

KOREA
TOURISM
ORGANIZATION
한국관광공사

한국관광 활성화를 위한 인플루언서의 전략적 활용 방안

2024년 12월 27일

한국관광공사 방콕지사

목차

1. 여행 인플루언서(KOL) 유형과 영향력 분석
2. 태국 내 인기 한국 관광 KOL 콘텐츠 트렌드
3. 태국 소비자의 한국 관광 니즈 분석
4. KOL의 적극적 참여 사례
5. 결론

1. 여행 인플루언서(KOL) 유형과 영향력 분석

- KOL 정의 및 발전과정
- 인플루언서 (KOL)의 유형 구분
- 유형구분
- 유형별 특성 및 사례

KOL(Key Opinion Leader)의 정의와 발전 과정

KOL(Key Opinion Leader)은 특정 분야에서 영향력을 가진 인플루언서로, 소비자 및 대중의 구매 또는 행동에 영향을 미칠 수 있는 인물이나 단체를 말함.
이 보고서는 **관광과 관련된 여행 인플루언서**를 대상으로 작성됨



1세대 (2000년대 초반)

- 블로그 및 여행 포럼 중심의 텍스트 기반 정보 제공.
- 예: 네이버 블로그, 티스토리 여행기.



2세대 (2010년대 초반)

- 유튜브와 인스타그램에서 사진 및 영상 콘텐츠 제작 활성화.
- 예: 유튜브 여행 브이로그, 인스타그램 여행 사진.



3세대 (2020년대)

- TikTok 및 숏폼 중심의 콘텐츠 소비.
- 팬덤 중심 협업, KOL의 상업적 역할 확대.

KOL은 단순히 정보 제공에서 시작해 소비자와의 정서적 연결을 강화하며, 현재는 상업적 활동 및 커머스 참여로 그 역할이 확대되고 있음. 특히, 관광 산업에서는 여행 상품 설계, 브랜드 홍보, 팬덤과의 소통을 통해 큰 영향을 미치고 있음.

출처: KOL 정의 및 발전 과정 <https://www.affde.com/ko/kol-marketing.html>

인플루언서 (KOL)의 유형 구분

1. 콘텐츠형 KOL: Vlog, 여행 팁, 지역 체험, 뷰티, 패션, 푸드, KPOP 등 콘텐츠 제작에 중점
2. 콜라보형 KOL: 콘텐츠의 제작 과정에서, OTA, 상업 시설, 서비스 등과 콜라보를 진행하여, 이익 추구
3. 사업추구형 KOL: 여행패키지 설계, 공동판매, 팬미팅 등을 적극적으로 진행하여, 사업적 목표를 추구



เที่ยวคนเดียวที่เกาหลี ไม่คิดว่าจะเป็นแบบนี้!! | เกาหลีใต้ โซล



"Unseen" หนีเที่ยวในเกาหลี
"Tokyo-Tokyo-Sandae-Hyugi"

รวมแพคเกจ 4 ที่สุดท้าย
127,800.-
3 NOV - 9 NOV 2024

หรือ ALL INCLUSIVE รวมทุกกิจกรรม
เป็นตลาดนำมากบินไทย และดูจอกที่ ZAO
เช็คอินท่าอากาศยานนานาชาติ โซล ไม่ทำตุ๊กตา KOKESHI DOLL
และมิกคาลัยในบูติกคาเฟ่ โกโงว หรือได้ไปเป็นประธานชมรม
เดินทางด้วยสายการบิน ANA
รวมอาหารเที่ยงทุกมื้อ (1 มื้อ Freestyle ที่ร้านอาหาร)
ของดีซองเมย์-4 ดาว เมืองอินช็อน
รับเพียง 20 ท่านเท่านั้น

ติดต่อสอบถามได้ที่ LINE OFFICIAL: @ASAPAPAILONG
กรุณาเป็นระเบียบเรียบร้อยก่อนจอง 11/23/23

콘텐츠형 KOL: 유형별 특성과 사례

특성:

- 독창적이고 창의적인 여행 콘텐츠 제작.
- 영상 및 이미지 중심의 강한 시각적 매력
- 한국 관광의 다양한 매력을 스토리텔링을 통해 전달.
- 주요 플랫폼: 유튜브, 인스타그램.



IRoamAlone (민트)

- 국적: 태국
- 특징: 독특한 솔로 여행 경험 공유
- 활동 분야: 여행 브이로그, 숨겨진 여행지 탐방, 문화 체험.
- 주요 플랫폼: 유튜브, 인스타그램 (구독자 3.58M+)



빠니보틀 (Pani Bottle)

- 국적: 한국
- 특징: 저예산 여행 및 유머 중심의 콘텐츠 제작.
- 활동 분야: 저예산 여행, 해외 일상 탐방, 문화 체험.
- 주요 플랫폼: 유튜브 (구독자 2M+)



Drew Binsky

- 국적: 미국
- 특징: 창의적인 스토리텔링으로 유명한 여행 콘텐츠 제작.
- 활동 분야: 여행 브이로그, 숨겨진 여행지 탐방, 문화 체험
- 주요 플랫폼: 유튜브 (구독자 4.93M+)

콜라보형 KOL: 유형별 특성과 사례

특성:

- 브랜드 및 OTA(Online Travel Agency)와의 협업을 통해 상업적 효과 증대.
- 콘텐츠 제작 과정에 파트너십을 활용해 홍보 및 매출 상승에 기여.
- 다양한 분야(음식, 숙박, 여행 패키지)와의 협업 가능.
- 주요 플랫폼: YouTube, Instagram.



Mark Wiens

- 국적: 태국-미국
- 특징: 음식 중심 콘텐츠로 다양한 지역의 맛과 문화를 소개.
- 활동 플랫폼: YouTube (구독자 수: 1,000만+).
- 협업 사례: 전 세계 고급 호텔, 레스토랑, 관광청과의 캠페인.



NutApiwich

- 국적: 태국
- 특징: 고급 여행과 럭셔리 숙소를 중심으로 한 콘텐츠 제작.
- 활동 플랫폼: Instagram (팔로워 수: 10만+).
- 협업 사례: 항공사, 리조트, 관광 이벤트.



또 떠나는 남자 (ddoddunam)

- 국적: 한국
- 특징: 고급 숙소와 여행 경험을 공유하는 콘텐츠 제작.
- 활동 플랫폼: YouTube (구독자 수: 58만+).
- 협업 사례: 항공사, 리조트, 고급 호텔, 관광 이벤트.

사업추구형 KOL: 유형별 특성과 사례

특성:

- 팬미팅, 여행 패키지 설계 및 판매 등 적극적인 사업 모델 개발.
- 자신만의 브랜드 또는 상품을 통해 KOL이 직접적인 수익 창출.
- 여행지와 연계된 독특한 상품이나 체험 프로그램 기획.
- 주요 플랫폼: YouTube, Instagram, TikTok.



제인(Jane)

- 국적: 한국 (일본에서 활동하는 한국인)
- 특징: 패션과 라이프스타일을 결합한 여행 상품 기획.
- 활동 플랫폼: 유튜브 (구독자 수: 455K+), 인스타그램 (팔로워 수: 130K+)
- 대표 사례: 팬들과 함께하는 한국 문화 체험 투어.



Brinkkty

- 국적: 태국
- 특징: 뷰티와 여행을 결합한 팬 투어 및 브랜드 협업.
- 활동 플랫폼: 유튜브 (구독자 수: 649K+), 인스타그램 (팔로워 수: 483K+).
- 대표 사례: 브랜드와의 협업을 통해 여행 상품 판매 및 행사 기획.



Asapapailong

- 국적: 태국
- 특징: 여행을 주제로 다양한 장소와 문화 소개.
- 활동 플랫폼: 유튜브 (구독자 수: 892K+), 틱톡 (팔로워 수: 540K+).
- 대표 사례: 브랜드와의 협업을 통해 여행 상품 판매 및 자체 여행 패키지 운영.

2. 태국 내 인기 한국 관광 KOL 콘텐츠 트렌드

- 주요 콘텐츠 트렌드
- 방문객 유입 성공 사례

주요 콘텐츠 트렌드: 요약

다음 리스트는 FGI(Focus Group Interview)를 통해 태국 내 20~30대 MZ세대 및 KTO 공식 페이스북 내 댓글 분석을 바탕으로 작성됨

#	콘텐츠 트렌드
1	K-드라마 촬영지 관광
2	K-Pop 관광
3	미식 여행
4	뷰티 & 웰니스 관광
5	쇼핑 관광
6	겨울 레저 스포츠 체험
7	사계절 자연경관 & 테마여행

#	콘텐츠 트렌드
8	역사 및 문화 탐방
9	힐링 및 호캉스 여행
10	로컬 명소 탐방 & 소도시 여행
11	한류 문화 체험
12	테마파크 관광
13	가족여행 & 키즈 투어
14	커플 여행 & 허니문

* 위 번호는 특정 의미를 갖는 순서가 아니고, 단순 나열임.

콘텐츠 트렌드 1: K-드라마 촬영지 관광

인기 드라마와 영화 속 명소 방문 (예: 빈센조와 선재 업고 튀어 촬영지)



Vincenzo filming location! GeumGa Plaza and other date course

하이프레Hi Prae 705K subscribers [Subscribe](#) 4.4K [Share](#) [Download](#)

[하이프레Hi Prae - Vincenzo filming location!](#)



(c) Lovely Runner Trip: Sun Jae's & Im Sol's Houses Plus 7 More Spots in a Day! [NAME FRAME]

NAME FRAME 232K subscribers [Subscribe](#) 925 [Share](#) [Download](#)

[NAME FRAME - Lovely Runner Trip](#)

콘텐츠 트렌드 2: K-Pop 관광

K-POP 콘서트 관람, 아이돌 팬미팅 및 하이터치 행사 참석, 엔터테인먼트 회사 투어 (SM, JYP, HYBE 등)



GRWM & VLOG → AESPA FIRST CONCERT! went there 2 days + makeup & outfits | Babyjingko
782K subscribers

[Babyjingko - AESPA FIRST CONCERT!](#)



[EP.2] คอนเสิร์ต ENHYPEN ที่รอคอย feat. รีวิวคอน STRAY KIDS จากแก๊งภาคสนาม! | jaysbabyfood
316K subscribers

[Jaysbabyfood - ENHYPEN concert](#)

콘텐츠 트렌드 3: 미식 여행

한식 체험 (불고기, 비빔밥, 떡볶이 등), 로컬 시장 탐방 (광장시장, 명동시장), 트렌디한 카페 및 디저트 투어



ตะลุยกินตลาดควางจั้ง ต้นตำรับ 100 ปี ของกินเพียบ! | Bowkanyarat

Bow Kanyarat 1.46M subscribers [Subscribe](#) [4.2K](#) [Share](#) [Download](#) [...](#)

[Bow Kanyarat – Explore and eat at Gwangjang Market](#)



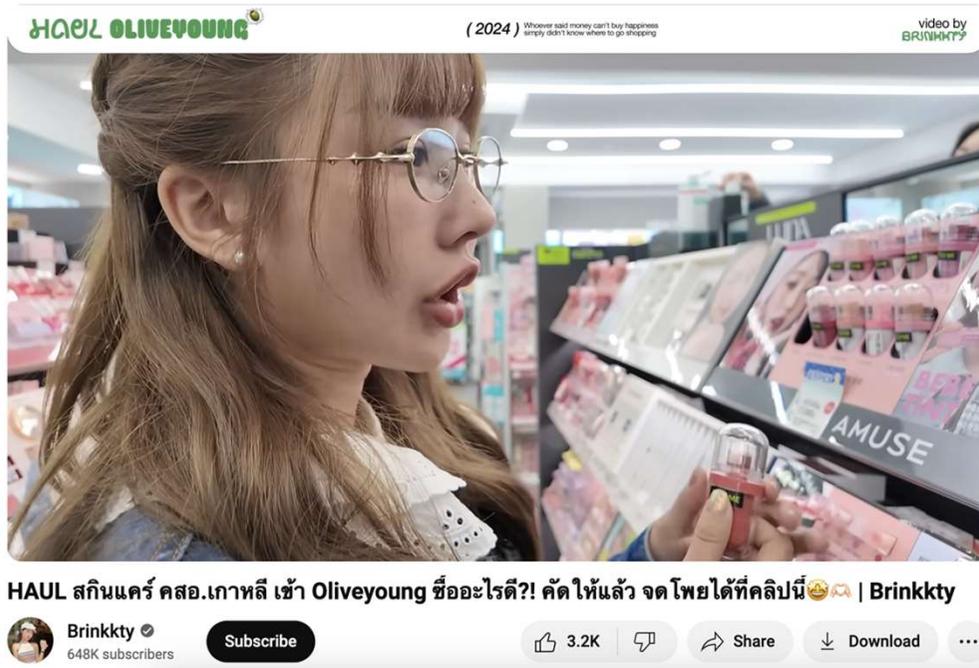
ตะลุยกินสตรีทฟู้ดเกาหลี ตลาดเมียงดง 2024 Myeongdong Streetfood

NutApiwich 423K subscribers [Subscribe](#) [6.8K](#) [Share](#) [Download](#) [...](#)

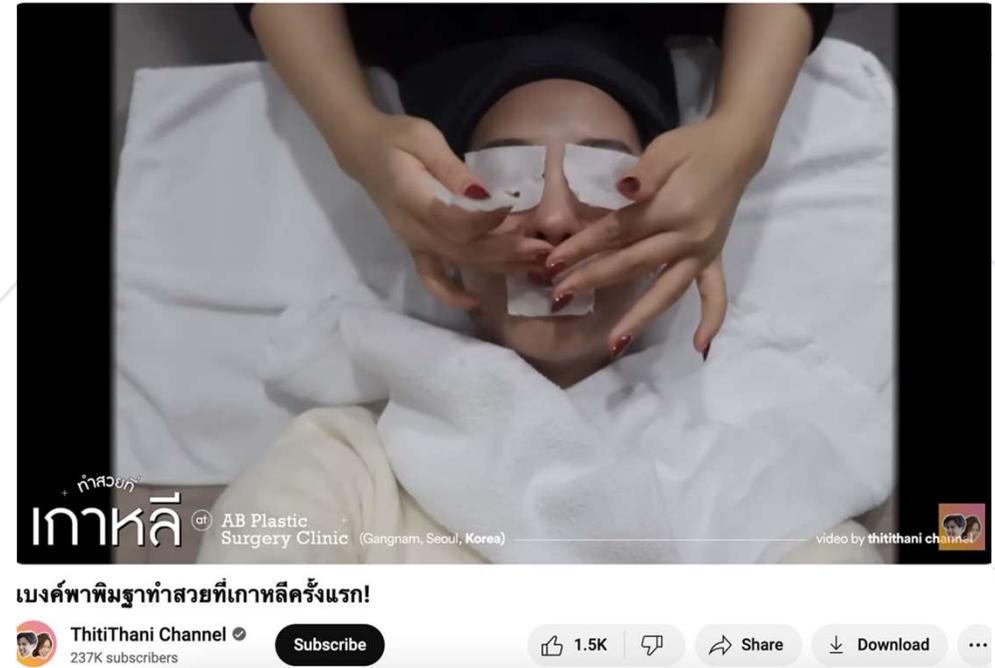
[NutApiwich – Myeongdong Streetfood](#)

콘텐츠 트렌드 4: 뷰티 & 웰니스 관광

화장품 쇼핑, 뷰티 시술 체험 (피부관리, 성형외과 투어), 한방 및 스파 체험



[Brinkkty - Olive Young Haul](#)



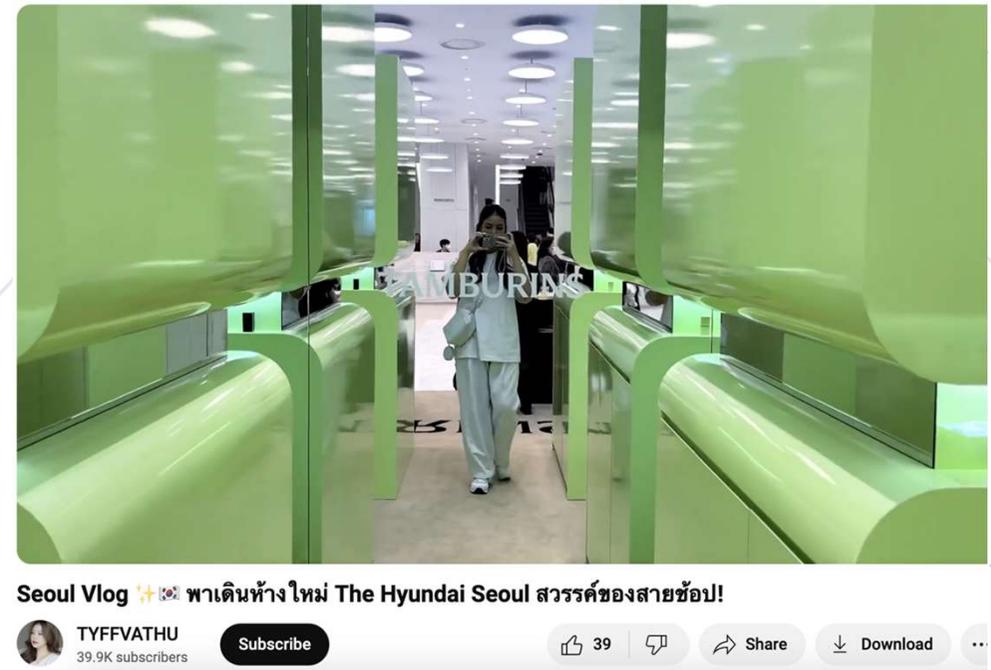
[ThitiThani Channel - First Beauty Experience in Korea!](#)

콘텐츠 트렌드 5: 쇼핑 관광

브랜드 쇼핑 (더현대서울), 트렌디한 스트리트 쇼핑 (홍대, 동대문, 성수동)



[Frennicha – 3 Hot Korean Shopping Districts](#)



[TYFFVATHU – Shopping at The Hyundai Seoul](#)

콘텐츠 트렌드 6: 겨울 레저 스포츠 체험

강원도 및 평창에서 스키, 스노보드 체험, 겨울축제 참여 (얼음낚시 체험)



เที่ยวคังวอนโด | หิมะตก, ชื่นยอดเขาเล่นสกี, unseen เกาหลี, กินอาหารขึ้นชื่อ

BESTIE STORY 140K subscribers [Subscribe](#) [180](#) [Share](#) [Download](#) [...](#)

[BESTIE STORY – Skiing in Gangwon-do](#)



ตกปลาน้ำแข็งที่เกาหลี หนึ่งในมีครั้งเดียว | อาสาพาไปหลง

อาสาพาไปหลง - asapapailong 890K subscribers [Subscribe](#) [1.1K](#) [Share](#) [Download](#) [...](#)

[asapapailong – Ice Fishing in Korea](#)

콘텐츠 트렌드 7: 사계절 자연경관 & 테마여행

봄(벚꽃 축제), 여름(해변 휴양지), 가을(단풍 명소), 겨울(눈 내리는 산과 도시 풍경)



Korea ep.1 เกาหลีในรอบ 3 ปี! เที่ยวคาเฟ่ ☺ ลุยใบไม้เปลี่ยนสี 🌟 | Dearkiko
Dearkiko 27.1K subscribers
903 likes, Share, Download

[Dearkiko - Autumn in Korea](#)



Vlogweek ที่เกาหลีตามหาหิมะขาวๆ2ชั่วโมงแบบกึ่งนมสโตร์ด้วย pico laser
Nisamane.Nutt 2.43M subscribers
10K likes, Share, Download

[Nisamane.Nutt - Snow Hunt in Korea](#)

콘텐츠 트렌드 8: 역사 및 문화 탐방

전통 궁궐 탐방 (경복궁), 한옥 마을 체험 (은평한옥마을), 박물관 및 전시회 방문 (국립중앙박물관)



KOREA VLOG : 1 DAY SEOUL พระราชวังเคียงบกกรุง EWAH ซงแดต หมักจูกุมิ คัมจาทัง มิซลินไกด์ 8 ปี ซ่อน!!!

puipeachi
215 subscribers

Subscribe

36



Share

Download



[puipeachi - 1 DAY SEOUL gyeongbokgung palace](#)



เกาหลีใต้ EP.3 | พาเดินชมหมู่บ้านโบราณ Eunpyeong Hanok Village (4K)



Ballsilver Interior and Design
26.4K subscribers

Subscribe

19



Share

Download



[Ballsilver - Eunpyeong Hanok Village](#)

콘텐츠 트렌드 9: 힐링 및 호캉스 여행

템플스테이 프로그램 참여, 한방 힐링 체험 (찜질방, 온천)



9 DAYS IN KOREA EP.2: เข้าขวาน่าเกาหลี + ทริปนี้แน่นอน 😊 | KOREA JOA 2019

WEARTOWORKSTYLE ✓
241K subscribers [Subscribe](#) [👍 260](#) [🗨️](#) [🔗 Share](#) [⬇️ Download](#) [⋮](#)

[WEARTOWORKSTYLE - Korean Sauna and Temple stay](#)



Let's go to a Korean sauna! My childhood paradise! : Oppa in Korea

RYUNTIME ✓
728K subscribers [Subscribe](#) [👍 5.1K](#) [🗨️](#) [🔗 Share](#) [⬇️ Download](#) [⋮](#)

[RYUNTIME - Let's go to a Korean sauna!](#)

콘텐츠 트렌드 10: 로컬 명소 & 소도시 여행

서울, 부산 외 숨은 보석 같은 도시 탐방 (강릉, 순천), 로컬 마을 및 자연 명소 체험



เที่ยวต่างจังหวัดเกาหลี 'คังนิง' ถ่ายรูปสวยทุกจุด!!!



Eileen **이린** 화림아이린
103K subscribers

Subscribe

856

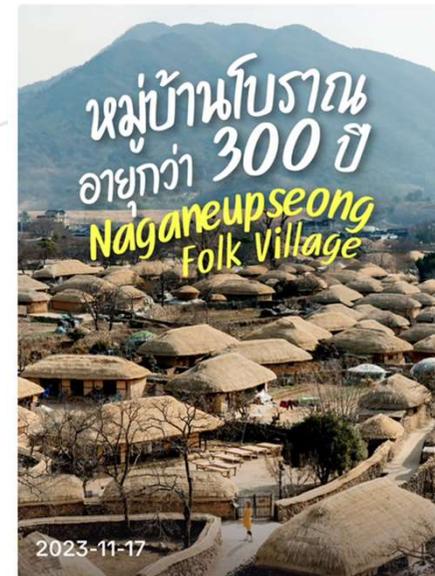


Share

Download



[Eileen 화림아이린 – Korea's Countryside Gangneung](#)



#อันซีนเกาหลี!! หมู่บ้านโบราณอายุกว่า 300 ปี Naganeupseong Folk Village เมืองขุน...



aumjumma

285.2K

[aumjumma – Unseen Korea: Suncheon City](#)

콘텐츠 트렌드 11: 한류 문화 체험

한복 체험 및 전통문화 체험, 한국어 학습 및 한류문화 프로그램 참여



Living alone in Korea| Wearing Hanbok in Gyeongbokgung area 1 day, attending a doll-making workshop

BeBell 1.08M subscribers [Subscribe](#) 554 [Share](#) [Download](#)

[BeBell – Wearing Hanbok in Gyeongbokgung area](#)



ลองรีวิว มาเรียนที่เกาหลีดู 5555 อยู่มา 3 เดือนแล้ว ไม่เคยทำคลิปเกี่ยวกับที่เรียนเลย ... [prink.pk](#) 126.7K

[prink.pk – 3 months studying in Korea](#)

콘텐츠 트렌드 12: 테마파크 관광

롯데월드, 에버랜드 방문, 제주도의 박물관 및 놀이시설 탐방



ไม่ไหวจะเที่ยว Ep.37 : Lotte World – South Korea

UnPuwanart อื่น ภูวนาท 73.4K subscribers [Subscribe](#) [334](#) [Share](#) [Download](#) [...](#)

[UnPuwanart – Lotte World](#)



TEDDY BEAR MUSEUM กงทัพนม
หลายร้อยตัว บนเกาะเชจู Jeju-do , Kore...
beyondyell > 20.1K

[beyondyell – TEDDY BEAR MUSEUM in Jeju](#)

콘텐츠 트렌드 13: 가족여행 & 키즈 투어

어린이 테마파크 (키자니아, 어린이대공원), 가족 맞춤형 리조트 숙박



เที่ยวสวนสนุกลัดเต้เวิร์ลด์ Lotte Adventure World ที่ปูซาน เด็กจิว @เกาหลี 2022 EP21



[Dek Jew – Lotte Adventure World](#)



5-6

Replying to @win510 รีวิวที่พักที่เกาหลี👍👍
tuklitlemon... 583.5K

[tuklitlemonster – Reviewing hotel in Korea](#)

콘텐츠 트렌드 14: 커플 여행 & 허니문

로맨틱한 명소 투어 (남산 타워, 석촌호수), 제주도 등 휴양지 중심의 신혼여행



เปิดตัวแฟน+เดทแรกร้านตั้งในเกาหลี 🇰🇷🇰🇷 | 우리의 첫 데이트💕



[태주 커플 - First Date in Korea](#)



วิธีไปนัมซานทาวเวอร์แบบโครตละเอียด ใครพัก แถวเมียงดงก็คือเดินไปได้เลย...

crazykorea... ▶ 50.5K

[crazykoreanoppa - How to go to Namsan Tower](#)

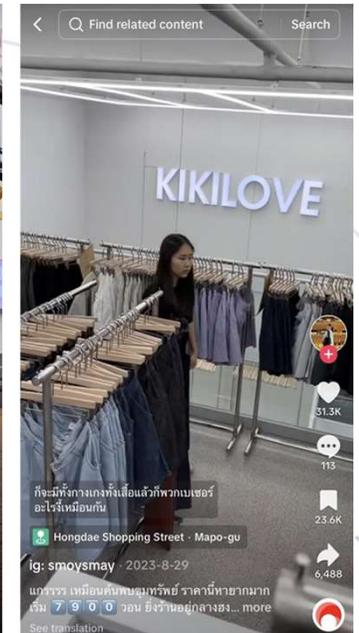
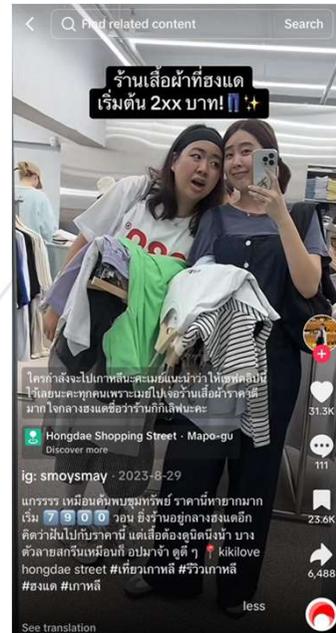
방문객 유입 성공사례 1: 콘텐츠형 KOL

smoysmay x kikilove

- 태국 인플루언서 'smoysmay'는 한국 홍대에 위치한 의류 매장 'kikilove'를 방문하고, 틱톡에 추천 영상을 게시.

TikTok 콘텐츠 성과

- **조회수:** 약 500,000회 이상
- **저장 수:** 약 23,000회 이상.
 - 관심 있는 사용자가 저장하여 추후 재방문 가능성을 높임.
- **공유 수:** 약 6,400회.
 - 사용자가 콘텐츠를 다른 사용자와 공유하며 확산 효과 증대
- **댓글 반응:**
 - 댓글 100개 이상 생성.
 - **주요 반응:** “이 매장 꼭 가보고 싶어요!”, “홍대에서 이 매장 못 봤는데 방문해보아야겠어요!” 등 긍정적인 의견 다수.



[smoysmay - Very rare price clothing @ Hongdae](#)

방문객 유입 성공사례 2: 콜라보형 KOL

Mark Wiens x KTO Thailand

- Mark Wiens는 2023년 KTO와 협업하여 한국의 전통 음식과 시장을 중심으로 한 유튜브 콘텐츠를 제작하였습니다.
- 광장시장, 전통 한식 레스토랑 등 다양한 장소를 탐방하며 한국 음식 문화의 독창성을 글로벌 팬층에 전달하였습니다.

YouTube 콘텐츠 성과

- 조회수: 약 6,750,000회.
- 댓글 수: 약 16,500개.
- 공유 수: 약 15,000회.
- 좋아요 수: 약 100,000+.

주요 댓글:

“I just booked my flight to Korea after watching this video.”
“이 영상을 보고 한국행 항공권을 바로 예약했어요!”

“This trip to Korea, I'm going to non-popular cities to try out real local Korean food.”
“이번 한국 여행에서는 덜 알려진 도시로 가서 현지 음식을 제대로 맛볼 거예요.”



Korean Street Food - EXTREME SEAFOOD + Must Eat Food in Busan,...

การดู 1 ล้าน ครั้ง • 1 เดือนที่ผ่านมา



[Mark Wiens - Korean Food Tour](#)

방문객 유입 성공사례 3: 사업추구형 KOL

제인(Jane) x 젠젠투어 안동

- 유튜버 제인(Jane)과 일본인 팬 등 총 10여 명이 함께한 팬투어 ‘젠젠투어 안동’은 2~3일 동안 안동시 일원에서 진행되었으며, 안동의 역사와 문화를 구독자들이랑 같이 체험하는 투어 콘텐츠이다.

성과

- **참가자 수:** 총 10명 (소규모 그룹).
- **주요 체험 활동:** 하회마을과 병산서원 방문, 전통 한옥 숙박, 한국 음식, 월영 여행 문화 체험.
- **포함 사항:**
 - 유네스코 세계문화유산인 하회마을과 병산서원
 - 방문안동 문화유산 야행 ‘월영’ 참여
 - 안동구시장 찜닭골목에서의 식사
 - 전통 한옥 숙소 체험
 - 현지 가이드 서비스.
- **참가자 만족도:** 참가자가 매우 만족했다고 응답



best traditional town in KOREA 🇰🇷 overnight stay with10girls, Andong mukbang, Hanok stay🇰🇷



best traditional town in KOREA 🇰🇷 overnight stay with10girls, Andong mukbang, Hanok stay🇰🇷

[best traditional town in KOREA 🇰🇷 overnight stay with10girls](#)

3. 태국 소비자의 한국 관광 니즈 분석

- 태국 소비자의 한국 여행 니즈

태국 소비자의 한국 여행 니즈

1. 인기 여행지 정보: 서울, 부산, 등 태국 관광객이 자주 방문하는 도시
2. 목적별 여행 안내: 음식 (한식 체험 및 시장 탐방), 문화 (전통 행사, 한복 체험, 한옥 마을 방문), 쇼핑 (면세점 쇼핑, 홍대 및 명동 쇼핑거리), 체험 (K-Pop, 드라마 촬영지 투어)
3. 팁 앤 노하우: 교통, 방문시간, 동선 등 디테일한 노하우
4. 할인 정보: 항공권, 방문지에 대한 할인 정보
5. 새롭게 떠오르는 관심지 소개: 강릉, 전주, 순천 등 숨겨진 보석 같은 명소



* 2024년 KTO 공식 페이스북에 등록된 댓글 및 9월 KTO Thailand SNS에서 진행된 온라인 이벤트를 통해서 등록된 10,000개 이상 댓글을 기반으로 분석

소비자 니즈 1: 인기 여행지 정보

인기 여행지 정보는 태국 소비자들이 한국 여행을 계획할 때 가장 필요로 하는 주요 니즈 중 하나다. 많은 댓글과 질문이 **특정 명소에 대한 추천**을 요청하는 패턴

댓글 예시:

1. “서울 명소 추천해주세요”
2. “부산에서 카운트다운 행사를 추천해주세요”
3. “경주 여행에 대한 정보를 물어볼 수 있나요?”
4. “안녕하세요. 제주도에서 스스로 여행에 대해 문의드리고 싶습니다.”
5. “대구공항 근처 관광지에 대해 문의드려도 될까요?”

1	 ขอสถานที่ท่องเที่ยวในโซล หน่อยค่ะ ขอขอบคุณค่ะ	4	 สวัสดีค่ะ ขอสอบถามข้อมูลการท่องเที่ยวด้วยตัวเองสำหรับเกาะเจ จูค่ะ
2	 ที่ปูซานมีจัดเคาต์ดาวน์ที่ไหน หรือครับ	5	 ขอสอบถามสถานที่เที่ยว ใกล้สนามบินปากูได้มั๊ยคะ *สนามบินแทกู
3	 สอบถามข้อมูลท่องเที่ยวเมือง คยองจูได้ไหมคะ		

소비자 니즈 2: 목적별 여행 안내

목적별 여행 정보는 태국 소비자들이 한국 여행을 계획할 때 중요하게 여기는 주요 니즈 중 하나다. 쇼핑, 미식, 자연 체험 등 다양한 목적에 맞춘 추천 정보를 찾는 경향

댓글 예시:

1. “강원도에서 얼음 나무(Frozen Tree)를 볼 수 있는 곳이 어디가 있을지 추천해 주실 수 있나요?”
2. “2025년 군산 새만금 국제 마라톤 대회에 대한 정보를 어디에서 찾을 수 있나요?”
3. “올해 서울의 단풍 일정이 이미 발표되었나요?”
4. “3월에 아이와 함께 눈을 즐기고 싶은데, 스키 리조트는 가고 싶지 않아요. 아직 눈이 남아 있는 곳이 어디가 있을까요?”
5. “BTS Standee가 아직 강릉의 갯갈리 해변에 있나요?.”

1	<p>คนบอกมุจิกคนเยอะมากค่ะ อยากเจอ Frozen tree</p> <p>ในคังวอนโด มีที่ไหนแนะนำบ้าง ค่ะ</p>
---	---

2	<p>Jeollabuk-do, Korea. CEO : SONG KONG SUB en.gsmg-marathon.com</p> <p>https://en.gsmg-marathon.com/info</p> <p>เห็น รายการ วิ่ง ปี 2024</p> <p>ตรงกับ เมษา ไม่ทราบว่า แอดมิน พอหาข้อมูล ได้ไหมคะว่า ปีนี้ 2025</p> <p>ไปติดตามที่ไหน ได้มั่งไหมคะ</p>
---	---

3	<p>ตารางใบไม้เปลี่ยนสีปีนี้ที่โซล มีมารียังค่ะ</p>
---	--

4	<p>อยากพาลูกไปเล่นหิมะช่วง เดือนมีนาคม ไม่ทราบว่า ที่ไหนยังมีหิมะบ้างครับ</p>
---	---

5	<p>อยากทราบว่า Standy Bangtan ยังตั้งอยู่ที่หาด Geangalli ไหมคะ</p>
---	---

소비자 니즈 3: 팁 & 노하우

한국 여행 팁과 노하우는 태국 소비자들이 한국 여행을 준비할 때 자주 찾는 주요 니즈 중 하나다. 여행 준비, 교통 이용법, 현지 문화 등과 관련된 실용적인 정보를 문의

댓글 예시:

1. “KR 패스를 구입하면 서울역에서 인천공항까지 갈 수 있나요?”
2. “서울에서 설악산으로 가는 방법이 있나요?”
3. “Vivaldi Ski Resort 숙소 예약 방법을 알려주실 수 있나요?”
4. “공항에서 흥대까지 왕복 기차 요금은 대략 얼마인가요?”
5. “버스 시간표를 확인할 수 있는 웹사이트가 있을까요? 속초에서 부산으로 가는 야간버스를 타고 아침 5시에 도착하는데, 해동용궁사까지 가는 아침 버스가 있을지 확실하지 않아서요. 일출을 보고 싶습니다.”

1	 <p>ซื้อ KR pass สามารถใช้เดินทางจาก Seoul station ไป สนามบิน อินชอนได้มั้ยคะ</p>
2	 <p>มีวิธีการเดินทางจากโซลไป ซอรัคซานบ้างไหมคะ</p>
3	 <p>อยากสอบถาม ช่วยแนะนำวิธีการจองที่พักที่ vivaldi ski resort</p>

1	 <p>แอดดดดดด คาร์ตไฟจากสนามบินไปส่ง เดไปกลับประมาณเท่าไร พอทราบไหมเอ่ย</p>
2	 <p>สวัสดิ์ค่า พอดีมีเว็บเช็ครอบ รถเมลล์มั้ยค่า พอที่นั่งรถนอน จาก Sokcho ไป Busan นำ จะถึงตีห้า ไม่น่าใจจะมีรถวิ่ง ไป Haedong Yonggungsa Temple รอบเช้ามั้ย อยากไป ดูพระอาทิตย์ขึ้นอะค่า ขอบคุณค่า</p>

소비자 니즈 4: 할인 정보

할인 및 세일 정보는 태국 소비자들이 한국 여행을 준비할 때 매우 중요하게 여기는 주요 니즈 중 하나다. 특히 **항공권, 숙소, 쇼핑 관련 할인** 정보 문의

댓글 예시:

1. “지금 KTO는 어떤 플랫폼에서 할인을 제공하고 있나요?”
2. “지금 한국에 있는데, 참여할 수 있는 할인 코드 이벤트가 또 있나요? 꼭 사용하고 싶어요.”
3. “이번 달에 Traveloka에서 할인 코드를 제공하나요?”
4. “앞으로 한국 여행 관련 행사가 또 있나요? 저렴한 항공권을 원해요.”
5. “KTO 행사 언제 또 있나요? 연말 항공권 프로모션을 기다리고 있어요”

1	 <p>ตอนนี้ kto มีส่วนลดกับ platform ไหนบ้างคะ</p>
2	 <p>ตอนนี้อยู่เกาหลี มีกิจกรรมแจกโค้ดส่วนลดให้ร่วมอีกไหมคะ ได้ใช้แน่นอนเลยคะ</p>
3	 <p>เดือนนี้มีแจกโค้ด traveloka อีกมั้ยคะแอด</p>

4	 <p>จะมีจัดงานท่องเที่ยวเกาหลีอีกไหมคะ อยากได้ตั๋วเครื่องบินราคาถูก</p>
5	 <p>งานKTO จะมีอีกเมื่อไรคะ รอโปรตั๋วเครื่องบิน ช่วงปลายปี</p>

소비자 니즈 5: 새롭게 떠오르는 관광지

새롭게 떠오르는 관광지에 대한 정보는 태국 소비자들이 한국 여행을 준비하며 많이 찾는 주요 니즈 중 하나다. 특히 기존의 유명 명소 외에 독특하고 새로운 장소를 알고 싶어하는 경향

댓글 예시:

1. “송크란 기간에 관람할 수 있는 꽃과 추천 장소가 있으면 알려주실 수 있나요?”
2. “넷플릭스에 나온 유명한 음식점이 있는 광장시장에서 사진을 요청드려도 될까요?”
3. “안녕하세요. 한국관광청에 문의드립니다. 혹시 DMZ 투어 관련 정보를 제공해 주실 수 있을까요?”
4. “저는 BTS 팬입니다. 그래서 강릉의 여행지를 알고 싶습니다. 나중에 방문할 계획이 있어서요.”
5. “7살 어린이를 위한 여행지를 추천해 주세요. 지금은 롯데월드와 코엑스 아쿠아리움에 갈 계획입니다.”

1	 <p>ช่วงสงกรานต์สามารถไปชมดอกไม้อะไรได้ที่ไหนบ้างคะ มีที่ไหนแนะนำไหมคะ</p>	4	 <p>สอบถามคืบทางการท่องเที่ยวเกาหลี พอจะมีข้อมูลทัวร์ไป DMZ ไหมครับ</p>
2	 <p>พรีบกวนชอรูป ที่ร้าน netflix ตลสด กวางจ้ง ได้มั้ยคะ พอติกดไป มันนำทางไปแต่ตลาดคะ</p>	5	<p>สวัสดีคะ อยากมาขอคำปรึกษาคะ แอดมินพอจะมีที่เที่ยวสำหรับเด็ก 7 ขวบแนะนำมั้ยคะ</p>  <p>ตอนนี้มีวางแผนไป lotte world กับ Coex aqua คะ</p>
3	 <p>พอติเป็นดั่งเล็กๆ bts อยากรู้เมือง คันนิง อนาคตเพื่อไปคะ</p>		

4. KOL의 적극적 참여 사례

- 여행 패키지 협업 사례
- 사례에서 도출한 시사점
- KOL 협업 프로그램 구성안 예시

사례 요약

#	인플루언서 (국가)	여행국가	패키지 (협업) 타입
1	청춘유리 (한국)	몽골	모두투어 투어상품
2	수블리 (한국)	이집트	모두투어 투어상품
3	찍길동 (한국)	일본	모두투어 투어상품
4	아사파 빠이롱 (태국)	일본	자체개발
5	신현준 (한국)	사우디 아라비아	모두투어 투어상품
6	오토맘 (한국)	태국	트래블더픽 투어상품
7	여행에 미치다 (한국)	키르기스스탄	하나투어 투어상품

#	인플루언서 (국가)	여행국가	패키지 (협업) 타입
8	트안트래블 (태국)	러시아	아야타이 투어상품
9	한다솜 작가 (한국)	일본	모두투어 투어상품
10	반짱مام미 (한국)	사이판	여행박사 투어상품
11	알파고 시나씨 (한국)	일본	인터파크 투어상품
12	드류 빈스키 (미국)	태국	G Adventures 투어상품
13	서이룬 (한국)	홍콩	모두투어 투어상품
14	영국남자 (영국-한국)	영국	여행이지 투어상품

사례 1: 청춘유리 x 모두투어 (몽골투어)

1. KOL/인플루언서 이름: 청춘유리 (Instagram)

2. 협업 개요: 모두투어와 협력하여 몽골 5일 여행 패키지 설계.

3. 투어 하이라이트:

- 몽골의 로컬 체험, 자연 탐방 중심.
- 몽골 4박 5일 여행 일정으로 울란바토르, 테렐지, 바얀고비 방문 포함.
- 스페셜 혜택: 노마딕 전통체험, 몽골 전통 공연, 승마 체험, 게르캠프체험

4. 성과:

- 패키지 투어 가격: 1,890,000원
- 매우 긍정적인 피드백과 리뷰가 이어졌으며, 100명 이상의 사람들이 여행 패키지를 구매함.

일정	여유로워요 😊	<div style="width: 100%;"></div>	100%
호텔	시설이 좋아요 🌟	<div style="width: 100%;"></div>	100%
현지식사	전반적으로 만족해요 😊	<div style="width: 100%;"></div>	100%
가이드만족	👍 열정적이세요 추천 🌟	<div style="width: 100%;"></div>	100%



모두투어 [청춘유리X서이론] 몽골 / 테렐지/ 바얀고비 5일

사례 2: 수블리 x 모두투어 (이집트)

1. KOL/인플루언서 이름: 수블리 (Instagram)

2. 협업 개요: 모두투어와 협력하여 이집트 여행 패키지 설계.

3. 투어 하이라이트:

- 이집트 피라미드와 고대 유적지 탐방: 기자의 피라미드와 스픝크스, 룩소르 사원 등.
- 현지 문화 체험: 이집트 전통 음식 및 시장 탐방.
- 사막 탐험: 캠프와 별빛 아래의 야경 체험.

4. 성과:

- 패키지 투어 가격: 3,790,000 원
- 투어 패키지 200명 이상의 사람들이 여행 패키지를 구매함.
- 일정이 좋다는 평가



#컨셉투어

상품코드 EMP370EYEE 단체번호 86616143 ★ 4.8 | 207개 리뷰

[여자예약전용] 수블리투어 <이집트 : 피라미드 정복편> w. 토니

#슈타이겐베르거 피라미드호텔#후르가다 월드세인트조트 2연박 #3박 나일강 디럭스 크루즈 3박

여행백상정보 > **3,790,000 원**

출발확정 | 가격확정 | 일정확정 | 호텔확정 | 항공확정

인술자예정



수블리투어 <이집트 : 피라미드 정복편>

사례 3: 짝길동 x 모두투어 (일본 투어)

1. KOL/인플루언서 이름: 짝길동 (Instagram)

2. 협업 개요: 모두투어와 협력하여 일본 여행 패키지 설계.

3. 투어 하이라이트:

- 홋카이도 주요 명소 탐방: 삿포로, 비에이, 후라노 등 아름다운 자연과 도시 탐방
- 비에이의 아름다운 풍경: 꽃밭, 컬러풀한 밭 풍경과 자연의 아름다움 경험
- 맛집 탐방: 홋카이도의 지역 특산물인 라멘, 스시, 해산물 등을 즐기기.

4. 성과:

- 패키지 투어 가격: 1,489,000 원
- 투어 패키지 600명 이상의 사람들이 여행 패키지를 구매함.
- 대부분의 리뷰어들이 여행에 매우 만족했으며, 80% 이상이 이 패키지를 추천



[짝투어 홋카이도/삿포로/비에이 3박4일](#)

사례 4: 아사파빠이롱 (일본 투어)

1. KOL/인플루언서 이름: Asapapailong 아사파빠이롱 (Facebook, Youtube)

2. 협업 개요: 자체 준비

3. 투어 하이라이트:

- 일본 자연 탐방 올 인클루시브 투어(20명 한정)
- 인플루언서와 함께 도쿄, 도호쿠, 센다이, 미야기 방문
- 특별 활동: 자오 여우 마을 탐방, 코케시 인형 만들기 체험, 온천 호텔 숙박

4. 성과:

- 패키지 투어 가격: 127,800 THB
- 투어 패키지 총 20석의 투어 패키지가 모두 매진
- 다음 투어에 대한 기대가 높음.



ASA Explorer – Unseen Japan Tour

사례 5: 신현준 x 모두투어 (사우디 투어)

1. KOL/인플루언서 이름: 배우 신현준

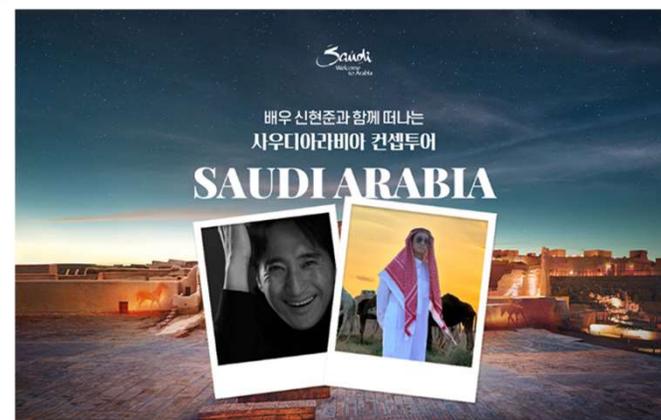
2. 협업 개요: 모두투어와 협력하여 사우디 여행 패키지 설계.

3. 투어 하이라이트:

- 사우디아라비아 주요 명소 탐방: 리야드, 알울라, 메디나, 제다 방문.
- 이슬람 역사 및 사막 문명의 기적 탐험.
- 전통적인 아라비아 문화를 체험하고, 고대 유적지를 탐방하며, 홍해의 아름다운 항구도시 제다에서 시간을 보내기.

4. 성과:

- 패키지 투어 가격: 4,899,000원
- 이번 투어의 성공 포인트: 티켓 매진



[사우디 왕자 '배우 | 신현준'과 떠나는 사우디아라비아 콘셉트 투어](#)

사례 6: 오토맘 x 트래블더픽 (태국투어)

1. KOL/인플루언서 이름: 오토맘 (Instagram)

2. 협업 개요: 인플루언서 오토맘은 여행사 '트래블더픽(TravelThePick)'과 협력하여 태국 방콕의 단독 프라이빗 투어 패키지를 출시. 이 패키지는 기존의 해외여행 패키지와는 다른 새로운 컨셉으로 기획됨

3. 투어 하이라이트:

- 오토맘이 직접 방콕을 사전 답사하여 독특한 일정을 구성.
- 전용 차량과 기사, 가이드가 제공되는 프라이빗 투어.
- 무양보란 방문, 로컬 야시장 체험, 전통 마사지, 씨푸드 뷔페 등 다양한 활동을 포함.

트래블더픽 x 오토맘
Bang kok
;프라이빗 투어

다채로운 색감의 방콕,
조금 더 특별한 방콕,
방콕에서 즐기는 우리들만의 감성
우리끼리 즐기는 여유롭고 편안한 여행

#오토투어 #방콕여행 #인생샷 #전용차량

Ohtto Tour Special ;방콕

방콕에서 당신은 VVIP
-우리만을 위한 전용차량
-전용 기사 및 가이드

1

#에프터눈티
여유로운 일정 속 오감만족!
환상적인 에프터눈티

2

#프랜드마사지
잊을 수 없는 손맛으로
신세계를 경험하세요!
만족도 100%

3

#무양보란 프라이빗투어
더위에 지릴 수 있는 관광지를
쾌적하게 즐기고 인치까지!

4

사례 7: 여행에미치다x하나투어(키르기스스탄)

1. KOL/인플루언서 이름: 여행에 미치다 (feat. 김바울)

2. 협업 개요: 상품은 외국인 관광객들에게 K-드라마와 K-팝의 매력을 알리며 개최됨

3. 투어 하이라이트:

- 한류 성지 방문: 남산 서울타워, 한옥마을, 자갈치 시장 등 K-드라마와 K-팝에 등장한 유명 명소 탐방.
- K-팝 체험 클래스: K-팝 댄스와 노래를 배우고 프로페셔널 녹음실 체험.
- 전통 한식 체험: 한국 전통 요리 클래스 및 한정식 디너 즐기기.
- 야경 투어: 한강 크루즈에서 서울의 아름다운 야경 감상.
- 인플루언서와의 소셜 이벤트: 이연과 팬미팅 및 기념 사진 촬영.



[여행에 미치다 x 하나투어 \(feat. 김바울 인플루언서\)](#)

사례 8: 트안 트래블 x 아야타이투어 (시베리아)

1. KOL/인플루언서 이름: 트안 트래블 (Youtube)

2. 협업 개요: 시베리아 7일 투어, 아야타이 투어와 함께 단 12명만 한정

3. 투어 하이라이트:

- 바이칼 호수의 얼음층 감상
- 러시아식 사우나 활동, 러시아인 부녀
- 세계에서 가장 오래된 얼음 호수 위에서 트레킹
- 몽골의 고대 문화, 금색 천막 왕국과 부랴트 부족, 원주민과의 만남



트안 트래블 x 아야타이투어 (시베리아 투어)

사례 9: 한다솜 작가 x 모두투어 (일본)

1. KOL/인플루언서 이름: 한다솜 작가 (여행 작가)

2. 협업 개요: 모두투어는 여행 작가 한다솜과 함께 일본 후쿠오카로 떠나는 '후쿠오카 컨셉투어' 상품을 출시. 인플루언서와 함께하는 여행으로, 참가자들에게 특별한 경험 제공을 목표로 기획됨.

3. 투어 하이라이트:

- 일본의 대표 온천 여행지 후쿠오카에서 따뜻한 온천 체험.
- 유후인 플로랄 빌리지, 가마도 지옥, 유후인 상점거리 등 주요 관광지 방문
- 인플루언서와 함께하는 사진 촬영 및 여행 팁 공유 세션.



[모두투어 후쿠오카 기사](#)

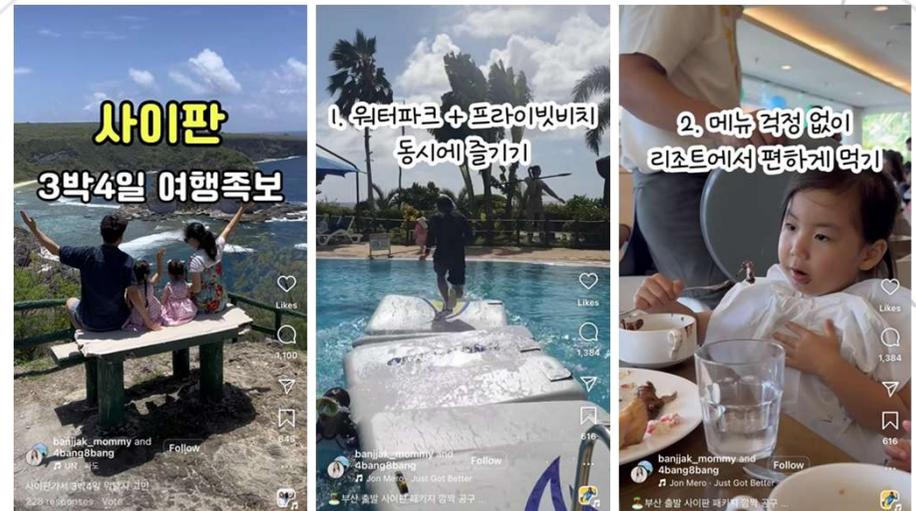
사례 10: 반짝마미 x 여행박사 (사이판)

1. KOL/인플루언서 이름: 반짝마미 (Instagram)

2. 협업 개요: 여행박사와 협력하여 사이판 올인클루시브 호캉스 프리미엄 투어 패키지를 공동구매 형식으로 판매, 2차 공구 진행 후 선착순 마감

3. 투어 하이라이트:

- 사이판 월드 리조트에서의 올인클루시브 호캉스.
- 전 객실 오션뷰, 다양한 키즈 프로그램, 리뉴얼된 워터파크 이용 포함.



반짝마미 프리미엄 패키지

사례 11: 알파고 시나씨 x 인터파크(일본)

1. KOL/인플루언서 이름: 알파고 시나씨 (Alpago Sinasi)

2. 협업 개요: 인터파크 투어는 글로벌 엔터테인먼트 기업 파이브스톤즈이엔티와 협력하여 외국인 인플루언서 알파고 시나씨와 함께하는 '홀릭' 패키지 상품을 개발. 이 패키지는 외국인 친구와 함께하는 맛집 투어를 중심으로 기획

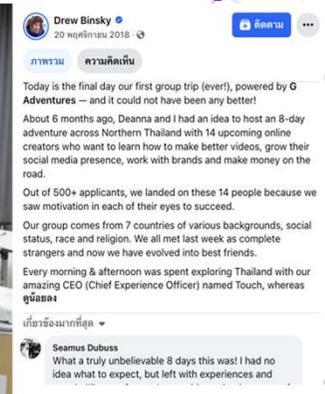
3. 투어 하이라이트:

- 일본의 대표 온천 여행지 후쿠오카에서 따뜻한 온천 체험.
- 유후인 플로랄 빌리지, 가마도 지옥, 유후인 상점거리 등 주요 관광지 방문.
- 인플루언서와 함께하는 사진 촬영 및 여행 팁 공유 세션.



사례 12: 드류빈스키xG Adventures (태국)

1. KOL/인플루언서 이름: Drew Binsky 드류 빈스키(Youtube, Facebook)
2. 협업 개요: G Adventures와 협력하여 태국 북부 8일 그룹 여행 상품 기획 및 진행, 여행 콘텐츠 제작
3. 투어 하이라이트:
 - 태국 북부 숨겨진 명소 탐험과 로컬 체험 중심 (12명 한정)
 - 스페셜 혜택: 여행 비디오 제작, 블로깅, 소셜 미디어 마케팅 등 온라인 수익 창출 관련 강의 포함.



[Drew Binsky - The Best GROUP TRIP Ever!!](#)

사례 13: 서이룬 x 모두투어 (홍콩투어)

1. KOL/인플루언서 이름: 서이룬 (YouTube)

2. 협업 개요: 모두투어는 인플루언서 서이룬과 함께 홍콩 여행 패키지 상품을 출시하였으며, 해당 상품은 판매 시작 30초 만에 완판

3. 투어 하이라이트:

- 홍콩의 유명 맛집 투어 및 미식 체험.
- 현지 문화와 예술 공간 방문.
- 인플루언서와 함께하는 라이브 방송 및 팬미팅.



[서이룬 x 모두투어 \(홍콩투어\)](#)

사례 14: 영국남자 x 여행이지 (영국 투어)

1. KOL/인플루언서 이름: 영국남자 Korean Englishman (Youtube)

2. 협업 개요: '영국남자'와 영국 패키지 공략

3. 투어 하이라이트:

- 영국 주요 명소 탐방: 런던, 리버풀, 스코틀랜드, 아일랜드 방문.
- 영국 남자와 함께하는 토트넘 홋스퍼 스타디움 및 비틀즈 투어.
- 전통적인 영국 문화를 체험하고, 역사적인 명소 및 유적지를 탐방.



[500만 유튜버 영국남자와 여행이지가 함께한 4인 4색 영국 여행](#)

[영국남자 x 여행이지](#)

시사점

1. 사례조사 결과

- 전체 14개의 케이스 중에서, 많은 경우 패키지 매진, 적극적 추천 리뷰 등록 등이 이루어 지는 등 제휴 가능성이 확인됨.
- 뷰티 산업의 경우, KOL이 사업 파트너로 참여하는 제휴 프로그램이 크게 성장 예. Tiktok Affiliation Program
- 예약에서 현지 도착시 관리까지 일괄 처리를 위하여, 기존 여행사와 유명 KOL의 결합이 가장 좋은 시작점이 될 수 있음.

2. 기대효과

- KOL이 갖고 있는 진정성, 전문성이 스토리텔링이 되어, 여행상품에 투영되며 이를 통해 가치소비가 감성소비로 전환됨.
- 팬덤 투어, 뷰티 체험, 미식 투어 등 개별 관심사를 반영하는 테마 투어에 적합하며, KOL결합으로 인해, 포토 타임 등 특별한 추억거리를 추가가능

3. 제휴 프로그램 개발에 적합한 타겟 KOL

- **Micro-KOL:** 팔로워 수 10,000~100,000명, 특정 타겟층과의 소통과 신뢰도가 강점. 로컬 명소, 소규모 캠페인 콘텐츠 등 깊이 있는 테마 투어
- **Mega-KOL:** 팔로워 수 1,000,000명 이상, 글로벌 팬층과 대규모 도달력을 활용. 팬미팅, OTA, 호텔 등과의 콜라보 할인권 배포, 공동 여행 패키지 판촉 등에 적합.

* 10만~1백만의 경우, Macro KOL으로 분류될 수 있으며, 이 보고서에는 제휴 프로그램 개발에 적합한 Micro, Mega KOL만 언급함.

시사점

4. 제휴 마케팅 시장의 성장

- 글로벌 시장에서 제휴 마케팅은 증가 추세에 있고, 관광산업으로 성장 가능

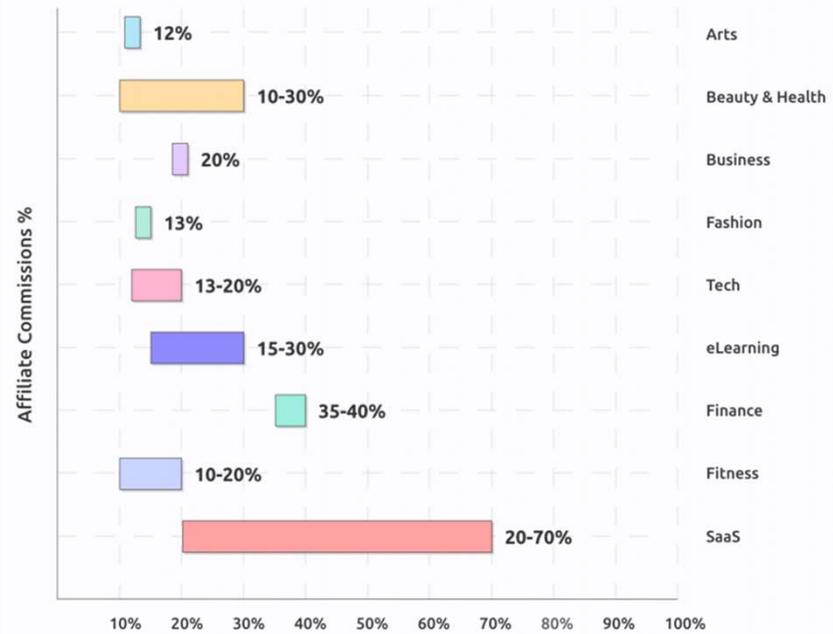
Affiliate Marketing US/Global Market Size



Influencer MarketingHub

* 미국시장과 글로벌 시장에서 제휴 마케팅의 지출 증가
(출처: Influencer Marketing Hub)

Average eCommerce Affiliate Network Commission Rates by Product Category



Influencer MarketingHub

* 산업별, 제휴 매출 발생시 커미션 % 수준
(출처: Influencer Marketing Hub)

KOL 협업 프로그램 구성안: 예시 1



[pigkaploy](#)

- 카테고리: 여행
- 주요 플랫폼: YouTube, Instagram
- 팔로워 수: 구독자 100만+, Instagram(팔로워 수: 100만+)
- 주요 활동: 여행 리뷰



[Bangkokboy](#)

- 카테고리: 라이프스타일, 여행
- 주요 플랫폼: Tiktok, Youtube, Instagram
- 팔로워 수: Tiktok (팔로워 수: 300만+), Youtuber 구독자 37만+
- 주요 활동: 라이프스타일, 틱톡 콘텐츠

KOL 동반 여행사 패키지 콜라보

- 프로그램 설명: KOL이 여행사랑 상품 기획 및 동행
- 프로그램 예시:
 - 한옥마을 한옥 숙박 체험
 - 현지 농장 체험
 - 로컬 맛집 투어, 요리 워크숍, 전통 시장 투어
 - 카페 & 거리 예술 투어

* 예시: 태국에 거주중인 KOL

KOL 협업 프로그램 구성안: 예시 2



Zom marie

- **카테고리:** 여행, 뷰티, 음악
- **주요 플랫폼:** YouTube, Instagram
- **팔로워 수:** YouTube 300만+, Instagram 100만+
- **주요 활동:** 여행, 뷰티, 음악 리뷰



Xikers (사이커스)

- **카테고리:** K-pop
- **주요 플랫폼:** YouTube, Instagram
- **구독자 수:** YouTube 440천+, Instagram 850천++
- **주요 활동:** 음악 활동, 팬미팅, 뮤직 비디오, 라이브 공연

*예시: 이 유형의 투어 패키지 판매에 활용 가능한 KOL

팬미팅+한국여행 결합 패키지

- **프로그램 설명:** 한국개최 KOL/연예인 팬미팅 여행 패키지.
- **프로그램 예시:**
 - 한국 투어:
 - 엔터테인먼트 기획사
 - 팬카페 방문
 - K-드라마 촬영지 방문
 - 트렌디한 핫플레이스 투어
 - 팬미팅

5. 결론

결론

1. 콘텐츠에서 커머스(제휴)로 이행

- 뷰티, 게임, 금융 산업에서는 이미 인플루언서의 역할이 콘텐츠 제작 유통에서, 적극적인 커머스 참여로 전환됨. 예. 틱톡 제휴 마케팅
- 관광 산업에서도 인플루언서의 역할이 콘텐츠에서 커머스로 이행 잠재력을 지니고 있음

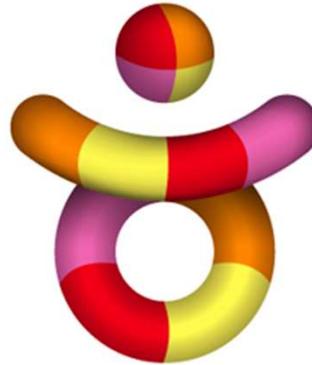
2. 인플루언서/여행사/관광지 생태계 조성

- 인플루언서+여행사+관광지가 연결되는 생태계를 조성할 필요가 있으며, 이를 통해 타 국가와 차별화되는 소비자 가치를 제시할 수 있음.

3. 마이크로/메가 인플루언서 중심의 여행 패키지 전개

- 마이크로 인플루언서는 팔로워가 작지만, 강한 영향력이 있으며 사업 개발이 적극적임. 여행 패키지 콜라보 또는 직접 설계가 가능
- 메가 인플루언서는 많은 시청자들에게 퍼뜨리는 효과가 있어 OTA, 관광지와 연계한 콜라보가 가능





KOREA
TOURISM
ORGANIZATION
한국관광공사