

# 중국관광객의 방한유치 증대방안에 관한 연구\*

A Study on the way to attract Chinese tourists into Korea

정익준\*\*

## 【목 차】

- I. 서론
- II. 중국 인바운드시장과 방한 중국인의 여행특성분석
- III. 중국 인바운드시장의 한국유치증대를 위한 방안
- IV. 결론
- 참고문헌

## I. 서론

### 1. 연구의 배경 및 목적

최근 우리나라를 둘러싸고 전개되는 국가간의 긴장상태와 국내외의 경제침체로 인해 국내경제의 침체는 물론이고 국제수지의 악화현상은 날로 심화되고 있다. 이러한 국제수지의 어려움 중에서도 특히 관광수지는 심각할 정도로 적자상태를 보이고 있다. 이러한 관광수지의 적자현상은 우리나라가 IMF관리체제에 들어간 1998년 이후 한 두해동안 흑자 상황에 있었던 예를 제외하고는 최근까지 매년 지속되고 있다.

관광수지가 흑자였던 전술한 짧은 기간은 한국경제의 사활이 걸린 위기상황이었던 시기였으므로 내국민들에게는 해외여행 자제 분위기가 확산되었고, 그러한 해외여행의 절제는 해외관광소비의 격감으로 연결되어 관광수지를 흑자국면으로 유도하였다. 환언하면,

\* 본 논문은 동아대학교 2001학년도 국외단기 연구과제 프로그램의 지원으로 수행된 연구임.

\*\* 동아대학교 국제관광통상학부 교수

그러한 관광수지의 흑자현상은 관광수지의 개선을 위한 정부나 관광업계의 조직적이고 체계적인 노력 없이도 국내경제사정 등에 의해 나타난 자연스런 결과였다.

이러한 상황을 두고 볼 때, 한국의 관광수지 적자문제의 해결을 위해서는 내국인의 해외여행의 감소 또는 격감에 의해 가능하다는 논리가 성립될 수도 있다. 그러나 이러한 착상과 접근법은 관광수지의 적자문제 해결을 위해 단기적으로는 어느 정도 효과를 거둘 수 있겠지만 장기적인 대안은 못된다. 가장 바람직스런 방안은 해외여행객의 방한 유치를 증대시킴으로써 내국인의 해외관광소비액보다 많은 관광소비가 국내에서 이루어지도록 유도하는 방법이다. 그런 점에서 인바운드(inbound)관광객의 적극적인 한국유치는 관광수지를 적자에서 흑자로 전환시킬 수 있는 계기를 마련해 줄 수 있다.

지금까지 한국관광의 인바운드시장은 일본 중심적이었으므로 일본시장의 중요성을 간과해서도 안 되겠지만 지나치게 일본시장에 의존함으로써 인바운드시장의 다변화를 도모하지 못하는 우를 범해서는 안 된다.

그런 점에서 지리적 근접성, 문화적 유사성, 시장잠재력 거기에다 최근 중국에서 불고 있는 한류열풍 등을 감안할 때 향후 우리가 주목해서 집중 개발해야 할 곳은 중국해외여행시장이다. 그것은 이미 한국과 중국정부는 2000년 6월부터 중국인의 한국방문을 완전자유화하기로 결정한 바 있는데다 2001년 말 기준으로 1천 900만 명의 중국인이 여권을 소지하고 있다는 사실에 근거한다.

이와 함께 최근 WTO가 중국의 지속적인 경제성장, 정치 및 사회문화적인 개혁, 그리고 지금처럼 국민의식의 변화가 이루어지면 2020년경에는 중국이 미국, 일본, 독일에 이어 세계 4위의 관광객 송출국이 될 것(WTO ;1999) 이라는 전망은 한층 중국시장에 관심을 집중해야 할 이유가 된다.

현재 중국인의 한국 해외여행량의 증가추세는 개혁과 개방정책을 추진한 이래 25여 년간 연평균 8%이상의 고도경제성장을 지속해 온 영향력에 힘입어 1999년에는 9,232천명, 2000년에는 10,473천명이 해외여행을 함으로써 연평균 15% 수준의 신장세에 있고, 방한(訪韓)에서도 1999년의 316천명(1998년 대비 50.3% 증가) 그리고 2000년에는 443천명(1999년 대비 39.8%증가)이 됨으로써 중국인 총 출국자 증가율보다 방한 증가율이 높다. 방한객의 증가추세가 지속된다면 2003년에는 500천명이 한국을 방문할 것으로 정부당국은 추정하고 있다(한국관광통계; 1991-2000).

그러나 이러한 전망은 중국관광객을 적극 유치하기 위한 정부 및 관광업계의 효과적인 마케팅실현, 중국관광시장에 대한 정확한 정보수집, 완벽한 수용시설의 완비, 그리고 매력

적인 관광상품의 제시가 전제될 때 가능할 것이지만, 현재로서는 어느 것 하나 만족스러운 상태에 있다고 말할 수 없다.

중국관광객의 한국유치는 절실한 과제이나 이러한 상태로는 많은 중국관광객을 유치할 수 있을 것이라 기대하기 어렵다. 따라서 중국관광객의 유치에 장애가 되는 요소를 찾아내고 개선을 위한 노력을 경주해야 한다. 한국정부의 중국 인바운드시장에 대한 정책은 한마디로 부실 그대로이다. 현재의 엄청난 시장규모와 함께 미래의 시장잠재력을 고려한다면 이러한 상황에서는 중국시장을 우리에게 유리하도록 유도하는데 한계가 있다.

따라서 본 연구에서는 중국 인바운드시장의 한국유치는 절실한 과제이지만 중국인들이 한국의 방문중에 느끼고 있는 문제점은 무엇이며 그 해결을 위한 방안이 무엇인가를 모색하는데 초점을 두기로 한다.

## 2. 연구방법과 연구범위

본 연구는 중국의 관광정책과 해외여행추세 그리고 방한 중국관광객의 유치현황 및 활동 등에 관해서는 정부의 간행물과 연구보고서 및 정책보고서를 중심으로 살펴보는 문헌 연구와 함께 그들이 방한하여 한국에 체류하는 동안 느끼고 있는 불편상황 등을 설문조사하는 방법을 병행하였다. 이 설문조사에서는 그들의 한국정부와 여행업계의 마케팅정책 등에 대한 평가와 같은 문제는 피하고 그들이 체류 중에 실제로 직접 경험할 수 있는 분야에 대해서만 알아보는 것으로 한정하였다. 그리고 조사대상자의 선정은 임의표본추출법에 의하였고, 조사기간은 여행비수기인 2002년 3월 10일부터 7일간 서울에서 350명의 중국인 여행객을 대상으로 하였다.

## Ⅱ . 중국 인바운드시장과 방한 중국인의 여행특성분석

한국관광의 발전을 위하고 관광수지의 적자현상을 전환시키려면 중국 인바운드시장을 향한 한국정부와 여행업계의 조직적이고 체계적인 노력이 수반되어야 하겠지만, 먼저 중국의 인바운드시장의 형성배경을 이해하고 이러한 배경을 형성시키게 된 관광정책의 변화 과정 등에 대한 검토가 우선되어야 한다.

## 1. 중국관광정책의 변화와 해외여행의 제한적 실현

중국은 사회주의체제를 유지하면서도 1978년 개혁과 개방정책을 계속적으로 추진해 온 결과, 여러 분야에서 변화를 많이 가져왔으나 그 중에서도 가장 두드러진 부분이 경제와 관광분야이다. 개혁과 개방 전의 중국은 농공업위주의 산업정책에 주력하였고, 대신 서비스산업은 경시하여 왔으므로 관광산업은 정부의 엄격한 규제대상이 되었다. 이에 따라 관광산업은 발전할 여지가 없었다. 그러다가 개혁개방이후 외국과의 교류확대 및 경제발전이 고도로 이루어지면서 관광산업은 비약적으로 발전하게 되었다.

개혁개방이 시작된 1978년에는 2억 달러수준이었던 관광수입이 1996년 102억 달러, 2000년 162억 달러의 인바운드 수입을 올림으로써 세계 9위(WTO; 2000)로 입지할 정도로 급신장하여 세계관광대국으로 자리 잡았다. 이러한 관광외화수입의 급증은 중국의 경제발전의 버팀목이 되어 주었고, 아름다운 경관과 문화역사 관광자원을 많이 보유하고 있는 중국으로서는 무한한 관광산업발전의 가능성을 인식하고 과거의 인식을 바꾸었다.

그리하여 1985년, 최초로 중앙정부차원에서 관광발전을 위한 중장기 관광진흥계획이 수립되었고, 이어 1986년에 발표된 '제7차 사회경제발전 5개년계획'에도 관광산업관련 조치사항들을 공식적으로 포함시켰다. 여기에 포함된 내용 몇 가지만 보면, 관광산업의 국민경제적 중요성을 강조하여 국민들의 관광산업에 대한 인식변화를 유도하고, 대외개방지역을 지속적으로 확대하며, 관광여행의 수속절차를 대폭 간소화하는 등 관광정책의 변화를 시도하였는데 이 조치들은 자국의 관광발전을 위한 것이었다.

이러한 인식변화에 그치지 않고 관광수입이 중국의 총생산(GDP)에서 점하는 비중을 2000년에는 5%, 2010년에는 8% 수준의 목표를 설정하는 중장기 발표를 하는 등 관광산업의 육성과 발전을 위한 중국정부의 확고한 정책을 발표한 바 있다. 중국의 관광외화수입의 증가로 각국 정부는 중국인들의 해외여행을 허용함으로써 관광소비를 촉진시켜야 한다는 압력을 받게 되자 중국 정부는 제한적인 해외여행자유화를 1990년에 실행하게 된다(中國旅遊年鑑; 1999).

이러한 조치와 관련하여 주목되는 사안은 중국정부가 한국을 해외여행 자유지역으로 지정하자 한국 정부는 제주도 방문 중국관광객에 대해 무비자 입국을 허용하는, 이른바 관광교류활성화를 도모했다는 점이다.

전술한 것처럼 중국은 이제 더 이상 은둔의 국가가 아니라 세계 속에 자리 잡은 지도자 격의 위치에 있고 이를 관광산업을 통해 그 위치를 더욱 굳히려 하고 있다. 이러한 일련의

변화를 맞이하면서 중국의 관광정책도 변화를 추구해야 했는데 그것은 크게 개혁과 개방이 이루어진 1978년을 전후로 다음과 같이 요약, 구분할 수 있다.

즉, 1978년 이전에는 관광정책을 외교적 수단, 감시와 통제수단, 독점적 여행업 운영, 수요자 중심이었지만 개혁과 개방이 이루어진 1978년 이후에는 외화획득의 수단, 육성개발의 대상, 여행업의 분권화와 민영화 추진, 그리고 상품중심으로 이전되는 정책변화를 시도하고 있다(한국관광공사; 2000).

## 2. 중국의 해외여행시장의 동향분석

중국의 해외여행시장은 1990년 말 제한적인 범위였지만 중국여행사(국영으로 운영되는 여행사임)가 주관하는 말레이시아, 싱가포르, 태국 등 인접국이면서도 중국인이 많이 거주하는 곳을 여행목적지 또는 경유지로 하는 패키지투어(package tour)를 일반인을 대상으로 모객하여 실시하면서 시작되었고, 이를 계기로 급성장하였다. 그리하여 중국인의 해외여행자 수는 1991년의 213만 명에서 1996년에는 506만 명, 그리고 2000년에는 1,047만 명으로 증가함으로써 매년 20% 가까운 신장세를 보이고 있다.

물론 모든 국민이 자유롭게 해외여행을 할 수 없는 제한과 해외여행지정국가란 제약요소가 있지만, 중국의 경제성장에 따른 국민들의 생활개선과 함께 개혁과 개방정책의 영향으로 중국인들의 의식수준이 날로 변화하고 있기 때문에 중국의 해외여행 성장추세는 계속 유지될 것으로 추정된다.

이러한 중국인들의 해외여행지에 대한 여행 동향을 보면, 제한적인 해외여행 자유화가 실시되기 이전에 인기 방문지국이었던 러시아, 중국, 홍콩, 미국 등의 중요성이 상대적으로 줄어드는 대신 태국, 싱가포르, 말레이시아, 한국, 일본 등이 주요 시장으로 부각됨으로써 시장다변화 추세가 이루어지는 특성을 보이고 있다(한국관광공사; 1999). 특히 최근에는 한국이 방문국가 중에서 4위로 부상하게 되었는데 그 배경에는 한국이 일곱 번째로 해외여행 자유국가로 지정되었고, 한국정부가 비자발급의 요건을 대폭 완화하였으며, 한·중간의 경제교류 활성화에 그 원인을 찾을 수 있을 것이다.

## 3. 방한 중국 인바운드시장 특성분석

한국 방문중국인들이 해마다 증가하고 있음은 여러 통계에서 확인할 수 있다. 1998년의

21만 명에서 1999년에는 31만6천 명(전년 대비 52.2% 증가), 2000년에는 443천명(전년 대비 39.8% 증가), 그리고 2001년에는 482천명(전년 대비 9.4% 증가)의 수준을 보이고 있다(한국관광공사; 2002).

이들의 한국체류일수는 평균 8일로서 인접 아시아국가(일본 3.1일, 대만 4.4일)들보다 긴 것으로 나타나고 있다. 이처럼 타국의 방문체류일수가 긴 이유를 확인하려면 그들의 여행목적 분석하면 어느 정도 가능한데 상용목적(8.68%),관광목적(25.8%),기타(66.52%)로 밝혀져 상용목적이 타국의 방한객들과 비교에서 상대적으로 높은 구성비를 가진 데에서 찾을 수 있다. 이것은 한·중간의 경제교류확대로 상거래활동을 추진, 확정지으려면 체재기간이 자연히 길어질 수 있다는 것이다. 이에 따라 여행형태별에서도 여행사가 주관하는 패키지투어(21.8%)와 친목성의 단체여행(35.1%)보다 개인여행(44.1%)의 구성비가 큰 것은 자연스러운 현상이다. 이러한 발견점은 향후 한국정부와 여행업계가 중국시장을 세분화하고 목표시장에 부합되는 관광정책과 마케팅정책이 수립, 수행되어야 함을 시사해 주고 있다.

체류기간이 길어짐에 따라 여행경비지출도 일본(1,397달러)과 대만(1,105달러)보다 많은 1,469달러로 조사되고 있다. 물론 여기에서 각국의 물가를 고려하지 않은 한계점은 있지만 관광소비가 많다는 사실은 고무적이다. 관광소비자는 여러 곳에서 이루어지지만 많은 경우 쇼핑비용이 주종을 이룬다. 중국관광객들이 주로 찾는 쇼핑장소는 단체객은 남대문시장을 중심으로 저렴한 의류나 인삼 그리고 전자제품 등을 구입하는 경향이 많고, 개인객들은 백화점과 면세품 점을 많이 이용하는 것으로 조사되고 있다(한국관광공사: 2002). 특히 관광목적 여행객이 상용객보다 쇼핑을 많이 하는 경향을 고려한다면 매력적인 쇼핑장소의 개발과 쇼핑대상상품의 확대가 요청된다. 물론 중국인은 쇼핑목적을 위해 한국을 방문하는 것은 아니지만 여행지에서는 금액의 많고 적음에 차이는 있으나 쇼핑은 관광행동의 한 부분을 차지하므로 이 활동을 강화시키기 위해서이다. 한국관광공사(한국관광공사: 2002)가 실시한 중국인들의 한국여행선택의 주요결정요인분석에서 쇼핑의 매력성이 11%나 되어 짧은 여행거리(31.1%), 저렴한 여행경비(15.9%), 교통의 편리성(11.7%)에 이어 4번째로 중시되는 속성으로 확인된 것에 주목할 필요가 있다.

### Ⅲ. 중국인 바운즈시장의 한국유치증대를 위한 방안

중국인들이 한국방문 중에 느끼고 있는 문제점을 보완할 수 있는 대안이 적절히 제시된

다면 향후 중국시장의 개발과 확대에 연계되어 상승작용을 발휘할 수 있을 것이다. 이러한 자세와 태도는 고객을 중시하는 마케팅이념과도 연관성이 있다. 한국관광에서 중국인 관광객은 미래의 한국관광의 발전에 기반이 되므로 그들을 만족시킬 구체적인 노력이 수반되어야만 한국관광은 더욱 발전할 수 있다. 이 과정에서 중국인 관광객들이 한국관광에서 기대하는 주요 내용을 중심으로 실천 가능한 방안을 제시하고 이를 실천하는 일이 중요하다.

## 1. 출입국제도의 개선

국경을 넘어 외국을 여행하려면 비자면제협정체결 대상국이 아니면 입국비자를 받아야 한다. 그러나 많은 경우 중국인 관광객은 한국 입국비자를 받는 과정에서 절차가 번잡할 뿐만 아니라 조건도 까다롭기 때문에 한국여행을 포기하는 사례가 많다고 하는 사실은 중요한 문제이다.

최근 법무는 법 개정을 통해 방한비자발급에 필요한 서류를 간소화하고 개별비자 발급요건을 확대하였지만 불편은 여전한 것으로 조사되고 있다. 그러면서 중국 현지 영사업무관계자들이 방한비자발급과 관련하여 불미한 사건도 발생하여 한국관광의 이미지가 부정적으로 인식되고 있다. 물론 중국인과 조선족의 불법체류를 예방하기 위한 조치와 절차의 일환이라 이해할 수 있으나 한국관광의 발전과 관광수지의 흑자 전환을 위한 과감한 개선책이 이루어질 필요가 있다. 중국인 관광객의 제주도 여행에서 무비자를 적용하고 있는 것처럼 모든 한국 방문지에도 이러한 방침이 적용될 수 있도록 개방되어야 한다.

## 2. 주제가 있는 관광상품의 개발

관광상품은 여행객에게 제시·판매·경험대상이 된다. 그러므로 관광상품을 구성하는 각종 요소가 잘 조화를 이루어야만 여행객을 만족시킬 수 있다. 그러나 조사에 따르면, 중국에서는 경험하기 어려운 체험관광을 그들은 많이 기대하고 왔으나 단체관광객 대부분은 한국문화를 직접 경험하거나 이해를 할 기회가 상대적으로 적었고 유홍오락(카지노 등)과 주제공원 및 놀이공원을 방문할 기회는 아주 없었거나 미미했던 것으로 분석되었다. 이러한 관광상품은 중국 현지에서 판매되는 것이지만, 여행일정을 제시하고 실행할 수 있는 입장에 있는 한국의 여행업자들은 향후 쇼핑중심의 중국인 관광일정에서 탈피하여 주제가 있는 상품을 개발할 필요가 있다. 즉 세분시장의 결과에서 확인된 중국인 관광객의 주된 관심사에 부합될 수 있는 관광상품의 개발, 예를 들면 한국문화의 이해와 경험을 중심으

로 하는 문화관광상품과 스키와 같은 스포츠와 오락중심의 관광상품개발을 모색하여야 한다. 이러한 주제가 있는 관광상품도 쇼핑을 결합 수도 있으므로 주된 관심사에 중심을 두는 관광상품의 개발전략이 시급한 과제가 된다.

### 3. 관광수용태세의 완비

관광행위에서는 항상 숙식을 동반한다. 중국 관광객들은 주로 가족단위로 여행을 하면서 값 비싼 고급호텔을 이용하기 보다는 중급호텔이나 여관 이용을 선호하는 것으로 조사되고 있다. 그것은 현실적으로 그들을 만족시킬 만한 규모의 호텔이 부족하고 단체관광객들이 숙박할 수 있는 현대화된 대형 여관시설이 미비하므로 그들의 숙박에 애로점이 많은 것은 당연한 사실이다. 뿐만 아니라 그들은 한국음식을 먹기보다 주로 기름진 음식과 차를 상복하는 특성을 보이고 있으나 그들의 기호에 맞는 다양한 음식, 예컨대 광동식, 사천식, 북경식, 남경식 등을 제공해 주고 못하고 있는 것 또한 문제점으로 지적되고 있다.

이 문제점의 해결은 잘거리와 먹거리의 개선에서 찾아야 한다. 먼저, 잘거리의 해결을 위해서는 관광정책당국이 고급호텔의 신축과 개보수를 위한 재정지원에 국한하지 말고 이를 확대해서 중저가의 호텔들에 대한 재정적인 지원대책을 수립함으로써 중국인 취향형 호텔의 운영이 가능하도록 해야 한다. 한편, 먹거리는 식도락과 관련이 큰 것으로, 이 문제를 해결하려면 중국 레스토랑이 많은 지역의 업소 중에서 중국전문음식점을 지정하고 행정적 지원과 함께 홍보를 강화하는 방안이 도입, 실행되면 효과를 거둘 수 있을 것이다. 이러한 숙식문제의 해결과 함께 중국어 가이드 확보를 통한 언어소통을 개선하는 방안도 당연히 추진되어야 할 것이다.

## IV. 결론

한국과 중국 양국은 1992년 국교가 수립된 이후 해마다 양국간의 관광교류가 증가하여 왔다. 한국을 찾는 관광객 가운데 일본인의 수에 비하면 중국인 관광객의 비율은 저조한 편이지만, 중국이 1998년 5월에 중국인 해외여행 자유화국가'의 범위에 한국을 포함시킴으로써 12억 인구를 가지고 있는 중국은 한국관광의 최대 잠재시장으로 부상하고 있다.

더구나 중국은 지역적으로 가까운 곳에 위치하고 있으므로 더 없이 매력적인 시장이 아

닐 수 없다. 이처럼 중요한 관광시장으로 부상한 중국시장에 대한 인식을 새롭게 하고, 중국시장에 대한 철저한 분석과 중국관광객들의 성향을 파악하여 이들의 유치전략을 적극적으로 전개하여야 한다.

한국을 찾아오는 그들에 대해 보다 따스하고 인정어린 손님 맞을 준비를 하여야 할 것이며 그들이 좋아하는 관광상품의 개발에도 적극적이어야 한다. 이들 중국관광객에 대한 관심과 대응은 특정분야에 한정되어서는 안 되고 전 한국민적인 차원에서 공동으로 대응해 나가는 지혜가 필요하다. 따라서 중국인 관광객에 대한 범한국적인 인식의 전환, 중국인의 기호에 맞는 먹거리, 볼거리, 살거리 등 중국 관광객을 대상으로 하는 관광상품의 개발, 중국인 관광객의 대량 입국을 위한 제도적인 수용태세의 정비, 한국의 이미지 제고 등을 위한 과감한 정책적인 배려가 있어야 할 것이다. 이러한 대응이 효과적으로 진행된다면 지금까지 우리가 중국 관광에서 아웃바운드의 중심이 되었으나 중국시장이 우리의 인바운드시장을 중심을 형성하게 될 것이다.

## 참고문헌

1. 한국통계연감: 2002년, 한국관광공사
2. 한국통계연감: 2000년, 통계청
3. 한국관광연구원, 관광비전 21, 1999.
4. 중국통계출판사. 中國旅遊年鑑, 1999.
5. WTO, 2000년 관광전망, 이스탄불, 1999.