한중Zine
INChinaBrief
Vol.304 2015.12.07

최근 중국인 방한관광 시장 동향

작 성 | 한국문화관광연구원
최경은(geochoi@kcti.re.kr)

목 차

1. 중국인 방한관광 일반 현황 및 특징
2. 2015 중국인 방한관광 현황
3. 종합 및 시사점

o 2013년부터 중국이 일본을 제치고 우리나라의 최대 인바운드 시장으로 등극하면서 중국 시장의 중요성이 더욱 부각되고 있음

o 2015년에는 메르스(MERS)의 영향으로 중국인 방한관광 시장의 성장세가 주춤했으나, 8월부터 방한관광 수요가 회복되기 시작, 9월부터는 전년 수준을 넘어서며 다시 증가세를 이어가고 있음

o 요우커 600만 시대를 맞이하여 최근 중국인 방한관광 시장의 동향을 파악하고 그에 기초하여 시사점을 제안함

1. 중국인 방한관광 일반 현황 및 특징

■ 2000년 중국 전 지역에서 방한관광 전면 개방

● 우리나라는 1998년에 중국의 일부 지역에서 그리고 2000년에 전 지역에서 해외관광 목적지로 공식 개방됨
- 1998년 중국 내 개방지역은 베이징, 상하이, 톈진, 충칭, 산둥, 안후이, 장쑤, 광둥, 산시(陕西)

● 중국의 ADS(Approved Destination Status) 정책 도입시기가 1997년임을 고려할 때 우리나라는 상당히 초기에 해외관광 목적지로 개방된 국가임
- ADS는 중국 정부가 해외관광 시장의 흐름을 관리하고 조절하기 위해 만든 제도로, 해외국가들이 중국관광객을 유치하기 위해서는 목적지 지정제도인 ADS 협정 체결 필요

■ 2010년 이후 중국인 방한관광 시장의 빠른 성장세

- 중국인의 방한관광이 전면 개방 후 방한 중국관광객 수가 빠른 증가세를 보임
  - 2005년 약 71만 명에서 2007년 약 106만 명, 2009년에는 약 134만 명으로 증가

- 2010년 이후부터는 방한 중국관광객 증가 가속화, 2013년 중국이 일본을 제치고 우리나라의 최대 인바운드 시장으로 올라섬

- 2014년에는 방한 중국관광객 수가 약 612만 명으로, 단일 국가로는 최초 600만 명 돌파

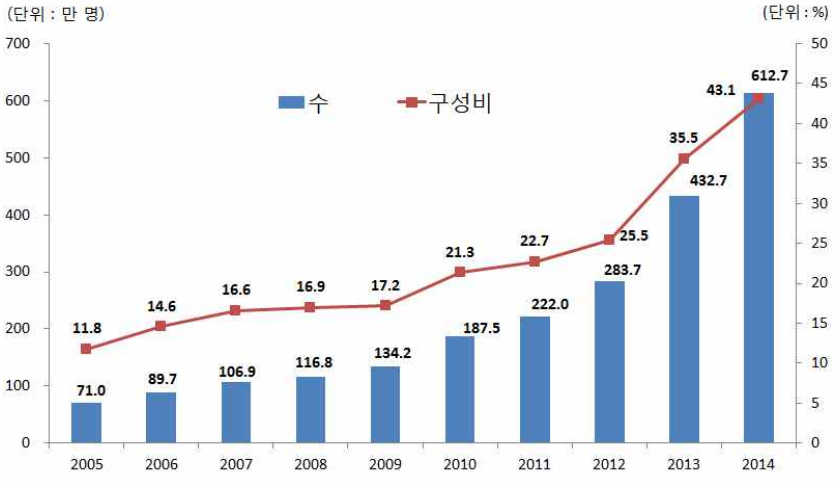
표 1| 방한 중국관광객 수 증가 현황(2005-2014)

(단위 : 명, %)

구분	수	전년대비 성장률	구성비*
2005	710,243	13.2	11.8
2006	896,969	26.3	14.6
2007	1,068,925	19.2	16.6
2008	1,167,891	9.3	16.9
2009	1,342,317	14.9	17.2
2010	1,875,157	39.7	21.3
2011	2,220,196	18.4	22.7
2012	2,836,892	27.8	25.5
2013	4,326,869	52.5	35.5
2014	6,126,865	41.6	43.1

*구성비: 전체 외래관광객 수에서 차지하는 비중
출처: 관광지식정보시스템(입국관광통계)

그림 1| 방한 중국관광객 수 증가 추이(2005-2014)



*구성비: 전체 외래관광객 수에서 차지하는 비중
출처: 관광지식정보시스템 자료 토대로 작성

■ 2011년부터 여성 시장이 더 큰 비중 차지

- 성별 현황을 살펴보면, 2000년대에는 남성 시장의 비중이 더 높았으나 2010년을 기점으로 역전 현상 발생

- 2011년부터는 여성 시장이 더 큰 비중을 차지하고 있으며 2014년 기준 남성 : 여성의 비율은 약 4 : 6임

■ 연령별로는 젊은층이 주요 시장

- 연령별로는 20-30대가 제일 큰 비중을 차지
  - 2010년까지는 30대의 비중이 더 높았으나 2011년부터는 20대의 비중이 더 높게 나타남

- 50대 이상의 장노년층 비중은 조금씩 늘어나는 양상

그림 2| 중국인 방한관광 시장 성별 현황(2005-2014)

*승무원 제외하여 계산
출처: 관광지식정보시스템 자료 토대로 작성

표 2| 중국인 방한관광 시장 연령별 현황(2005-2014)

(단위 : %)

구분	0-20세	21-30세	31-40세	41-50세	51-60세	61세 이상
2005	7.5	23.1	**29.7**	23.3	10.5	5.9
2006	8.4	24.3	**29.3**	22.2	10.2	5.7
2007	8.9	23.2	**27.0**	22.9	12.9	5.0
2008	7.8	23.8	**26.5**	22.3	13.8	5.8
2009	6.8	24.6	**26.4**	22.5	13.7	6.1
2010	7.1	23.7	**25.1**	22.9	14.2	7.0
2011	7.2	**25.2**	23.4	22.6	14.4	7.2
2012	8.5	**24.9**	22.9	22.3	13.8	7.7
2013	9.7	**24.0**	22.7	20.7	14.5	8.3
2014	9.9	**24.4**	22.8	18.2	15.0	9.7

*승무원 제외하여 계산
출처: 관광지식정보시스템 자료 토대로 작성

■ 쇼핑과 자연풍경은 한국여행 선택의 주요 고려요인

● 중국관광객은 한국여행 선택 시 쇼핑과 자연풍경이 주요 고려요

인인 것으로 나타남
- 반면 일본관광객의 경우 음식/미식 탐방과 쇼핑이 주요 고려요인으로 중국 시장과 차이를 보임

● 쇼핑과 자연풍경 외에 음식/미식 탐방, 패션·유행 등 세련된 문화 또한 중국관광객들을 유치하는 주요 흡인요인들임

표 3| 중국인/일본인 한국여행 선택 시 고려요인 비교(상위 5위)

(단위 : %, 중복응답)

구분	1위	2위	3위	4위	5위
중국	쇼핑 (78.4)	자연풍경 (60.5)	음식/미식탐방(34.4)	패션, 유행 등 세련된 문화(23.9)	역사/문화유적(22.9)
일본	음식/미식탐방(72.5)	쇼핑(64.9)	역사/문화유적(30.7)	자연풍경 (24.6)	K-POP/한류스타 팬미팅 등 (14.5)
전체	쇼핑 (72.3)	자연풍경 (49.5)	음식/미식탐방(41.1)	역사/문화유적(25.2)	패션, 유행 등 세련된 문화(19.8)

출처: 2014 외래관광객 실태조사

■ 쇼핑은 한국여행 시 가장 많이 참여하는 활동

● 중국관광객은 한국여행 시 주요 참여활동으로 쇼핑을 가장 많이 하는 것으로 나타남
- 반면 일본관광객의 경우 식도락관광이 가장 높은 비중을 차지하여 중국 시장과 차이가 있음

● 쇼핑 다음으로는 식도락관광, 자연경관 감상, 고궁/역사유적 방문 등의 순으로 나타남

표 4| 중국인/일본인 한국여행 시 주요 참여활동 비교(상위 5위)

(단위 : %, 중복응답)

구분	1위	2위	3위	4위	5위
중국	쇼핑 (87.7)	식도락관광 (60.7)	자연경관 감상(42.7)	고궁/역사유적 방문 (24.8)	유흥/오락 (10.5)
일본	식도락관광 (61.2)	쇼핑 (59.6)	고궁/역사유적 방문 (24.8)	자연경관 감상(17.0)	업무수행 (14.7)
전체	쇼핑 (74.0)	식도락관광 (46.4)	자연경관 감상(31.7)	고궁/역사유적 방문 (27.2)	업무수행 (14.3)

출처: 2014 외래관광객 실태조사

■ 중국관광객이 일본관광객보다 한국여행 시 더 많이 지출

- 2014년 방한 중국관광객의 1인 평균 지출경비가 US$2,094.5인 반면 방한 일본관광객은 US$999.1로 중국관광객과 US$1,000 이상의 차이를 보임

- 1인 지출경비를 범주별로 살펴보면, 방한 중국관광객은 1,000-1,500$ > 3,000$ 초과 > 1,500-2,000$의 순으로 나타나 지출경비가 상대적으로 큰 금액의 범주들에 집중되어 있음
  - 반면 방한 일본관광객의 1인 지출경비 범주는 500-1,000$ > 500$ 이하 > 1,000-1,500$의 순으로 나타나 작은 금액의 범주들이 주를 이루고 있음

- 여행형태별로 비교해보면, 중국인 개별관광객이 단체관광객보다 1인 평균 지출경비가 더 많은 것으로 나타남
  - 개별여행(US$2,267.6) > 단체여행(US$1,791.4)

표 5| 중국인/일본인 한국여행 시 1인 지출경비 비교 (단위 : %)

구분	500$ 이하	500-1,000$	1,000-1,500$	1,500-2,000$	2,000-3,000$	3,000$ 초과	평균 (US$)
중국	3.4	15.5	24.6	18.9	16.9	19.1	2,094.5
일본	27.2	42.8	15.6	4.7	4.1	3.6	999.1
전체	15.3	24.7	21.1	13.3	11.7	12.1	1,605.5

*최대금액 초과 범주는 생략
출처: 2014 외래관광객 실태조사

● 중국인 개별관광객의 1인 평균 지출경비를 항목별로 살펴보면, 쇼핑비의 비중이 68.4%로 가장 높으며 이어 숙박비, 식음료비 등의 순임

● 중국인 단체관광객 1인 평균 지출경비의 경우 개별관광객과 마찬가지로 쇼핑비의 비중(71.0%)이 가장 높게 나타남. 그 다음으로는 본인거주국 지불경비로 총지출경비의 26.2%를 차지함

표 6| 방한 중국관광객 여행형태별 1인 평균 지출경비 비교
(단위 : US$, %)

구분	총지출 경비	쇼핑비	숙박비	식음료비	교통비	오락관련 지출
개별여행	2,267.6 (100.0)	1,550.2 (68.4)	305.4 (13.5)	273.3 (12.1)	64.9 (2.9)	18.4 (0.8)

구분	총지출 경비	쇼핑비	본인거주국 지불경비	식음료비
단체여행	1,791.4 (100.0)	1,271.3 (71.0)	469.3 (26.2)	36.2 (2.0)

* 기타 소규모 지출항목은 생략
출처: 2014 외래관광객 실태조사

■ 한국여행 시 향수/화장품 구입 선호, 시내면세점에서 가장 많이 쇼핑

● 중국관광객은 한국여행 시 구입한 쇼핑품목으로 향수/화장품이 압도적으로 높은 비중을 차지함

- 반면 일본관광객의 경우 식료품 구입 비중이 가장 높아 중국 시장과 차이를 나타냄

● 향수/화장품 외에 의류, 식료품, 피혁제품, 인삼/한약재 등이 주요 쇼핑품목인 것으로 나타남

표 7| 중국인/일본인 한국여행 시 주요 쇼핑품목 비교(상위 5위)

(단위 : %, 중복응답)

구분	1위	2위	3위	4위	5위
중국	향수/화장품 (84.4)	의류 (47.0)	식료품 (34.3)	피혁제품 (16.0)	인삼/한약재 (12.9)
일본	식료품 (66.5)	향수/화장품(43.1)	의류 (34.7)	신발류 (11.4)	김치 (10.3)
전체	향수/화장품 (59.6)	의류 (44.6)	식료품 (37.4)	신발류 (14.3)	피혁제품 (10.9)

출처: 2014 외래관광객 실태조사

● 중국관광객은 한국여행 시 시내면세점에서 가장 많이 쇼핑하는 것으로 나타남

- 반면 일본관광객의 경우 명동 비중이 가장 높게 나타나 중국 시장과 차이를 보임

● 중국관광객의 주요 쇼핑장소는 시내면세점에 이어 명동, 백화점, 공항면세점, 소규모상점 등의 순임

표 8| 중국인/일본인 주요 쇼핑장소 비교(상위 5위)

(단위 : %, 중복응답)

구분	1위	2위	3위	4위	5위
중국	시내면세점 (75.9)	명동 (44.0)	백화점 (22.0)	공항면세점 (21.6)	소규모상점 (21.5)
일본	명동 (40.7)	소규모상점 (28.7)	공항면세점 (22.3)	대형할인점 (22.1)	동대문시장 (18.2)
전체	명동 (42.4)	시내면세점 (41.4)	소규모상점 (23.7)	백화점 (21.9)	동대문시장 (21.7)

출처: 2014 외래관광객 실태조사

■ 지역별로는 서울, 제주 중심의 방문 양상 뚜렷

- 중국관광객은 한국 여행 시 서울을 가장 많이 방문하고 있으며 그 다음으로 제주를 많이 방문함

- 일본관광객은 중국과 마찬가지로 서울 방문 비율이 가장 높으나 두 번째로 많이 방문하는 지역은 경상권인 것으로 나타남

표 9| 중국인/일본인 한국 여행 시 주요 방문권역

(단위 : %, 중복응답)

구분	서울	제주	경기	경상	강원	인천	전라	충청
중국	77.8	34.2	7.4	6.1	3.9	4.4	2.5	0.7
일본	70.9	3.6	11.0	19.8	0.8	2.1	4.0	3.2
전체	80.4	18.0	13.0	10.8	7.1	5.0	2.8	2.4

출처: 2014 외래관광객 실태조사

■ 중국인 방한 크루즈관광 증가

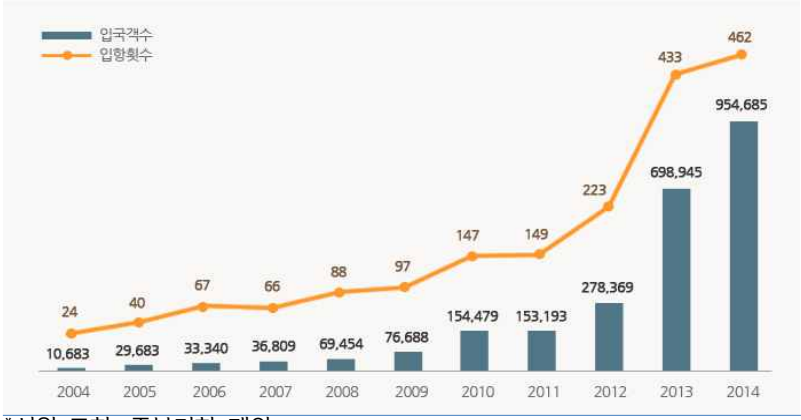
- 2013년부터 방한 크루즈 외래객 수가 빠르게 증가하고 있으며, 중국관광객의 증가가 크루즈관광 시장 성장에 크게 기여

- 중국인들의 방한 크루즈관광이 2013년 약 43만 명에서 2014년에는 약 67만 명으로 54.3%의 높은 성장률을 보임

- 점유율을 살펴보면, 방한 크루즈 외래객(선원 포함) 중 중국관광객이 60% 이상을 차지
  - 중국관광객의 비중이 2013년 61.8%에서 2014년에는 69.8%로 증가

- 선원을 제외할 경우 방한 크루즈 외래객 중에서 중국관광객이 차지하는 비중이 80% 이상으로 증가
  - 2013년 80.7%에서 2014년에 87.4%로 증가

그림 3| 크루즈 외래객 증가 추이(2004-2014)



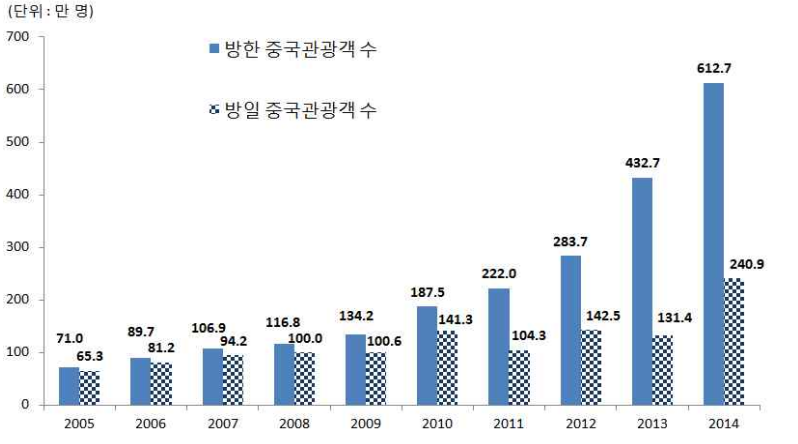
*선원 포함, 중복기항 제외
출처: 크루즈관광 통합정보(한국관광공사)

■ 방한/방일 중국관광객 수 비교

- 방한/방일 중국관광객 수를 비교해 보면, 2000년대에는 한일 양국의 중국 시장 규모가 큰 차이를 보이지 않았으나 2010년 이후부터는 격차가 점점 확대되는 양상

- 2014년에는 방한/방일 중국관광객 수가 370만 명 이상의 최대 격차를 보임

그림 4| 방한/방일 중국관광객 수 비교(2005-2014)



출처: 관광지식정보시스템(한), 일본정부관광국(일) 자료 토대로 작성

2. 2015 중국인 방한관광 현황

■ 2015년 10월 기준 약 500만 명의 중국인이 한국 방문

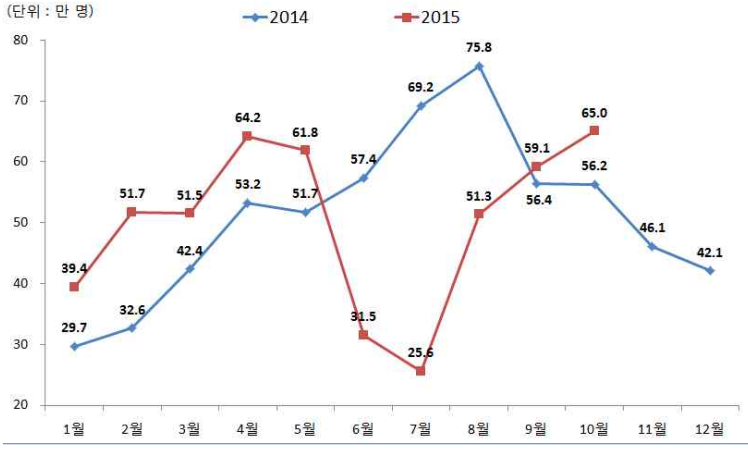
- 2015년에는 메르스(MERS) 사태로 중국인을 포함하여 외국인의 방한 관광 수요가 전반적으로 위축되는 현상 발생
  - 특히 6, 7, 8월에 각각 전년 동기대비 -45.1%, -63.1%, -32.3%의 성장률을 나타내며 대폭 감소

- 9월부터는 전년 동기대비 (+)의 성장률을 보이며 전년 수준보다 더 많이 방문

- 2015년 10월 기준 방한 중국관광객 수는 5,011,373명으로, 전년 동기대비 -4.5%의 성장률을 나타냄

- 2015년 말 방한 중국관광객 수는 전년 수준과 비슷한 600만 명 내외가 될 것으로 예상

그림 5| 중국인 방한관광 월별 현황(2014/2015)

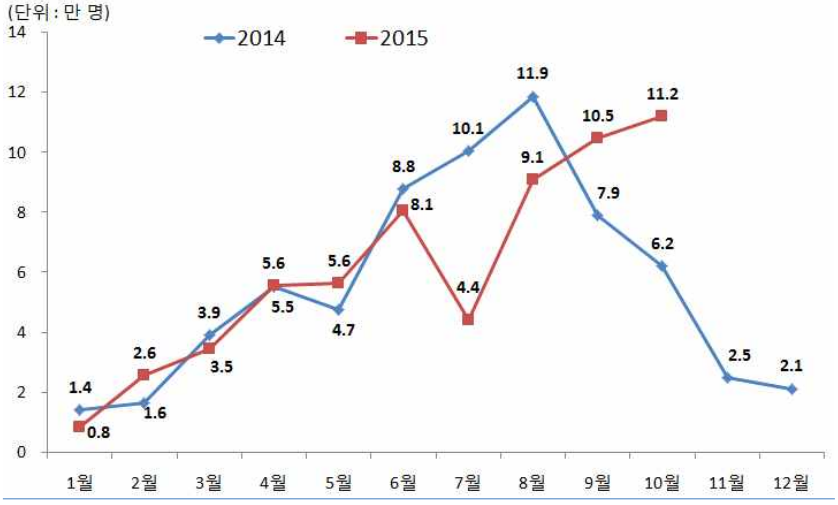


출처: 관광지식정보시스템 자료 토대로 작성

- 방한 크루즈 중국관광객 수 또한 메르스의 영향으로 6-8월에는 전년 수준에 이르지 못하였으나, 9월부터는 월 10만 명 이상의 규모를 보이며 전년 수준을 넘어섬

- 2015년 10월 기준 방한 크루즈 중국관광객 수는 612,429명으로, 전년 동기대비 -1.2%의 성장률을 나타냄

그림 6| 중국인 크루즈 방한관광 월별 현황(2014/2015)



출처: 크루즈관광 통합정보(한국관광공사) 자료 토대로 작성

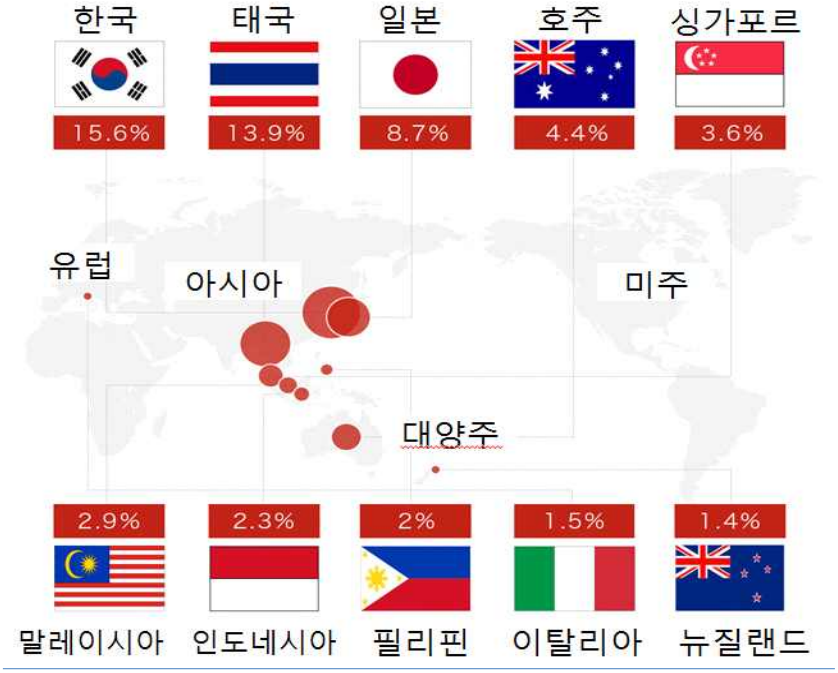
■ 메르스 이전시기(1-5월): 증가세 지속

- 메르스가 확산되기 이전인 5월까지 방한 중국관광객 수는 지속적인 증가세를 보임
  - 2015년 1-5월까지 약 268만 명의 중국인이 한국을 방문하였으며, 전년 동기대비 28.2% 증가
  - 동기간 방한 크루즈 중국관광객 수는 약 18만 명으로 전년 동기대비 4.7% 증가

- 2015년 춘절 연휴기간 동안 중국인이 선호하는 해외관광 목적지

상위 3위 국가는 한국, 태국, 일본인 것으로 나타남[1)]
- 한국(15.6%) 〉 태국(13.9%) 〉 일본(8.7%)

그림 7| 2015년 춘절 중국인 해외관광 목적지 선호 10대 국가



출처: http://www.199it.com/archives/333033.html 토대로 작성

- 2015년 4월에는 전년 동월대비 한국이 홍콩과 대만을 앞질러 가장 환영받는 목적지였음[2)]

- 2015년 노동절 연휴기간 동안에도 일본, 한국, 태국 등이 단거리 해외관광 목적지로 인기를 얻음[3)]
  - 途牛旅游网에 따르면, 노동절 연휴기간에 한국과 일본 노선 예약이 전년 동기대비 120% 증가함
  - 특히 한국과 일본의 크루즈 상품이 큰 환영을 받았다는 점이

1) 관련 내용은 다음을 참고(http://www.199it.com/archives/333033.html)
2) 관련 내용은 다음을 참고(http://travelweekly-china.com/35500)
3) 관련 내용은 다음을 참고(http://www.travelweekly-china.com/34935?cid=eltrTWCDaily)

주목할 만하며, 상하이, 베이징, 난징, 항저우 등의 도시들에서 더 큰 관심을 보임

■ 메르스 발생시기(6-7월) : 급감세

- 메르스의 주요 발생시기였던 6-7월에 방한 중국관광객 수는 크게 감소함

- 2015년 6-7월 동안 방한 중국관광객 수는 약 57만 명에 불과했으며, 전년 동기대비 -54.9%의 성장률을 보임
  - 특히 메르스가 성수기에 발생하여 중국인 방한관광 수요 위축에 더 큰 영향을 미침
  - 동기간 방한 크루즈 중국관광객 수는 약 12만 명으로 전년 동기대비 33.8% 감소

> 중국 관광객들이 중동호흡기증후군(메르스, MERS)이 확산 중인 것으로 알려진 한국으로의 관광을 기피하고 있다...
>
> 남방도시보(南方都市报), 룽후넷(龙虎网) 등 중국 지역 언론의 보도에 따르면 최근 자체적으로 세청(携程, 씨트립), 투뉴(途牛) 등 대형 온라인관광 사이트의 해외여행 현황을 파악한 결과, 이달 한국 관광을 계획했던 관광객들이 일정을 취소하고 환불을 요청했다... 투뉴넷 관계자는 "6~7월 한국 관광상품을 구매했던 관광객 대다수가 환불을 요청했으며 현재 7~8월 한국 단체관광 상품을 구매한 관광객도 극소수"라고 밝혔다. 세청넷 관계자 역시 "일부 (한국행) 단체관광, 자유관광객이 환불 신청을 해 이에 대해 최대한 협조하고 있다"며 "일반적으로 여름철이 한국 관광 성수기인데 현재 추세대로라면 이달에만 중국 관광객 10만 명이 한국 관광을 취소할 것"이라고 밝혔다...
>
> (온바오, 2015.06.11.)

■ 메르스 이후시기(8월 이후) : 회복 후 다시 증가세

- 메르스의 여파가 수그러들면서 8월에는 급감했던 중국인 방한관광 수요가 회복세를 나타내며 약 51만 명의 중국인이 한국을 방문함

- 9월부터는 방한 중국관광객 수가 전년 수준을 넘어서며 다시 증가세를 이어가기 시작

- 2015년 9-10월 동안 약 124만 명의 중국인이 한국을 방문하였으며, 전년 동기대비 10.2% 증가
  - 동기간 방한 크루즈 중국관광객 수는 약 22만 명으로 전년 동기대비 53.7% 증가

- 携程旅行网과 途牛旅游网에 따르면, 2015년 중추절-국경절 황금연휴기간 동안 한국은 일본에 이어 중국인들이 두 번째로 많이 방문한 국가인 것으로 나타남[4)5)]
  - 상위 3위는 일본 〉 한국 〉 태국 순

- 문체부 등 한국정부와 지자체, 관광업계는 메르스 사태로 인한 부정적 영향을 최소화하고 침체되었던 방한 관광시장을 회복하기 위해 다각적인 노력을 기울임

> 문체부는 주요 방한시장에서의 한국관광에 대한 신뢰성을 높이기 위한 일환으로 중국과 일본에 각각 500여 명과 170여 명 규모의 관광우호사절단을 파견했으며, 이를 통해 양국 정부 간 협력 강화와 현지 업계와의 연결망(네트워크)을 확대했을 뿐 아니라 방한 분위기를 조성하는 데 큰 역할을 하였다.
> 이와 함께, 중국을 비롯한 단체비자 발급 5개국에 대한 단체비자 발급 수수료 면제와 비자 발급 기간 연장 등의 제도적 개선도 방한 수요 재창출에 일조한 것으로 나타나고 있다...
>
> (문화체육관광부 보도자료, 2015.09.03.)
>
> 중국 베이징에서 개최된 '5개 지자체 합동 크루즈·관광 홍보설명회'는 올해 상반기 메르스의 여파로 침체된 크루즈 관광시장을 활성화시키고 신규 수요를 창출하기 위해 해양수산부·인천시 공동주최, 인천관광공사 주관, 5개 지자체(인천, 부산, 제주, 강원, 전남)의 연합 홍보활동으로 마련됐다...
>
> (인천일보, 2015.11.09.)

4) 관련 내용은 다음을 참고(http://tech.huanqiu.com/news/2015-10/7769426.htm)

5) 관련 내용은 다음을 참고(http://travelweekly-china.com/39420?cid=eltrTWCDaily)

■ 경쟁국가인 일본을 방문하는 중국관광객 수의 급증 양상

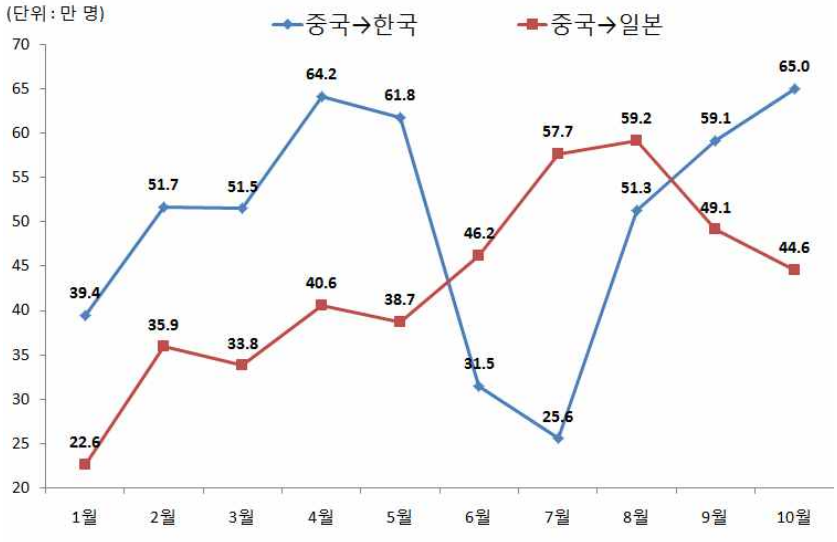
● 2015년에는 중국 시장 유치 경쟁국가인 일본을 방문하는 중국관광객 수가 급증하고 있음

- 일본의 엔저현상, 비자 발급완화, 유치마케팅 강화, 메르스에 따른 방한수요의 방일수요 전환 등이 주요 증가요인인 것으로 보임
- 2015년 6-8월 3개월 동안 메르스의 여파로 방일 중국관광객 수가 방한 중국관광객 수보다 더 많은 것으로 나타남

● 2015년 10월 기준 방한 중국관광객 수는 약 501만 명, 방일 중국관광객 수는 약 428만 명임

- 2015년 10월 현재 방한 중국관광객 수가 방일 중국관광객 수보다 더 많기는 하나 2014년과 비교할 때 그 격차가 현저히 좁혀진 양상

그림 8| 2015년 중국인 방한/방일관광 월별 현황(1-10월)



출처: 관광지식정보시스템(한), 일본정부관광국(일) 자료 토대로 작성

3. 종합 및 시사점

■ 한국은 중국관광객이 선호하는 해외관광 목적지

- 2015년 메르스의 영향으로 방한 중국관광객의 증가세가 주춤하기는 했으나, 한국은 여전히 중국관광객이 선호하는 해외관광 목적지임
- 성별로는 여성, 연령별로는 빠링허우(80后), 지우링허우(90后) 등 젊은층이 한국여행의 주요 시장임
- 쇼핑과 자연환경은 중국인들이 해외관광 목적지로 한국을 선택하게 만드는 주요 흡인요인들이며, 최근에는 크루즈관광에 대한 수요가 빠르게 증가하고 있음

■ 중국인 해외관광 시장의 동향 지속 파악 필요

- 점점 더 많은 국가들에서 중국인 해외관광 시장의 규모와 잠재력을 관광산업 발전의 중요한 기회요인으로 인식하고 있음
- 이에 중국인 해외관광 시장을 둘러싸고 국가 간 경쟁이 점점 더 치열해지고 있으며, 특히 2015년에는 중국인 방일관광 시장의 성장세가 두드러지게 나타남
- 중국 시장을 대상으로 체계적이고 효율적인 유치전략을 마련하기 위해서는 중국인 해외관광 시장의 수요 특성 및 변화를 파악하기 위한 시장 동향 분석이 기초자료로서 지속적으로 요구됨

■ 중국인 방한관광 매력의 다양화, 수용태세 개선을 위한 노력 지속 필요

- 중국인 방한관광 시장의 양적 · 질적 성장을 도모하기 위해서는 중국

인 방한관광의 매력을 다양화·다원화하는 한편 수용태세를 지속적으로 개선해 나가야 함
- 중국인들의 소득수준이 높아지고 방한관광 경험이 많아짐에 따라 중장기적 관점에서 방한관광 패턴의 다변화 양상에 대응할 수 있도록 특색 있고 다양한 융복합 관광상품 개발이 요구됨
- 또한 중국관광객들이 점점 더 성숙하고 세련되어짐에 따라 양질의 경험뿐만 아니라 공정하고 정당한 대우를 받고자 하는 수요도 늘어나고 있음

- 특히 2015년 중국관광의 해에 이어 2016년은 한국관광의 해이며, 또한 2016-2018년은 한국방문의 해이기도 함
  - 2014년 7월 한중 정상회담에서 2015년과 2016년을 각각 중국관광의 해와 한국관광의 해로 정함

- 이러한 국가적 관광이벤트들을 적극 활용하여 다양한 관광상품들을 개발하고 홍보하며 수용태세를 정비하고 개선함으로써 한단계 도약할 수 있는 기틀을 마련할 필요가 있음

참고자료

최경은·안희자(2014), 최근 관광트렌드 분석 및 전망, 한국문화관광연구원.
한국문화관광연구원(2015), 2014 외래관광객 실태조사, 문화체육관광부.
杜江·戴斌等(2005), 中国出境旅游发展年度报告 2004, 旅游教育出版社.
中国社会科学院旅游研究中心(2015), 2014~2015年中国旅游发展分析与预测, 社会科学文献出版社.
관광지식정보시스템(http://know.tour.go.kr)
문화체육관광부(http://www.mcst.go.kr)
일본정부관광국(http://www.jnto.go.jp)
크루즈관광 통합정보(http://cruise.visitkorea.or.kr)
한국관광공사(http://kto.visitkorea.or.kr)