

중국인 해외여행 현황

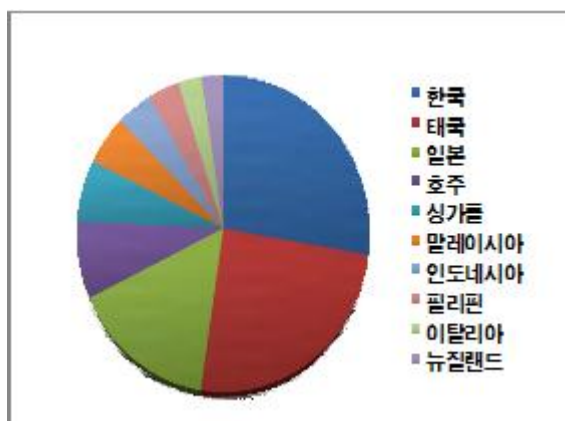


□ 중국인 관광객의 출국 현황

○ 2014 년 중국의 해외여행객 수는 1 억 1600 만 명에 달해 동기 대비 18.2% 성장했으며, 해외여행객의 총소비액은 1500 억 달러로 집계됨. 이는 동기 대비 20% 성장한 수치

○ 중국국가여행국(国家旅游局)이 발표한 데이터에 따르면, 2015 년 설에 가장 인기 있었던 해외여행지는 한국(15.6%), 태국(13.9%), 일본(8.7%), 호주(4.4%), 싱가포르(3.6%), 말레이시아(2.9%), 인도네시아(2.3%), 필리핀(2.0%), 이탈리아(1.5%), 뉴질랜드(1.4%) 순이었음.

2015 년 설 중국인의 해외여행 목적지



○ 중국의 해외여행 10 대 목적지는 한국, 홍콩, 태국, 일본, 대만, 인도네시아, 몰디브, 미국, 캄보디아임. 그 중 한국은 태국과 홍콩을 뛰어넘어 중국인이 2014 년 가장 많이 찾은 해외 여행지로 선정됨.

○ 한국관광공사 통계에 따르면, 2014년 한국을 찾은 중국인 관광객은 612만 7000여 명에 달해 동기 대비 41.6% 성장했음. 한국을 찾는 중국인 관광객은 한국으로 향하는 전체 외국인 관광객 중 43.1%를 차지함. 2014년 한국과 중국의 상대국을 여행한 관광객의 수가 '1000만 명 시대'를 열었음. 중국인 관광객들이 한국 경제에 가져다 준 경제수익은 1057위안에 달함. 중국인 관광객이 한국에서 소비하는 평균 금액은 1만 7000위안임.

○ 2013년 제주도를 찾은 총여행객의 수는 약 1000만 명이었으며, 이는 국제적으로 유명한 휴양섬인 하와이, 발리, 오키나와 섬을 뛰어넘는 수치였음. 제주도를 찾은 1000만 명 중 가장 많은 비율을 차지한 관광객은 바로 중국인 관광객이었음.

□ 중국인 관광객 분석

○ 출발지

- 해외여행을 떠나는 중국인 중 1선 도시 시민이 차지하는 비중이 가장 컸으며, 2선 및 3선 도시민의 해외여행도 빠른 속도로 증가 중임. 상하이(上海), 베이징(北京), 광저우(广州)의 해외여행객 수는 중국 전역 중에서도 최고 수준이었으며, 톈진(天津), 창사(长沙), 하얼빈(哈尔滨), 푸저우(福州), 정저우(郑州), 허페이(合肥), 칭다오(青岛), 충칭(重庆), 시안(西安), 우한(武汉)이 그 뒤를 이었음.

○ 연령대

- 중국의 해외여행 관광객 중 80년대생과 90년대생이 전체 여행객 수의 절반 이상을 차지했음.

○ 여행집단의 종류

- 가족여행, 연인 간의 여행이 주를 이뤘음. 연인이 여행지로 선택한 목적지는 섬이 60%를 차지했으며, 도시가 40%를 차지했음.

○ 소비패턴

- 2014년 중국인 관광객은 단체여행, 자유여행상품 등 구매에 60억 위안 이상을 사용했음. 소비능력 측면에서 볼 때, 인당 소비액이 가장 큰 도시는 베이징(北京), 타이위안(太原), 상하이(上海), 쿤밍(昆明), 하얼빈(哈尔滨), 시안(西安), 선양(沈阳), 우한(武汉), 충칭(重庆), 다롄(大连) 순이었음.

- 태국, 싱가포르, 유럽, 미주, 호주 등지의 여행에서 화장품, 의류, 사치품, 보건품, 전자제품 등의 구매가 점점 증가하고 있음.

- 2015년 설연휴 중국 관광객의 소비액이 많은 국가는 태국, 일본, 미국, 한국, 싱가포르, 인도네시아, 호주, 몰디브, 이탈리아, 아랍에미리트 순임.

○ 온라인 여행상품 구매 열기

- 온라인에서 해외여행 상품을 구매한 인구는 100% 이상 증가했음. 2014 년 온라인 여행상품 소비 성장폭이 50%를 넘었음. 중노년층 또한 인터넷 및 핸드폰을 이용한 여행 상품 구매에 빠르게 숙달되고 있음.

○ 중국인 관광객의 새로운 요구

- 중국 관광객의 해외여행의 깊이와 품질에 대한 요구가 점점 심화되고 있음.
Travelzoo 가 진행한 조사연구에 따르면, 70%가 넘는 답변자는 스스로 계획을 짜고 좀더 여유롭게 여행할 수 있는 자유 여행을 원했음. 50% 이상의 답변자가 여행의 질적 향상을 원했으며 쇼핑이 아닌 호텔, 음식, 오락 방면에 더 많은 돈을 쓰길 원했음. 30% 이상의 답변자는 맛집 탐방, 크루즈 여행, 해변 산책, 역사 유적 답사, 현지 문화 체험 등의 테마 여행을 원했음.

□ 한국 찾는 중국 관광객이 증가하는 이유

○ 비자 취득의 용이성

- 중국의 인접국인 한국과 일본은 계속적으로 인기 있는 여행지였음. 비자 획득이 번거로운 일본에 비해 한국의 비자는 상대적으로 취득이 용이함. 특히 제주도 여행에 대해 비자를 면해 주는 정책이 통과되면서 제주도를 찾는 중국인 관광객 수가 큰 폭으로 증가하고 있음.

○ 한국 드라마, 한류 열풍

- 한국 드라마를 주제로 하는 테마여행 또한 큰 인기를 끌고 있음. 자치(佳琦)여행사의 창시자인 취자(瞿佳)는 “《겨울연가》 덕분에 강원도 등지가 중국인 관광객 사이에서 인기 있는 여행지가 됐다”고 말했음.

○ 성형 및 미용

- 한국 드라마는 ‘미용 여행’이라는 독특한 산업군을 형성했음. 미용 목적의 중국인 여행객을 인솔하는 관계자는 “보통 몇 개월 전에 예약한 후 오전에는 병원에서 미용을 하고 오후에는 계속해 여행을 한다”고 말했음.

○ 한국 여행산업의 홍보 및 마케팅이 세분화돼 있고, 각계 종사자와 여행 산업 또한 긴밀히 협력하고 있음. 크루즈 여행의 붐 또한 중국인 관광객 증가에 적지 않은 영향을 미치고 있음.

□ 시사점

○ 중국의 해외여행 관광객 수는 1998 년 843 만 명에서 출발해 2014 년 1 억 명을 돌파하면서 10.8 배 성장했음. 2015 년 중국 해외관광객의 총소비액은 1940 억 달러에 달할 것으로 예상됨.

○ 한국관광공사에 따르면, 2015년 한국을 방문하는 중국인 관광객은 720억 명에 달할 것이며, 한화로 22조의 경제효과를 보게 될 것임.

○ 한·중 FTA 타결로 국내 여행사가 중국 아웃바운드 시장에 진출하는 것도 여행업의 산업화에 긍정적임. 중국 아웃바운드 시장은 세계 최대 규모의 시장이 될 것으로 전망됨.

○ 김병국 대구대 호텔관광학과 교수는 "하나투어가 시가총액 1조 원이 넘는 등 여행업이 산업으로 불릴 만큼 점점 성장하는 현상과 한·중 FTA로 인해 양국의 여행업이 개방된 것은 학계에서도 의미있게 보고 있다"면서 "다만 장기적으로 중국 여행사가 물량 공세를 펼칠 경우에 대해 국내 여행업이 준비할 필요는 있다"고 말했음.

○ 최근 중국의 주요 도시에서 온 관광객 수천 명을 대상으로 한 설문조사 결과, 이들이 한국 관광에서 가장 중요시하는 대목이 목적지의 특색이었음. 여행 상품의 추세 또한 보고 지나가는 단순형 관광에서 체험과 쇼핑, 의료 등을 결합한 복합형 관광으로 바뀌어야 함.

○ 문화체육관광부 김기홍 국장은 "중국의 저가단체 관광 수요와 함께 개별관광 증가 추세에 적극 대응하기 위해 테마형 고부가가치 신규시장 창출을 위한 우수 방한상품 개발 지원, 주제별 맞춤형 관광정보 제공, 스마트관광 안내체계 등을 강화할 것"이라며 "중국 관광객 특화형 중저가 숙박시설 확충 등 중국 관광객 친화적 환경을 조성하기 위해 노력하겠다"고 밝혔음.