중입지하고 있어 도심지향 입지를 나타내고, 그 나머지 업태 즉, 음식료품소매업, 연구개발업, 보건업, 교육서비스업 등은 주변지역과 중간지역에 집중입지하여 비도심지향 입지를 보이고 있다는 것을 알 수 있다. 그러나 각 업태에 속하는 38개 업종별 입지특성은 업태별 입지특성과는 조금 다르게 나타났다. 이를 도심지향과 비도심지향 입지업종으로 나누어 정리해 보면 <표 7>과 같다. 한편 38개 업종 가운데 개혁개방이후에 연길시에 새로이 출현한 업종은 중점시장, 변호사사무소, 고급음식점, 호텔, 나이트클럽, 다방, 무도장, 노래방, 여행사, 복사점, 일반시장, 소매점, 비디오감상실, 전자오락실 등이다. 이 중에서 소매점, 비디오감상실, 전자오락실을 제외한 11개 신흥업종이 도심지향 입지로 나타나 이들 업종이 연길시의 핵심 상업·서비스업지역 또는 도심지(CBD)형성에 크게 작용한 것으로 판단된다.

여성 51.7%로 구성되어 있고, 학력수준은 대졸 12.0%, 고졸 26.4%, 중졸 37.4%, 초졸 14.2%로서 성비와 학력에서 전체 주민의 대표성을 비교적 잘 반영하고 있다. 설문조사에서는 앞에서 분석 대상이 된 상업 및 서비스시설에서 구매·이용할 수 있는 상품 및 서비스업종 중에서, 주민들의 생활과 밀접히 관계가 있는 주요한 12개 업종의 각각에 대해 소비자들이 23개 구역중 주로 어느 한 구역에서 구매·이용하는가를 조사하였다. 그러나 본 조사자료의 일부 업종에서 앞에서 분석한 지역 구조에서는 입지하지 않았던 구역에 이용자가 나타나는 것은, 본 조사의 조사시점(1996년 12월 현재)과 상업 및 서비스시설의 입지자료(1994년 현재)와의 차이로 인해 일부 업종이 그 사이에 새로이 입지하였기 때문이다.

<표 8>은 주요 상품 및 서비스시설에 대한 피조사자(690명)들의 구역별 이용자수를 앞에서 구분된 3개 지역별로 정리한 것이다. 표의 우단 합계수에서 보는 바와 같이 이용자의 행태에서도 앞서와 같은 3계층의 지역구조가 잘 나타남을 알 수 있다. 더욱이 이러한 사실을 검증하기 위해서 각

표 7. 연길시의 도심지향과 비도심지향 입지업종

도심 지향 업종	백화점, 중점시장, 종합상점, 복장점, 화장품점, 가전용품점, 오금상점, 시정부청사, 기타관공서, 변호사사무소, 외지기업주재사무소, 은행, 고급음식점, 호텔, 나이트클럽, 다방, 영화관, 무도장, 노래방, 여행사, 복사점, 소비용품수리·수선점, (부식품상점)
비도심 지향 업종	일반시장, 소매점, 약방, 건축재료상점, 서점, 연구소, 일반음식점, 여관, 병원, 비디오감상실, 전자오락실, 대학교, 중학교, 소학교, 이·미용소, (부식품상점)

주 : 부식품상점은 핵심지역과 중간지역의 구성비와 중간지역과 주변지역의 구성비가 거의 동일하여 도심지향과 비도심지향 입지 업종 두 가지에 모두 속한다고 보았음.

4. 상품 및 서비스시설의 지역별 이용행태

본 장에서는 주민들의 주요한 상품 및 서비스시설에 대한 실제적인 이용행태를 통해서 앞장에서 구분된 상업 및 서비스업의 지역구조를 재확인하고, 또한 지역별 이용특성을 파악하기 위하여 주민들을 대상으로 행한 설문조사 내용을 분석·고찰하고자 한다. 피조사자들은 성별로는 남성 48.3%,

구역별 이용자수와 각 구역별 기능지수와와의 상관관계를 분석한 결과, 양자간에는 상관관계(상관계수 0.953)가 매우 높았다. 이러한 사실에서 볼 때, 연길시의 상업 및 서비스업은 핵심, 중간, 주변의 3개 지역구조를 형성하고 있다는 것을 재확인 할 수 있다. 이러한 3개 지역별 이용자 행태의 특성을 살펴보면 다음과 같다.

각 지역별 이용행태에서 핵심지역에 속하는 신

표 8. 주요 상품 및 서비스시설의 지역별 및 구역별 이용자수(명)

		복합	가전·용품	자전거	가구	시계	금·은·보석	약	쇠·돼지고기	서적	이·미용소	병원	노래방	합계
핵심 지역	신흥3	476	221	155	194	220	238	108	190	28	149	27	211	2,217
	진학2	87	357	398	293	283	275	60	40	34	54	95	63	2,039
중간 지역	신흥2	1	1	1	1	1	4	39	4	10	31	174	51	318
	진학1	4	14	19	36	8	12	35	14	262	27	29	18	478
	하남2	113	69	54	53	94	75	52	92	83	62	48	72	867
	하남4			1	31	14	4	16	18	11	31	10	50	186
	공원2	2	22	36	12	30	59	40	33	25	33	5	33	330
주변 지역	북산2	1		1	19	7	10	34	19	17	33	20	13	174
	신흥1						1	24	16	13	23	28	7	112
	건공1		1	1	10		3	27	28	23	30	26	32	181
	조양1				1	1		21	13	21	11	13	8	89
	북산1				2	1	1	20	5	7	32	22	20	110
	연남2	4		1	9	9		15	29	23	18	11	32	151
	하남1	1				2		42	3	11	25	82	20	186
	조양2	1	1	1	11	10	3	24	80	18	16	14	13	192
	연서1							31	32	16	9	35	2	125
	북산3			19	2	2	3	20	16	10	11	15	13	111
	하남3			1	4	3		14	16	21	18	3	3	83
	연서2							19	4		16	3	4	46
	연남1				8	5		1	8	13	30	8	3	76
	공원1		4					14	1	3	13	2	6	43
	건공3							20	15	19	6	4	2	66
건공2			2	4			2	14	14	22	12	16	14	100
계		690	690	690	690	690	690	690	690	690	690	690	690	8,280

자료: 현지 설문조사

홍3과 진학2구역에서 상품을 구매하거나 서비스시설을 이용한다는 응답자의 합계는 전체 8,280명 가운데 55.0%(4,256명)를 차지하여 이 지역에 입지한 시설의 기능지수 구성비(37.7%)보다 훨씬 더 높은 집중도를 보여주고 있다. 이와 같이 이 지역의 이용률이 높은 것은 조사 상품과 서비스시설의 업종선정에도 관련이 있으나, 핵심지역에 입지한 상업 및 서비스시설에서 제공되는 상품과 서비스의 질에 더 밀접히 관련돼 있을 것으로 생각된다. 따라서 핵심지역은 연길시에서 명실상부한 최고의 상업 및 서비스업 중심지역임을 확인할 수 있다.

중간지역에서 12개 업종에 대한 총 이용자수는 2,179명으로서 전체의 26.2%를 차지해 이 지역이 갖는 기능지수의 구성비(32.5%)보다 적게 나

타고 있다. 이는 핵심지역이 중간지역과 인접하고 있는 데다가 핵심지역이 더 다양하고 질 좋은 상품과 서비스를 제공하고 있어 주민들이 핵심지역을 더 선호하기 때문이다. 그런데 중간지역에 속하는 구역별 총 이용자수의 순위는 기능지수의 순위와 다른 양상을 보이고 있다. 다시 말해서 기능지수의 순위는 신흥2, 진학1, 하남2, 하남4, 공원2의 순으로 나타나지만, 이용자수에서는 하남2, 진학1, 공원2, 신흥2, 하남4의 순으로 나타나 하남2와 공원2구역은 상대적으로 순위가 크게 높아지고 신흥2구역은 상대적으로 순위가 크게 낮아진 것이다. 이것은 소비자의 유인력이 큰 시장과 백화점의 입지(하남2구역과 공원2구역에만 중점시장과 백화점이 있음)와 조사업종의 선정 및 심리적으로 침투투과장애(permeable barrier)요인으로 작용

할 것 같은 시내를 동서로 가로지르는 하천(布爾哈通河) 등이 주민의 이용에 영향을 미쳤을 것으로 사료된다.

주변지역에 대한 총 이용자수는 1,551명으로서 전체의 18.8%를 점유해 이 지역이 갖는 기능지수 구성비(29.8%)보다도 훨씬 더 적게 나타나고 있다. 이것 또한 주민들이 핵심지역에 입지한 상점과 서비스시설을 더 선호하고 있는데 원인이 있는 것 같다. 주변지역 가운데 특히 하남1과 조양2구역에서의 이용자수가 상대적으로 많은 것이 주목된다. 전자는 하남1구역에 입지한 큰 병원(延邊婦幼保健院)을 이용하는 주민(피조사자의 12.8%)이 많기 때문이고, 후자는 조양2구역에 입지한 도매시장(批發市場)에서 주민들의 상당수(피조사자의 11.6%)가 상대적으로 값이 싼 쇠·돼지고기를 많이 구매하기 때문이다.

5. 결론 : 투자입지전략 모색

본 연구에서는 중국에 대한 지역연구의 일환으로 우리 동포의 집단 거주지역인 연변의 중심지 연결시에 대한 상업 및 서비스업의 투자입지 전략을 찾기 위해서, 먼저 연결시의 상업 및 서비스업의 지역구조와 지역별 입지특성 및 이용자(주민)의 행태적 특성을 분석·고찰하였다. 그 결과를 요약하면 다음과 같다.

① 연결시에 입지한 상업 및 서비스시설 38개 업종을 대상으로 본 연구에서 구분한 23개 구역에 대해서, Davis의 중심지 중심성측정방법을 원용하여 기능지수를 구하고 이를 계층적 군집분석방법(hierarchical cluster analysis)에 의해 분석한 결과, 연결시의 상업 및 서비스업지역은 3계층지역으로 구분되어 나타났다. 최상위 계층지역에는 2개 구역(신흥3, 진학2), 중간 계층지역에는 5개 구역(신흥2, 진학1, 하남2, 하남4, 공원2), 최하위 계층지역에는 16개 구역(복산1, 복산2, 복산3, 신흥1, 건공1, 건공2, 건공3, 조양1, 조양2, 연남1, 연남2, 하남1, 하남3, 연서1, 연서2, 공원1)이 해당되는 것으로 나타났다. 최상위 계층지역은 도심에 위치하고 연결시에서 유일하게 중심상가지구로 지정된 해방로상가를 포함하고 있으며, 업무기

능, 종합상품 판매기능, 오락·문화기능, 고급 숙박 및 음식업기능 등이 탁월하게 나타나 연결시의 중심업무지구(CBD) 또는 '핵심 상업·서비스업지역'이라고 볼 수 있다. 중간 계층지역은 핵심지역의 주위에 남북방향으로 형성돼 있으면서, 최상위 지역의 입지기능과 최하위 지역의 입지기능이 혼재되어 있어 '중간 상업·서비스업지역'이라고 볼 수 있으며, 최하위 계층지역은 주민의 일상적인 생활과 관련된 상업 및 서비스기능(음식료품소매업, 보건업, 교육서비스업 등)이 특히 탁월하고 핵심과 중간지역의 주변에 넓게 분포되어 있어 '주변 상업·서비스업지역'이라고 볼 수 있다.

② 38개 업종에 대한 위의 3개 지역별 입지특성을 살펴본 결과, 업종별 입지는 도심지향과 비도심지향 입지로 대별해 볼 수 있었다. 도심지향 입지업종은 백화점, 중점시장, 종합상점, 복장점, 화장품점, 가전용품점, 오금상점, 시정부청사, 기타 관공서, 변호사사무소, 외지기업주재사무소, 은행, 고급음식점, 호텔, 나이트클럽, 다방, 영화관, 무도장, 노래방, 여행사, 복사점, 소비용품수리·수선점, (부식품상점) 등으로 나타났고, 비도심지향 입지업종은 일반시장, 소매점, 약방, 건축재료상점, 서점, 연구소, 일반음식점, 여관, 병원, 비디오감상실, 전자오락실, 대학교, 중학교, 소학교, 이·미용소, (부식품상점) 등으로 나타났다. 한편 이러한 38개 업종 가운데 개혁개방이후에 연결시에 새로이 입지한 업종은 중점시장, 일반시장, 무도장, 복사점, 여행사, 고급음식점, 나이트클럽, 호텔, 노래방, 다방, 소매점, 비디오감상실, 전자오락실, 변호사사무소 등의 14개 업종이다. 이 가운데 소매점, 비디오감상실, 전자오락실을 제외한 나머지 11개 업종은 도심지향 입지를 나타내 이들 신흥업종이 연결시 핵심 상업 및 서비스업 지역(CBD)형성에 크게 작용하였을 것으로 생각된다.

③ 주민들의 주요한 상품 및 서비스시설의 이용행태(이용자수)에서도 상업 및 서비스시설의 입지에 의해 구분된 3개 계층지역의 순으로 나타날 뿐 아니라, 상품 및 서비스시설에 대한 각 구역별 이용자수와 각 구역별 기능지수와의 상관관계도 높은 상관(0.953)을 보여 연결시의 상업 및 서비스업 지역의 (계층적)지역구조를 재확인 할 수 있었

다. 그러나 주민들의 이용자수는 핵심지역에서 55.0%를 차지하여 그 지역에서의 기능지수 구성비(37.7%)에 비해 상대적으로 높는데 반해, 중간지역과 주변지역에서의 이용률은 각각 26.2%와 18.8%로서 각 지역의 기능지수 구성비(각각 32.5%, 29.8%)에 비해 상대적으로 낮은 이용률을 나타내고 있다. 이는 핵심지역이 중간과 주변지역보다 더 다양하고 질 좋은 상품과 서비스를 제공하고 있어 주민들이 핵심지역을 더 선호하기 때문이다.

이러한 분석의 결과는 우리 기업이 연길시에 대한 상업 및 서비스산업의 투자전략을 세우는데 매우 유용한 정보로 이용될 수 있다. 해외투자에서 가장 중요한 것은 무슨 업종을 어디에 투자하는가이다. 이러한 점에서 본 연구는 앞에서 밝혀진 사실에 근거하여 우리 기업이 연길시에 어떤 업종을 어디에 입지시킬 것인지에 대한 투자전략을 세우는데 다음과 같은 정보와 시사점을 제공할 수 있다.

첫째, 투자에 적합한 업종은 앞에서 언급한 바 있는 도심지향 입지업종 가운데 백화점, 의류점(복장점), 신발점(본 연구에서는 자료관계상 복장점에 포함하여 분석되었음), 화장품점, 가전용품점, 기업(특히 무역)의 해외사무소, 고급음식점(한국의 체인형 대중음식점도 포함), 호텔, 나이트클럽, 노래방, 여행사 등과 비도심지향 입지업종 가운데 미용소, 비디오감상실, 전자오락실 등을 꼽을 수 있다. 왜냐하면 이러한 업종들은 외국의 투자가 자유로울 뿐 아니라 특히 개혁개방 이후에 그 대부분은 새롭게 출현하였으며, 또한 최근에 연변과 한국과의 활발한 상호 인적교류와 관계돼 급성장하고 있는 업종들이기 때문이다.

둘째, 이러한 투자적합업종들의 입지장소 선정에서는 연길시의 핵심 상업·서비스업 지역(신흥3, 진학2구역)으로 하되, 여의치 않을 경우에는 중간 상업·서비스업 지역(하남2, 공원2, 신흥2, 진학1구역)이라 하더라도 가급적 핵심지역에 가까운 곳에 입지전략을 세워야 할 것이다. 이것은 연길시의 상업 및 서비스업이 개혁개방 이후에 급속히 발전하여 이른바 핵심지역이 뚜렷한 상업·서비스업의 중심지역을 형성하고 있으며, 더욱이 주민들의 상

품구매 및 서비스시설 이용에서도 핵심지역의 그것을 더 선호하고 있기 때문이다.

끝으로, 중국의 개혁개방과 한·중 수교로 중국에 거주하는 우리 동포들의 집단거주지역인 길림성 연변조선족자치주와 그 중심지인 연길시에서는 그 동안 한국과의 다방면에서의 활발한 교류·협력으로 사회의 제부문에서 이른바 '한국 붐'이 일어나고 있다. 또한 연길시는 연변지역의 정치, 행정, 경제, 문화, 교육 등의 중심지일 뿐 아니라 개방도시이자 UN의 두만강유역개발의 외곽거점도시여서 급속하게 발전하고 있으며, 앞으로의 발전전망도 매우 밝다. 그러나 1997년 12월 현재 한국기업의 연길시에 대한 투자는 제조업부문 15개 업체(섬유업 1개, 의류 1개, 목재가공 1개, 화학 2개, 조립금속 1개, 전자 1개, 운수장비 1개, 식품가공 2개, 건축재료 2개, 기타 제조업 3개업체), 상업 및 서비스업부문 15개 업체(한식 음식점 3개, 숙박업(호텔) 1개, 오락(당구·볼링)업 1개, 무역업 2개, 교육업(과학기술대학과 직업훈련원) 3개, 보건업 2개, 자동차수리업 1개, 태권도장 1개, 포장서비스업 1개업체), 그리고 건설업 2개업체 등에 그치고 있다(구체적 자료는 The Best of Korea & China Internet Trading Center의 <http://www.shinbiro.com/~kis705/index.htm>을 참조할 것). 따라서 한국의 기업 또는 투자희망자들은 이미 진출한 상업 및 서비스업종과의 경쟁관계를 신중히 고려하면서 새로운 투자전략을 보다 적극적으로 모색하여야 할 것이다.

文 獻

- 강희정, 1992, 한국의 대중투자전략과 연변지역개발, **지역사회개발연구**, 17(2), 149~158.
- 김명준, 1994, 중국 연변 조선족 자치주에 대한 투자 전략에 관한 연구—인적 자원에 대한 투자를 중심으로, 서울대학교 행정대학원 석사학위논문.
- 金石柱, 1997, 中國 延吉市 商業 및 서비스업의 地域階層構造, 경북대학교 대학원 석사학위논문.

- 김종국, 1996, '한국나들이'가 남겨준 사색, **연변 녀성**, 2, 17.
- 김중배 · 김상호, 1992, 연변조선족자치주의 경제 · 무역발전전략 : 한국과의 경제합작을 중심으로, **국제상학**, 7, 67~97.
- 노철화, 1996, 연변조선족자치주의 대외경제개방, **부산대민족문제논총**, 5, 77~108.
- 서제일 · 최장호, 1991, 중국 연변 지역에서의 경공업 투자 활성화 방안, 산업 연구원.
- 이재하, 1997, 세계화시대에 적실한 지역연구방법론 모색, **한국지역지리학회지**, 3(1), 115~134.
- 이용수, 1995, 두만강하류지역의 개발 및 연변지역의 경제발전전략, **한양대경제연구**, 16(1), 315~338.
- 이용수, 1996, 중국연변지역의 공업현황 및 공업발전전략, **한양대경제연구**, 17, 135~155.
- 유희문, 1994, 중국 한인교포 지원정책에 관한 연구 : 경제적 측면, **배재대사회과학연구**, 11, 169~193.
- 한국농촌경제연구원(편), 1993, 중국 연변지역의 **농림수산업과 농촌유통**, 한국농촌경제연구원.
- 황규선, 1996, 연변조선족자치주 경제의 발전과 개방이후의 현황, **부산대민족문제논총**, 5, 25~52.
- 延吉市工商行政管理局, 1990, **延吉市工商行政管理局誌**.
- 中國統計出版社, 1996, **延吉市統計年鑒 1995**.
- 延吉市商業局, 1989, **延吉市商業誌**.
- 延吉市郵電局, 1995, **1995延吉市電局番號簿**.
- 中國統計出版社, 1989, **中國統計年鑒 1988**.
- 中國統計出版社, 1995, **中國統計年鑒 1994**.
- 沈惠淑 · 趙國柱, 1991, 延邊地名和朝鮮族遷入及其分布, **長白山地理論文集**, 延邊人民出版社, 222~232.
- Davis, W. J. D., 1967, Centrality and the Central Place Hierarchy, **Urban Studies**, 4, 61~79.

Investment and Locational Strategy to the Commerce and Service Industry in Yanji City, China

Jaeha Lee* · Shizhu Jin**

Summary

Yanji(延吉) city is the district seat of the Yanbian(延邊) Korean Autonomous District where is located in the Jilin(吉林) Province in China, and also the largest city with a population of three hundred sixty thousand. Since the mid-1980s, the inter-exchange and cooperation between Yanbian District and South Korea has been increased rapidly. That draw many scholars' attention to studying Yanbian District and Korean Chinese as a research theme for area studies. Unfortunately they neglect the study of the commerce and service industry in Yanbian city, which has indicated its rapid growth by the market economic policy of China, and an inter-exchange between Korean Chinese and Korean.

The purpose of this study is to provide an information to many Korean potential investors for an investment strategy of the commerce and service industry in Yanji city. In order to do so, this study consists of three major steps. First of all, we analyzed the regional structure and locational characteristics of the commerce and service industry in Yanji City.

Secondly, we investigated the characteristics of consumers behavior toward purchasing goods and service facilities. Finally, we supplied the proper businesses and location information for investment to Korean firms according to the results that identified above.

In conclusion, we suggest that the proper businesses to invest are department store, retail clothing store, shoes store, cosmetics store, electronics and home appliances store, oversea branch offices of trading companies, Korean-style restaurant, hotel, nightclubs, Korean-style music room(Noraebang), travel agencies, beauty parlors, video rooms, electronic games, and so on. We also suggest that the proper locational areas to invest those businesses are the core area of the commerce and service industry in Yanji, where are Xinxing(新興) 3-zone and Jinxue(進學) 2-zone expressed in the Yanji city figure.

Key words : Yanji city in China, Commerce and Service Industry, Regional Structure, Consumers Behavior, Investment and Locational Strategy

* Associate Professor, Department of Geography, Kyungpook National University

** Assistant, Department of Geography, Yanbian University(Ph.D Course, KNU)