해외연구보고서를 준비하면서

2006년 3월 북경사무소 근무하기 전에 중국을 몇 차례 공무 또는 개인적으로 다녀간 적이 있다.

국내에 근무할 때 메스컴에서 종종 한국관광공사가 『한국방문의 해』로 지정하여 갖은 이벤트행사로 외국 여행객들을 유인하고 있지만 여행 수지 적자는 크게 감소를 가져오지 못하였다.

중국여행 때마다 느끼는 점은 어느 곳에 가더라도 여행객들로 붐비는 것을 보고 깜짝 놀랐으며, 소공원의 입장료가 턱없이 비싼 만큼 공원내 시설이 잘 정비되어 있는 점, 그리고 어느 省을 가더라도 특유의 고전예술 또는 민속춤을 볼 수 있어 더욱 관광객을 유인하는 요인으로 작용하고 있었다.

1978년 등소평은 중국의 관광산업을 발전시키기로 전인대회에서 결정하고 『굴뚝 없는 산업』이라 부르는 관광정책을 어떻게 변화시켰으며, 관광산업이 차지하는 중국의 경제적 비중과, 관광정책을 담당하고 있는 관련 부서의 조직 및 역할 등을 세부적으로 살펴봤으며, 중앙정부가 해마다 『우수관광 省』을 선정하여, 예산을 지원하는 등 관광산업 발전에 역점을 두고 있는 점도 살펴보았다.

앞으로도 중국은 2008년 8월에 개최되는 북경올림픽 및 2010년 상해세계박람회 등 세계적인 행사를 앞두고 관광서비스 개선에 중점을 두고 있으며, 관광업 종사 전문인력을 인력을 양성하기 위해 대학에 관광관련 전문학과를 설치해 오고 있어 멀지 않아 세계 관광객 수나 관광 수입면에서 미국을 앞지를 것으로 전문가들은 예상하고 있다.

이에 대응하기 위하여 우리나라의 관광정책의 문제점과 개선점을 살펴보았으며,, 중국경제가 5년 연속 10%대 성장을 유지하고 있는 현실에서 우리의 관광정책변화는 급선무라 하겠다.

역으로 중국관광산업에 우리나라가 투자가능성 있는 몇 가지 일례를 들었으며, 지방자치단체가 접목 할 수 있는 테마관광지 설치 가능 지역을 서울 청계천과 운남성 여강시의 리쟝(麗江)과를 지리적, 역사적으로 분석하였다. 서울 청계천 뿐만 아니라, 이밖에 춘천시, 청주시 등 도심지에 강이 흐르는 지자체에 벤치마킹 가능성을 시사하였다.

이 보고서가 한국관광정책의 변화와 지방자치단체가 추구하는 관광상품개발 및 관광정책 추진에 참고가 되기를 기대한다.

인천광역시 남동구청 강 수 천

목 차

Ⅰ 서 론 6
1. 문제의 제기
2. 연구목적 및 방법 8
Ⅱ 중국관광산업 10
1. 중국 내.외관광산업 현황
1) 중국 관광산업현황 11
가. 중국의 관광자원
나. 중국의 호텔현황..... 12
다. 중국의 교통
2) 중국의 지역별 관광산업현황 14
2. 관광정책의 변화 15
3. 관광산업의 발전 추세 15
Ⅲ 최근 중국 관광산업변화 17
1. 외부환경
가 . 정치환경
나 . 경제환경 18
다 . 소비환경 19
라 . 사회문화환경 21
1) 가족구조
2) 인구구조 22
3) 여가환경 23
4) 중산층의 확대 25
2. 내부환경 26
가 . 관광정책
나 . 중국관광조직 구조변화 27
1) 중국 국가여유국
가)조직의 변화과정
나) 현재의 기능 28

2) 국가여유사업위원회 28

Ⅳ. 중국의 테마관광 30

1. 관광테마 자원현황

2. 관광자원과 관광구 현황

가.자연관광자원

나.인문관광자원

다.9개구의 관광구

3. 운남성 여강시 古城관광테마 31

가 여강의 지리적 위치

나 여강주변 관광지

다 여강의 현황과 관광객 수 32

Ⅴ 중국관광사업의 문제점과 발전방향 33

1. 문제점

2. 발전방향 34

3. 향후전망 36

Ⅵ 한국관광정책의 문제점과 대책 39

1. 문 제 점

가. 여행적자수지 현황

나. 높은 물가와 불편한 교통 40

다. 부족한 관광자원과 상품 41

라. 정부의 미온적 정책대응 42

마. 관광경쟁력 저하 43

바. 일본과 중국에 관광객 편중 43

2. 해결방안 44

가. 관광, 사치성 소비산업 육성

나. 전략사업으로서의 관광산업육성 45

다. 관광산업의 경쟁력강화 방안 46

1)지자체의 특화된 관광지 및 관광상품개발

2) 민간참여 확대 48
3) 해외레저산업 투자활성화
4) 고부가가치 관광산업 육성
5) 해외홍보활동 강화 50
Ⅶ 서울청계천의 관광테마 가능성분석 51
1. 벤치마킹 가능 지자체
가.청계천 탄생 역사적 배경
나.청계천과 운남성 여강시 古城과 비교 52
1) 자연환경 복원과 삶의 질 향상
2) 역사문화 복원
2. 청계천 제2구역에 테마관광조성 53
3. 시사점
Ⅷ. 중국관광사업 개발에 한국의 투자방안 55
1. 국가차원의 관광사업투자
가. 관광시설개발 및 투자
1) 숙박시설
2) 관광코스개발
3) 테마파크 56
4) 초고속인터넷망의 구축
5) 수요대상에 따라 차별화된 상품개발 57
6) 중국의 유행에 따른 관련사업 투자
나. 관광 서비스업 투자 58
2. 지방자치단체 차원의 관광사업 투자 59
Ⅸ. 결 론 61
※ 참고문헌 및 출처 63

Ⅰ. 서 론

1. 문제 제기

가. 중국은 2002년 세계적인 불황에도 불구하고 경제성장률이 8%에 달하였을 뿐만 아니라, 2003년부터 2007년까지 10%대의 성장을 하고 있으며 GDP 규모가 2007년 말 24조위엔(元)을 초과하였고, 투자 및 소비도 크게 증가하여 고속성장의 직접적인 동인으로 작용하는 한편 지속적인 대외수출 확대 및 재정수입 대폭 증대라는 화려한 경제실적을 거두며 경제대국으로 발돋움하였다.

나. 중국은 최근 무역 흑자를 아무리 줄이려 해도 매년 사상 최고치를 갈아치우고 있고 외환보유액은 분당 200만 달러씩 증가할 정도다. 과열을 의식해 정부가 긴축을 하고 있지만 올 경제성장률도 10%를 넘을 것으로 분석됐다. 이 때문에 중국 경제가 미국을 제치고 세계 최대 규모가 될 것이라는 예상이 나온다.

다. 특히 21세기 세계경제의 새로운 엔진으로 주목받는 중국의 잠재력은 블랙홀처럼 전 세계의 투자를 흡수하여, 2004년 해외직접투자 유치액은 153,479억 달러로 미국을 추월해 세계 최대의 해외직접투자 유치국으로 부상했으며, **외환보유고**는 2007년 말 1조5천억 달러로 2006년에 비해 43.3%, 619억 달러 증가하였고, 이는 세계최대 외환보유국 자리를 굳건히 하였고, 2008년 1조5천만 달러, 2020년에는 2조 달러를 넘어설 것으로 전망하고 있다.

라. 중서부 내륙지역 대 개발 전략으로 새롭게 창출되고 있는 또 다른 성장 잠재력, WTO 가입으로 보다 적극적으로 확대 추진되고 있는 대외개방, 세계 최대의 이벤트인 2008년 올림픽 유치 등 현재 중국의 시장 환경은 명실공히 21세기 최대시장으로서 기반을 확고히 다지고 있다.

이렇듯 급속도로 확대되고 있는 중국의 경제규모는 우리에게 소위 '기회'이자 '위협'의 양면으로 작용하고 있다. 즉, 경제성장으로 인한 현실적 구매력의 가파

른 성장, WTO 가입으로 인한 무역환경 개선, 올림픽 개최와 관련한 특수 등으로 중국시장에서 우리 기업의 수출과 투자 등의 '기회'가 확대될 것으로 전망되고 있다.

그러나 점차 중국 산업의 경쟁력이 강화되고, 중국시장 및 세계시장에서 중국기업이나 제품과의 경쟁이 치열해짐에 따라 중국은 시장으로서의 측면 뿐 아니라 우리와 경쟁자로서 부각되고 있는 '위기' 측면 또한 간과할 수 없는 것이 현실이다.

마. 우리가 중국경제의 부상에 이처럼 민감한 이유는 중국시장이 단순히 크다는 이유에서가 아니라 그것이 바로 우리 경제와 밀접한 관련이 있고 직접적으로 영향을 끼치게 되기 때문이다. 5,000만 여명의 내수시장을 가지고 있는 우리 경제의 활로는 결국 해외시장에서 찾을 수밖에 없고 현재 우리의 경쟁력 수준, 해당국가의 현실적 구매력이나 잠재성 등을 고려할 때 중국이 가장 유망한 시장이 될 수 있기 때문이다.

바. 관광시장의 경우도 예외는 아니다. 중국 경제의 눈부신 발전은 여가와 관광에 대한 중국민의 인식에 많은 변화를 가져왔으며, 2007년 9월 현재 6억9천만명에 이르는 국내관광 소비시장과 일본 아웃바운드시장 규모와 비슷한 3,600만명을 상회하는 대규모 출국관광 시장을 형성하기에 이르렀다.

사. 이제 중국 관광시장은 세계 관광시장의 판도를 가늠할 주요한 변수로서 세계 각 국의 주목을 받고 있으며, 전 세계의 중국인 관광객 유치를 위한 전쟁이 이미 시작되었다고 해도 과언이 아니다. 최근 중국을 방문한 세계관광기구(WTO) 사무총장은 "전 세계의 중국인 관광객 유치 전쟁은 이미 시작되었다." 고 언급한 바 있으며, 실제로 최근 중국인의 자비출국목적지로 공적인 승인을 받으려고 프랑스, 오스트리아, 하와이 등이 중국과의 관광협력업무 담당자를 속속 임명하고 있으며, 독일 관광공사는 중국의 WTO 가입이후 여행사간 협력을 위한 관광협정 체결을 위한 노력을 기울이고 있고, 캐나다 관광공사도 북경에 관광사무소를 개설하는 등 바야흐로 중국 관광시장을 겨냥한 공세가 본격화되고 있으며 세계적인 관광기업들이 앞 다투어 중국시장 선점에 나서고 있다.(한국관광공사, 2006)

아. 이에 반해 우리는 중국과의 지리적 근접성, 문화적 동질성이라는 상대적 우위에도 불구하고, 중국관광시장에 대한 체계적인 정보와 연구의 부족으로 우리 업계의 중국 관광시장 진출과 관광객 유치에 진출에 어려움을 겪는 사례가 빈번히 발생하고 있는 실정이다.

따라서, 향후 중국관광시장의 가파른 성장을 기반에 두고 21세기를 주도할 전략산업으로 지목되고 있는 우리 관광산업이 세계적인 관광국들과 격돌하게 될 중국시장에서의 경쟁력을 강화하고 주도적인 입지를 확보하기 위해서는 무엇보다 급변하고 있는 중국 관광산업에 대한 보다 구체적이고 정확한 이해와 분석이 절실하게 요구된다고 할 것이다.

자. 중국은 현재 무서운 속도로 관광자원에 투자하고 있다. 하루가 다르게 갖가지 시설들을 늘리고 있으며, 내국인의 소득향상과 더불어 국내관광도 보편화 되어가고 있다. 여기에 외국인 관광객 수도 늘어나 2006년부터 프랑스를 누르고 세계 1위로 올라섰으며, 21세기 아-태지역에 가장 인기 있는 관광목적지로 성장한 중국은 어떠한 관광과 비전을 가지고 있을까? 풍부한 문화유산을 밑바탕으로 한 중국의 관광에 대한 투자는 과연 성공할 수 있을까? 우리는 이에 중점을 두고 알아보 면서 한국의 관광정책 현황과 지자체를 중심으로 중국인 관광유치 대응책을 살펴보고자 한다.

2. 연구 목적 및 방법

가. 관광산업 진흥을 위한 해외시장 마케팅전략으로 가장 효과적인 방안은 인접시장을 공략하는 것이다. 우리는 중국 관광시장에 지리적으로 탁월한 접근성을 지니고 있으며, 체제의 상이함은 존재하나 오랜 역사와 문화의 공유로 인한 회복하기 쉬운 공감대를 형성하고 있다.

나. 더불어 10대 청소년을 중심으로 중국에서 불고 있는 역동적인 '한류(韓流)' 열풍은 제반 산업분야가 중국시장에서 선진국들에 비해 경쟁우위에서 밀리는 것과 견주어 볼 때 우리 관광산업은 향후 중국시장에서 상당한 경쟁력을 지니게 될 것을 반증하게 하는 것이며, 또한 앞으로 우리의 많은 산업분야가 중국에 추격을 당하고 고전을 면치 못하는 가운데 유일하게 그들의 빠른 성장을 기회로 발전적

인 도약을 기대해볼 수 있는 분야가 바로 관광산업이라 할 수 있겠다.

○. 천지개벽하듯 급속도로 성장하고 있는 중국경제는 관광소비시장의 확대를 가져올 것이며 이는 향후 우리나라 관광산업의 발전에 지대한 영향을 끼칠 것이다. 이는 이미 중국관광시장이 수 년 동안 정체상태에 빠져 있는 미국관광시장을 여유 있게 따돌리며 제2의 인 바운드 시장으로 부상하였고, 그 성장속도와 규모 그리고 발전 잠재력 면에 있어서 우리 관광산업 발전과 동북아 중심 국가로의 도약에 호기를 제공하고 있는 것이다.

○. 따라서 본 연구에서는 우선 21세기에 들어선 이후 중국의 관광산업을 둘러싼 정치·경제·소비·사회문화 등 외부환경의 변화를 면밀히 분석한 후에, 중국 관광산업의 내부환경인 관광정책, 주요산업 그리고 관광시장 등의 변화를 고찰하였다. 이러한 중국 관광산업의 대내외 환경변화 분석을 토대로 향후 중국 관광산업의 발전추세를 관찰함으로써, 오늘날 한국 관광산업의 활성화를 위하여 주목되고 있는 중국 관광시장에 대한 한국의 정부 및 지자체차원의 합리적인 마케팅전략 수립의 기초적 자료를 제공하고자 함을 그 목적으로 하고 있다.

○. 이와 같은 연구의 목적을 달성하기 위하여 본 연구에서는 주로 최근 발표된 중국 국가통계국 및 국가여유국(國家旅游局)의 통계와 시장조사 등의 문헌조사를 통한 연구방법을 채택하였으며, 문헌연구에서는 국내에서 발간된 중국 관련 연구보고서와 관련서적 및 인터넷 관련페이지 등을 참고하였다.

Ⅱ. 중국 관광산업

1. 중국내.외 관광산업현황

○. 일본 등 인근 아시아 국가는 물론, 미국, 유럽 등으로부터 외국인 관광객이 중국에 밀려들고 있는데다 소비여력이 늘면서 중국 내국인들도 여행 붐에 가세, 관광산업이 더욱 활기를 띠고 있다.
특히 2008년 북경올림픽, 2010년 상하이 세계박람회 등 굵직한 세계적 행사가 예정돼 있어 중국 여행 수요는 더욱 늘어날 전망이다.

○. 개혁이후 중국은 사회전반에 걸쳐 급속한 변화를 겪어왔다. 격변을 거듭해온 여러분야 중에서 관광산업은 가장 두드러진 성장을 보이고 있는 분야의 하나이다. 중국은 종래 농공업 위주의 정책을 오랫동안 펼쳐 오면서 서비스산업을 경시해 왔다. 특히 소비성산업으로 인식해오던 관광산업은 정부의 엄격한 규제 대상이었다. 그러나 개혁개방이후 외국과의 교류가 활발해지고 중국경제가 고도성장을 거듭하면서 관광산업은 비약적으로 발전하게 되고 외환벌이의 황금 알을 낳는 거위로 변신하게 된다.

○. 1978년 등소평은 중국의 관광산업을 발전시키기로 결정하고 아울러 금세기 말까지 관광외화수입 100억달러 유치목표를 세웠다. 20여 년간의 기간 중 중국의 관광산업은 1978년 2억 달러 남짓하던 관광수입이 2007.9월 현재 4759억 달러에 달하는 놀랄만한 성과를 보였으며, 아울러 중국 국민경제 발전의 새로운 기폭제가 되었다.

○. 1995년 관광산업의 총수입은 인민폐 1,375억 7천만원(한화 약 18조원)으로 국내총생산액의 3.64%를, 그리고 제3차 산업의 11.6%를 차지하였다. 2007.9월 현재 관광산업의 총수입은 4759억 달러로 전년대비 25.14%의 증가를 기록하였으며, 국내총생산액의 7.1%를 차지하였다.

특히, 90년대 이래 중국관광의 관광객시장에서 내국인관광객 시장보다 국제관광객시장이 점점 더 그 영향력이 커지고 있는데, 그 변화들을 살펴보면 다음과 같다.

가. 관광객 수요의 다양화, 개성화
나. 대규모 단체관광객 감소, 소규모 단체관광객 및 개인관광객 증가
다. 항구를 둘러싼 지역관광의 증가
라. 관광 비수기에도 관광객 수의 증가
마. 중국내 체류기간 및 한 개 도시 체류기간의 감소화 추세
바. 관광객 스스로의 교통편, 호텔 예약활동비율의 상승
사. 중국내로 관광객을 유치하는 해외여행사의 호텔예약 비율상승
아. 관광상품에 대한 주도권이 대부분 관광객에게 넘어감
자. 외국관광업자의 중국내 합자여행사 개설 및 희망자의 급증

가. 중국관광산업의 현황

1) 중국의 관광 자원

○. 중국은 9백60만 평방킬로미터의 광활한 국토와 절경을 이루는 산수를 비롯해 56개 소수민족의 음식, 의상, 풍습은 물론 오랜 역사와 문화자원 모두가 관광자원이라고 할 수 있다. 달에서 보이는 유일한 인공물이라는 만리장성, 중화사상의 근간이라 할 자금성, 천하절경 계림, 동양의 베니스 소주, 서호가 있는 항주, 양자강과 황하 실크로드 등 자연과 인간의 역사가 호흡하는 대형 관광지 만도 손을 꼽기에 벅찰 만큼 다양하다.

○. 외부세계로 인한 개방으로 급격한 변화의 물결이 일고 있는 점도 관광 매력으로 자리잡고 있어 중국 관광업계는 무궁무진한 가능성을 갖고 있다. 중국 국가여유국에서는 중국의 관광자원을 14개 코스로 개발, 정형화하고 중점홍보하고 있다.

만리장성관광, 황화관광, 양쯔강3협관광, 기산이수 관광, 실크로드 관광, 서남 소수민족 풍습관광, 눈과 얼음관광, 뿌리찾기 관광, 수학여행, 신혼여행, 식도락 관광, 보건 관광, 양쯔강 삼각주 보트여행, 불교성지순례 등이 그것들이다.

2) 중국의 호텔현황

○. 중국 내국인 여행객이 크게 늘면서 저가 호텔 시장도 빠르게 성장하고 있다. 관광 수요가 급증하면서 중국 저가 호텔 체인 브랜드는 지난해 말 국, 내외 업체를 포함해 50개로 늘었다.
중국에서 첫 저가 호텔이 등장한 것은 지난 1997년. 상하이 소재 진지앙 인터내셔널은 저가 호텔 '진지앙인'을 선보였다. 4년 전에는 상하이 소재 홈인&호텔 체인이 등장, 급성장하고 있다. 9월말 기준 호텔 체인 수는 107개로 2003년 말 10개에서 대폭 증가했다. 현재 추가 56개의 호텔 설립을 추진 중이며 중국 전역 45개 도시에서 호텔 서비스를 제공한다는 계획이다.

○. 베이징 소재 TX인베스트먼트 컨설팅의 린 이시앙 회장은 "저가 호텔 시장은 중국의 여행 붐으로 수혜를 입을 것"이라며 "성장 여력이 무궁무진하다"고 말했다. 중국내 호텔은 2007.9월 현재 2천1백30여개 호텔에 23만개 이상의 객실을 구비하고 있다. 이중 9백1개의 호텔들이 외국 관광객들을 위한 호텔이다. 북경에는 현재 1백70여개 호텔이 있다. 이중 16개가 5성급이며 35개는 4성급이다.

○. 특별한 차이점은 없으면서도 호텔, 주점, 반점, 빈관, 대하 등으로 다양하게 불리는 중국의 호텔 들은 북경의 경우 성수기에 90%의 객실 점유율을 보이고 있어 중국이 관광외화를 벌어들이는데 첨병역할을 하고 있다.

3) 중국의 교통

○. 중국 항공교통의 큰 특징은 전세기 운항이 많다는 점이다. Air China와 CTTS가 차터 관광항공사(CCTAC)를 설립하고 있는 것도 전세기 수요에 효율적으로 대처하기 위한 것이다. 전세기 운항이 많은 것은 일정치 않은 물량으로 정기노선의 개설이 여의치 않기 때문이다.

○. 하지만 전세기 운항이 된다 하더라도 중국공항은 대형 비행기가 뜨지 못하는 경우가 많아 대량 수송에는 아직 한계가 있다. 예를 들어 북경공항에서 출발하여

연길에 가는 비행기는 40-45인승에 불과하다. 연길공항이 작기 때문이다.
항공 뿐 아니라 중국의 육상, 수상교통환경 또한 개선되고 있다. 중국의 택시 12만량 중 4만량은 외래 관광객을 위한 것이다.

< 표1:중국의 관광산업 전망 >

구 분	1996	2000	2010
외국인 관광객(만명)	5,112	5,450-5,500	6,400-7,100
외국인관광수입(억불)	102	140	380-430
국내 관광객(만명)	6.39	9.5-10.3	20-25
국내 관광수입(억 元)	1,638	2,500-2,600(GDP의 5%)	1-1.05(GDP의 8%)

(자료 : 중국 국가 여유국, 한국 관광 연구원, 관광 I&I 정보 제 3권 7호를 재인용. 외국인 관광객은 대만, 홍콩, 마카오 관광객을 포함한 수치임.)

○. 개혁.개방 이전에 관광산업 발전의 최대 장애물은 식사와 숙박이었는데 외국인이 묵을 수 있는 호텔은 몇 개에 지나지 않아 외래 관광객 수는 겨우 1만 명에도 미치지 못하였다. 그러나 개혁.개방 이래로 중국 관광호텔의 건설속도와 규모는 같은 기간 내 세계 수준에 있어서도 손꼽을 정도다.

○. 중국의 관광산업은 지방경제 발전에 있어 중요한 자리를 차지하고 있다. 현재 중국의 10개성이 관광산업을 지주 산업으로 육성하고 있으며, 7개 성.시가 중점산업과 선도 산업으로 채택하고 있다. 관광산업은 이미 나름대로 체계를 갖추어 가고 있는데 이는 호텔의 수나 교통운수, 위락산업의 발전 형태에서 확인할 수 있다. 또한 관광산업을 국가중점 양성산업으로 책정한 이후 이 분야에 종사하는 우수한 인재를 양성하기 위한 교육기관도 활력적으로 운영하고 있다.

○. 관광산업이나 관광여행에 관련되는 학과나 단과대학이 있는 대학교만도 2백9개나 되고 관광여행과 관련이 있는 중등직업학교는 전국에 약1천여 개나 설립하고 있다. 그리고 여행업관련 직업에 종사하고 있는 취업자도 2006년 말 현재는 취업자는 1천1백만 여명에 간접취업자 수는 6천3백여 명을 넘어섰다

나. 중국 지역별 관광산업 현황

○. 중국을 방문하는 외국인 관광객과 국내여행객 수는 해마다 늘어나고 있다. 2007년도의 여행객 총수는 모두 5억9천여 명에 달했고 그 중 내국인은 4억4백여만 명에 달했으며, 호텔수도 급격히 늘어나 2007년 중국에는 모두 2,130개의 호텔이 설립되었다.

《 표2:중국관광 시장 향후 발전전망》

- WTO에 의하면 1995-2020년간 세계 평균보다 3배에 이르는 연 평균의 12.8%로 성장 2020년에는 세계 4위로 약 1억 명 예상

2020년 세계 상위 10위의 관광목적지			2020년 세계 상위 10위의 관광객 송출국		
국가·지역	외래관광객수	시장점유율	국가·지역	국외여행자수	시장점유율
1. 중국	13,710	8.6	1. 독일	16350	10.2
2. 미국	10,240	6.4	2. 일본	14150	8.8
3. 프랑스	9330	5.8	3. 미국	12330	7.7
4. 스페인	7100	4.4	4. 중국	10000	6.2
5. 홍콩	5930	3.7	5. 영국	9610	6.0
6. 이탈리아	5290	3.3	6. 프랑스	3710	2.3
7. 영국	5280	3.3	7. 네덜란드	3540	2.2
8. 멕시코	4890	3.1	8. 캐나다	3130	2.0
9.러시아연방	4710	2.9	9. 러시아	3050	1.9
10.체코	4400	2.7	10.이탈리아	2970	1.9
1-10위 합계	70,880	44.2	1-10위 합계	78,890	49.2

[자료 : 세계관광기구(WTO)2006]

○. 여행 산업이나 관광산업이 어느 정도 발달한 국가에서는 여행사를 통해 여행을 떠나는 여행인구는 전체 인구의 약 70%정도에 이르는 것으로 알려지고 있으나 중국의 경우 2006년 전국 19,470개의 여행 및 관광관련 업체 중에서 여행사는 8,000개 업소에 이르고 있었으며, 이들 여행사가 조직한 단체여행객수는 7,389만 명 중국 전국 국내여행 총인구의 18.8%에 지나지 않는 미미한 수이다.

○. 1978년 중국이 개혁개방 정책을 실시한 이래 중국의 관광산업은 3차 산업에서 가장 활기차고 잠재력이 있는 신흥산업이고, 중국 국민경제의 새로운 성장포인트로 되었다. 또한 대다수 지방에서 현지의 경제발전을 리드하는 기간산업 및 우위산업으로 성장하였다.

○. 최근 몇 년간 중국 입국관광객 규모는 연속 세계 5위, 이로 인한 외화수입규모는 세계 7위를 기록했다. 중국 국제 관광산업의 발전은 각 국 국민들간의 우호적왕래와 투자환경 개선, 대외개방 추진 등 분야에서 중요한 역할을 발휘하였다. 그리고, 관련산업 발전의 유도는 물론, 내수확대, 취업자 증가, 관광산업 구조 조정과 지역간 경제 연계 추진, 빈곤 지구의 빈곤퇴치 등 면에서도 긍정적인 역할을 하였다. 이제 중국의 관광산업은 세계 이목을 집중시키고 있다.

2. 관광 정책의 변화

가. 2000년 이전 : 홍콩 마카오의 중국반환과 광동 홍콩 마카오 지역공동화 추세는 관광산업 발전을 위한 협력과 지역적인 이점이라는 2가지 성공요인을 제공함.

나) 2001년 : 미국의 "9.11" 테러사건 중국 관광산업의 주요고객인 미국 유럽 일본 3대 경제구의 경기 침체 등 중국 관광산업에 치명적인 영향. 중국 여유국(旅游局)의 신속한 대처 (미국순회 홍보단 중국 국가주석의 관광 메시지 중국국제관광엑스포 등의 이벤트를 유치 개최)

다) 2003년 : "사스"의 출현- 다시중국 관광산업발전에 예기치 못한 좌절을 초래.

라) 2004년 : 전반적으로 성장세를 회복 연간 입국관광객(인바운드) 수는 1억 904만명에 이르러 최초로 1억 명을 돌파. 총 257억 달러의 관광수입을 올림. 이 수치 는 각각 세계 4위와 7위에 해당되며, 세계 관광기구(WTO)에 의해 2004년도 전 세계 최고의 여행목적지로 선정됨.

마) 2007년 : 2008 북경올림픽을 계기로 성장세가 뚜렷하며 연간 입국관광객(인바운드)수는 2억1천 여 명을 넘어섰으며, 2008년에는 5억여 명의 입국관광객 수에 이를 것으로 전망하고 있다.

3. 관광산업의 발전추세

가. 사회주의 경제체제 개선을 통한 국민경제의 지속적 발전 및 지역간의 균형발전, 실업구조 개선 등 관광산업의 활성화를 통하여 그 해결기반을 조성

할 것으로 예상된다.

나. 중국은 외국의 시장개방 압력에 적극 대응하기 위하여 관광시장을 단계적으로 개방(현재 西藏 제외)을 해 나갈 것으로 전망된다.

다. 최근 중국 도시민의 소비구조는 양에서 질적인 면으로 전환되어, 1인당 문화오락소비지출비가 꾸준히 상승하고 있으며, 이러한 소비지출구조의 변화는 소비의 다양화 및 고급화 현상을 나타내고 있다.

라. 주5일제 근무제도 정착과 연휴정책의 실시로 여가시간이 대폭 확대되어, 특히 주말을 이용한 근거리여행 및 빅3 연휴시즌의 관광시장이 대폭 확대될 것으로 예상된다.

마. 최근 경제 및 사회문화 여건의 제고로 부유한 샤오캉(小康) 사회에 대한 요구에 부합하게 될 것이고 확대된 중산층에 의해 중국 아웃바운드 관광수요가 폭발적으로 확대될 것으로 전망된다.

바. 향후 중국의 관광산업은 진정한 국민경제의 기둥산업이자 서부지역 대개발을 이끌어 갈 전략산업으로 집중 육성될 것이다.

사. 중국 아웃바운드시장은 획기적인 출입국제도에 따라 조속한 시일 내에 더 많은 중국인의 해외여행을 유발하고 나아가 한국 방문객도 증가할 것으로 전망 된다

Ⅲ. 최근 중국 관광산업의 변화

1. 외부환경

가. 정치적 환경

O. 2003년 3월 제10기 전국인민대표대회 (全人大)에서 사회주의 법치의 확립이 가장 중요한 의제의 하나로 부각되어 앞으로 중국의 신지도 체제는 전인대의 입법기능의 강화와 법치의 구현을 중요한 정책과제로 추구하게 될 것인데, 이는 개혁개방과 WTO(세계무역기구) 가입으로 중국이 이미 세계경제체제의한 구성원으로 발전함에 따라 신 지도체제는 중국의 법체계를 WTO가 요구하는 수준으로 수정·발전시키고, 적극적으로 세계적 규범에 적극 접목시켜가지 않을 수 없게 되었기 때문이다.

O. 이를 위하여 중국은 정부기능 전환의 필요성을 적극 반영하여 국가발전계획위원회와 국가경제무역위원회 그리고 대외무역 경제합작부를 통폐합하여 국가발전개혁위원회와 상무부(商務部) 등으로 개편하였는데, 이는 WTO 가입에 따른 대외 경쟁력을 저해하는 제도적 장애요인을 제거하여 대외 무역이나 통상 환경변화에 능동적으로 대처하고자 하는 질적인 측면에서의 정부기능 전환으로 평가할 수 있다.

O. 또한 중국의 신 지도체제는 국민들이 여유로운 삶을 영위하는 「샤오캉(小康) 社會의 전면적 건설」을 기본 발전목표로 설정하고 있는데, 이는 앞으로 20년간 GDP를 2000년의 4배로, 연평균 경제성장률을 7%대로 유지하며 1인당 GDP를 3,000달러로까지 끌어올리겠다는 비전과 계획으로서 기본적으로 장쩌민 중심의 제3세대가 추진해 온 개혁을 통한 발전정책을 전면 계승 발전시켜 나가겠다는 정책의지의 표현이라고 할 수 있다.

O. 2007년 17대 전국인민대회의 핵심주제인 ‘인민의 생활개선을 중점으로 사회건설을 가속화 한다’와 같다.

당 대회에서 중국 경제발전 주요목표로 사회주의 경제체제 강화, 경제구조의 전략적 조정 추진, 기본 공업화 실현 및 정보화 추진, 현대화 건설을 통한 국민경제의 지속적 발전 및 국민생활 수준 제고 등을 21세기 20년간의 주요 임무로 제시하였다.

O.이와 같이 최근 중국의 정치환경이 제4세대 신 지도체제 출현이라는 커다란 변화가 있었음에도 불구하고 향후 중국은 지속적인 경제성장과 현대화 그리고 개방화를 추구하는 정책기조를 유지하여, 미국과의 안정적 협력관계를 유지·발전하는 대외관계의 유지에 우선순위를 둘 것이며, 지금까지 중국 외교전략의 중요한 축으로 강조되어 온 다극화 전략도 세계유일 초강대국으로서의 미국의 위상이나 이익과 충돌되지 않는 방향에서 추진해 갈 것이다.

나. 경제 환경

○. 중국은 지난 2005년 제15차 당 대회를 통해 2010년까지 2000년도의 GNP를 2배로 늘린다는 야심찬 계획과 아울러 공산당 창설 100주년이 되는 2020년까지 국민경제를 지속 발전시키면서 제도를 완비하고, 건국 100주년이 되는 2050년까지는 현대화 실현 및 부강하고 발전된 사회주의를 건설해 나갈 것임을 천명한 바 있으나 목표가 상당히 앞당겨질 것으로 예측하고 있다.

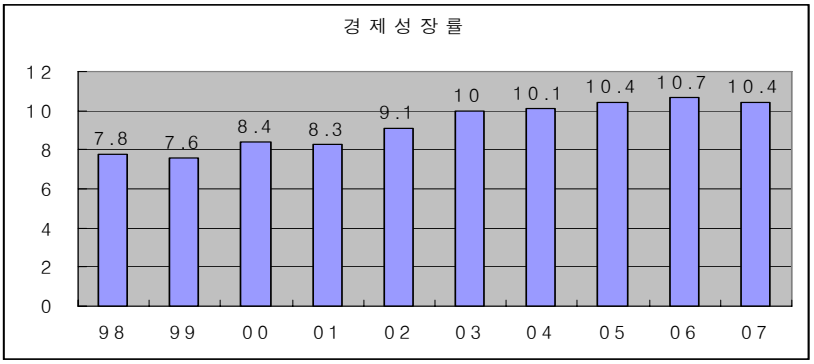
○. 중국정부는 그간의 경제성장방식의 문제점을인 식하고 2006년부터 시작된 제11차 5개년계획에서'조화로운 사회'(和諧社會) 건설을 목표로 중국경제의 안정적 지속성장을 위한 노력을 강화하고 있다.

○. 중국경제는 구조적 리스크가 잠재하고 있으나 풍부한 노동력공급과 높은 생산성, 정부의 경제관리능력 등을 감안할 때 경착륙 가능성은 크지 않은 것으로 평가된다. 즉, 과제해결을 위한 지도부의 정책방향설정과 대응노력 등이 현재까지는 어느정도 성과를 거두고 있으며 2008년 베이징올림픽과 2010년상하이 엑스포를 앞두고 중국경제의 대외이미지를 높이기 위해 고성장기조를 유

지하는데 주력할 것으로 보인다. 이에 따라 향후 3~4년 간은 수출·투자에 대한 의존도가 줄어 들고소비의 기여도가 늘어나면서 9% 내외의 성장이 가능할 것으로 전망된다.

○. 보다 장기적으로는 수출경쟁력약화, 노동공급 감소, 생산성 둔화 등으로 성장률이 점차 낮아질 것으로 예상되나 구조개혁이 원활하게 진행될 경우 2011년 이후에도 7% 내외의 안정적인 성장이 가능할 것이다.
나아가 최근 진입한 WTO체제의 국제규범을 성실한 이행하고 외국의 시장개방 압력에 적극 대응하기 위하여 WTO가입의 전제조건이었던 서비스시장의 개방을 전면 추진할 것이며, 특히 관광시장을 완전개방을 단계적으로 추진해 나갈 것으로 전망된다.

《표3:중국 경제성장률 》



3. 소비환경

○. 80년대 이후 중국 소비자가 가장 구매하고 싶어하는 3가지 품목인 '싼따지엔(三大件)'은 TV, 냉장고, 세탁기 등의 가전 제품이었다. 하지만 최근에 와서는 기존 구매희망 제품이 점차 보편화되고 새로운 제품에 대한 수요가 증가하고 있는 것이다. 21세기에 들어서 중국 소비자들의 신규 수요는 PC, 핸드폰, 에어컨 등의 제품에서 크게 증가하고 있다. 특히 PC나 핸드폰의 경우는 최근 중국인들의 새로운 구매 희망 품목인 자동차, 주택, 핸드폰 및 PC의 '신쓰지엔(新四件)'으로 꼽을 만큼 구매 희망도가 매우 높으며, 반면에 보급률은 60%를 밑돌아 향후 수요가 폭발적으로 증가할 것으로 예상된다.

O. 가정용 내구재에 있어서도 白色家電의 보급이 이미 일반화됨에 따라 컴퓨터, 휴대폰, 자동차 등 고가 내구재 수요가 빠르게 증가하면서 소비를 견인하고 있으며., 세탁기 냉장고, 컬러TV 등의 경우 도시가구당 보급률이 100% 내외에 이면서 신규수요가 줄어들고 交替需要가 주로 발생하는, 반면 컴퓨터, 휴대폰, 자동차 등 고가 내구재의 경우 연 30% 이상의 증가율을 보이며 新規需要가 지속적으로 창출되고 있다.

* 휴대폰의 경우 도시 1가구당 보급률은 90%에 이르고 있으나 개인 휴대 특성을 감안하면 신규수요 여력이 큰 상황

《표4:도시지역 100가구당 내구재 보유 추이》

(개, 대)

	2003	2004	2005	2006
세탁기	90.5 (-1.0)	92.2 (1.9)	92.9 (0.8)	94.4 (1.6)
냉장고	80.1 (3.0)	81.9 (2.2)	87.4 (6.7)	88.7 (1.5)
컬러TV	116.6 (4.5)	120.5 (3.3)	126.4 (4.9)	130.5 (3.3)
에어컨	30.8 (25.8)	35.8 (16.2)	51.1 (42.7)	61.8 (20.9)
컴퓨터	9.7 (64.1)	13.3 (37.1)	20.6 (55.1)	27.8 (34.8)
휴대폰	19.5 (173.1)	34.0 (74.4)	62.9 (85.0)	90.1 (43.2)
자동차	0.5 (47.1)	0.6 (20.0)	0.9 (46.7)	1.4 (54.5)

주 : 1) ( )안은 전년대비 증가율　　자료 : 중국통계연감(2006)

O. 한편 중국 국가통계국(國家統計局) 자료에 따르면 2006년 중국 도시주민의 일인당 가처분소득 및 소비성지출금액은 각각 16,280위엔과 16,897위엔으로 중국민의 소비가 양에서 질적인 면, 즉 “생존형”에서 “발전형” 혹은 “향유형”으로 전환되어 도시주민의 수입과 지출구조가 새로운 국면에 진입한 한해로 평가될 수 있다고 발표하였다. 이는 2006년 1인당 문화오락소비지출이 9.9% 증가한 901위엔, 교육비지출이 1.230위엔으로 24.9%가 증가하는 등 1인당 문화 및 교육비용 총 지출액이 2,452위엔으로 처음으로 2,000위엔을 넘어선 것을 통해서도 알 수 있으며, 특히 일인당 여행비용지출이 4.6% 증가한 700위엔을 기록하였다.

O. 이러한 소비지출구조의 변화는 소득수준의 꾸준한 상승으로 인해 중산층이

확대되면서 주택, 자녀교육 등 전통적인 소비 이외에 자동차와 여가 및 문화생활에 대한 수요가 급성장하고, 상하이, 선전, 광져우 등 연해지역을 중심으로 분포되어 있는 중산층이 점차 내륙지역으로까지 확대되면서 전반적으로 소비의 다양화 및 고급화 현상을 나타내고 있는 것으로 볼 수 있다.(中國經濟信息网, 2006)

O. 이러한 소비구조의 변화 움직임은 현재 진행되고 있는 제10차 5개년 계획이 추진되고 나면 도시주민의 가처분소득 증가에 따른 소비구조가 문화 및 관광부문에서 다원화되고, 농촌주민의 내구성제품소비 등도 증가하여 지금보다 한층 성숙된 소비구조를 형성할 것으로 전망된다.

4. 사회문화환경

가. 가족구조의 변화

O.급격한 인구성장을 효율적으로 통제하기 위하여 중국 정부는 1980년대 초부터 '한 가구 한 자녀 갖기' 가족계획정책(計划生育)을 실시하였고 이는 개혁개방에 따른 경제성장과 맞물리면서 중국 가족구조의 핵가족화를 더욱 빠르게 진행시키는 요인이 되었다. 오늘날 상하이나 베이징과 같은 대도시는 3인 이하 가정의 수가 70% 정도를 차지할 정도로 도시지역의 핵가족화가 확산되고 있으며, 이러한 핵가족화의 확산은 도시가정의 부의 축적과 구매력을 대폭 강화시킨 계기가 되고 있다.

O.이처럼 20여 년에 이르는 '한 자녀 갖기' 정책과 도시화로 인한 중국 가족구조의 변화는 각 가정 내에서 외동 자녀들이 부모나 조부모 위에 군림하며 가장 중요한 위치를 차지하게 되었으며, 이들은 최근 소득수준 향상과 더불어 값비싼 아동의류나 완구의 폭발적인 소비를 주도하고 있는 이른바 신세대 소비시장을 형성하기에 이르렀다.

O. 우리와 관련되어서도 <u>최근 중국에 '韓流' 열풍</u> 만들어내고 있는 장본인들로서, 소위 '합한족(哈韓族)이라 하여 한국 대중문화에 열광하고 있는 계층이

며, 이들 외동자녀들로 위하여 한국 대중가수의 숙소에까지 따라와 외동딸에게 줄 싸인을 받아 가는 아버지들의 모습이 전혀 낯설지 않은 소위 소황제(小皇帝)증후군이라는 독특한 사회현상을 만들어내고 있다.

O. 한류의 대표적인 현황으로 한국 드라마, 한국 영화, 한국 가요, 한국 가수 공연, 한국 오락프로그램 등을 들 수 있다. 이 가운데 한국드라마가 단연 영향력과 중요도에서 첫번째로 꼽을 수 있다. 2006년에는 한국드라마의 인기가 잠시 침체되기도 했으나 2007년 들어와서 한국드라마에 대한 반응이 다시 좋아지고 있다.

O. 올해 3월부터 중국전역에서 진행되는 **전국대학생창작가요제**에 한국도레미미디어가 직접 참여했다. 이런 참여는 한국 문화 콘텐츠의 수출이 라고 할 수 있는데 이러한 새롭고 신선한 문화 콘텐츠의 다양한 개발이 필요할 것으로 보인다. 2007년의 한류는 과거와 같은 열풍은 아니지만 새롭고 다양한 형태의 한류로 발전해 가고 있는 것으로 평가된다.

《중국내 상점 및 광고에 등장하는 한류열풍》

나. 인구구조의 변화

O. 경제성장과 함께 생활여건이 개선되면서 1960년 47.1세에 불과하던 중국인의 평균수명이 2006년 76.4세 정도로 현격히 높아졌으며, 인구의 자연증가율은 1989년의 15.04%에서 2006년의 2.15%로 하락하였으며, 인구구조가 '고출생, 저사망, 고증가'에서 '저출생, 저사망, 저증가' 로 전환되어 2006년11월 현재

중국은 60세 이상 노령인구가 전체 인구의 18% 정도 약 2억 1천만 명에 달함으로써 세계 최대의 노인대국으로 조사되었으며, 향후 이들 실버시장에 적합한 건강식품, 약품, 여행시장 등의 폭발적인 수요가 있을 것으로 예측된다.

O. 그러나, 최근 중국의 인구구조 변화는 다음과 같은 새로운 문제점들을 야기하고 있다.

1) 노동 및 취업 인구비율은 하락한 반면 노후연금 혜택을 받는 인구비율은 점점 증가하고 있어 사회보장기금의 부담의 증가를 가져와 사회보장자금 부족현상을 가중시키고 있다.
2) 아동 및 청소년의 비율이 감소함에 따른 초등학생의 감소 현상이 두드러지게 나타나 전국의 초등학교 수가 1995년 67만 개에서 현재 49만 개로 크게 감소한 것으로 나타나고 있다.
3) 2005년 제5차 인구조사에 의하면 중국의 남녀 출생성비가 여아 100명당 남아 117명으로 이는 1980년대 초 108에 비해 큰 폭으로 증가한 것으로 국제적으로 인정하는 정상적인 남녀 출생성비는 103-107에 비하면 상당히 커다란 차이를 나타내고 있어, 성비 불균형이 심각한 사회문제로 대두되고 있다.
4) 앞으로 지속적인 경제고도화 추진에 따라 산업의 노동력수요량이 감소추세 및 구조조정 강화에 따라 실업자 증가가 예상되는데, 중국노동연구원에 의하면 2005년 경 실업자 수가 2,000만에 달한 것으로, 실업난 해결은 중국 경제운영의 주요 쟁점으로 등장한 것이다.

이상과 같은 인구구조 변화에 따라 출현한 새로운 문제점들은 향후 중국이 풀어나가야 할 또 하나의 커다란 과제라 할 수 있다.(대외경제정책연구원, 2006)

다. 여가환경의 변화

○. 중국은 1995년부터 실시한 주5일 근무제 실시와 1999년 “전국 경축일 및 기념일 휴가방안”에 의해 새로이 공포된 연휴정책으로 일반인의 여가시간이 대폭 확대되었다. ‘연휴정책’이란 기존 공휴일을 유동적으로 조정하여 연이어 붙여 쉬는 조치로써 휴일을 더욱 확대하는 적극적인 내수진작정책의 일환으로 실시되고 있으며, 춘절(음력 1월 1일), 노동절(5월 1일), 국경절(10월 1

일) 등을 포함한 '빅3 연휴' 기간을 창출하여 중국인의 여가환경에 지대한 영향을 미치고 있다. 그러나 빅3연휴정책도 2008.1.1을 기해 폐지되고 휴일 횟수를 늘렸다.

○. 뿐만 아니라, 급속도로 진행되고 있는 경제발전 및 도시화로 인하여 전통적으로 '만만디(慢慢的)'로 표현되던 중국인의 느림의 여유와 완만한 생활관습의 파괴를 가져왔으며, 도시민의 일상은 점점 더 많은 긴장과 압력이 가중되고 있고, 이러한 도시화의 가중은 확대된 여가시간을 '주말여행(双休日旅游)' 또는 '경축일여행' 등을 통하여 심신의 건강을 회복하고자 하는 경향으로 나타나고 있어 "휴일경제"라는 새로운 국면을 열면서 여가시장의 확대를 예고하고 있다.(福建統計信息网, 2006)

○. 늘어난 여가시간과 함께 중국인의 여가문화도 점점 다양해지고 있어 과거에는 여가 시간을 이용하여 쇼핑을 즐겼으나 요즘은 여행을 즐기거나 도서관, 극장, 음악 홀, 전시관, 박물관 등을 찾으며, 예전에는 몇 백 위엔에 달하는 레스토랑을 찾았으나 지금은 비싼 음식보다는 음악회를 찾아가거나 전시회에 들르는 사람들이 많아졌다.

○. 이처럼 주5일제 근무제도 정착과 연휴정책으로 대략 1년의 1/3 가량인 총 115일에 해당하는 여가시간이 확보되고, 25년 간 축적된 경제성장에 의한 물질생활의 만족이 차츰 생활의 품위를 추구하고 정신생활과 관련한 소비를 중시하기 시작함에 따라 앞으로 중국은 '휴일경제(休日經濟)'라는 새로운 구매시즌 활성화와 폭발적인 문화 및 관광수요를 창출할 것으로 예상된다.

《표5: 최근 중국인의 주요 사회관심사 (복수 응답)》

순위	2006년	관심도(%)	순위	1996년	관심도(%)
1	의료위생제도	87.0	1	의료위생제도	47.92
2	사회보장제도	81.8	2	주택문제	42.65
3	실업 및 취업	68.1	3	물가문제	37.91
4	주택문제	65.4	4	양로문제	28.91
5	환경문제	63.6	5	임금문제	22.75
6	생활수준	61.1	6	취업문제	19.91
7	교육제도개혁	54.5	7	저소득층생활보장문제	13.27
8	교통문제	43.3	8	노동권익보호	11.85
9	여 행	23.2	9	자녀양육지출문제	10.43
10	통신 및 인터넷	21.1	10	재산증대	1.9

자료: http://www.stats.gov.cn/xwkj/jjkx/200606290001.htm(中國統計信息网)

라. 중산층의 확대

○. 최근 모건스탠리(아시아)는 보고서에서 부동산 가격하락과 승용차 보급의 전제조건 아래 2010년에 중국의 중산층이 5억 명에 달할 것이라는 전망을 내 놓았다.(KOTRA, 2006)

일반적으로 중산층이란 자가 주택과 승용차를 보유한 가정을 말하는데, 스탠리는 동 보고서를 통해 10년 후 중국인구의 2/5 수준인 4억 9천만명 가량이 소위 '중산층'으로 부상할 것이라고 예측하면서, 물론 중국의 중산층이 일률적으로 미국이나 일본의 중산층과 비교되는 것은 무리라는 점을 부연하면서도 비록 소득수준이나 지출이 상대적으로 적지만 이에 상응하는 낮은 물가수준을 감안할 때 중국 중산층은 비교적 적은 소득으로도 미국이나 일본 등과 비슷한 생활수준을 누릴 수 있다고 모건은 전망하고 있다.

○. 한편 중국의 국가통계국(國家統計局)에 의하면 현재 중국의 중등 소득가 정비중은 약 28%로, 1인 평균 연간소득은12,000위엔-24,000위엔에 불과했으며, 2007년 1인 평균 근로자 임금은 15,870위엔에 달하였다. 이외에도 중산층가정에서는 여행, 건강 및 중·고급 문화예술 관람 등에 대한 바람을 가지고 있거나 그에 해당하는 경제적 능력을 보유하고 있는 것으로 조사되는 등 비교적 높은 수준의 문화, 기술능력 혹은 생산능력 등을 가지고 있는 것으로 나타났다.

○. 현재 중국의 중산층 비중은 약 18%에 불과하지만 향후 20년간 중국의 경제발전이 제공할 수 있는 각종 지원 및 사회안정으로부터 살펴볼 때, 2020년에 이르러 중국에서 중산층이 차지하는 비율은 37% 혹은 38%에 달함으로써, 부유한 샤오캉(小康) 사회에 대한 요구에 어느 정도 부합하게 될 것이고, 나아가 지속적인 아웃바운드 관광수요의 확대를 가져올 것으로 전망된다.

2. 내부 환경의 변화

가. 관광정책의 변화

O. 중국의 관광산업은 1978년 당 중앙은 “관광사업발전에 관한 지시요청에 관한 보고서” 《關於發展旅游事業的請示報告》발표와 더불어 국무원 직속기관에 中國旅游游覽事業管理局을 설치하도록 함으로써 새로운 관광행정체제의 확립하였다. 그러나, 이 시기의 중국 관광산업은 산업으로서의 체계나 준비 없이 당시 죽의 장막을 거둔 중국에 대해 급증하는 해외 관광시장의 구매자수요에 대응하고 경제활성화를 위한 외화획득 수단에 불과하였다.

O. 1982년에 이르러 中國旅游游覽事業管理局과 중국국제여행사가 공식 분리됨으로써, 1964년이래 관광기업체와 일원화되어 제 기능을 다하지 못했던 관광행정체계가 본격적으로 구축되기 시작하였고, 명칭도 이 때부터 오늘날의 國家旅游局으로 개칭되어, 국무원산하 중앙직속 행정기관으로서 중국 전역의 관광행정을 전담하게 되었다. 중앙정부의 관광행정기구 설립을 계기로 대부분의 省과 市에서도 관광행정 전담기구를 설치하기 시작하였으며, 이러한 관광행정체제의 역사적인 변혁을 계기로 중국의 관광산업이 산업으로서 위치를 확고히 하는 계기를 제공하였다.

O. 특히, 중국은 1986년 관광산업을 국민경제 및 사회발전계획에 포함시킨 이래 당 중앙은 1992년 관광산업을 제3차 산업중의 중점산업임을 천명하였고, 제9차 5개년 계획과 2010년 장기발전목표강령(2010年遠景目標綱要)에서는 관광산업을 제3차 산업 중 적극 발전추진 제1순위 산업으로 지정하였다. 1998년과 1999년 중국 중앙정부는 연속적으로 관광산업을 국민경제의 새로운 돌파구로 규정하였고, 2001년에는 국무원에서 열린 전국관광발전사업회의에서 관광산업의 가속발전을 위한 ‘관광사업발전 가속화에 대한 지침’<關于加快旅游業發展的通知>을 기본적 합의로 도출하였다.

O. 한편 관광산업의 발전을 통하여 중국 경제발전의 최대과제인 중서부지역 개

발을 선도하기 위하여 “관광자원개발 및 자연생태환경보호 특별 투자” 방안을 마련하였고, 1999년에는 서부 관광 기반시설 건설비를 국채조달 항목으로 지정하였으며, 총 투자액 약 8억 위엔 중 6억의 국채자금을 서부관광 개발의 인프라 건설에 투입하여 중서부지구의 관광개발 및 관광지 생태환경보호를 지원하는 정책을 시행하였다.(中國旅游网, 2006)

O. 이상과 같은 일련의 관광산업에 대한 적극적인 육성정책은 중국 중앙정부뿐만 아니라 전국 22개성, 자치구, 직할시 등 각 지방정부에서도 관광산업을 해당지역 경제발전의 기둥산업, 견인산업, 중점산업, 선도산업으로 확정하고 있으며, 이미 60%이상의 성·시에서는 관광산업발전을 가속화에 관한 방침을 제정하였으며, 70%이상의 성 및 관광도시에서는 WTO가입에 따른 관광시장의 대외개방 방침에 따라 관광산업을 지속적으로 개선하는 정책을 추진할 것으로 예상된다.

나. 중국관광 조직 구조변화

중국의 중앙정부조직으로서 중국 국가 여유국이 있어 중국의 국내외 관광산업 발전을 위한 각종 업무를 수행하고 있다. 지방에는 중앙정부 조직과는 별도로 省級(성급), 市級(시급), 縣級(현급)의 관광기구가 설치되어 있어 해당 지역의 관광산업 관련 업무를 관리하고 있다. 省 여유국은 각 省, 자치구 및 직할시에 설치되어 있으며 省정부의 지도와 국가여유국의 지도 아래 업무를 수행하고 있으며, 市 여유국은 지방 여유국이라고도 하며 지방정부 및 省정부의 지도 아래 해당 지방의 관광산업 업무를 담당한다.

1) 중국 국가 여유국

중국의 관광산업의 50,60년대에 외국의 귀빈을 외교적인 목적으로 환대 또는 감시하는 수단쯤으로 여겨지던 시대로부터 현재는 국가경제발전에 결정적인 기여를 하는 주요 산업으로 자리잡기까지 국가관광기구로서의 중국국가 여유국은 다음과 같은 기능의 변화와 조정을 거쳐왔다.

가) 조직의 변화과정

개방과 함께 중국정부는 관광산업에 대한 인식을 새로이 하면서 중국여유국을

局(국)에서 部(부)로 승격하고 명칭을 중국국가여유부로 바꾸었다. 1981년 중국국가여유부는 외교부에서 분리.독립하여 독자적인 부서를 조직하고 인력을 보강하였다. 1983년에 중국국제여행사는 중국국가여유부의 하부조직으로 분류되고 중국국가여유부는 중화인민공화국 국가여유국으로 명칭이 변경되었다 가 1993년에 중국국가여유국으로 다시 개칭되었다.

나) 현재의 기능

현재 중국국가여유국은 19개국1특별구(홍콩)에 21개 해외지사를 두고 활발한 국내외 관광진흥 활동을 전개하고 있는 명실공히 정부관광기구로서 산하기관 및 여행사에 대한 감독권을 가지며 관광정책을 입안하고 행정업무를 관장한다.

▷주요역할

-관광정책 입안 및 행정관장
-관광업계 지도 감독 및 관광사업체 인허가
-관광시장 개척, 국가관광 이미지 홍보 및 판매촉진등 국제관광 진흥업무
-관광상품 개발 및 관광수용태세 정비
-관광자원 개발과 이용, 보존 및 관광지 관리
-호텔 등급심사, 관광상품 가격 지침 제공
-관광교육 훈련, 자격시험 및 외국교환연수, 인력교환

2) 국가 여유사업위원회

국가여유사업위원회는 1988년 5월 관광산업의 발전에 따라 관광행정 업무의 복잡성이 증가하자 관계부처간 협력체계를 강화하기 위해 설립된 중국관광정책 조정기구이다. 국가여유사업위원회는 국가여유국의 상위기구로서 국무원가 같은 위상 조직이다.

▷주요역할

- 국무원의 비준을 받은 중국관광산업의 중대한 방침과 정책을 연구
- 관광산업 관련 법령의 제정
- 중요관광자원 개발계획 심사
- 지방정부 스스로가 해결하기 어려운 관광산업 관련 문제 조정 해결
- 기타 국무원이 위임한 관광산업 관련 업무를 담당

《표6:최근 중국을 방문한 최대 외국인 관광객규모》

국 가	관광객 수(만명)	증 가 율(%)	비 고
한 국	167.9	24.85	
러 시 아	119.6	10.74	
일 본	238.6	8.37	
말레이시아	46.9	6.26	
미 국	94.6	5.91	

《국가여유국 2006》

Ⅳ. 중국의 관광테마

1. 관광테마 자원현황

중국은 유구한 역사와 문화, 그리고 아름답고 다양한 자연경관을 보유한 다민족 국가로서 관광자원이 매우 풍부하다. 2007년 중국 국가관광국이 내놓은 "중국 민간예술 관광"은 2001년의 “중국 체육 보건관광"에 이어 또 하나의 새로운 관광테마이다. 이러한 설정은 세계인에게 중국 민간예술의 독특한 경관과 다채로운 민속 풍경을 감상할 수 있는 기회를 제공하는 한편, 중국 민간 문화예술의 풍모를 전시하고 중국의 관광제품을 풍부히 개발하여 중국의 관광산업을 보다 빠르고 힘차게 발전시키려는 그 목적이 있다.

2. 관광 자원과 관광구 현황

가. 자연관광자원: 땅이 넓고 지리, 기후가 복잡하여 자연히 관광자원도 아주 풍부하다.

나. 인문관광자원: 수천 년의 문명사상 각 시대, 왕조는 헤아릴 수 없는 고적과 유산을 남겼는데 그 수와 내용의 풍부함과 가치의 귀중함이 세계적으로도 손꼽아 헤아릴 수 있다.

※고전 조경예술 ①황가조경 ②사택조경

다. 9개의 관광구

1) 중원관광구 2) 동부연해관광구 3) 천한관광구
4) 화남열대경관관광구 5) 서남카르스트지형 관광구
6) 동북관광구 7) 북쪽변방관광구
8) 청장고원유목구 9) 서북비단길관광구

3. 운남성 여강(麗江)시 古城 관광테마

가. 여강의 지리적 위치

O. 麗江의 명칭은 '아름다운 金沙江이 흐르는 도시'라는 뜻으로 세계문화유산이 곳곳에 산재해 있으며 주민의 70%가 관광업에 종사하는 관광도시로 2006년도 관광객수는 400만 명에 달하고 주민수는 113만명으로 산하에 4현·2구가 있으며, 나시족·이족·묘족 등 12개의 소수민족이 전주민의 56%를 차지한다.

O. 중국 윈난성 동북부에 있는 곳으로 옛 모습을 그대로 간직한 마을이다. 평탄하지 않은 지역이었지만 중국 사람들은 이 지역에 완벽하게 적응하였다. 상업과 전략적 요충지로 몇 세기에 걸쳐 여러 지역으로부터 받아드린 건축학적 요소들을 잘 융합한 건축물들이 즐비하며, 1997년 세계문화 유산 고대문명 테마로 지정되었다.

나. 여강의 주변관광지

1) 리장[麗江; 여강]을 끼고 위룽쉐산[玉龍雪山; 옥룡설산] 밑 해발 2,400m에 있다. 면적은 3.8㎢이다. 고원 계절풍 날씨로 여름에는 너무 덥지 않고 겨울에는 많이 춥지 않다. 일년 평균기온은 12.6도다. 일년 강우량은 950mm이다.

2) 리장고대마을의 지리적 위치는 독특하다. 산과 주변의 자연환경을 이용해서 서북의 차가운 바람을 피하고 동남쪽의 빛을 충분히 받을 수 있다. 마을 북쪽의 샹산(象山; 상산) 아래에서 강물이 3개로 나누어져 마을 안으로 흘러 들어온다. 이 강물은 마을 전체로 흘러 들어 모든 집 앞에 강물이 흐른다. 이곳에 사는 나시(納西)족은 3갈래의 강물을 가장 윗 줄기는 마시는 물로, 중간에 있는 줄기는 밥하는 물로, 가장 아래에 있는 줄기는 빨랫물로 사용한다.

3) 마을에는 총 300여 개 돌로 만든 다리가 있다. 다리, 강물, 초록색의 나무, 오래 된 거리와 오래 된 집들이 어우러지며 아름다운 마을 풍경을 구성하고

있어 '동방의베니스(Venice)'라고 불린다.

4) 마을의 중심인 시팡지에[四方街; 사방가]는 명청(明淸)시대부터 서북의 차 상업무역의 요점이었다. 시팡지에의 길 바닥은 붉은색의 우화슬[五花石]로 되어 있어 비가 와도 발에 흙을 묻지 않고 돌의 무늬로 인해 거리의 아름다움이 더 돋보인다.

5) 마을의 건물은 한족(漢族), 장족(藏族), 바이족[白族] 등 여러 민족의 민속을 융합한 나시족의 독특한 양식으로 형성되었다. 1997년에 유네스코 선정 세계문화유산으로 등록되었다

다. 여강의 현황과 관광객 수

O. 옥룡설산은 해발 5596m의 처녀봉으로 등산객은 5200m까지 올라갈 수 있 1996년 2월 지진의 발생으로 큰 피해가 있었으나 이를 통해 세계 각 나라에 여강의 아름다움을 알리는 기회가 되고 여강시 관광산업의 발전을 가져와서 2005년도 관광객수는 404만명으로 해외관광객은 18만 명이며 그 가운데 한국 관광객은 6480명으로 총 관광수입은 38억元에 달함.

〈 옥룡설산에서 흐르는 빙하물〉

〈빙하물이 古城내로 3갈래 흐르고 있음〉

Ⅴ. 중국 관광사업의 문제점과 발전방향

중국의 관광산업이 비록 빠르게 발전은 하고 있지만, 아직은 발전의 과도기를 거치고 있다. 경제의 발전과 더불어 관광산업에 대한 투자 또한 높아지고 있으나 그 투자에도 한계가 있다. 때문에 중국이 현재 보유하고 있는 풍부한 관광자원에 대한 관광산업의 개발정도와 다른 여타 선진국의 관광사업 개발정도를 비교해 볼 때 중국의 관광산업은 상당히 낙후되어 있는 편이다.

1. 문제점

가. 관광자원이 비록 풍부할지라도 개발되 지 않거나 충분히 이용되지 않는 곳이 아직 많이 있다.

나. 관광설비, 서비스가 비록 많이 향상되었을지라도 종합적인 완성에는 아직 미흡한 점이 있다.

다. 교통시설은 있으나 표를 사고, 차를 타기까지에는 아직 불편한 점이 많다.

라. 일의 효율과 서비스의 질적인 면에서 아직 한 단계 더 높일 필요가 있다. 이러한 것들은 모두 더욱 많은 국내외 관광객들을 유치하는데 지장을 초래하고 있다.

마. 관광상품관련 문제점

첫째, 관광상품의 노화 및 단일화를 들 수 있는데 중국의 관광상품은 줄곧 문화관광을 주체로 하고 취미성, 오락성, 참여성이 부족하다. 또한 단체 관광객을 대상으로 하고 있기 때문에 국제관광객의 대부분인 청년관광객이나 여성관광객 및 전문성을 가진 관광객을 끌기가 어렵고, 점점 증가추세에 있는 영세사업관광객이나 재방문객의 관광수요를 만족시키기가 어렵다. 이에 비해 다른 나라의 관광목적지는 시장수요에 대한 반응이 빠르고, 상품의 신진대사가 활발히 이루어지며, 상품의 포장과 보급을 중요시하여 관광객흡수에 유리하다.

둘째, 중국 내 같은 물건에 대한 가격차가 커서 신뢰성이 떨어지며, 관광객과 상인간의 진품시비 및 저질상품에 대한 시비가 잇따른다. 이는 가격경쟁으로 인해 발생되는 현상이고, 원가보다 낮은 가격으로 광고하여서 쇼핑의

리베이트로 차액을 보상하면서 운전기사와 가이드도 그 중에서 리베이트를 뽑는다.

셋째, 음식의 질이 떨어지고 있는데 이 또한 심각한 가격경쟁으로 인한 결과이다. 전체적으로 중국 관광시장의 문제점으로는 우선, 교통, 통신시설 미흡을 들 수 있다.
대부분의 사람들도 외국에 가서 제일 많이 부딪치는 어려운 점으로 언어의 사용과 쇼핑시 돈계산을 꼽는다. 중국은 이 두가지 면에서 특히 더 심하다고 할 수 있다. 단체 호텔 사용, 정규 여행 등에는 태환권 사용이 가능하나 개별적인 자유 행동시에는 인민 화폐를 사용해야 하는 번거로움이 있어 처음 중국을 방문하는 사람은 상당한 혼란을 겪기도 한다.

하지만 관광시장에 대한 문호 개방정책, 각종 관광자원 개발, 내부 시설개선 및 서비스 제고 등으로 관광객 유치 활동에 적극적인 자세를 보이고 있 어 21세기에는 지금보다 훨씬 많은 외국인이 찾는 관광객이 될 것으로 보여진다. 중국은 이러한 목표를 달성하기 위하여 지금까지 언급한 교통.통신 시설의 부족, 숙박시설문제, 언어문제, 불합리한 상대가격구조 및 관광전문요원의 부족과 불합리한 관광안내체계 등 산적되어 있는 여러 가지 문제점들을 반드시 해결해 나가야 하는 상황에 처해 있다.

2. 발전방향

1978년 중국의 개혁개방 정책 이래 중국 경제는 시계 경제와의 연계를 강화하는 한편 시장 경제에의 이행을 급속히 진행하고 있다.

O. 중국은 이미 아시아 지역의 경제대국으로 등장하였으며, 2000년대에는 세계 초강국으로의 부상할 것이라고 예상되고 있다. 세계은행은 1998년도 발표에 의한 2020년의 중국이라는 보고서를 통하여 2020년까지 중국은 연평균 6.6%의 성장률을 기록할 것이라고 전망하고 있다. 또한 영국의 Economist 지는 최근 2030년에 이르면 세계는 미국과 중국의 2강시대가 될 것이라고 전망하고 있다.

향후 중국의 경제성장률은 군사력(경제력), 강력한 외교정책, 대외 정책 수행 능력, 대외문제 개입필요성 등에 따라 과거 15년에 비하여 둔화되겠지만 향후 상당기간 5-6%의 성장을 지속하여 2000년대에 25년간 초강대국으로서의 경제 기반을 조성할 것이라고 전망하고 있다.

O.이러한 급속한 경제성장에 따라 점차 중국인들의 라이프 스타일도 레저를 즐기는 방향으로 전환되고 있으며 구매력도 높아지고, 아울러 관광에 대한 수요도 급격히 증가되고 있다. 중국은 1997부터 아시아-태평양 지역의 최대 관광 목적국으로 등장하였으며 관광 수입면에서도 1위(1996년 2위)를 차지함으로써 명실공히 아-태지역 최대 관광국으로 부상하고 있다.

O.중국 국가 여유국 자료에 의하면 중국의 관광수입은 2010년에는 380-430억 달러에 이를 것으로 전망하고 있다. 그리고 현재 GDP의 3.5%에 해당하는 중국의 관광산업을 2010년에는 GDP의 8% 비중을 차지하는 산업으로 육성될 것이다.
그리고 1989년 천안문사태의 영향으로 일시적으로 후퇴하였던 중국의 관광산업은 1990년 북경아시안게임을 계기로 다시 회복하게 되었으며, 특히 1992년 중국방문의 해'의지정을 통해 본격적인 육성기에 접어들게 되었다.
현재 중국은 보다 많은 외래관광객을 유치하고 풍부한 민속문화를 외국인에게 소개하기 위하여 독특한 문화와 자연경관의 매력을 조화시켜 1995년 이후 중국민속의 해 프로그램을 추진중에 있으며, 96년을 차이나 홀리데이 리조트 96으로 지정하여 대대적인 외래관광객 유치한 적도 있다.

O.이밖에도 중국국가여행국(CNTA)은 31개 성 및 100개 자치지구의 민속문화를 해외에 홍보할 계획하고 있으며, 중국정부는 중국의 잠재력 있는 관광지역을 대상으로 고품질의 종합적 서비스 능력과 국제적 지명도를 갖춘 관광도시를 육성하기 위하여 97년부터 3년마다 우수관광도시를 선정해오고 있다. 우수관광도시의 선정기준은 관광지 건설보다는 관광소프트웨어, 도시의 서비스, 운영 등에 중점을 두고 있다. 신청도시는 3대 기본조건과 8개 구체적 기준을 대상으로 평가받게 된다. 3대 기본조건은 종합적인 접대수준과 서비스의 질, 도시의 대외개방도 및 국제화 수준, 도시경제발전에서 관광업의 중요도 정도이며, 8개 기준은 호텔 및 음

식점 서비스, 언어 및 사회환경, 관광지의 위생 및 질서, 관광업계 관리, 오락장 및 상점 서비스, 관광안전관리, 교통 및 우편 서비스, 전시서비스 등이다.

O.1995년에 우수관광도시 평가를 위하여 유명인사, 관광관리, 국내외 여행사 대표 등으로 구성된 특별위원회가 구성되었으며, 이들은 현장시험, 표본조사, 관광객 만족도에 관한 조사통계 자료 등을 통하여 신청도시들에 대한 지정여부를 평가하였다

O.2006년에 CNTA는 85개의 우수관광지를 선정하였으며, 여기에 선정된 관광지를 보유하고 있는 도시는 우수관광도시 지정에 신청할 수 있게 된다. 한편 우수관광도시는 매년 최소한 5만명의 외래관광객과 50만명의 국내관광객을 수용해야 한다. 그리고 중국의 관광특구제도는 외래객에 대한 무사증제도(No-Visa)의 형태로 추진되고 있다. 광동성 심천시의 경우 1994년 12월부터 홍콩내 중국자본으로 설립된 지정여행사를 통하여 조직된 여행단에 대해서는 72시간 동안 심천경제특구내에 무비자입국을 허용하고 있다. 심천시는 향후 상황의 진전에 따라 1996년부터는 외국인 개별 입국자에게도 비자면제 혜택을 확대하였다.

O. 同 비자면제 정책의 실시로 향후 심천시의 관광산업은 크게 진흥하였으며, 최근까지 심천은 홍콩과 접경해 있는 중국 내에서 시장경제가 가장 발달한 곳임에도 불구하고 중국정부의 지나친 비자통제로 인하여 외래관광객이나 사업가들이 방문하는데 어려움이 있었다.

3. 향후전망

가. 베이징올림픽후 관광산업'최고조'

O. 오는 2008년 베이징올림픽이 행사가 열리는 기간보다 그 이후에 관광효과가 더 두드러질 것으로 전망된다. 베이징올림픽경제연구회 분석보고서에 따르면 2008년 베이징시 외래객 방문수 460~490만명 및 외화수입 48억~49억달러, 국

내관광객수 1억명 및 국내 관광수입 1430억~1490억 위안으로 예측했다.

O. 2010년이면 외래객수 500 ~530만명 및 외화 수입 53억~56억달러, 국내 관광객수 111~112억명 및 관광수입 1430~1490억위안으로 각각 전망했다.지닝 베이징올림픽경제연구회 전문위원회 집행위원인은 베이징 올림픽 관광효과는 올림픽 기간보다 그 이후가 될 것으로 전망했다. 그는 2009년 및 2010년국내외 방문객이 최고조에 달해 베이징시가 세계 최다 관광객 방문도시가 될 가능성이 있다고 말했다. 통계에 따르면 베이징 올림픽 기간중 참가선수 밑 선수단 약 1만6000명, 올림픽관련인사5000명, 올림픽공식파트너 및 초청인원 7000명, 올림픽취재기자단2만1600명, 그외 수백만명의 국내의 관람객이 올림픽 경기와 베이징 관광에 나설 것으로 드러났다. 과거 올림픽 개최 경험에 비춰볼때 이들은 베이징 올림픽 참가이외 베이징주면 관광지 참관및 전국 유명관광지에 나서게 돼 관광 수입이 늘어날 것으로 예상된다.

O. 또 지닝 위원은 올림픽 개최후 각종 올림픽 경기장은 체육관광의 중요자원이 될 것이며 올림픽 후 베이징의 지명도를 높이기 위해 2009년에는 베이징관광의 주제로 이를 활용해 베이징 올림픽 각종 경기장과 자금성, 만리장성, 이화원등과 결합해 관광명승지로 탈바꿈할 것이라고 말했다.

나. 중국 관광산업 `빛의 속도`로 커진다

O. 중국이 10년 내에 세계 2위 관광대국으로 부상할것이라고 세계여행관광협회(WTTC)가 전망했다.

WTTC는 25일 중국의 관광산업에 대한 보고서에서 관광 관련 소비와투자,정부지출,수출 등을 포함한 중국의 전체 관광산업 규모(홍콩과 마카오 포함)가 2007년부터 2016년까지 연평균 8.7% 성장,일본을 제치고 미국에 이어 2위에 오를 것으로예상했다.

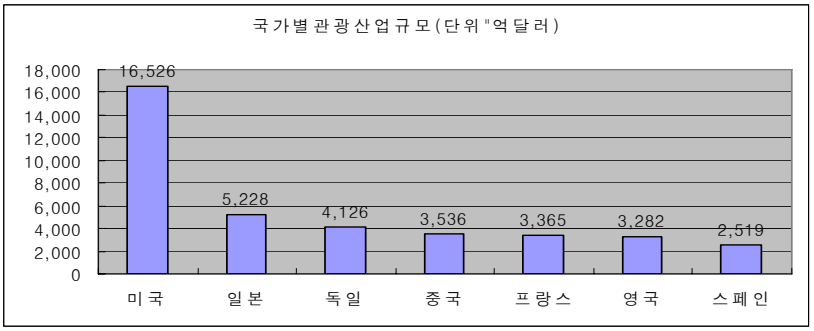
O. 중국 관광산업은 올해에도 성장률이 14%에 달해 그 규모가 3536억러에 이를 전망이다. 세계시장 점유율은 5.5%에 해당하며 미국 일본 독일에 이어 4위이다.

장클로드 바움가르텐 WTTC 회장은"중국의 관광산업이 '빛의 속도'로 성장하고 있다"고 말했다.

올해 외국인 관광객이 중국에서 쓰는 돈만 중국 총 수출액의 7.4%에 해당하는 751억달러에 달할 것으로 추산된다.

O. WTTC는 그러나 중국의 급성장에도 불구하고 열악한 인프라와 외국어 구사자 부족 등으로 인해 중국 여행이 아직 쉽지 않은 일이라면서 유급휴가 확대 등 국내 여행 확대책과 영어구사력 향상 등이 필요하다고 지적했다. WTTC가 전망한 올해 전 세계 관광산업 규모는 6조4772억 달러이다. 이는 지난해에 비해 4.6% 성장한 것이다.<2006.04.26/ 한국경제>

《표7:국가별 관광산업규모》



《2006년 전망치,자료:WTTC》

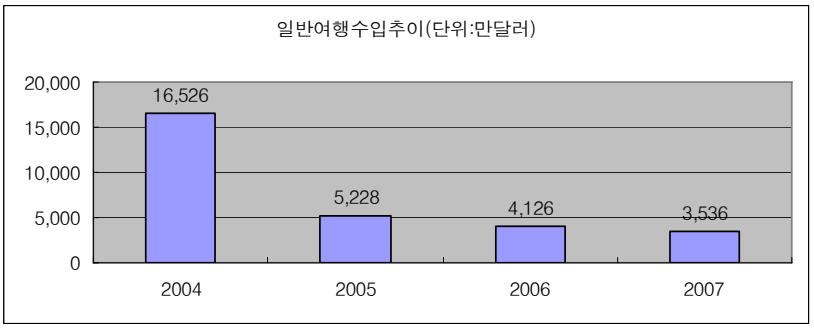
Ⅵ. 한국의 관광정책 문제점과 해결방안

1. 문제점

가. 여행수지 적자 현황

여행수지는 80년대 후반 아시안 게임 및 서울 올림픽을 전후하여 큰 폭의 흑자를 나타내기도 하였으나 1989년 해외여행이 자유화되면서 1991년 적자로 반전된 이후 최근까지 매년 큰 폭으로 확대되고 있다.

《표8:2007년 일반여행 수입추이(자료:한국은행)》



1) 지난해 11월 여행수입이 6억1900만 달러로 7년 만에 최고치를 기록했다. 여행 비수기임에도 불구, 각종 유치 캠페인에 힘입어 중국과 대만 여행객이 크게 늘어났기 때문이다. 여행수입 증가로 여행수지도 지난 8월 이후 석달 연속 감소세를 보이는 등 개선흐름을 보이고 있다.

2) 8일 한국은행과 한국관광공사에 따르면 2007년 11월 일반여행수입은 6억1900만 달러로 전년동기 대비 27.8% 증가했다. 이는 같은 11월을 기준으로 할 경우 2000년 11월(6억2350만달러) 이후 7년만에 최고치를 기록한 것이다

3) 이처럼 일반 여행수입이 크게 늘어난 것은 관광업계가 비수기 타개를 위해 방한 캠페인 등을 벌이면서 중국(28.1%)과 대만(30.0%) 관광객이 크게 늘어났기 때문이다. 이에 따라 11월 외국관광객 입국자수는 56만2000명으로 전년 동기대비 7.9%가 늘어났다.

4) 관광공사 관계자는 “수학여행 등 단체수요가 10월에 주로 몰린 일본의 경우

11월에 다시 감소세로 돌아선 반면 중국, 대만과 싱가포르, 태국 등이 방한 유치 캠페인 등에 힘입어 관광객 수가 크게 늘었다"고 말했다.

5) 일반 여행수입은 10월에도 5억6300만달러로 전년동기보다 10.7%가 증가했었다. 이처럼 여행수입이 두달째 증가세를 보이면서 여행수지 적자폭도 8월 이후 석 달 연속 감소세를 보이고 있다. 여행수지는 지난 8월 마이너스(-) 15억9000만달러를 기록한 이후 9월 -12억1260만달러, 10월 -11억8050만달러, 11월 -10억3870만달러로 적자폭이 점차 줄어들고 있다.

6) 한국은행이 집계한 지난해 1~11월 여행수입은 53억90만 달러로 전년대비(53억2970만달러)에 조금 못 미쳤지만 관광공사가 집계한 1~11월 관광수입은 52억5710만 달러로 전년동기보다 8.1% 증가한 것으로 나타났다. 이러한 추세가 연말까지 이어질 경우 올해 일반여행수입은 2년 연속 감소세에서 탈피해 3년 만에 증가세로 돌아설 것으로 보인다.

나. 높은 물가와 불편한 교통

O. 이같은 외국인 관광객 감소와 여행수지 적자의 원인은 무엇인가? 한마디로 한국관광의 총체적인 경쟁력 저하에 있다. 관광산업의 경쟁력은 자연, 문화, 교통, 국민성 등 한 국가의 총체적인 능력이 모두 반영되어 결정되어지기 때문에 국민의 의식구조가 국제수준으로 향상되지 않으면 안된다. 교통 체증으로 인한 시간지체와 언어소통 장애, 관광정보 및 안내책자 부족, 불친절한 태도는 외국인 관광객이 단골로 지적하는 불편 사항이다. 뿐만 아니라 관광산업에 대한 투자부족은 관광시설의 공급부족으로 이어지고 높은 물가와 상승작용을 일으켜 전반적인 가격경쟁력을 떨어뜨리는 원인이 되었다.

O. 이러니 외국관광객의 지출은 줄어들 수밖에 없다. 실제로 서울 이태원상가의 가격경쟁력도 동남아 국가에 비해 떨어지고 있어 한국에서의 쇼핑관광은 더 이상 기대하기 힘들다.

뿐만 아니라 호텔비가 아시아·태평양 지역 10개국 수도 가운데 일본 다음으로 높은 것으로 나타났다. 관광호텔이 외국인 관광객 유치로 외화를 획득하는 업종

인데도 불구하고 부가세 10%를 내고 여기에 봉사료 10%를 추가 부담해야 하므로 외국과 비교할 때 20% 이상의 가격인상 요인으로 상존하는 것이다. 미국과 같은 경우 봉사료는 호텔 요금에 포함하지 않고 개별적으로 지불한다. 그것도 1달러 정도면 충분하다.

O. 또한 숙박시설은 고급호텔 위주로 개발되어 중·저가호텔, 비즈니스 전용 호텔 등으로 다양화되어 있지 못하다. 전체호텔 중 1등급 이상의 고급호텔이 54.4%나 되는 실정이다. 일본의 경우 고급호텔이 26.6%, 미국은 60달러 이하 저가호텔이 50%에 달하고 있어 대조를 이룬다. 실제로 단체관광객을 모집하거나 대규모 국제회의 유치를 추진하다가 숙박비의 과다 또는 숙박예약이 불가능해 유치에 실패하는 경우도 없지 않다.

다. 부족한 관광시설과 상품

O. 관광산업은 국내경쟁이 아니다. 세계의 유수한 관광지와 국제적인 경쟁을 해야 하지만 우리 관광지와 관광상품은 국내 관광객의 요구(needs)에도 미치기 어려운 수준이다. 해외여행이 자유화된 이후 국민들 조차 국내관광지를 외면하고 있는 마당에 외국인 관광객이 찾아올리 없다. 그동안 우리나라 관광정책은 부족한 외화획득을 위한 수단으로 외래관광객 유치에만 치중했기 때문에 국민들의 여가·관광공간을 확충하는데는 투자가 미흡하다. 그만큼 국내 관광수용시설 부족 즉, 관광산업의 내수시장 기반이 갖추어지지 못했기 때문에 내국인은 해외로 나가게 되고 외국인들은 더욱 발길을 돌리는 것으로 풀이할 수 있다.

O. 대부분의 외국인들이 서울에서 체류하지만 서울에서 호텔 수용능력은 비싼 지가, 건설입지 제한, 건축허가 제한 등으로 건설이 부진한 상황이다. 수도권 내에서는 초기에 막대한 자본투자가 소요되는 호텔과 관광단지에 대한 대기업의 투자가 제한된 결과 용인 민속촌과 롯데월드, 에버랜드 정도가 관광객을 받아들이고 있을 뿐이다. 일본, 동남아 관광객은 제주도와 경주를 방문하지만 백제문화권과 호남문화권은 여전히 외래 관광객들에게는 불모지대로 남아 있다.

O. 더욱이 지역별로 차별화되고 특화된 관광지, 우리의 5천년 문화와 삶의 양식

을 제대로 보여줄 곳은 드물다. 어디를 가나 비슷비슷한 관광상품이다. 또한 세계관광의 조류가 환경보전과 문화유적의 온전한 보전을 최우선으로 생각하는 이른바 환경친화적인 관광이 각광을 받고 있다. 그러나 경주만 보더라도 석굴암과 불국사가 세계 문화유산으로 지정된 국제적인 유적지이지만 고분과 고층빌딩, 문화재와 향락시설이 뒤범벅이 된 기형적인 도시로 문화관광지로서의 매력을 상실하고 있으며 이렇다 할 이벤트조차 찾아보기 힘들다.

O. 관광산업은 투자가 필수적이다. 일본의 「하우스텐보스」는 자연과 인간이 조화를 이룬 테마파크로 제3섹터 방식으로 개발, 일본 국내뿐만 아니라 세계 각국의 관광객이 찾는 관광명소로 만들었다. 싱가포르는 지난해 730만명의 외국관광객이 135달러를 쓰고가 싱가포르 국내총생산(GDP)의 12%에 해당하는 수입을 올렸다. 센토사섬을 리조트로 개발하고 부족한 자연자원의 한계를 극복하기 위해 인도네시아의 섬 빈탄에 싱가포르 자본으로 아시아 최대의 휴양단지를 개발한 덕택이다. 볼 것도 없고 살 것도 없으며 거기다 비용만 많이 드는 한국관광이 위기에 직면한 것은 어쩌면 당연한 일인지도 모른다.

라. 정부의 미온적 정책대응

O. 늘어나는 관광수지 적자와 열악한 국내 관광여건을 개선하려는 정부의 노력은 어떠한가? 과거 88올림픽을 앞두고 정부의 강력한 지원정책으로 흑자를 기록했으나 올림픽이 끝난 이후 관광산업은 과소비의 주범으로 지목되어 각종 규제의 대상이 되었다. 다행히 1994년 한국방문의 해를 계기로 관광산업에 대한 규제가 다소 완화되었고 1996년 월드컵과 아시아·유럽정상회의 등 대규모 이벤트의 개최가 확정되면서 정부의 관광정책은 다소 변화하기 시작했다.

O. 한편, 과거 올림픽을 치르면서 86~91년까지 5년간 80개의 관광호텔이 세워졌는데 이 같은 진흥책은 다시 되풀이되고 있다. 그동안 규제로 일관하던 정부는 2000년과 2002년 잇따라 열린 ASEM과 월드컵에 대비하여 「관광숙박시설 등의 지원에 관한 특별법」이나 「국제회의산업에 육성에 관한 법률」 등을 제정하였다. 숙박시설이 부족하니 단기간에 대량으로 지어 해결하자는 자세였다.

○. 관광은 공장에서 제품을 찍어내는 제조업과는 다르다. 문화가 있어야 하고 서비스를 제공하는 사람이 있어야 하고 편히 쉴 수 있는 시설이 있어야 한다. 이 모든 것은 오랜 시간 정성 들어 가꾸지 않으면 안 되는 것들이다. 이 같은 소극적인 정책과 전략으로 관광산업의 육성을 기대하기란 요원한 일이다. 관광수지 적자에 연연할 것이 아니라 21세기 관광발전을 위한 기반조성에 힘을 기울여야 한다.

마. 관광경쟁력 저하

(1) 한국은 세계경제포럼(WEF)의 "관광 경쟁력 평가 보고서"에서 124개국 중 42위로 아시아 경쟁국들과 비교해 관광경쟁력이 떨어지며, 지난해 한국관광공사가 조사한 한국 관광이미지 실태조사에서도 한국에 대한 인지도와 지식, 그리고 매력도가 낮은 것으로 분석되고 있다. 반면 중국을 비롯한 아시아 시장은 한국에 대한 인식과 한국 방문에 대한 만족감이 높기 때문에 이 지역에 마케팅을 집중 할 필요가 있다.

이러한 점을 감안해 볼 때 우리는 단기적으로는 일본과 중국 등 아시아 주요 시장의 관광객 유치 확대를 위해 더욱 노력해야 하며, 장기적으로는 한국에 대한 인지도를 높이고 새로운 유 · 무형의 관광상품 개발과 함께 독특한 한국만의 매력을 찾아내는 노력이 필요하다고 생각한다.

(2) 최근 3년간 관광수지 적자는 2004년 38억 달러, 2005년 63억 달러, 2006년 85억 달러, 올해 2007년 7월까지 60억 달러로 관광수지 적자폭이 매년 확대되고 있다. 그 주요한 이유는 외국인 입국과 관광수입 증가 대비 내국인 출국과 관광지출이 더 크게 증가하고 있으며, 원화강세에 따른 내국인의 구매력 증대로 내국인의 소비액이 방한 외국인의 지출액을 상회한다.

바. 일본과 중국에 편중된 관광객

○. 중국의 경우 07년 1월-8월까지 방한 입국자 수는 669,632명으로 전년 동기

대비 16.3% 증가한 반면, 일본의 경우 07년 1월-8월까지 방한 입국자 수는 1,445,414명으로 전년 동기 대비 4.5% 감소하였다.

중국인의 연도별 방한객 수(성장률)에 있어서도 03년 513천명(-4.8%), 04년 627천명(22.2%), 05년 710천명(13.2%), 06년 897천명(26.3%)으로 방한 중국인은 꾸준히 증가하는 반면, 일본인의 연도별 방한객 수(성장률)는 03년 1,802천명(-22.4%), 04년 2,443천명(35.6%), 05년 2,440(-0.1%), 06년 2,339천명(-4.1%)으로 방한 일본인은 계속해서 감소하고 있다.
이처럼 방한 중국인은 꾸준히 증가세를 보이는 반면, 방한 일본인은 오히려 감소하고 있다.

2. 해결방안

가. 관광, 사치성 소비산업

O. 공해문제나 환경파괴의 위험 없이 외화를 벌어들이고 세계와 문화교류를 할 수 있는 청정산업이다. 뿐만 아니라 국민들의 여가생활을 보다 윤택하게 즐길 수 있게 함으로써 삶의 질 향상에 기여한다. 새로운 관광지의 개발은 지역주민의 소득증대와 고용창출은 물론 국민복지에도 기여하고 지역간 불균형을 해소하는데도 도움이 된다. 이 같은 경제외적 효과 때문에 선진 각국에서는 관광을 환경, 정보통신 등과 함께 21세기를 주도할 3대산업으로 인식하고 집중 육성하고 있다.

O. 그러나 우리나라 관광은 산업으로 대접받지 못했다 1차, 2차, 3차산업이라는 교과서적인 산업분류 체계상 3차 산업에 속하니 만큼 관광에도 산업이라는 꼬리표가 붙어있을 뿐이다. 관광산업에 대한 인식은 아직도 부정적이다. 아직도 관광산업을 사치·소비성 향락산업으로 간주함으로써 각종 규제가 여전하고 호텔이나 골프장에 대한 정부지원은 국민정서에 어긋나는 것으로 비난 받는다. 대기업에서 리조트나 호텔사업에 대한 투자를 하는 것은 부동산 투기와 과소비를 조장한다며 못마땅해 한다.

O. 그 결과 관광산업에 대한 투자는 줄어들었고 이제와서 외래 관광객 수요를 제대로 수용할 시설이 부족한 지경에 이르렀다. 고용을 창출하고 외화를 벌어들이는 좀 거창하게 말하면 국민경제에 이바지하는 산업군에서 관광을 제외하는 푸대접의 결과인 것이다. 관광업계에 종사하는 민관이 한 목소리로 관광도 산업이라고 외치고 있다. 경쟁력을 높이기 위해서는 오피니언 리더나 일반국민들의 관광에 대한 부정적인 인식을 개선하는 것이 과제이다.

나. 전략산업으로서 관광산업 육성

1) 관광산업이 지니는 경제적인 효과는 엄청나다. 지난해 한국을 다녀간 외국인 관광객은 1명이 평균 1,477달러를 썼는데 이는 신발 105켤레, 컬러TV 11.5대를 수출해야 벌어들일 수 있는 돈이다. 외래 관광객 6명을 유치하면 소형승용차 1대를 수출하는 효과를 지닌다. 게다가 외화수입 가득률이 90%가 넘는다.

2) 세계 주요 국가들이 관광산업을 전략산업으로 육성하는 최대 이유도 바로 이 같은 경제적 손익계산서에서 비롯된다. 말레이시아의 경우 관광산업은 지난해 112억링기트(미화 44억8,000만달러)를 벌어들여 석유를 제치고 제2의 외화 소득원으로 부상했다고 한다. 관광산업은 정보통신산업과 더불어 21세기 성장을 주도할 산업으로 꼽힌다.

3) 관광산업은 총매출액 기준으로 보면 지난해 약 4조 달러에 달하여 세계에서 가장 큰 산업이다. 세계 관광업계 전체 고용인원이 96년 2억5,500만명(아시아태평양 지역 1억6,900만명)에서 2008년에는 4억5,500만 명으로 늘어나리라는 것이 WTTC(세계 여행·관광협의회)의 전망이다. WTTC는 전체 고용인원에서 관광산업이 차지하는 비중도 10.7%에서 14.1%로 높아질 것으로 내다보고 있다.

4) WTO(세계관광기구)는 2008년 세계 관광객을 10억 명으로 예측하고 있다. 세계 각국은 「10억 관광객」을 자국으로 유치하기 위해 치열한 각축전을 벌이고 있다. 우리는 이미 출발선상에서부터 한발 늦었다. 단순히 월드컵을 겨냥한 관광

산업 육성이 아니라 「21세기 전략산업」으로 인식하고 국민복지의 증대와 지역개발 촉진, 고용기회 증대, 국민소득의 증대, 교역의 촉진, 조세수입의 증가 등을 고려한 범정부적인 청사진을 마련해야 된다.

다. 관광산업의 경쟁력 강화방안

1) 지자체의 특화된 관광지 및 상품개발

O. 관광산업의 당면한 문제는 볼거리가 절대 부족하다는 점과 지역적으로 차별화되지 않아 어디를 가나 비슷하다는 점이다. 다행히 지방자치제 실시 이후 각 지방자치단체는 관광산업 육성에 적극적으로 나서고 있다.

O. 그러나 자치단체의 관광지개발 계획의 내용을 보면 대규모 관광단지 일변도로서 천편일률적인 관광지를 양산할 가능성이 없지 않다. 독특한 지역문화를 기반으로 한 특화된 개발전략이 아니면 경쟁력이 생기질 않는다. 예를 들어 담양군의 "슬로시티" 브랜드개발, 이미 세계적으로 알려진 "부산 국제영화제"등 축제처럼 한국적인 철학과 문화를 기반으로 한 한국적 테마를 발굴하고 관광상품으로 개발해야 한다. 지역의 특성에 맞게 소규모 농어촌관광지를 개발하여 민속과 역사 문화를 있는 그대로 관광객에게 체험하도록 하는 등 새로운 매력물(attraction)을 개발하고 관광마케팅 전략을 수립하여 관광객을 유치하려는 노력이 요구된다.

예를 더 들자면 허브 가든, 탐조여행 등 환경 친화적인 생태관광(eco tourism)상품 개발, 현지에서 직접 만들고 체험할 수 있는 문화관광(cultural tourism)상품을 개발하고 농어촌에 체류하면서 따뜻한 인정을 느낄 수 있는 녹색관광(green tourism), 지역사회가 주도가 되어 관광개발에 나서는 지역 중심형 관광(community tourism) 등 새로운 관광개발 전략이 모색되어야 한다.

O. 물론 테마파크, 리조트, 호텔 등 고부가가치 관광시설이나 관광단지를 개발하는데도 힘을 기울여야 한다. 이 경우 우선 국민관광 수요를 충족시킨 후 외국인 관광객을 유치하는 전략을 세워야 한다. 외국인을 겨냥해 개발할 것이 아니라 뒤

떨어진 경쟁력 때문에 동남아에 빼앗기는 내국인 관광객을 유치하기 위한 노력이 필요하다. 뿐만 아니라 지역별로 특화된 이벤트와 축제의 개발, 특산물 등 다양한 볼거리를 만들어 나가야 한다. 21세기 한국관광의 경쟁력은 독특한 볼거리의 개발에 달려 있다고 해도 과언이 아니다.

《 전남담양군 "슬로시티 브랜드" 발전전략세미나 》

창평 삼지천마을, 슬로시티 개념 이해세미나
《2008년 1월 9일 (수)》

○ 담양군수는 9일 아시아 최초로 선정된 슬로시티에 대한 설명회를 유관기관 단체 임직원, 공무원 및 주민 등 600여명이 참여한 가운데 국제관광 경영전문가인 신라대학교 관광경영학과 장희정 교수를 모시고 설명회를 가졌다.

○ 슬로시티 운동은 2002년 이탈리아의 작은 도시 그레베인 시장으로 재직중이던 파울로 사투르니가 제창하여 빠른 생활과 반대되는 개념으로 자연 환경 속에서 지역 고유문화를 느끼며 쾌적한 삶을 향유하기 위한 운동으로 지난해 12월 1일「슬로시티 국제연맹」으로부터 전통가옥, 돌담길 조성과 한과, 쌀엿, 된장 등 전통음식 등이 높이 인정받아 창평면 삼지천 마을이 지정되었다.

○ 특히, 슬로시티로 지정된 창평면 주민 100여명이 참석하여 큰 관심을 가졌으며, 삼지천 마을이장 고태석(65세)씨는 "그 동안 슬로시티에 대하여 이해가 부족해서 무엇이 우리지역에 도움이 될 것인가에 대해서 궁금했다"면서 "이번에 슬로시티 개념을 자세하게 듣고 보니 우리 마을의 전통문화를 보존하고 있다는 것에 자긍심을 갖게 되었고 그에 따른 장점을 잘 살리도록 관심을 갖겠다"고 말했다

○ 한편 담양군수는 지난 7일 아시아 최초 슬로시티 지정에 따른 지역 실정에 맞는 발전 전략을 세우고, 이번 설명회를 통해 군민과 전 공무원이 개념이해와 지역발전 동력으로 삼아 **관광담양을 국제적인 관광도시로 승화**시키자고 강조하였다.《출처:담양군청》

2) 민간참여 확대

O. 관광산업의 전체적인 발전방향이 변화함에 따라 관광산업 발전의 주체인 정부와 기업의 역할도 달라져야 한다. 중앙정부는 총체적인 관광산업의 비전을 제시하고 해외홍보, 지방정부간의 조정과 지원 등에 치중하는 반면 지방정부는 지역별로 차별화된 관광발전 전략을 일관성 있게 추진해야 한다.

O. 특히 민간기업은 자율화, 국제화, 지방화시대의 관광자원 개발과 홍보의 주역이 될 것이다. 민간기업은 지방자치단체와의 긴밀한 네트워크를 구축하여 수익성에 바탕을 둔 관광자원을 개발하여 지역발전에 기여해야 하며, 지금까지의 정부주도 관광산업 발전전략은 앞으로 민간의 자율성을 토대로 민간주도형 또는 민관협조 체제로 나아가야 한다.

O. 관광산업은 투자 없이는 성장이 불가능하다. 그러나 대규모 관광지 개발이나 호텔사업 등은 막대한 자금이 투자되고 고객의 변화에 민감하게 변화하는 서비스산업이므로 정부차원의 공공투자는 한계가 있을 수밖에 없다. 호텔 건설시 객실당 약 3억원이 든다고 한다. 1,000실 정도의 호텔을 건설하는데 약 3,000억원의 막대한 자금을 투자해야 된다는 얘기다. 관광산업에 대한 세계적인 투자가 이루어지기 위해서는 우선 세제 및 금융지원 등 투자여건을 조성하여 민간참여를 활성화해야 한다.

O. 이를 위해서 民官合同開發 즉 제3섹터 방식에 의한 투자를 활성화하거나 公設民營方式에 의해 투자는 공공이 하고 운영은 철저히 민간에 맡기는 방법을 활용할 수 있을 것이다. 또한 대단위 관광단지 조성이나 호텔 건설을 위하여 해외자금의 차입을 허용하거나 국·공유지의 무상임대 등 각종 규제를 풀고 지원책을 마

련해야 한다. 민간이 경영능력을 최대한 발휘할 수 있도록 관광산업을 시장기능에 맡겨야 한다.

3) 해외레저산업 투자 활성화

O. 그동안 관광수지의 적자는 한국관광산업의 국제경영에 대한 경쟁력의 약화와 경영전략이 없었기 때문이기도 하다. 호텔 등 관광산업의 해외진출 역사는 약 20년 정도가 되지만 그동안 해외투자를 해외자본 유출이라는 국민들과 정부의 인식으로 인해 활발하지 못한 실정이다.

O. 1986년 국제수지 흑자 실현으로 정부의 해외투자 자유화정책이 추진되고, 1989년 해외여행이 자유화되면서 국내 호텔기업의 해외진출이 다소 활기를 띠고 있다. 그러나 아직도 호텔, 리조트를 비롯한 레저기업의 해외진출을 부동산 투자로 보는 정부의 근시안적이고 소극적인 시각이 없지 않다.

O. 우리나라 관광객이 많이 찾는 지역에 국내기업이 투자하면 외화획득은 물론 국내 관광산업에 새로운 전기를 마련해 줄 것이다. 이제 국내의 레저기업들이 국내에서 축적한 독자적인 경영노하우와 외국의 체인호텔과 전략적 제휴나 합작투자를 통해 습득한 경영기술을 가지고 해외진출을 본격화할 시점이다. 해외진출에 대한 다각적인 전략개발이 요구된다.

4) 고부가가치 관광산업의 육성

O. 국제회의산업은 「관광산업의 꽃」으로 불릴 정도의 고부가가치 산업으로서 개최지는 대량의 수준 높은 관광객들을 유치할 수 있고, 일반 관광객보다 체재일수가 길고 1인당 소비액도 높아 관광수입 측면에서 유리하다. 경제적인 효과 이외에도 국제사회에서 위상이 부각되고 사회간접자본의 확충과 유력인사들의 교류를 통한 국제경쟁력을 강화시키는 구실을 한다.

O. 일본은 이미 45개 도시를 국제회의 도시(convention city)로 지정하고 투자를 확대하고 있으며, 싱가포르와 홍콩도 대규모 다목적 국제회의장을 건설하고 있다. 우리나라의 경우 2000년에 최소 356건, 2010년 466건이 개최될 것으로 예상된다. 따라서 서울뿐만 아니라 경주, 제주 등 주요 도시에 컨벤션센터와 호텔, 전시장, 쇼핑시설, 어뮤즈먼트 시설을 복합화 하여 지역관광 산업의 중심(core)으로 개발할 필요가 있다.

O. 이밖에도 카지노 산업은 황금알을 안겨준다. 즉 전체 투자액에 비해 벌어들이는 수입이 막대하고 부가가치 파급효과가 크다. 국내 13개 카지노에서 1996년 한 해동안 51만7,000명의 외국인 관광객이 이용하여 2억4,400만달러의 외화수입을 올렸다. 그러나 카지노가 관광사업으로 편입되긴 했지만 아직도 호화사치 사업으로 분류하여 경계하는 여론이 강하기 때문에 어려움을 겪고 있다. 카지노산업의 경제적 효과를 높이면서 국민들에게 거부감 없이 발전시킬 수 있는 방안이 모색되어야 한다.

5) 해외홍보 강화

O. 호주는 90년대 초부터 공격적인 광고와 마케팅 전략으로 한국시장을 공략한 결과 1990년 1만명에 불과하던 관광객이 지난해는 17만명으로 약 17배의 증가를 가져왔고, 이제 한국은 호주의 주요 관광시장으로 손꼽히고 있다.

O. 먼저 해외 관광홍보 예산을 파격적으로 확대해야 하며 시장의 크기와 잠재력을 감안한 홍보활동이 필요하다. 현재와 같이 전년도 예산에 대비한 점증적인 예산편성에서 탈피하여 구체적인 해외 홍보 목표에 의한 예산책정 즉 목표지향적인 예산의 책정이 필요하다. 관광홍보는 항공사, 관광업계, 지자체 등 관련부문과 양자간 또는 다자간 공동 홍보체계를 구축해야 한다. 최근까지도 한국의 이미지 조사결과에 의하면 왜곡되거나 부정적인 이미지가 상존하고 있음을 감안할 때 가볼만한 관광 목적지로 알리는 목적지 마케팅(Destination Marketing) 차원에서 공동홍보를 전개 할 필요가 있다.

Ⅶ. 서울청계천의 관광테마 가능성 분석

1. 벤치마킹 가능 지자체

서울 청계천, 청주 무심천, 춘천 공지천 등 도심을 가로지르는 천이 있으나 최근 완공된 청계천은 접근성이 좋을 뿐 아니라, 해외 홍보도 되어있어 벤치마킹이 타 지방보다 용이하다고 사료 되어 청계천 중심으로 분석 해보고자 한다.

가. 청계천 탄생의 역사적 배경

O. 서울이 조선의 수도로 정해지기 전 청계천은 자연상태의 하천이었다. 사방이 산으로 둘러싸여 있는 서울의 지리적 특성상 상대적으로 지대가 낮은 도성 한가운데로 물길이 모일 수밖에 없었다.

따라서 조선왕조가 도성 안에 있는 수로를 정비하기 전에 이미 자연스럽게 물길이 형성되어 있다는 점에서 여강 古城과 유사하다.

O. 여름철 우기에는 조금만 비가와도 물이 넘쳐 홍수가 날 정도로 건기, 우기에 따라 유량의 변화가 심하였다. 더구나 청계천은 도심 한가운데 위치하고 있었으며, 주변에는 시전행랑과 민가가 밀집해 있었다.

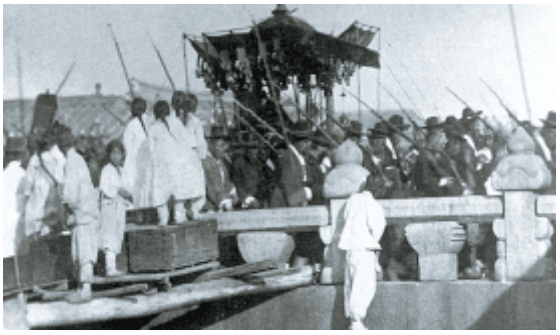
따라서 조선초기 도성건설사업과 함께 배수를 위한 물길을 만드는 일은 매우 중요하고 큰 사업이었다. 개천에 대한 정비가 본격적으로 시작된 것은 태종 때부터였다. 태종은 즉위 초인 1406년부터 1407년까지 자연상태에 있었던 하천의 바닥을 쳐내서 넓히고, 양안에 둑을 쌓는 등 몇 차례에 걸친 정비로 하천의 모습을 만들어갔다. 그러나 이것은 완전한 것은 아니었기 때문에 큰비가 올 때마다 피해는 계속되었다.

O. 마침내 1411년(태종11) 12월 하천을 정비하기 위한 임시기구로 '개천도감(開渠都監)'를 설치하고, 다음 해인 1412년(태종12) 1월 15일부터 2월 15일까지 모두 52,800명의 인부를 투입하여 대대적인 공사를 실시하였다. 주요 하천의 양안을 돌로 쌓고, 광통교, 혜정교 등 다리를 돌다리로 만들었다. '개천(開川)'

이라는 말은 '내를 파내다'라는 의미로 자연상태의 하천을 정비하는 토목공사의 이름이었는데, 이 때의 개천 공사를 계기로 지금의 청계천을 가리키는 고유명사이다.

O. 따라서 청계천의 성격을 두고 풍수학상의 명당수로서 늘 깨끗하게 유지해야 한다는 명분론적 주장과 도성에는 많은 사람들이 살고 있어 더러운 것이 많이 생기므로 이것을 배출할 하천이 있어야 한다는 현실적 주장이 맞서고 있었다. 이 논쟁에서 세종이 후자의 주장을 받아들임으로써 청계천은 생활하천으로 결정되었다. 이로써 **청계천은 조선왕조 500년 동안 도성에서 배출되는 많은 생활쓰레기를 씻어내는 하수도로서 기능을 함으로써 도성 전체를 깨끗하게 유지**할 수 있었는데 이점 또한 여강 古城과 유사하다 하겠다.

《광통교: 조선 최초의 석교 》



<광통교를 지나는 왕의 행차>

.

나. 청계천과 운남성 리장 古城과의 유사점

1) 자연환경복원과 삶의 질 향상

청계천은 깨끗한 물이 흐르는 하천으로 복원되어 수중과 수변에 생물이 서식할 수 있는 여건을 만드는 등 생태공간을 조성하였으며, 복원된 청계천 양측에는 하천 둔치에는 자전거도로와 산책로가 조성되어 시민들이 즐겨 찾는 여가 및 휴식공간의 역할을 하고 있다.

.

2) 역사문화 복원

청계천은 역사와 문화의 중심지로서의 청계천지역에 존재하는 유적을 발굴하고

복원하였으며, 서울이 역사적・문화적 중심지로서의 시민이 즐겨 찾을 수 있는 휴식공간(도심공원)속에서 역사와 문화를 동시에 만날 수 있도록 역사문화를 복원하였다는 점에서는 역사적으로 보존되어온 여강 古城과는 차이점이 있다.

2. 청계천 제2구역에 테마관광 조성

가. 남산골 한옥촌 처럼 전통 가옥촌을 제2구역에 조성하여 외국인들에게 한국고유 전통을 알린다. 참고로 운남성 따리(大里)시는 여강 고성을 본따 인위적으로 조성한 따리(大里) 꾸청(古城)으로 관광객 수에서는 여강과 맞먹는다.

나. 전통 풍물놀이 등 시립교향악단 같은 전용 악단의 프로그램을 만들어 요일별 차별나는 볼거리 제공하며, 주변 뒷골목에는 전통 상품판매 상가조성, 전통 한옥체험 숙박업소 등을 갖추어 관광객을 유인해야한다.

3. 시사점

가. 운남성은 세계적으로도 유명하다. 특히 평균 2,000M여 고지임에도 “곤명 세계꽃박람회”를 개최하여 유명해 졌고, 중국내에서도 운남성 처럼 관광지가 많은 성(省)은 없다고 할 수 있겠다.

나. 청계천 보다 많은 물줄기가 古城내로 흐르는 것은 아니다. 다만 물의 사용 용도에 따라서 3갈래로 古城內를 관통하여 흐를 뿐이다.
흐르는 물을 기준으로 전통 음식점, 기념품 가게 등이 짜임새 있게 오랜 세월 동안 관광객을 맞이하고 있다.

다. 청계천 전 구역이 아닐지라도 2구역을 선정하여 일부를 古城지역으로 설계하여 부분적인 조성을 한다면 국내.외 관광객을 유인하는데. 충분한 가치가 있으리라 생각한다.

《청계천1구역》 《청계천2구역》

Ⅷ. 중국 관광 사업에 대한 한국의 투자 방안

1. 국가차원 관광사업 투자

가. 관광시설개발 및 투자

1) 숙박시설

O.관광을 하는데 무엇보다도 중요한 요소 중에 하나가 숙박 시설일 것이다. 비록 중국에 많은 관광지가 있을지라도 그것을 숙박시설과 연계하지 못한다면 지속적인 관광 산업의 발전을 저해하게 될 것이다. 중국 관광을 고려해 봄에 있어 청결하지 못한 환경이나 쾌적하지 못한 시설이 문제되는 경우가 많다. 중국의 관광 사업은 아직 초기 단계이기에 호텔이나 콘도 등 양질의 숙박시설이 부족하다. 중국 내에 세계 수준의 호텔이나 콘도 등 양질의 숙박시설 사업은 중국 내에서뿐만 아니라 향후 한국 관광에까지도 긍정적인 영향을 미치게 될 것이다.

O. 참고로 한화국토개발(콘도)은 2002년 중국 내 초기 단계인 콘도 사업의 기회를 선점할 계획을 갖고 중국 진출을 시작하였다. 한화개발(서울프라자호텔)은 중국인의 취향을 반영한 한국 내 호텔 시설 운영으로 중국 관광객을 유치하며, 한화투어몰(관광)은 여행 상품 개발을 통해 한중 관광객을 늘리는 등 콘도 사업을 통한 중국내 관광 사업을 진행 중이다. 한화 관광레저 부문 중국진출 협의회는 초기 사업단계에는 기존 한화 콘도, 호텔 및 골프 회원 들의 편의를 확대하기 위해 중국 업체들과의 제휴를 통한 상호교류를 시작하면서 정보교환, 업무교류 등을 시행하고, 향후 중국 내 콘도, 호텔업 진출, 현지 레저법인 설립 등의 사업을 진행할 예정이다.

2) 관광 코스 개발

O. 중국은 역사적으로 세계적인 문화유산을 보유하고 있으며 그에 따른 관광지도 다양하다. 중국의 만리장성은 그 하나만으로도 대단한 유적지가 되며, 북경은 명청 시대의 유물을 가지고, 서안은 진시황과 병마용을 그 무기

로, 상해는 현대화된 무역도시를 무기로, 광주지역은 자연풍경을 무기로 들고 있다. 중국 전체가 하나의 관광 상품화 되어가고 있다.

O. 이러한 시점에서 다양한 문화적 요충지를 경유하는 관광 코스의 개발은 필수적일 것이며, 그에 따른 다양한 수익도 기대해 볼만 할 것이다. 중국 내 관광 코스 개발은 우리가 독자적으로 할 수도 있겠지만, 문화유산에 대한 중국 진입의 장벽은 간과하지 않을 수 없다. 때문에 독자적인 개발 보다는 중국 내 관광 회사와의 제휴를 통한 기술이나 노하우의 전수 등을 통한 간접적인 방법이 보다 용이할 것이다. 앞서 말한 것처럼 관광 코스 개발 역시 숙박 시설 등과 연계 시킨다면 보다 포괄적이고 광범위한 관광 사업을 전개할 수 있을 것이다.

3) 테마파크

중국 내 테마파크는 그 잠재적인 수요자만큼이나 큰 수익을 가져다 줄 것이다. 현재 2005년 홍콩에 지어진 월트 디즈니사의 테마파크에 이어 미국의 수누피월드도 중국 광동성에 건설하였다. 현재 중국의 인구뿐만 아니라 중국 내 관광객 까지 고려할 때 테마파크의 이용자 수는 그 규모적인 측면에서도 매우 클 것이다. 또한 테마파크의 조성을 통한 우리의 문화사업을 펼치는 것은 테마파크 자체의 수익 뿐 아니라 그에 따른 여러 가지 부수적인 부가가치를 창출하게 될 것이다.

4) 초고속 인터넷망의 구축

O. 현재 중국의 인터넷 발전상황은, 비록 전체인구나 국토면적 등에 비해서는 아직 상대적으로 낙후된 상황이지만, 절대치에 있어서는 이미 상당한 수준에 도달했으며, 인터넷 이용자수도 급격히 증가하고 있고, 이에 따라 인터넷 관련 시장규모 역시 급속히 팽창하고 있다. 이러한 인터넷은 관광산업을 촉진하는 한 방편으로 이용될 수 있다. 관광산업이 발전하게 되면 사람들은 관광에 대한 정보를 얻으려하며, 여행사도 각종 여행상품에 대한 홍보 및 판매를 하게 되는데, 이때 인터넷은 보다 효율적으로 관광에 대한 정보를 제공해주며, 전자상거래를 통해 각종 여행상품의 판매가 가능케 해준다.

O. 관광산업을 촉진시키는 인터넷망의 보다 적극적인 활용을 위해서는 초고속 인터넷망의 구축이 필요한데, 현재 중국의 경우 초고속인터넷망의 설치가 미흡한 상태이다. 이러한 점에 착안하여 중국에 대한 초고속 인터넷망의 설치와 기술이전에 대한 적극적인 투자를 한다면 높은 수익을 올릴 수 있을 것으로 기대된다.

5) 수요대상에 따른 차별화된 여행상품 개발

O. 젊은 여성을 대상으로 한 “중국 여성의 서울 관광”, 학생층을 대상으로 한 '청소년 수학여행' ,젊은 계층을 대상으로 한 '스포츠 건강여행' , 성인들을 대상으로 한 '쇼핑과 미식을 위한 여행' ,노년들을 대상으로 한 '건강과 치료를 위한 여행'등의 여행상품이 수요대상에 따른 차별화된 여행상품이라 할 수 있다.

O. 이 중 중국 청소년의 수학여행 시장이 커지고 있다. 중국에서는 청소년들의 전인적인 발전에 도움을 준다는 이유로 해외수학여행의 수요가 커지고 있다. 우리나라 에서는 교육문화의 교류와 관광시장 세부적인 심화와 전문관광의 촉진을 목적으로 시장에 참여 개발하고 있다. 현재 국내 수학여행을 대거 발전시키고 입국 수학여행시장을 적극적으로 개발하며 출국 수학여행을 적당히 발전시키는 것이 과제가 되고 있다. 중국은 학생이 많아 총 인원이 2.16억에 달한다. 중국 학생의 평균여행일수는 5.5일이고 일인당 일일 소비는 평균 77.5원이다. 우리나라는 중국 청소년 수학여행 시장 개발에 있어 상품이 학생들의 특징에 부합되어야 하고 기능이 다양해야 하며 학교와 기업의 연합 및 국외 관광기구 등 관계부문과의 합작을 강화해야 한다는 과제가 있다. 이와 같은 수요대상에 차별화를 둔 여행상품의 개발로 대중국 여행사업이 더욱 가속화 될 수 있을 것이다.

6) 중국의 유행에 따른 관련사업 투자

O. 현재 중국에서는 스키 열풍이 불고 있다고 한다. 스키에 관련한 비즈니스가 붐을 이루고 있고 동계스포츠에 관한 수요가 급증하고 있다. 매년 백만명 이상의 인구가 스키를 즐기며 U$120만불 이상이 쓰이고 있다. 중국인들

의 소득 증가에 따른 '눈 관련 소비'의 급증으로 인하여 중국에서 스키산업은 급속도로 성장하고 있다. 이 같은 급성장에 힘입어 중국은 사계절 이용가능한 실내스키장을 건립을 검토하고 있다.

O. 이러한 중국의 유행을 파악하여 우리나라 건설이 중국 스키장에 건설에 참여한다면 커다란 투자이익을 볼 수 있으며 여행업계에서는 겨울철스포츠를 위한 여행상품개발이 시급하다.

O. 또한 중국의 공산당 수립 10년 동안 단절되었던 전통 차문화가 다시 부활하고 있다. 이에 따른 관광객들의 관심과 여행수요가 급증하고 있다. 우리나라도 대중국 차수출과 다기 수출로 중국관광산업으로 인한 수익을 기대하고 있다. 우리나라는 중국문화와 유행의 연구로 한 발 앞서 볼 수 있는 안목과 예측되는 유행산업에 대한 박람회 등을 통하여 대중국 산업의 범위를 넓힐 수 있을 것 이다.

나. 관광 서비스업 투자

O. 21세기 중국의 기대 사업 중에 하나가 관광 사업이라고 하지만 현재 중국의 관광 사업은 그 발전 단계에 있어서 아직 초기 단계에 머무르고 있다. 관광을 위한 관광 코스나 숙박 시설 뿐 아니라 외국인 관광객에 대한 국민의 의식 수준역시 그다지 높지 않은 편이다. 지속적인 관광 사업의 발전에 무엇보다도 중요한 요소가 되는 것이 관광객에 대한 서비스일 것이다. 아직 중국은 보다 편리하고 유익한 관광을 위해 제공되는 가이드나 관광객을 위한 서비스가 미비한 실정이다. 앞으로 중국은 관광 사업을 함에 있어 부수적이면서도 결정적인 요소가 되는 서비스방면에 다양한 투자를 시작할 것이다.

O. 중국에 들어오는 관광객을 통한 수익 뿐 아니라 관광 사업을 개시하는 중국을 통한 수익은 또 하나의 중요한 사업 방면이 될 것이다. 중국보다 일찍 관광 사업을 시작한 한국으로서는 서비스에 대한 다양한 정보를 제공할 수 있을 것이며, 사업을 통한 수익을 예상할 수 있을 것이다. 관광객을 대하

는 서비스 교육이나, 관광객의 유쾌한 관광을 위한 다양한 프로그램을 제공하는 사업을 통해 부가가치를 창출할 수 있을 것이다.

2. 지방자치단체 차원의 관광사업 투자

가. 최근 지방자치단체에서도 농촌지역 활성화의 주요 전략으로 그린투어리즘사업을 채택하는 움직임이 증가하고 있으며, 그 예는 다음과 같다.

1) 강원도: 강원도형 그린체험 관광농업육성전략을 수립하고, 도 자체재원을 확보하여 친환경농업 생태 체험마을 조성, 우수농산물 특성화마을 조성, 우수 가공식품 생산공장 현지체험 견학, 자연경관을 활용한 콘도형 민박조성, 승마공원 조성, 농업관련 축제 관광상품화 등의 다양한 사업을 추진할 것을 계획하고 있다.

2) 순창군: 1996년부터 군정의 기본 방향을 그린투어순창으로 설정하여, 군에서 실시하는 모든 사업에 그린투어리즘을 접목하여, 지역내 문화 관광시설 정비, 아름다운 고장 가꾸기 사업전개, 그린투어리즘농업 육성사업 등을 추진하고 있다.

3) 이외에 남해군의 군정 목표는 스포츠마케팅에 의한 지역발전, 양평군의 모토는 에코닥터타운조성, 함평군은 나비축제로 도농교류를 시도하는 등 많은 지방자치 단체가 농촌관광, 도농교류, 장소판촉 등을 지역경영의 핵심 사업으로 고려하고 있다. 이러한 사례들은 각종 지역 축제, 지방의 향토지적재산 등록, 농소정 협력사업의 일환으로 추진되는 도농교류 사례 등을 반영하고 있다.

나. 정부의 직접적인 지원이 계기가 되거나 혹은 스스로의 노력으로 농가나 마을 단위에서 그린투어리즘사업을 추진하는 성공적인 사례들도 나타나고 있다. 건강에 대한 관심이 높아지면서 유기농산물을 생산하는 마을과 한살림, 생협, 민우회 등의 소비자 단체가 계약재배 등의 형식을 통하여 도시주민과의 교류사업을 추진하는 사례가 증가하고 있는데, 대표적인 예로 유기농

쌀을 생산하는 홍천군 남면 명동리는 한살림과의 계약재배를 통하여 도시 주민과 지속적인 교류활동을 추진해 나가고 있다.

다. 위의 여러 마을들의 사례는 그 활동 내용의 강조점에 따라 크게 농산물판매형, 농업 농촌체험형, 농촌휴양형 등 3가지 유형으로 분류할 수 있다. 유형별로 해당 활동 특성이 상대적으로 강하게 나타난다는 것이며 관광경영을 추진하는 마을들 에서 농산물 판매, 체험, 민박 등은 공통 복합적으로 추진하고 있다.

라. 기존의 다양한 사례들에서는 다음과 같은 공통된 요인을 찾아볼 수 있는데, 이는 우리나라 그린투어리즘의 성공 요인으로 볼 수 있을 것이다.

1) **주체는 마을 주민**이며, 확실한 지도자(leader)가 존재,
2) **외부의 적절한 지원**이 바탕(정부의 정책적 지원, 외부 전문가들의 지원, 소비자 단체의 협조 등),
3) **하드웨어와 소프트웨어 모두에서 농촌다움을 유지하려는 노력**(마을별 시설이나 체험프로그램은 공통적으로 농촌다움을 강조),
4) **이벤트와 인터넷 등을 활용한 적극적 홍보,**
5) **고정회원 만들기**를 통한 지속성 확보,
6) **주 수입원은 농산물 판매와 민박**이며, 적어도 수입 면에 있어서 체험과 이벤트는 농산물 판매와 민박을 촉진하기 위한 도구 정도로 활용(확실한 대표 농산물이 있는 것이 그린투어리즘을 통한 소득 증대에 유리)하면서 실정에 맞게 관광개발사업에 적극 투자하여야 한다고 사료됨.

Ⅸ. 결　론

1. 중국이란 나라에 대해서 우리는 얼마나 알고 있는가? 우리가 암묵적으로 알고 있는 사실은 포화상태에 이르고 있는 세계 시장에서 중국이 핵심적 역할을 하게 될 변수라는 것이다.

   이러한 전제 아래서 중국의 발전 방향에 대해서 생각해 보게 되었고 그 중에서도 관광에 대한 발전 모습들을 살펴보았다.

2. 중국은 넓은 대륙에 유서 깊은 문화재들과 유적지를 가지고 사람들을 끌어 모으고 있다. 그들의 신비로운 역사적 이미지만큼이나 문화재들이나 유적지로써 큰 인기를 끌고 있고 중국 정부의 주도 아래 문화상품 개발도 끊임없이 이루어지고 있는 실정이다. 또한 중국 정부는 이에 대한 발전을 위해 관광전문학교를 세워 전문 인력을 양성하는 등 앞으로 그들의 국민소득에 적지 않은 부분을 차지할 관광에 대한 투자를 착실히 해나가고 있다. 무엇보다도 정부 주도하의 적극적인 관광 산업의 지원은 뒤늦은 관광계의 진출임에도 불구하고 중국을 빠르게 그 중심에 올려놓을 수 있는 뒷받침이 되어 주었다.

3. 우리나라는 중국과 매우 인접해 있으며 그 여파에서도 다른 어느 나라보다도 크게 영향을 받는다. 또한 비슷한 문화권에 공존하고 있기 때문에 중국이란 관광 시장은 우리에게 유리하고도 매력적인 시장임이 틀림없다.

4. 그렇다면 이러한 <u>중국의 관광 시장을 우리는 어떻게 공략</u>하여야 하는가?
   우리는 중국에 대한 적극적인 투자가 필요하다. 중국이 자국의 관광시장을 개방함에 따라 여러 외국 투자자들의 움직임은 바빠졌다. 이는 중국이 충분히 투자할만한 가치를 가지고 있다는 것을 보여주며 우리가 이에 대응하여 할 필요성 역시 보여준다. 중국에 대한 투자를 늘리고 이를 우리나라의 관광 산업 발전에 이용함으로써 새로운 시장 개척과 경제 발전을 동시에 이루어 낼 수 있는 것이다. 이는 비단 우리나라뿐 아니라 전 세계적인 움직임이며 앞으로 중국의 발전과 더불어 동맹국 혹은 경쟁국으로서 우리가 대처해

야 할 방안 중에 하나가 된다. 이로써 우리가 중국 관광에서의 입지를 확실히 굳힌다면 더 없이 좋은 경제 발전의 발판이 될 것이다.

《참고 문헌 및 출처》

1. 김명숙. 『중국 관광산업시장성 진단』한국관광공사 2006
2. 김철원. 『중국관광객 유치를 확대를 위한 관광상품 개발방안』한국관광연구원2004
3. 이재영. 『중국 관광시장 분석』. 웃고문화사,2005
4. 강수천. 『 한국지방자치단체 중견간부 연수 보고서』2006.3
5. 조선일보, 한국경제일보
6. 중국국가여유국, 중국여유통계연감,중국여유출판사,2004
7. 김용준.『중국소비자와 중국소비시장』 박영사(2004)
8. 서울시 홈페이지
9. 담양군홈페이지
10. 한국관광공사 :www.knto.or.kr
11. KOTRA : www.kotra.or.kr
12. 중국통계신식망: www.stats.gov.cn
13. 중국dudbakd: www.cnta.gov.cn
14. www.baidu.com,
15. www.cn.yahoo.com
16. www.chinatown.co.kr
17. www.jabo.co.kr
18. www.naver.com
19. www.planet.daum.net