

요즘 China(24. 4월)

□ 여행 관련 트렌드

- 제주, 장쑤·저장·상하이의 “역내 휴양지(后花园)”로 각광
 - 최근 샤오홍슈에서 ‘장저후(장쑤·저장·상하이) 사람이 장저후 8대 섬을 안가본 것은 괜찮지만 제주도를 안가봤으면 호구에서 제적돼야 한다’고 할 정도로 장저후 젊은층 사이에서 제주도가 “역내 휴양지(后花园)”로 각광받고 있음
 - 장저후 젊은 직장인들 사이에서 금요일 밤 9시에 출발해서 일요일 밤 12시에 귀국하는 제주도 여행 유행 중. 항공편이 많고, 비행시간도 짧고, 항공권 가격도 저렴하여 많은 장저후 직장인들이 제주도로 휴가를 떠나고 있음. 때문에 제주도는 최근 몰디브의 대체(平替) 여행지라는 별명을 얻기도 함
- 중국인 대상 동남아 플라이&크루즈 여행 인기
 - 작년 말부터 올초까지 태국, 말레이시아, 싱가포르가 잇따라 중국인을 대상으로 단기 비자 면제 조치를 시행하여 해당 국가의 중국인 관광객들의 방문이 증가하고 있으며, 해당 지역의 플라이&크루즈(Fly & Cruise, 해당 지역까지 항공편으로 이동 후 크루즈 상품 이용) 상품 또한 인기를 끌고 있음
 - Genting Dream(중문명 云顶梦)호는 싱가포르 Resorts World Cruises 브랜드 소속 배수량 15만 톤 규모의 크루즈로 객실 1,600개에 승객 3,500명 수용 가능. 싱가포르와 쿠알라룸푸르를 모항으로 싱가포르, 말레이시아, 태국 등을 기착지로 운항 중. 중국에는 모항이나 기착지가 없으나 춘절 연휴기간 이후 중국인

이 해당 크루즈 승객의 20%를 차지할 만큼 인기

* 싱가포르 출발 3박 4일 상품 기준 1인 가격 2,999위안~4,999위안

○ 스테이케이션(호캉스) 유행 확산 중

- 저비용·고강도 '특전사식' 여행 스타일이 인기를 끌고 있는 가운데, 최근 반대 개념인 스테이케이션(Staycation)이 주목받고 있음. 스테이케이션은 머무르다(Stay)와 휴가(Vacation)를 합친 말로 장거리 여행 대신 휴식을 취하는, 우리나라의 호캉스와 유사한 휴가 방식
- 스테이케이션을 선호하는 젊은층에게 여행의 핵심은 새롭고 신기한 체험을 하는 것이 아니라 진정한 휴식을 취하는 것이며, 휴가 기간에 세상을 탐험하기보다는 스스로의 내면에 집중하고자 함. 「2023 틱톡 여행 콘텐츠 체험 조사」에 따르면 많은 신중산층(기존 중산층에 비해 젊고 학력이 높음)이 주말을 집이 아닌 다른 곳 또는 호텔에서 보내는 것으로 나타났으며 샤오홍슈(3,350만)·틱톡(1,107만) 등 SNS에서 관련 포스팅이 높은 조회수를 기록함

□ 중국 정부 정책 관련

○ 비성수기 여행 선호, 유급휴가 증가여부에 따라 심화 가능성

- 통청여행이 발표한 「2024 중국인의 해외여행 수요 동향 전망」에 따르면 응답자의 46.8%가 여름방학과 공휴일을 고려하지 않는다고 응답함. 항공권, 호텔 등의 가격이 저렴하고 인파가 적은 비성수기 여행 수요가 증가하고 있음
- 올해 3월 전국인민대표대회에서 휘치강(霍启刚)* 홍콩특별행정구 전인대 대표가 '근로자 유급연차휴가 규정'의 유급휴가 일수**를 늘리자고 제안(첫 2년 연 5일, 그 후 매년 1일 추가(최대 10일)),

향후 관련 논의 지속될 전망

* 중국 다이빙 세계챔피언 귀징징(郭晶晶) 남편으로 영향력 큰 인물

** 중국 '근로자 유급연차휴가 규정'에서는 유급연차를 만 1년~10년 미만 5일, 만 10년~20년 미만 10일, 20년 이상 15일로 규정하고 있음

○ e-스포츠 경기로 20대 남성 시장 공략

- 중국 국가체육총국의 여러 지원 정책으로 e-스포츠 규모 및 관련 소비 등이 빠른 속도로 증가하고 있음
- 중국음향·디지털출판협회에서 발표한 「2023년 중국 e-스포츠 산업 보고서」에 따르면 2023년 중국 e-스포츠 규모는 4억 8,800만 명이며, 2023년 프로 선수들이 참여하는 e-스포츠 대회는 총 127회로 그중 46%는 오프라인, 32%는 온라인+오프라인으로 진행
- 또한 동 협회에서 발표한 「아시안 게임 e-스포츠 경기 보고서」에 따르면 항저우 아시안 게임의 e-스포츠 경기로 인한 경제적 이익은 약 2억 6천만 위안(직접 경제 효과 7,877만 위안, 간접 경제 효과 1억 8,200만 위안)으로 집계되었으며, 특히 외지 사람들의 소비가 간접 경제 효과의 94.1%를 차지함

사례

샤오홍슈가 만들어낸 나비효과

Scene 1	Scene 2
 <p>Butterbear 디저트 가게 A very buttery welcome to our world 🍪🍪 Pop-Up : Emsphere ⭐ Inquiries: butterbearbkk@gmail.com 번역 보기</p> <p>linktr.ee/butterbear.th 외 1개</p> <p>팔로우 메시지 +8</p> <p>버터베어(Butter Bear)는 태국 카페 브랜드(Coffee Beans by Dao)의 캐릭터. 인스타그램 계정 생성 후 8개월 동안 팔로워 수 3.9만 명에 그치는 등 인기가 많은 캐릭터는 아니었음</p>	 <p>谁懂这个剪刀手 🍷 可爱捏 🥺🥺🥺 #黄油熊... 宝宝 你是世界上最可爱的宝宝 🐻...#黄油小熊...</p> <p>小糖睡不着 03-08 26.1万 谢谢小狗 02-13 13.8万</p> <p>한 중국인이 버터베어가 춤을 추는 영상을 샤오홍슈에 업로드, 관련 포스팅이 5만 건 올라오는 등 폭발적인 반응이 일어남 (중국에서 인기 많은 캐릭터 '루피' 포스팅 13만 건)</p>
Scene 3	Scene 4
 <p>Butterbear 小红书号: Butterbear_th IP属地: 泰国 🇹🇭</p> <p>Official Butterbear account 🍪💕 Bangkok, Thailand (Emsphere G Fl.) Email: butterbearbkk@gmail.com</p> <p>ThailandBangkok</p> <p>39 17.6万 61.9万 关注 粉丝 获赞与收藏</p> <p>关注</p> <p>해당 카페(Coffee Beans by Dao), 샤오홍슈에 버터베어 계정 생성. 2개월 만에 팔로워 17.6만 명, 좋아요 등 Engagement 61.9만 달성</p>	 <p>해당 카페, 중국 사람들이 태국을 여행갈 때 방문(打卡)해야 하는 목적지로 등극. 평일 오후 방문객의 70%가 중국인으로 나타남</p>