

지속 가능 성장을 위한

VIP 리포트

- 중국인 관광객 사백만에서 일천만 시대로
- 요우커(遊客)의 특징과 경제적 효과

발행인 : 김 주 현
편집주간 : 한 상 완
편집위원 : 주 원, 장후석, 백흥기
발행처 : 현대경제연구원
서울시 종로구 연지동 1-7
Tel (02)2072-6231 Fax (02)2072-6249
Homepage. <http://www.hri.co.kr>
인쇄 : 서울컴퓨터인쇄사 Tel (02)2636-0555

- 본 자료는 기업의 최고 경영진 및 실무진을 위한 업무 참고 자료입니다.
- 본 자료에 나타난 견해는 현대경제연구원의 공식 견해가 아니며 작성자 개인의 견해를 밝혀 둡니다.
- 본 자료의 내용에 관한 문의 또는 인용이 필요한 경우, 현대경제연구원 산업연구본부(02-2072-6231)로 연락해 주시기 바랍니다.

목 차

■ 중국인 관광객 사백만에서 일천만 시대로 - 요우커(遊客)의 특징과 경제적 효과

Executive Summary	i
1. 개 요	1
2. 방한 요우커(遊客)의 특징	3
3. 방한 요우커(遊客)의 경제적 효과 및 전망	7
4. 시사점	12
【HRI 경제 통계】	15

□ 중국인 관광객 사백만에서 일천만시대로

- 요우커(遊客)의 특징과 경제적 효과 -

■ 개요

중국이 세계 최대 해외관광 지출국가로 부상한 가운데 2009년 이후 한국을 방문하는 중국인 관광객이 급증하고 있다. 중국 경제발전과 해외여행 수요 증가로 중국인 해외 관광객이 급증하면서 **2012년 중국의 세계 관광시장 점유율이 9.5%로 세계 최대 해외 관광 지출국가로 부상했다.** 중국인들의 한국 방문도 증가하면서 2013년 방한 중국인 입국자 수(일반관광 314만 명, 비즈니스관광 13만 명, 유학연수 10만 명, 기타 95만 명)는 430만 명을 돌파하여 부동의 1위였던 일본을 추월하고 1위로 부상했다. **이 중 일반 관광과 비즈니스 관광만 관광객으로 정의한 본 보고서의 기준에 의하면 방한 중국인 관광객은 320만 명을 돌파하였다.** 이에 본 보고서에서는 한국의 가장 중요한 관광 수출국으로 부상한 중국인 관광객의 특징 및 국내에 미치는 경제적 효과를 분석하였다.

■ 방한 요우커의 특징

① 업무 목적보다 일반 관광 목적의 중국인이 급증하고 있다.

최근의 방한 중국인 관광객은 특히 일반 관광객의 급증이 눈에 띈다. 여가, 휴식, 쇼핑 목적의 **일반 관광객은 2009년 이후 급증하여 2013년 314만 명을 돌파하였다.** 반면 비즈니스 관광객은 2007년 17만 명에서 2013년 13만 명으로 오히려 소폭 감소했다.

한편 전체 방한 중국인 관광객의 주요 활동은 쇼핑이며 식도락 활동도 증가 추세에 있는 반면, 관광지 방문 및 비즈니스 관광 활동은 감소 추세에 있다.

② 중국인 사이에서 한국 관광에 대한 입소문이 증가하고 있다.

중국인 관광객들은 한국 여행 정보를 주로 대중매체, 지인 및 여행사로부터 입수하는 경우가 80%에 육박했다. 이 중 **여행 정보를 지인들을 통해 얻는 경우가 2007년 약 23%에서 2012년 약 31%까지 상승한** 반면 대중매체 이용 비중은 동기간 약 34%에서 약 32%로 소폭 하락했으며 여행사 이용은 약 20% 수준으로 큰 변화가 없었다.

③ 중국인들은 숙박비를 아껴가면서 쇼핑에 집중하고 있다.

방한 중국인 관광객의 1인 지출 경비는 2012년 약 2,150달러로 전체 외국인 관광객 중 1위를 기록했다. **전체 외국인 관광객이 2012년 총 지출 경비 중 약 43%를 쇼핑비에 지출함에 비해 방한 중국인 관광객은 약 61%로 쇼핑에 집중하고 있다.** 반면 숙박비는 지출 비중이 낮고 지출액도 최근 3년간 거의 증가하지 않고 있다.

방한 중국인 관광객을 지출 경비별로 분류한 결과 3,000달러 이상 지출한 중국인 관광객 비중이 2012년 약 29%까지 증가하여 씬씬이가 큰 중국인의 방한이 증가하는 추세다.

④ 중국인은 전반적으로 면세점 이용 비중이 높으나 최근 동대문, 명동 방문이 증가하고 있으며 개별 관광객은 백화점 이용 비중도 높은 수준

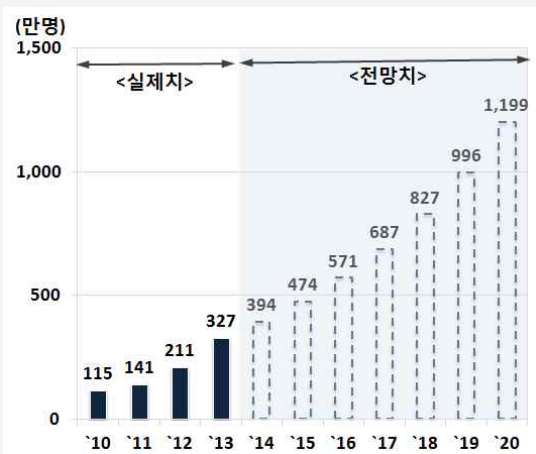
중국인 관광객은 주로 향수 및 화장품을 구매하며 인삼, 한약재와 일반 식료품 등 기존 주력 쇼핑 품목의 비중은 감소하는 추세이다. 중국인 관광객의 쇼핑 장소 1순위인 면세점 방문 비중은 소폭 감소('07~'09년 평균 35.7% → '10~'12년 평균 32.0%)한 반면 동대문(동기간 13.6%→17.1%)과 명동(동기간 12.2%→18.3%)의 방문이 증가하는 추세이며 개별 관광객은 단체 관광객에 비해 백화점 이용 비중도 높은 특징을 보인다.

■ **방한 요우커의 경제적 효과 및 전망**

2007년 대비 2012년 방한 중국인 관광객 수는 약 3.6배, 지출 규모는 약 7배 증가하여 관광객 수 및 지출 규모 모두 일본 및 미국인 관광객의 증가 속도를 상회하고 있다. 중국인 관광객 방한으로 2012년 약 8조 1,000억 원의 생산유발효과, 3조 8,000억 원의 부가가치 유발효과 및 10만 6,000명의 취업 유발효과가 발생한 것으로 추정된다.

최근 중국인 해외관광객 증가 추세가 방한 요우커에도 적용된다고 가정할 경우(최근 3년간 중국인 해외 관광객 수 연평균 증가율 적용) 2020년에는 방한 요우커 1,000만 시대가 열릴 전망이다. 방한 요우커 1,000만 시대가 도래할 경우 약 68조 4,000억 원의 생산유발효과, 32조 4,000억 원의 부가가치 유발효과 및 89만 8,000명의 취업유발효과가 발생한다. 특히 부가가치 유발효과는 2020년 명목GDP의 약 1.6% 규모에 해당할 것으로 추정된다.

<방한 중국인 관광객 수 전망>



자료: 한국관광공사, 중국국가여유국 자료를 이용한 연구원 분석.
주: 일반 관광 및 비즈니스 관광객 기준.

<방한 중국인 관광객의 경제적 파급효과 추정>

	2012년	2020년
방한 중국인 관광객 수	211만 명	1,199만 명
생산유발액	8.1조 원	68.4조 원
부가가치유발액	3.8조 원	32.4조 원
GDP 대비	0.3%	1.6%
취업유발분	10.6만 명	89.8만 명

자료: 한국관광공사, 문화체육관광부, 한국은행, 중국국가외환관리국, IMF 자료를 이용한 연구원 분석.
주: 1) 일반 관광 및 비즈니스 관광객 기준
2) 명목 GDP 기준.

■ **시사점**

향후 중국인 관광객 1,000만 시대를 열기 위해서는 **첫째**, 저가관광 구조를 개편하고 관광상품의 고부가가치화를 도모해야 한다. **둘째**, 급증하는 중국인 관광객 수용을 위해 중저가형 중심의 숙박 시설을 우선 확보해야 한다. **셋째**, 중국인 관광객의 쇼핑 만족도 제고를 위해 테마 쇼핑형 관광지 및 쇼핑 전용 시티투어 코스 개발 등 쇼핑 관광을 활성화해야 한다. **넷째**, 중국인 관광객의 소득 수준 향상으로 현재 쇼핑 중심의 관광 패턴이 문화 및 여가 관광 중심으로 발전할 가능성에 대비해 문화·오락 상품을 개발해야 한다. **다섯째**, 입소문 효과를 통한 한국 관광 평판 및 재방문을 제고를 위해 중국어 가능 인력 확보, 음식 개발 등 관광 상품·서비스의 품질 개선을 도모해야 한다.

1. 개요

○ (연구 배경) 중국이 세계 최대 해외관광 지출국가로 부상한 가운데 특히 2009년 이후 한국을 방문하는 중국인 관광객이 급증

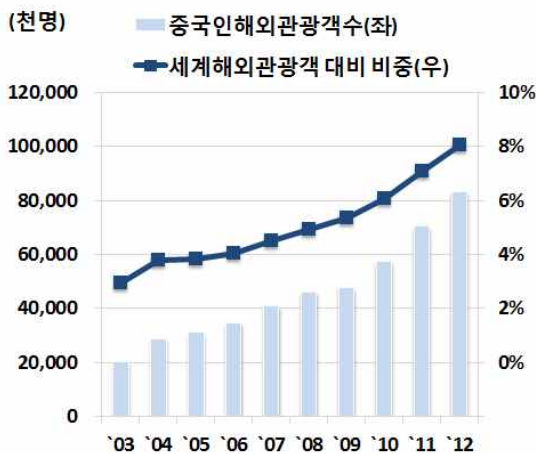
- 중국의 해외여행 수요 증가로 중국인 해외 관광객이 급증하는 추세

- 중국의 경제 발전과 해외여행 수요 증가로 2012년 중국인 해외관광객은 전년 대비 18.4% 증가한 8,300만 명을 기록(세계 해외 관광객의 약 8.0%)
- 중국인 해외 관광객은 홍콩(1위)과 마카오(2위)를 주로 방문하는 가운데, 한국의 방문 순위는 2010년 4위에서 2011년 3위로 상승

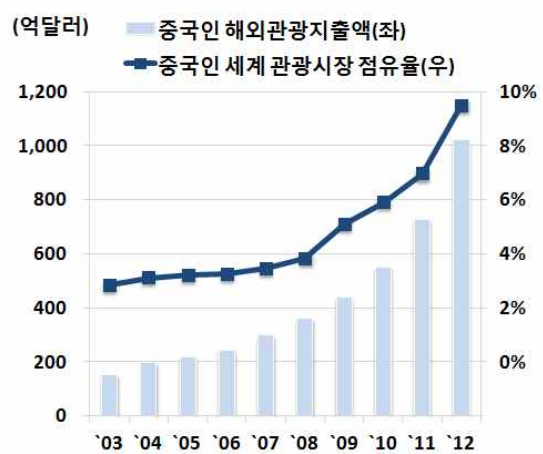
- 2012년 중국은 독일을 제치고 세계 최대 해외 관광 지출 국가로 부상

- 2012년 중국인 해외 관광 지출액은 1,020억 달러로 2011년 대비 40.5% 증가했으며 1인당 지출액 또한 2012년 약 1,226달러로 지속적인 상승 추세
- 중국의 세계 관광시장 점유율(중국인 해외관광지출액/세계 관광수입)은 2012년 9.5%로 급증하면서 독일을 제치고 세계 최대 해외관광 지출국가로 부상

<중국인 해외 관광객 수 및 세계 해외 관광객 대비 비중>



<중국인 해외 관광 지출액 및 세계 관광시장 점유율>



자료: UNWTO, 중국 국가여유(旅遊)국.¹⁾

자료: UNWTO, 중국 국가외환관리국.

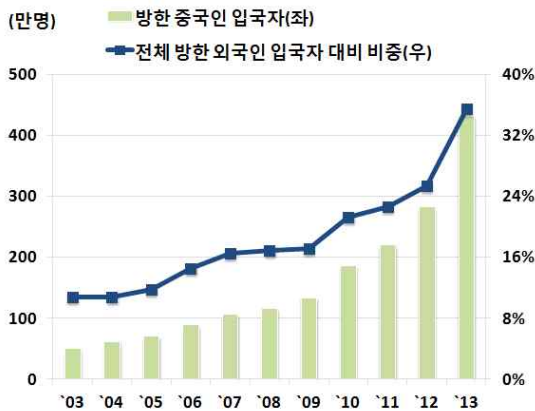
주: 중국인 세계 관광시장 점유율

= 중국인 해외관광지출액/전세계 관광수입.

1) 중국의 관광정책을 담당하는 국무원 직속 기구.

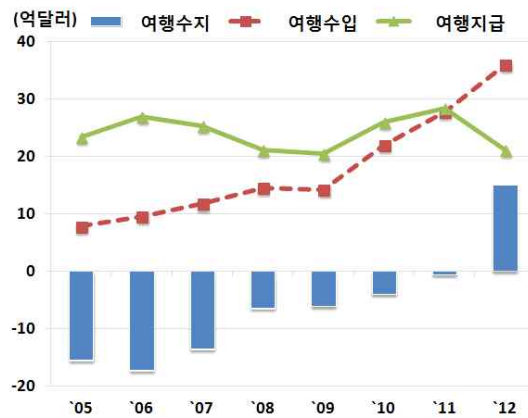
- 방한 중국인 입국자 급증으로 2013년 방한 외국인의 약 35%는 중국인
 - 2009년 이후 중국인 입국자 수가 급증하면서 2012년 약 280만 명의 중국인이 한국을 방문했으며 2013년에는 400만 명을 초과
 - 전체 외국인 입국자 중 중국인 입국자가 2003년에는 약 10%에 불과했으나 2013년 약 35%까지 성장하며 부동의 1위였던 일본을 추월하고 1위로 부상
- 중국인 관광객 급증에 따른 대중국 여행수입 증가로 대중국 여행수지가 2012년 흑자로 전환하며 한국의 여행수지 적자 감소에 기여
 - 중국인 관광객 증가로 대중국 여행 수입액이 급증하면서 한국의 대중국 여행수지가 2012년 흑자로 전환
 - 중국의 여행수지 기여율은 2011년 약 34%, 2012년 약 101%로 상승 추세

<방한 중국인 입국자 수>



자료: 한국관광공사.
 주: 방한 입국자 = 일반관광+비즈니스관광+유학연수+기타

<한국의 대중국 여행수지>



자료: 한국은행.
 주: 여행수지 = 여행수입 - 여행지급.

○ (연구 목적) 최근 급증한 방한 중국인 관광객의 특징을 살펴보고 중국인 관광객 증가에 따른 국내 경제적 효과를 분석

- 2000년대 후반 이후 방한 외국인이 전반적으로 증가했으나, 중국의 경우 특히 급증하는 추세를 보여 최근 중국인 관광객의 구조 변화를 살펴볼 필요
- 중국인 관광객의 구조, 관광 패턴 변화 등 특징과 국내 경제적 효과를 분석

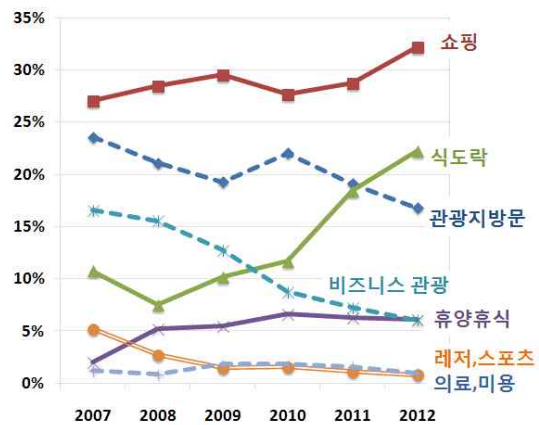
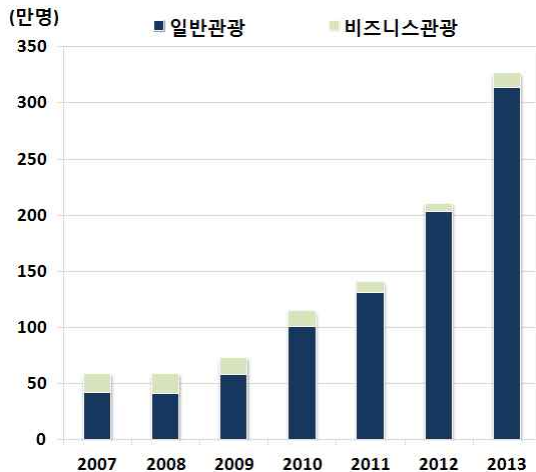
2. 방한 요우커(遊客)²⁾의 특징

○ (방문 목적 및 활동) 업무 목적보다 일반 관광 목적의 중국인 관광객이 급증하고 있으며 한국에서 쇼핑 및 식도락 활동에 집중

- 2009년 이후 여가, 휴식, 쇼핑 등 순수 관광을 위해 방문하는 중국인 급증³⁾
 - 2008년까지는 방한 중국인 중 일반 관광객이 약 42만 명 수준으로 큰 변화가 나타나지 않았으나 2009년 이후 급증하면서 2013년 314만 명을 초과
 - 이에 비해 비즈니스 관광객(상용+공용)은 2007년 약 17만 명에서 2013년 약 13만 명으로 오히려 소폭 감소

- 중국인 관광객의 쇼핑·식도락 활동은 증가하는 반면 관광지 방문은 위축
 - 중국인 관광객의 주요 활동은 쇼핑으로 2012년 약 32%를 기록했으며 식도락 활동도 약 22%로 증가 추세
 - 반면 중국인 관광객의 일반 관광지 방문 및 비즈니스 관광 활동은 감소 추세

<관광 목적별 방한 중국인 관광객 수> <방한 중국인 관광객의 주요 활동별 비중>



자료: 한국관광공사.

주: 비즈니스 관광 = 공용 + 상용 업무 목적.

자료: 문화체육관광부 자료를 이용한 연구원 분석.

주: 1) 한국 방문 시 활동내역 1~3순위를 집계
2) 카지노, 공연관람 등 기타활동 미표기.

- 2) 요우커(遊客)란 관광객을 통칭하는 중국어로 국내 여행업계에서는 중국인 관광객을 의미.
- 3) 한국관광공사의 출입국 관광통계는 방한 중 관광 활동을 수반하는 입국자를 모두 관광객으로 보고 있어 일반관광, 비즈니스관광, 어학연수 및 기타(승무원 포함) 목적의 입국자를 모두 포함함. 이에 본 보고서에서는 이 중 일반관광과 비즈니스관광만을 관광객으로 정의.

○ (여행 정보 및 체류 기간) 중국인 사이에서 한국 관광에 대한 입소문이 증가하고 있으며 평균 체류일수는 2012년 소폭 감소

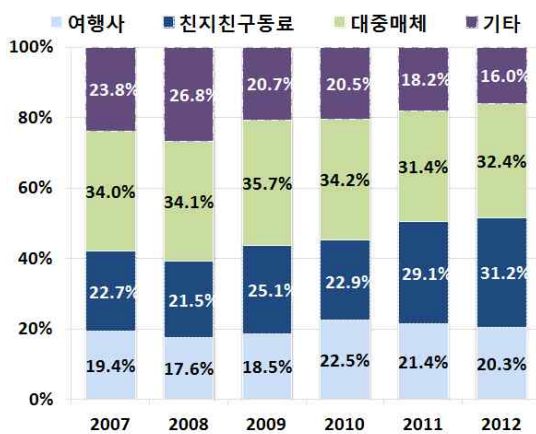
- 기존 한국을 방문한 지인들로부터 여행 정보를 입수하는 경우가 증가하면서 대중매체와 비슷한 영향력을 발휘

- 한국 여행 정보는 주로 대중매체, 지인(친지·친구·동료) 및 여행사로 입수
- 그러나 최근 한국을 방문한 중국인이 증가하면서 여행 정보를 지인들을 통해 얻는다는 응답이 2007년 약 23%에서 2012년 약 31%까지 상승
- 여행 정보를 여행사를 통해 얻는 경우는 약 20% 수준으로 크게 변화가 없었으며 대중매체 이용 비중은 2007년 약 34%에서 2012년 32%로 소폭 하락

- 장기 체류 관광객 비중 감소로 2012년 방한 중국인의 평균 체류 일수 감소

- 방한 중국인의 평균 체류기간은 2011년 약 9.7박으로 상승 추세를 보이다가 2012년 6.6박으로 감소했는데 이는 7박 이상 관광객 비중이 2011년 약 30%에서 2012년 약 19%로 감소한 데 원인
- 단체 여행객의 체류 기간은 약 4~5박으로 2007년 이후 큰 변화가 없으나 개별 관광객의 평균 체류기간이 2011년 12.7박에서 2012년 8.3박으로 감소

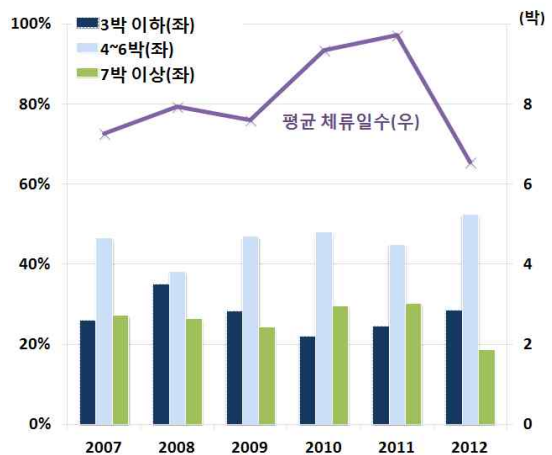
<방한 중국인 관광객의 여행정보 입수경로별 비중>



자료: 문화체육관광부 자료를 이용한 연구원 분석.

주: 대중매체 = 인터넷 + 보도
기타 = 한국기관 + 항공사·호텔 + 기타

<방한 중국인 관광객의 체류기간별 비중 및 평균 체류일수>



자료: 문화체육관광부 자료를 이용한 연구원 분석.

주: 60박 이하 관광객 기준.

○ (지출 규모 및 내역) 중국인은 숙박비를 아껴가면서 쇼핑에 집중하고 있으며 최근 씀씀이가 큰 중국인 관광객의 방한이 증가

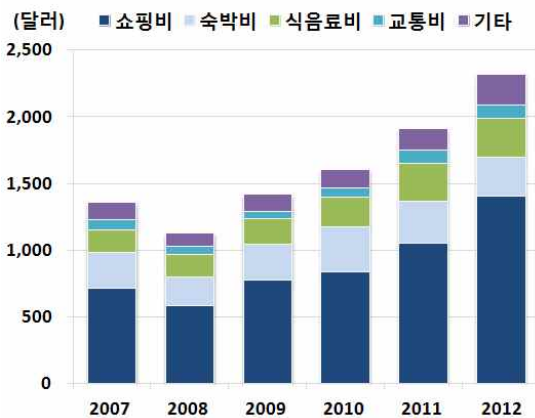
- 중국인의 쇼핑비 지출이 증가하면서 한국 관광 지출 경비가 급증하는 추세

- 방한 중국인의 2012년 1인 지출 경비는 약 2,150달러로 전체 외국인 관광객 1,530달러 대비 월등한 지출 규모로 조사대상국 중 1위를 기록
- 전체 외국인 관광객이 2012년 총 지출 경비 중 약 43%(640달러)를 쇼핑비에 지출함에 비해 방한 중국인은 약 61%(1,410달러)를 쇼핑비로 지출
- 최근 3년간 쇼핑비(21.9%), 식음료비(14.7%), 교통비(24.3%) 등은 연평균 두 자리 수 이상 증가했으나 숙박비는 연평균 약 2.7% 증가에 그침

- 특히 3,000달러 이상 쓰는 지출액이 큰 중국인 관광객의 비중이 증가 추세

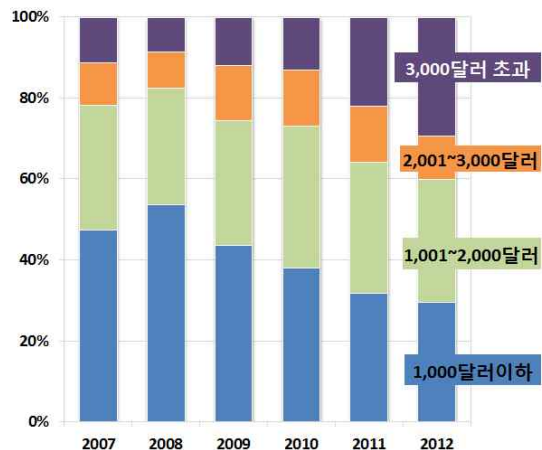
- 총 지출액 1,000달러 이하인 중국인 비중은 2007년 47.5%에서 2012년 29.5%로 감소 추세
- 3,000달러를 초과하여 지출하는 중국인은 2010년까지는 약 10% 수준으로 큰 변화가 없었으나 2011년 이후 급증하여 2012년에는 약 29%까지 증가

<방한 중국인 관광객의 1인당 총 지출 경비>



자료: 문화체육관광부 자료를 이용한 연구원 분석.
주: 개별 관광객 기준.

<방한 중국인 관광객의 1인당 경비 규모별 비중>



자료: 문화체육관광부 자료를 이용한 연구원 분석.
주: 방한 중국인 관광객을 1인당 총 지출 경비별로 분류하여 전체 방한 중국인 관광객 대비 비중을 계산.

- (쇼핑 내역) 중국인은 향수·화장품 쇼핑에 집중하고 동대문·명동 방문이 증가했으며 전반적으로는 면세점 이용 비중이 높으나 개별관광객은 백화점 이용 비중도 높은 수준을 보임
- 중국인 관광객은 주로 향수 및 화장품을 구매하며 인삼·한약재와 일반 식료품 등 기존 주력 쇼핑 품목의 비중은 감소
 - 여성 관광객의 증가로 향수, 화장품 및 의류 쇼핑 비중은 증가하는 반면, 상대적으로 인삼, 한약재와 일반 식료품 쇼핑 비중은 감소
 - 개별 관광객은 인삼, 한약재(7.7%) 및 식료품(7.7%) 보다 의류(22.2%) 쇼핑을 선호했으며 단체 관광객은 의류(13.9%)보다 인삼, 한약재(15.7%)를 구매
- 전반적으로는 면세점 이용 비중이 높으나 최근 동대문과 명동의 방문 증가
 - 중국인 관광객의 쇼핑 장소 1순위는 면세점이나 2007~09년 대비 2010~12년 면세점 방문은 소폭 감소한 반면 동대문과 명동의 방문이 동기간 증가
 - 개별 관광객은 단체 관광객에 비해 백화점 쇼핑도 즐겨 하는 반면 단체 관광객은 개별 관광객에 비해 면세점 쇼핑에 편중

<방한 중국인 관광객의 쇼핑 품목별 비중>

		(%)			
		향수 화장품	의류	인삼 한약재	식료품
전 체	'07~'09	22.4	17.7	15.1	10.9
	'10~'12	26.2	19.1	10.5	9.0
개 별	'07~'09	22.2	21.0	11.0	10.0
	'10~'12	25.0	22.2	7.7	7.7
단 체	'07~'09	22.6	12.4	21.8	12.6
	'10~'12	27.8	13.9	15.7	11.3

자료: 문화체육관광부 자료를 이용한 연구원 분석.

주: 1) 2007~09년과 2010~12년 평균 비교
 2) 주요 쇼핑 품목 1~4위만 표기(전체 관광객 2010~12년 평균 기준).

<방한 중국인 관광객의 쇼핑 장소별 비중>

		(%)			
		면세	동대문	명동	백화점
전 체	'07~'09	35.7	13.6	12.2	11.8
	'10~'12	32.0	17.1	18.3	13.8
개 별	'07~'09	30.6	13.1	12.3	13.8
	'10~'12	26.3	17.5	19.7	16.5
단 체	'07~'09	44.3	14.3	12.0	8.6
	'10~'12	42.1	16.5	15.7	9.2

자료: 문화체육관광부 자료를 이용한 연구원 분석.

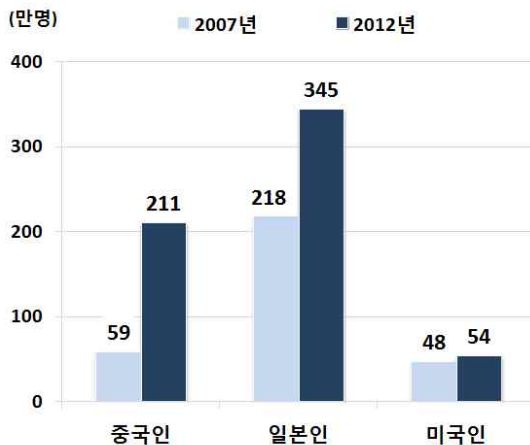
주: 1) 2007~09년과 2010~12년 평균 비교
 2) 면세는 시내 면세와 공항 면세를 포함
 3) 주요 쇼핑 장소 1~4위만 표기(좌동).

3. 방한 요우커(遊客)의 경제적 효과 및 전망

○ (현황) 중국인 관광객 수 및 지출 규모 모두 급증하는 추세

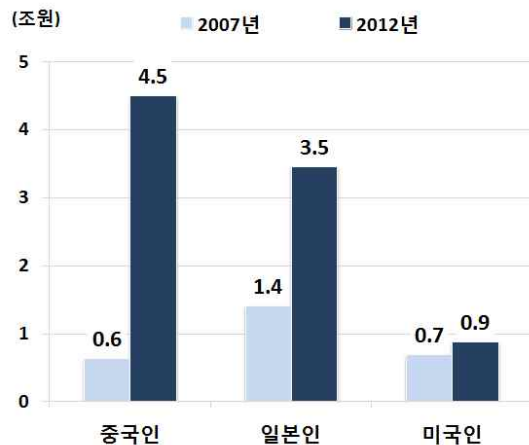
- (관광객 수) 방한 중국인 관광객⁴⁾ 수는 2007년 대비 2012년 약 3.6배 증가
 - 2012년 방한한 중국인 관광객 수는 약 211만 명으로 2007⁵⁾년의 59만 명 대비 약 3.6배 증가
 - 동기간 일본인 관광객은 약 1.6배, 미국인 관광객은 약 1.1배 증가에 그침⁶⁾
- (연간 총 지출액) 2012년 중국인 관광객의 국내 총 지출액은 약 4조 5,000억 원⁷⁾으로 2007년 대비 지출 규모가 약 7배 증가한 것으로 추정
 - 2007년 중국인 관광객의 국내 총 지출액은 약 6,000억 원으로 미국인 관광객과 비슷한 규모였으며 일본인 관광객 지출 규모의 약 45%에 불과
 - 그러나 이후 중국인 관광객의 입국자 수 및 1인당 지출액이 증가하면서 2012년 중국인 관광객의 국내 총 지출규모는 일본의 1.3배, 미국의 5.1배로 성장

<국적별 방한 외국인 관광객 수>



자료: 한국관광공사.
주: 일반 관광 및 비즈니스 관광객 기준.

<방한 외국인 관광객의 국적별 국내 총 지출액>



자료: 한국관광공사, 문화체육관광부, 한국은행 자료를 이용한 연구원 분석.

- 4) 한국관광공사의 출입국 관광통계는 방한 중 관광 활동을 수반하는 입국자를 모두 관광객으로 보고 있어 일반관광, 비즈니스관광, 어학연수 및 기타(승무원 포함) 목적의 입국자를 모두 포함함. 이에 본 보고서에서는 이 중 일반관광과 비즈니스관광만을 관광객으로 정의.
- 5) 2009년 이후 요우커 급증과 2008년 글로벌 금융위기를 고려, 2007년을 비교시점으로 정함.
- 6) 2000년 이후 방한외국인의 국적별 순위에 의하면 중국, 일본 및 미국이 항상 1~3순위 기록.
- 7) 서비스 수지 중 '여행수입' 항목을 이용한 대중국 여행수입은 2012년 약 4조 원으로 추정.

- (경제적 파급효과) 중국인 관광객 방한으로 2012년 약 8조 1,000억 원의 생산유발효과, 3조 8,000억 원의 부가가치 유발효과 및 10만 6,000명의 취업유발효과발생
- (생산 유발효과) 중국인 관광객 방한으로 2012년 약 8조 1,000억 원의 생산유발효과가 발생
 - 2012년 중국인 관광객 방한에 따른 직·간접적인 명목 생산 유발액은 8조 1,000억 원으로 추정되며
 - 2007년 1조 1,000억 원 대비 약 7.4배 증가하면서 동기간 일본 2.5배, 미국 1.3배 증가를 상회
- (부가가치 유발효과) 중국인 관광객 방한으로 2012년 약 3조 8,000억 원의 부가가치 유발효과 발생
 - 2012년 중국인 관광객 방한에 따른 직·간접적인 명목 부가가치 유발액은 3조 8,000억 원으로 추정되며
 - 2007년 6,000억 원 대비 약 6.8배 증가하면서 동기간 일본 2.3배, 미국 1.2배 증가를 상회
- (취업 유발효과) 중국인 관광객 방한으로 2012년 약 10만 6,000명의 고용유발효과 발생
 - 2012년 중국인 관광객 방한에 따른 직·간접적인 취업 유발분은 10만 6,000명으로 추정되며
 - 2007년 1만 8,000천 명 대비 약 5.9배 증가하면서 동기간 일본 2.0배, 미국 1.1배 증가를 상회

<중국인 관광객 방한의 경제적 효과 추정 및 주요 국가별 비교>

		유발액 및 유발분		증가 추이
		2007년	2012년	
생산 유발액	중국인	1조 1,000억 원	8조 1,000억 원	7.4배
	일본인	2조 5,000억 원	6조 2,000억 원	2.5배
	미국인	1조 2,000억 원	1조 6,000억 원	1.3배
부가가치 유발액	중국인	6,000억 원	3조 8,000억 원	6.8배
	일본인	1조 3,000억 원	2조 9,000억 원	2.3배
	미국인	6,000억 원	7,000억 원	1.2배
취업 유발분	중국인	1만 8,000 명	10만 6,000 명	5.9배
	일본인	4만 1,000 명	8만 1,000 명	2.0배
	미국인	1만 9,000 명	2만 1,000 명	1.1배

자료: 한국관광공사, 문화체육관광부, 한국은행 자료를 이용한 연구원 분석.

- 주: 1) 생산유발액 = 관광객 국내 지출액 × 생산유발계수
 2) 부가가치유발액 = 관광객 국내 지출액 × 부가가치 유발계수
 3) 취업유발분 = 관광객 국내 지출액 × 취업유발계수 ÷ 10억 원.

○ (전망) 최근 추세가 지속될 경우 2020년에는 방한 요우커 1,000만 시대가 열릴 것으로 전망되며 명목 GDP의 약 1.6%에 해당하는 부가가치 유발 효과 발생

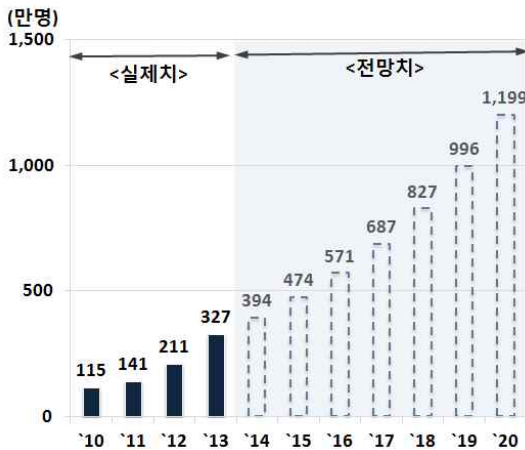
- (규모 추정) 최근 3년간 중국인 해외 관광객 증가 추세가 방한 중국인 관광객에도 적용된다고 가정할 경우 2020년 방한 요우커는 1,000만 명을 돌파할 전망

- 중국 국가여유국의 '중국인 해외 관광객 수' 통계를 이용하여 최근 3년간 증가율 약 20%(최근 3년간 중국인 해외 관광객 수 연평균 증가율)을 방한 중국인 수에 적용할 경우,
- 한국에 방한하는 요우커 규모가 약 2020년 1,000만 명을 돌파할 것으로 전망

- (경제적 파급효과 추정) 방한 요우커 1,000만 시대가 도래할 경우 약 68조 4,000억원의 생산유발효과, 32조 4,000억 원의 부가가치 유발효과 및 89만 8,000명의 취업유발효과 발생

- 생산유발효과, 부가가치유발효과, 취업유발효과가 2012년과 동일할 경우,
- 방한 중국인 관광객 1,000만 시대가 도래하는 2020년 생산유발액은 약 68조 4,000억 원, 부가가치 유발액은 약 32조 4,000억 원으로 2020년 명목 GDP의 약 1.6%의 규모로 성장할 전망이다)
- 취업유발액은 약 89만 8,000명으로 2012년 대비 약 8.5배 증가할 전망

<방한 중국인 관광객 수 전망>



자료: 한국관광공사, 중국국가여유국 자료를 이
용한 연구원 분석.
주: 일반 관광 및 비즈니스 관광객 기준.

<방한 중국인 관광객의
경제적 파급효과 추정>

	2012년	2020년
방한 중국인 관광객 수	211만 명	1,199만 명
생산 유발액	8.1조원	68.4조 원
부가가치 유발액	3.8조 원	32.4조 원
GDP 대비	0.3%	1.6%
취업 유발분	10.6만 명	89.8만 명

자료: 한국관광공사, 문화체육관광부, 한국은
행, 중국국가외환관리국, IMF 자료를
이용한 연구원 분석.
주: 1) 일반 관광 및 비즈니스 관광객 기준
2) 명목 GDP 기준.

【참고】 분석 방법

- (분석방법) 중국인 관광객의 한국 방문으로 유발된 연간 경제적 효과를 추정
 - 우선 1년 간 중국 관광객이 국내에서 지출한 총 비용을 추정한 후,
 - 산업연관표를 기준으로 관광산업과 연관성 높은 산업을 재분류하여 국내 생산·부가가치·고용에 미치는 경제적 효과 분석
 - 또한 중국인 관광객이 2009년 이후 급증한 사실에 기반하여 2012년의 경

8) 2020년 한국 GDP 규모는 IMF의 전망 자료를 활용했으며 IMF의 전망은 2018년에 그치고 있어 2015~18년 3년간의 연평균 성장률을 활용하여 2020년 명목 GDP규모를 추정. 환율은 1,000원/달러를 가정

제적 효과를 관광객 급증 이전 시기인 2007년⁹⁾의 효과와 비교 분석
 · 그리고 동일한 방법으로 일본과 미국 관광객¹⁰⁾의 국내 지출액 및 경제적 효과를 추정하여 중국 관광객의 효과와 비교 분석

- (중국 관광객 국내 지출액) 관광객 여행 유형 별 1인당 한국 지출 경비와 총 중국인 관광객 수를 활용하여 연간 중국 관광객 국내 지출액을 추정

- 문화체육관광부의 '외래관광객 실태조사'를 이용하여 중국인 관광객 유형 별(개별/단체/에어텔¹¹⁾ 관광객)로 1인당 한국 지출 경비를 계산(본인거주국(중국)지출경비를 제외)한 후,
- 한국관광공사의 '한국관광통계'의 중국인 입국자¹²⁾ 중 '외래관광객 실태조사'의 중국인 관광객 여행 유형 비중에 따라 개별 관광객 수, 단체 관광객 수, 에어텔 관광객 수를 각각 추정
- 연간 중국 관광객 국내 지출액

$$= (\text{개별 관광객 수} \times \text{개별 관광객 1인당 한국 지출 경비}) +$$

$$(\text{단체 관광객 수} \times \text{단체 관광객 1인당 한국 지출 경비}) +$$

$$(\text{에어텔 관광객 수} \times \text{에어텔 관광객 1인당 한국 지출 경비})$$

- (산업연관분석) 산업연관표를 기준으로 관광 지출과 연관성 높은 산업만을 분류하여 국내 경제에 미치는 연간 효과 분석

- 관광객의 국내 지출액을 쇼핑비, 숙박비, 식음료비, 교통비, 오락관련지출, 문화관련지출, 한국여행사지불비, 운동관련지출 및 기타로 분류
- 관광객의 국내 지출과 연관이 높은 산업으로 도소매, 음식점, 숙박, 철도 운송, 도로운송, 오락서비스, 문화서비스 및 기타사업서비스를 분류
- 이상 관광 산업들의 생산유발계수, 부가가치유발계수, 고용유발계수를 이용하여 국내 지출액의 경제적 효과를 분석¹³⁾

9) 2008년은 글로벌 금융위기에 따른 영향으로 분석 비교 시점을 2007년으로 정함.
 10) 2000년 이후 방한외국인 국적별 순위에 의하면 중국, 일본 및 미국이 항상 1~3순위 기록.
 11) 에어텔은 항공권과 숙박만 포함된 여행상품으로 단체여행과 달리 가이드가 동행하지 않음.
 12) 입국자 중 일반 관광객과 업무 목적(공용+상용)의 비즈니스 관광객만 포함하여 계산했으며 여학 연수 및 기타(승무원 포함) 목적의 입국자는 제외.
 13) 분석 당시 2012년 산업연관표 미발표로 2012년 경제효과 분석에 2011년 산업연관표 활용.

4. 시사점

- 향후 중국인 관광객 1,000만 시대가 예상됨에 따라 거대한 소비 잠재력을 보유하고 있는 중국인 관광객 유치를 통해 관광 산업을 미래 성장 동력으로 활용할 수 있는 기회를 모색해야 함

첫째, 중국인 해외 관광객 유치를 위해 저가관광 구조를 개편하고 관광 상품 고부가가치화를 도모해야 한다.

- 관광 산업의 고부가가치화를 도모하여 저가 단체관광 중심의 시장 구조를 개편하고 특히 지출 여력이 높은 고소득 중국인 관광객을 유치하기 위한 전략 요구
 - 중국에서 저가 해외여행상품 판매와 옵션관광 등을 금지하는 내용의 '여유법(여행법)'이 시행되어 가격 경쟁력보다 상품 경쟁력이 보다 요구되는 상황
- 오락·레저·휴양·웨딩 관광 등 고소득층 대상의 고가 상품을 개발하고, 뷰티·의료·MICE¹⁴⁾ 관광 등 타 분야와 융합한 고부가가치 상품을 지속적 발굴

둘째, 급증하는 중국인 관광객 수용을 위해 중저가형 중심의 숙박 시설을 우선 확보할 필요가 있다.

- 한국을 방문하는 중국인 관광객의 수가 급증하고 있어 이들을 수용할 수 있는 숙박시설의 확보가 시급한 문제
- 급증하는 중국인 관광객의 수용을 위해 수도권 및 제주를 중심으로 중저가형 숙박 시설의 확보가 우선
 - 중국인 관광객의 지출 및 숙박 패턴으로 볼 때 특급 호텔보다는 비즈니스 호텔, 게스트하우스 등 중저가형 숙박 시설의 확보가 우선

14) 기업회의(Meeting), 포상관광(Incentives), 컨벤션(Convention), 전시회(Exhibition)의 네 분야를 포괄하는 관광 서비스 산업.

셋째, 중국인 관광객의 쇼핑 만족도 제고를 위해 테마 쇼핑형 관광지 및 쇼핑 전용 시티투어 코스 개발, 쇼핑 품목의 다양화 및 고급화 등 쇼핑 관광을 활성화해야 한다.

- 명동·동대문 및 면세점에 국한된 중국인 관광객의 쇼핑 관광 장소를 다양화하기 위해 대형 아울렛, 복합 쇼핑몰 등과 연계한 새로운 테마 쇼핑형 관광지를 개발
- 또한 급증하는 중국인 개별 관광객의 쇼핑 니즈를 반영하여 기존 관광지 중심의 시티 투어 코스에 쇼핑 전용 코스를 추가하는 등 새로운 시티 투어 상품을 개발하고 홍보할 필요
- 한국산 제품 및 브랜드에 대한 홍보 및 신뢰도 제고 등을 통해 화장품과 의류 등 특정 상품에 집중된 쇼핑 품목을 다양화·고급화하여 중국인 관광객의 쇼핑 활성화를 도모

넷째, 중국인의 소득 수준 향상으로 현재 쇼핑 중심의 관광 패턴이 문화 및 여가 관광 중심으로 발전할 가능성에 대비해 문화·오락 상품 개발이 시급하다.

- 중국인의 국내 관광은 대부분 쇼핑 관광에 치중되어 있어 관광 상품의 질이 높지 않으며 쇼핑 목적의 관광객은 환율, 물가 등에 따라 언제든지 이탈할 가능성
- 또한 중국인 관광객의 소득 수준 향상에 따라 관광 패턴이 현재 쇼핑 중심에서 문화 및 여가 관광 단계로 발전할 가능성에 대비할 필요
- 쇼핑 관광에 치중된 중국인의 단조로운 관광 활동을 다양화하고 체류기간을 늘릴 수 있도록 레저 및 스포츠 관광, 테마파크 관광, 힐링 관광 등 여가를 즐길 수 있는 문화·오락 콘텐츠의 개발이 시급

다섯째, 입소문 효과를 통한 한국 관광 평판 및 재방문을 제고를 위해 중국어 가능 인력 확보, 음식 개발 등 관광 상품·서비스의 품질 개선을 도모해야 한다.

- 최근 중국인 관광객이 증가하면서 중국 내 한국 관광에 대한 입소문 효과가 확대되고 있어 한국 관광에 대한 평판 관리가 시급
 - 한류 현상 등 대중매체를 통한 인식 못지 않게 한국을 방문한 지인들로부터 한국 관광에 대한 의견을 묻는 비중이 증가하는 상황
- 중국인 관광객의 한국 관광이 일회성에 그치지 않고 재방문율을 높이며 나아가 이들에 의한 한국 관광 홍보 효과를 활용할 수 있도록 관광 상품 및 서비스 품질을 지속적으로 개선
 - 온라인과 오프라인 등 관광 불만 사항을 호소할 수 있는 접수 창구를 확대하고 약속한 기간 내 결과를 통보하는 등 사후 서비스를 시행
 - 서울 및 주요 관광 지역을 중심으로 중국어 안내판 설치 확대, 중국어 가능 안내 인력 보유, 중국인 선호 음식 개발 등 관광 만족도 제고를 위한 여타 노력이 지속적으로 요구 **HRI**

백다미 선임연구원 (2072-6239, dm100@hri.co.kr)

주 원 수석연구위원 (2072-6235, juwon@hri.co.kr)

HRI 경제 통계

주요 경제 지표 추이와 전망

< 국내 주요 경제 지표 추이 및 전망 >

구분	2011	2012	2013					2014		
			1/4	2/4	3/4	4/4	연간(E)	연간(E)		
국민계정	경제성장률(%)	3.7	2.0	1.5	2.3	3.3	3.9	2.8	3.8	
	민간소비(%)	2.4	1.7	1.5	1.8	2.1	2.2	1.9	2.7	
	건설투자(%)	-4.7	-2.2	2.4	7.2	8.6	8.1	6.9	2.5	
	설비투자(%)	3.6	-1.9	-11.9	-4.6	1.5	9.9	-1.5	6.7	
대외거래	경상수지(억 \$)	261	481	100	198	190	-	695	490	
	통관기준	무역수지(억 \$)	308	283	56	144	108	133	441	370
		수출(억 \$)	5,552	5,479	1,353	1,412	1,368	1,464	5,596	6,067
		증감률(%)	(19.0)	(-1.3)	(0.4)	(0.7)	(2.7)	(4.7)	(2.1)	(8.4)
		수입(억 \$)	5,244	5,196	1,297	1,267	1,260	1,331	5,156	5,697
증감률(%)	(23.3)	(-0.9)	(-3.0)	(-2.8)	(0.3)	(2.5)	(-0.8)	(10.5)		
소비자물가 상승률(%)	4.0	2.2	1.6	1.2	1.4	1.1	1.3	2.4		
실업률(%)	3.4	3.2	3.6	3.1	3.0	2.8	3.1	3.1		
원/달러 환율(평균, 원)	1,108	1,127	1,085	1,123	1,111	1,062	1,095	1,070		

주: E(expectation)는 전망치.