

C **요즘** CHINA A

Vol 5
JUN, 2024

韩国旅游发展局中国区总部
 @ktobj / 010-6585-8213

1 일본 소도시에 관심을 갖기 시작한 중국 MZ

- 중국 MZ 세대, 일본 소도시를 방문하기 시작함. 씨트립(携程)에 따르면, `24.1~4월 일본 여행 목적지 중 구마모토(`19년 대비 296% 증가), 시즈오카(`19년 대비 204% 증가), 와카야마(`19년 대비 89% 증가) 등 일본 소도시 여행 관련 상품 예약이 급증함. 에어비앤비 차이나에 따르면, 중국 MZ 세대 관광객들이 대도시를 거쳐 소도시로 이동하는 경향이 나타나고 있음
- 중국은 여러 요인으로 타국가 대비 해외여행 회복 속도가 더딘 상황. 그러나 지속적인 엔저 영향으로 일본 여행이 급증했고 여기에 젊은 중국 관광 소비자들이 대중적이지 않은 것을 선호하는 현상과 고유명사·표지판 등의 한자 표기로 인한 중국인의 현지 여행의 편의성, SNS 영향 등이 맞물려 일본 소도시 여행이 증가한 것으로 분석됨

2 엔화 약세로 일본 내 명품 소비 증가

- 엔저 영향으로 일본에서의 중국인 관광객의 명품 소비가 증가하고 있음. 중국 경제 매체 차이신(财新)에 따르면 올해 1분기 방일 중국인 관광객의 1인당 소비 금액은 약 1.36만 위안으로 방문객 수 상위 4개국 중 1위를 차지했으며, 전체 쇼핑 소비 규모는 모든 국가 중에서 가장 컸음. 일본 정부관광국에 따르면, 중국인 관광객들은 `19년 이전에는 전기밥솥 등 생활용품을 주로 구매했으나 최근에는 고급 의상과 액세서리 관련 소비가 많은 것으로 나타남
- 특히 명품 소비가 급증했는데, 세계 최대 명품 그룹 LVMH 1분기 실적을 살펴보면 일본 이외 다른 아시아 지역의 매출은 6% 감소했으나 일본 지역 매출은 32% 급증함. 중국인 관광객의 소비가 일본 지역 매장의 매출 증가에 영향을 미쳤을 것으로 보임

3 중국인 관광객이 한국 콘서트에 오기 힘든 이유

- 중국의 K-Pop 공연 허가의 문제로 아티스트들이 중화권 시장을 공략하기 위해 홍콩·마카오에서 콘서트를 개최하는 사례가 늘어나고 있음.
- 중국 K-pop 소비자 입장에서는 홍콩·마카오에서 개최되는 콘서트는 △출입국 절차가 간편하고, △평소 사용하는 플랫폼에서 티켓 구매가 가능하며(한국보다 경쟁도 덜함), △중국어가 통용되는 등 여러 측면에서 한국보다 편리함

〈홍콩·마카오에서 개최(예정) 콘서트 목록〉



출처 : 클룩(www.klook.cn)

- 한국에서 개최되는 콘서트의 경우 티켓팅이 어렵다보니 수많은 중국인 관광객들은 암표를 구매하여 콘서트를 참가하려고 함. 최근 콘서트 등 공연계에서 암표 관련 문제가 발생하여 주한중국대사관에서 '24.3월 위조 티켓 관련 주의사항을 공지한 바 있음
- 공사 중국지역센터에서 '23.12월~'24.2월 진행한 「2023-2024 중국 개별자유 여행객(FIT) 방한 관광 트렌드 조사」에 따르면, 방한목적 중 '한류체험' 목적으로 방한하는 비율이 '순수관광' 다음으로 높았음. 유명 아티스트 공연이 있는 기간에는 방한 중국인 관광객이 증가하는 등 한류가 방한 동기에 큰 영향력을 발휘하고 있음
- ☞ 중국 K팝 소비층의 방한관광 유치를 위해서 기획사, 공연 주최측 등과 협의를 통해 콘서트 관람목적의 방한 외래관광객 대상 판매 할당제 등의 도입으로 관광수입 증진 도모 필요(ex. 권역별 OTA 사이트 내 왕복 항공권+공연 티켓 세트 판매 등)

4 번들(묶음 상품), 여행업계에도 확산되나

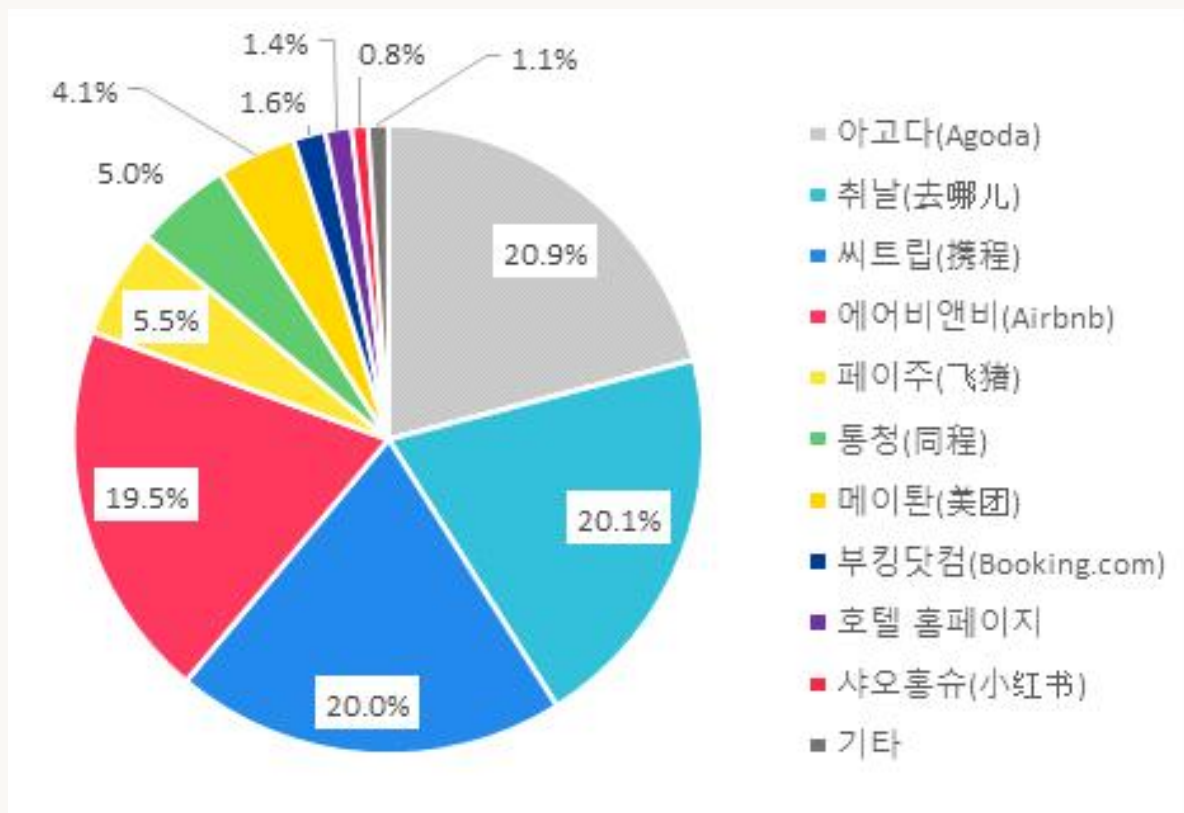
- 유통업계에서 자주 사용되는 번들 판매 방식이 여행업계에서도 점차 늘어나고 있음. 중국의 경기 침체 등으로 가성비를 중시하는 트렌드가 보편화되면서, 중국 최대 쇼핑 행사인 618(6월 18일), 광군절(11월 11일) 기간에 여행 관련 상품의 번들 형태 판매가 증가하는 추세
- 중국 여행 상품에서 번들은 주로 횡수를 차감하는 카드(次卡) 형태로 판매 중으로, 호텔 숙박과 항공편 등에서 활용되고 있음. 파이주(飞猪)에 따르면, '23년 광군절 기간 항공권 40만 건, 호텔 250만 건, 테마파크 등 10만 건 총 300만 건 내외가 횡수카드 등 번들 형태로 판매되었음. '24년 618 기간에도 다양한 여행 관련 상품들이 번들 형태로 판매 중
- 번들 소비가 유행하는 것은 최근 변화한 중국 소비자들의 가성비 트렌드 때문. 여행분야 주 소비층인 MZ세대는 단순히 저렴한 제품·서비스 보다는 가성비를 추구하며, 이러한 소비 성향이 번들 소비를 확산시키고 있음. 중국 경제 상황 등에 비춰볼 때 번들 소비 유행이 한동안 이어질 전망

5 중국인 방한 개별 자유여행 트렌드 - 숙박 예약편

〈중국인 FIT 유치 확대 프로모션 연계 설문조사 개요〉

- 주관 : 한국관광공사 중국지역센터
- 대상 : 방한 예정 중국인 8,475명(개별방한비자 발급, 항공권 구매 인증자)
*18~25세(43.7%) > 26~30세(37.1%) > 31~40세(16.0%)
- 기간 : '24.3.22(금)~5.8(수) 48일 간
- 방법 : 설문조사 플랫폼(원첸싱, 问卷星)

- 호텔 구입 경로는 아고다(Agoda), 취날(去哪儿), 씨트립(携程), 에어비앤비(Airbnb) 4개 플랫폼에 집중(80% 이상)
 - 1군집 (점유율 20% 내외) : 아고다(Agoda, 20.9%), 취날(去哪儿, 20.1%), 씨트립(携程, 20.0%), 에어비앤비(Airbnb, 19.5%)
 - 2군집 (점유율 4~6%) : 페이주(飞猪, 5.5%), 통청(同程, 5.0%), 메이탄(美团, 4.1%)
 - 3군집 (점유율 2% 이내) : 부킹닷컴(Booking.com, 1.6%), 호텔 홈페이지(1.4%), 샤오홍슈(小红书, 0.8%)



Case Study

화장실로 관광을? 일본의 이색 관광상품

<Scene 1>



일본 최대 공공재단인 일본재단(Nippon Foundation), 3년간 16명의 일본 디자이너, 건축가 등을 초청해 도쿄 시부야 지역 공중화장실 17곳 개조

<Scene 2>



독일 감독 빔 벤더스(Wim Wenders), 공중화장실에 주목한 영화 “Perfect Days” 제작 : 도쿄 시부야의 독특한 공중화장실을 청소하는 히라야마의 평범하고도 특별한 삶

<Scene 3>



도쿄 시부야구, '24년 3월 해당 화장실들 둘러보는 '공중화장실 투어' 프로그램 개발(참가비 4,950엔, 매주 목요일·토요일)

<Scene 4>



샤옹구슈에 해당 공중화장실 순례 인증샷 잇따라 올라오는 등 특이한 관광 프로그램으로 화제