

# 한국관광 격주 정보(제 15호)

(KTO 베이징지사, 2014. 11.03)

관광통계					
○ 중국관광객 방한현황					
- 2014. 9월말 통계(확정치)					
기 간	2013년말	2014.09월말 (누계)	2014.09월 (당월)	전년대비 증감	
				9월(누계)	9월(당월)
방한객(천명)	4,327	4,683	564	36.5%	16.7%
- 2014. 10월말 통계(추정치)					
기 간	2014.10월말 (누계)	2014.10월 (당월)	전년대비 증감		
			10월(누계)	10월(당월)	
방한객(천명)	5,188	505	37.5%	47.1%	
○ 내국인 해외여행현황 (단위 : 천명)      ○ 방한 외래관광객수 추이					
구 분	2014	2013	증감율		
9월(확정)	1,321	1,195	10.5%		
누계	11,929	11,249	6.0%		
10월(추정)	1,425	1,239	15.0%		
누계	13,354	12,488	6.9%		
☞ 방한 외래관광객 통계(추정)					
■ 10월 : 1,255천명 (전년 동월대비 +15.4%)					
■ 1~10월 : 11,935천명 (전년 동기대비 +15.4%)					
○ 중국 입국객 국가별 현황(9월말 기준)					
- 2014年9月主要客源市场情况(중국국가여유국 통계)					
순위	국가명	9 월		1-9월 누계	
		입국자수 (만명)	증감율 (%)	입국자수 (만명)	증감율 (%)
1	韩国	36.93	9.1	307.64	3.0
2	日本	21.93	-6.3	199.22	-6.9
3	俄罗斯	18.70	1.7	158.99	-1.5
4	美国	16.65	0.7	154.00	-0.8
5	越南	13.07	11.4	117.49	19.2
6	蒙古	8.50	1.4	80.97	6.1
7	马来西亚	9.89	-0.8	76.36	-6.1
8	菲律宾	7.63	-3.9	71.92	-3.1
9	新加坡	8.11	0.5	66.75	0.9
10	印度	6.31	17.4	51.97	2.6

## 관광시장동향

- 10월 국경절 특수뒤 일시적 비수기 거쳐 11월 APEC으로 방한증가세 지속
  - 2014 국경절 기간중 방한관광 수요는 전년동기 대비 38%라는 높은 증가세를 보임.
  - 여행 최대성수기인 국경절 연휴 이후 휴가시즌 종료 및 여행수요 비수기 진입, 한국의 기후조건(한랭기후)등 요인으로 춘절 및 방학 전까지 비수기에 따라 저렴한 항공권, 상품가를 활용한 FIT 및 인센티브단체가 방한증가세를 이끌 것으로 전망.
  - 단, 베이징 APEC개최(11.10~11.11)에 따른 베이징 공공기관, 각급학교 및 일부 사업체 대상 임시연휴 지정(11.7~11.12)으로 임시휴가를 활용한 국내외 여행 수요가 급증하여 해외항공권 가격 대폭 상승 및 예약, 문의로 여행사들의 11월 방한관광객 전망도 긍정적임
  - 한편, 일본(엔화약세, 면세범위확대, 텐진공항-일본행 항공편 취항 확대), 태국(정국안정 및 각종 우대정책) 등 주변 경쟁국의 유치경쟁력 제고로 방한관광객 수요 분산 예상
  
- 중국인의 해외소비 형태, 쇼핑위주에서 음식, 숙박비중 증가
  - 중국은련(Union Pay)이 이번 국경절 연휴기간동안 중국민의 해외여행 지출에 대한 추적조사결과, 중국관광객의 소비형태가 기존의 맹목적 쇼핑에서 음식과 거주환경 품질, 현지 오락 레저활동 관련에 대한 관심이 높아진 것으로 밝혀짐
  - 조사에 따르면 해외관광을 하는 중국인의 음식, 숙박 및 오락활동에 쓰이는 지출비율이 확연히 상승하여 10월1일부터 7일까지 중국관광객의 음식, 숙박부분의 소비는 전년동기 대비 52.2%증가하였으며 오락레저활동 지출 증가폭은 56.6%에 달함. 상대적으로 쇼핑은 30%증가에 그침.
  - 여행업계 관계자들은 중국여행객의 해외여행 초기에는 일부 글로벌 명품과 국내 시장가격이 큰 차이가 있어 사재기를 해오는 등이 있었으나 현재는 쇼핑도 갈수록 편리해지고 해외여행이 일상적인 사항이 되면서 보다 이성적인 소비를 하게 되었다고 분석  
(출처 : 중국여유신문, 2014.10.20)
  
- 베이징, APEC 개최에 따른 임시휴무 지정

- 베이징시는 APEC정상 회담의 효율적 진행을 위해 국무원의 비준을 거쳐 공공기관, 단체, 사회단체, 초중고대학교 및 유치원 대상 11월 3일부터 12일까지 차량 2부제 및 방학, 휴가 등을 실시기로 함
- 2부제를 통해 자동차 운행량을 35%감소시키고, 지하철 8호선 올림픽 공원역은 회의기간중 임시 봉쇄될 예정임. 또한 지상 공공교통 차량을 400대 증편하여 운송력을 2%가량 끌어올릴 예정임.
- 휴무와 관련해서는 11월 7일(금)에서 12일(수)까지 휴무에 돌입하되 11월2일(일)과 15일(토) 대체 근무/등교 예정임
- 한편 11월 휴무로 인해 베이징지역 출발 항공권 판매 가격 등이 상승하고 기간중 국내외 여행을 떠나려는 베이징 시민들의 여행사 문의도 증가할 것으로 전망  
(출처 : 북경청년보, 2014.10.10.)

○ 중국여유연구원, 2014.3분기 중국인 아웃바운드여행 만족도 발표

- 중국여유연구원은 2014년 3분기 중국인 아웃바운드여행 만족도를 발표, 3분기 만족도는 76.98로 '기본적으로 만족'수준이며 전 분기 대비 다소 상승. 2014년 3분기 해외여행 목적지의 이미지, 서비스수준, 품질에 대한 기대 역시 다소 상승하였음.
- 3분기 조사 결과 불편불만 신고 관광객의 비율이 상승했으나 재방문율과 추천도는 전분기 대비 하락하였으며 여행객의 불만처리에 대한 만족도 역시 전분기 대비 다소 하락. 한편 관광객이 주로 컴플레인하는 문제는 관광상품과 서비스품질, 중문정보 등 공공서비스, 안전 등이며 관광객의 일부 국가의 현대화(도시화)정도 및 편의성에 대한 평가 역시 높지 않음
- 2014년 3분기 24개 국가를 샘플로 75점 이상 '기본만족'수준 이상의 국가는 15개로 이중 14개 목적지의 만족도 지수가 다소 상승하였음. 샘플국가 만족도의 득점 순서대로 이탈리아(79.95), 싱가포르(79.82), 미국(79.79), 일본(79.48), 뉴질랜드(79.36), 캐나다(79.02), 영국(78.85), 호주(78.66), 태국(78.49), 프랑스(78.23), **한국(77.55)**, 스페인(77.31), 독일(77.13), 말레이시아(76.84), 인도네시아(75.86), 캄보디아(74.13), 아르헨티나(74.08), 남아프리카(73.98), 베트남(73.84), 러시아(73.79), 필리핀(73.39), 인도(73.38), 브라질(73.05), 몽골(72.61) 순임.

(출처 : Travel Weekly China, 2014.10.13)

## 사업알림

1. 미용뷰티포털 연계 방한의료관광 홍보
  - 기간 및 지역 : 10.27(월)~10.31(금), 서울
  - 초청대상 : aili.com 매체 관계자
  - 내용 : 건강검진센터, SPA, 뷔띠성형, 한방의학, 고급화장품 등 관련 취재
2. Btv연계 한국라이프스타일 & 음식문화 홍보
  - 기간 : 11.4(화)~11.8(토)
  - 내용 : 한국식품음료제조기 휴롬 공동 현지 유력매체 BTV 방한 초청, 미용, 한식, 전통문화 등 취재보도를 통한 한국식 라이프스타일 홍보

## 관광포커스

- 모호해지는 관광과 업무의 경계 - 블레저(Bleisure)
    - ▶ 흐려지는 비즈니스와 레저의 영역
      - 블레저(Bleisure)란? : 비즈니스(Business)와 레저(Leisure)의 합성어. 업무와 레저의 개념이 혼합된 관광시장을 새롭게 정의하기 위하여 사용되는 표현이며 비즈케이션(Bizcation) 등 다양한 유사 개념이 해외의 관광업계에서 활용됨
- ☞ 넓은 의미의 블레저는 일과 여가를 혼합한 라이프스타일 전반을 지칭하며, 패션에선 트렌디한 비즈니스캐주얼을, 업무환경에서는 업무와 놀이를 병행하는 업무 스타일을 뜻하기도 함
- 블레저 문화의 확산 배경 : ICT기술의 발전으로 업무와 레저의 시공간적인 경계가 무너지고 있으며, 업무출장을 레저와 연계하려는 신세대 근로자들의 욕구 그리고 창의적인 기업문화를 강조하는 벤처기업의 성장 등이 블레저 문화의 확산을 가속
- ▶ 블레저 시장의 특성과 현황
  - 블레저 수요자의 특성 : 블레저의 수요는 주로 젊은 층에서 두드러지며, 창의적업무에 종사하거나 사업을 운영하여 금전적인 여유는 있으나 시간 여유가 부족하고 항상 연락이 가능한 상태여야 하는 사람들이 전형적인 '블레저 세대'임

■ 블레저 시장 현황 조사별 주요 결과

조사명	주요 내용
BridgeStreet's Bleisure Survey	- 조사 응답자의 60%가 블레저 형태의 여행을 한 적 있으며, 주로 출장 일정에 이들의 휴가기간을 추가함 - 비즈니스여행객의 절반 이상이 배우자/애인 동반 출장을 경험
Hotwire-Egencia Bleisure Travel Report	- 출장 경험이 있는 미국 근로자 중 49%가 출장과 레저를 연계 한 적 있음
Hilton Hotel Report	- 단골 고객의 67%가 출장과 레저여행을 결합
Orbitz Trend Report	- 비즈니스여행객의 72%가 일정을 관광과 결합해서 연장한 적 있음 - 비즈니스여행객의 82%가 관광을 위해 일정을 연장할 의향이 있음 - 비즈니스여행객의 43%가 배우자/친구 동반 출장을 경험

▶ 블레저 마케팅 주요 사례

- Accor 호텔 그룹 : 블레저 수요층을 주 타겟으로 고급 호텔 브랜드 'Pullman' 을 리브랜딩하는 한편 인터넷 기기 등의 정보통신기술 활용 인프라를 강화
- AVIS 렌터카 : 'Bizcation'을 상표로 등록하고 이를 활용하여 업무·출장용 렌터카 사용자 대상 휴일 연장 특별 할인 등 블레저 프로모션을 적극 시행
- 호주 빅토리아주 관광청 : 호주 제2의 도시인 멜버른을 최고의 '블레저 도시'로 홍보하며 비즈니스여행객의 스포츠 이벤트 및 레저 관광 참여를 유도

▶ 국내 현황 및 시사점

- 국내 현황 : 기업문화 차원에서의 블레저 문화 소개 사례는 많은 주목을 받고 있는 반면 관광 마케팅 관점에서의 블레저 시장에 대한 인식은 낮은 상황이며, 일부 호텔 업계 등에서 MICE 단체 관광객을 블레저 고객으로 인식하고 있는 정도임
- 시사점
  - 외래객 유치 및 국내관광 활성화 관점에서의 국내 블레저 시장 발전 가능성에 대한 구체적인 연구와 이를 토대로 한 상품개발, 마케팅 노력 등이 필요
  - 일과 여가의 경계가 허물어지는 문화적 현상을 감안하여 관광의 영역을 재정의하고 관련 조사·통계를 개선하는 것이 바람직

(이 정보는 주 중국 한국기관을 대상으로 관광관련 정보를 공유하기 위해 격주 단위로 제공하는 것입니다.)

※ 수신을 원하지 않으시면 이메일 답변, 또는 유선으로 연락주시기 바랍니다.

한국관광공사 베이징지사 이장의

(Tel. 010-6585-8213(내선202), E-mail. [zanymail@naver.com](mailto:zanymail@naver.com))

☞ 본 정보의 제공을 원하시는 분이 있으시면 회사명, 성명, 이메일 주소를  
상기 이메일로 보내주시기 바랍니다 .