

中國人 觀光客 유치를 위한 小考

고 부 언*, 신 의 경**

목 차

- | | |
|-----------------|----------------------|
| I. 서 론 | 3. 전통을 강조하는 중국인 |
| II. 본 론 | 4. 변화하는 사회주의를 사는 중국인 |
| 1. 현실적인 중국인 | III. 결 론 |
| 2. 명분을 좋아하는 중국인 | |

I. 서 론

동아시아 국가들의 외환위기에 따른 화폐가치 하락으로 말미암은 위안화[元貨] 가치의 상대적 안정에 힘입어 중국인의 동아시아 해외여행이 근년 들어 크게 늘고 있다. 그 가운데서도 한국은 중국인에게 1998년 해외자유여행 국가로 지정된 이래 연평균 70% 내외의 시장 성장세를 기록하며 가장 빠른 속도로 중국인이 선호하는 여행 국가 가운데 하나로 자리잡아가고 있다. 현재까지 중국 국가여유국(CNTA國家旅遊局)산하 CAAC의 통제를 받는 6대 국제 여행사들의 주도하에 형성되어오던 한국 여행 시장이 오는 2000년 6월부터 중국전역으로 확대하기로 이미 결정되어있는 바¹⁾ 중국인들의 한국 방문은 앞으로 더욱 큰 폭으로 증가할 것으로 전망된다.

* 제주대학교 경영학과 교수

** 제주한라대학 중국어통역과 겸임교수

1) 한중 양국은 1999년 11월 한중관광협회 회의에서 이같이 합의하였다. 따라서 과거에 전국 9개 주요 성·시[省·市] 소재 여행사에 한하여 허가되었던 한국여행객 모집이 오는 6월부터 전국 전역에 확대될 전망이다. 현재 중국에서 아웃바운드 업무를 진행할 수 있는 여행사는 모두 중국 국가여유국(CNTA)산하 CAAC(Civil Aviation Administration of China)의 통제를 받는 1,162개의 국제 여행사들이 업무를 맡고 있다. 이 가운데 수도 베이징에 본사를 두고있는 6대 국제 여행사가 전국에 가지고있는 산하 여행사 약 600여 개가 해외여행업무를 주도하고 있는데, 원인은 간단히 말해 항공권 발권 업무 권리 유무에서 기인한다. 뿐만 아니라 외래객 인바운드 실적에 따라 아웃바운드 규모가 결정되는 수용공급원칙의 적용도 독점을 강화하고 있다. 구조적 독점의 근본적 원인은 국가여유국의 관리하에 조직된 여행사들의 소유권, 행정업무 및 경영분리에서 찾을 수 있다.

시장 형성 10년을 맞는 중국인 해외여행의 짧은 역사를 감안할 때²⁾, 한국 여행 시장의 확대는 중국 자체로는 일대 전기를 맞고 있다고 해도 과언이 아니다. 따라서 우리는 이 호기를 계기로 손님을 맞는 주인으로서 우리의 여행 환경을 되돌아보고 중국 여행객 맞이를 둘러싼 제반 문제에 대해 근본적인 이해와 대안 모색을 게을리 하지 않아야 한다.

문제는 중국인의 입장에서 문제를 깊이 이해하고 준비·개선하는 자세는 필수적이다. 이 점은 2000년 설 연휴 동안 중국 관광객이 갑자기 다른 나라로 발길을 돌렸다는 점에서도 확인된다. 새해 들어 언론은 한국일반여행업협회(KATA)가 발표한 전망 자료에 근거해 용의 해 2000년 설 연휴 동안 지난해 동기간 대비 100% 넘게 상승한 중국인 관광객들이 한국을 방문할 것으로 전망한 바 있다. 사실 KATA가 중국인 유치 지정 여행사에 발급한 공식 초청건수는 2월 들어 189단체 4,222여명이나 되었던 것은 사실이며, 지난해 같은 기간의 22단체 395명에 비하면 100% 이상이 상승한 수치였다. 그러나 한국관광공사 주(駐) 중국 사무소 측이 2월초에 밝힌 결과에 따르면, 설 연휴를 전후로 한국을 찾은 중국 여행객(홍콩, 마카오, 대만 제외)은 오히려 25%정도 감소한 것으로 확인되었다.³⁾

이는 한국의 관광 당국이 중국에 자리잡아가고 있는 해외여행의 새로운 추세 내지는 그 새로운 추세 속에 숨쉬고있는 중국 고유의 나들이 전통을 깊이 파악하지 못한 결과이며, 이 점은 '인연'과 '의리'를 중시하는 중국인의 일상 정서를 감안할 때 크게는 한국 방문 작게는 제주(濟州) 여행에도 장기적으로 적잖은 마이너스 효과를 가져올 것이다.

지난 1월 한달 동안만 보더라도 중국인 1만9,458명이 한국을 방문해 전년동기간 대비 35.1%가 증가한 사실에 비추어 볼 때, 설 연휴를 전후한 중국인 손님맞이 정책에 문제가 있었음을 지적할 수 있다. 여행업계 측에서 주장하는 대로 "황금 설 연휴와 더불어 여행 상품가격 경쟁력이 좋은 한국으로 많은 중국인들이 방문하기를 희망하고 있다"는 점은 사실이지만 '가격 경쟁력'에 변동이 생기면 언제라도 무효가 되는 이런 전망은 이제 발본색원 재점검을 토대로 근본적인 대안 모색으로 나아가야 한다.

대안 모색은 중국과 중국인의 현실을 바탕으로 재조정해야 한다. 다시말해 중국과 중국인이 처한 현실을 깊이 이해하고, 나아가 그들이 상상하는 미래를 반영하는 여행이 되어야 가격경쟁을 원천 차단하고 한 단계 높은 차원에서 중국인의 발길을 제주를 향해 돌려둘 수

- 2) 중국 당국은 '83년 이전 만해도 공무여행만 허락하는 정도였으나, 홍콩(1983), 마카오(1984)에 대한 상용여행 및 친지방문 여행을 허락한데 이어, 1991년 싱가포르, 말레이시아, 태국등 동남아 3국에 대한 순수 관광목적 여행을 허용하면서 해외여행 시장은 본격도에 오르게 되었다.
- 3) 한국관광공사 주(駐) 북경 지사 측이 밝힌 보고용 내부자료와 인터뷰 자료에 근거함. 2000년 설 연휴를 전후로 한국을 찾은 중국 여행객은 1999년 동기대비 25%정도 감소한 것으로 집계되었으며, 한국 관광의 핵심가운데 하나인 제주도의 관광객도 절대 감소로 풀이된다. 중국 주재 한국 관광공사 측의 설명으로는 '동남아 여행지의 저물기'·'컴퓨터 밀레니움 버그(Y2K)' 영향이 주요 원인이라 일시적인 현상에 주목하지만, 필자의 견해로는 오히려 중국인의 레저생활 일반 및 해외여행을 둘러싼 우리들의 깊은 이해와 배려가 결여가 더 근본적인 요인이라는 생각이다. 본문도 이 점에 착안해 중국의 현실과 새로운 국가 건설을 상상하는 중국인의 입장을 토대로 기술한 것임을 미리 밝혀둔다.

있다는 얘기다. 이 점은 넓혀 말하자면 중국인과 함께 지구환경을 공유하고 향유한다는 입장을 견지·홍보해야하며, 좁혀 말하자면 제주여행 자체가 중국 및 중국인의 발전과 새로운 형태의 국가 건설이라는 그들의 당면 목표에 이바지하는 생산적 소비로 이해되어야 한다는 점이다. 따라서 대안 모색은 중국인의 입장에서 그들을 깊이 이해하고 준비 개선하는 자세가 필수적이다.

본문은 중국의 해외여행 법규 개정 및 한국 여행 관리 신규 규정·협정을 충분히 반영해 단기목표를 담아 내면서, 중국의 현실과 새로운 국가 건설을 상상하는 중국인의 입장을 토대로 중국인들이 자자손손 제주를 잊지 않고 찾아오는 중장기적 내지는 항구적 대안 모색에 중점을 두고자한다. 요컨대 중국인들에게 있어 여행이란 소비 형태는 어떤 생산성을 갖추어야 비로소 실천에 옮겨지는 지, 제주는 중국인에게 어떤 여행지여야 영원히 매력적인 여행지가 될 수 있는지에 대한 제언이 이 글의 요지이다.

II. 본 론

중국인들에게 있어 관광이란 본래 색다른 볼거리를 보면서 휴가 시간을 즐기는 것이며, 현지의 특산품을 입으로 맛보는 행위로 이해되었으나, 이제는 수동적인 '관광'을 넘어서는 참여의 행위로까지 발전되고 가고 있음을 부인할 수 없다. 요컨대 색다른 경험을 즐기면서도 자신들의 생명의 원천을 발견하고 싶어하고 생명의 흔적을 남기고 싶어하는 일상의 연장으로 선용하고자 한다.

이런 중국인들의 다양한 여행 취미를 충족시키기 위해서는 크게 3가지 방향에서 동시에 전략적인 마스터플랜을 수립해야 한다. 흔히 여행을 여행 출발시간부터 귀가시간까지로만 설정하고 대책을 마련하는데 중국인 해외여행 시장 개척과 관리의 측면에서 이런 전략은 대단히 근시안적인 발상이다.

중국인을 상대로 여행 시장에 관한 마스터플랜을 수립할 때는 반드시 1. 홍보[宣傳工作] 2. 제주 종합 개발 참여 유도 3. 방문객 귀국 후 활용을 적극 고려하여야 한다. 이 세 가지는 변화하고 있는 중국인의 국내 여행과 생활 패턴을 해외 여행에 그대로 적용한 것이다. 왜냐하면 중국인은 대단히 현실적인 사회주의 시장경제 변혁을 시험하고있는 과도기를 살고 있으며, 자본주의 현대화를 기본 축으로 전통문화의 복원과 현대문화의 건설을 함께 고민하는 와중에 있기 때문이다.

1. 현실적인 중국인

세상에 중국인들만큼 현실적인 국민은 없다. 사실 개혁 개방 20년을 넘어 21세기 강국을 꿈꾸는 중국인의 생활 밀바탕에는 '실사구시'로 요약되는 '현실주의' 정신이 강하게

자리잡고 있다. 현실적이라는 말은 현실추수적이라는 소극적인 의미가 아니라 현실 속에서 부딪히는 모든 문제를 현실의 조건 속으로 끌어들이고 자기들 고유의 생활방식과 조화를 추구하는 정신을 뜻한다.

이런 현실주의 정신은 적응하기 가장 어려운 식생활에서 그대로 드러난다. 특히 해외여행지에서의 이국 음식은 중국인들이 가장 골치를 썩이는 부분이며, 여행지의 요식업소가 개선해 주기를 바라는 것이다.

흔히 제주를 여행하는 중국인들이 제주토속음식이나 생선 회를 대접받으면 격외의 찬사를 보낼 것이라 믿는 사람들이나 여행 시장 관리자 등이 많다. 그러나 실상은 전혀 그렇지 않다. 중국인들은 자신들의 음식을 주로하고 여행지의 고유·특산 음식을 한두 가지 곁들이는 메뉴를 선호한다. 중국 국내의 서양식 일식 음식점에서 환영받는 식단 메뉴라는 점은 이런 중국인의 실사구시 정신을 잘 반영하고 있다. 또한 이미 여러 차례 보도되었듯이 중국인들의 입맛에 맞는 음식을 준비하는 것은 필수이며 최소한 저녁 한 끼라도 중국식 식사가 포함되어야 한다. 자국 요리에 대한 그들의 높은 자긍심을 생각한다면 이해 못할 것도 아니다.

따라서 관광지 제주의 중국인 식단짜기는 중국음식을 주 메뉴로하고 제주 토속 음식 한두 개를 추가하는 것이 좋다. 그리고 해산물 가운데 패류[貝類]는 중국인이 주로 죽으로 만들어 먹는다는 점에 착안하여 다양한 죽을 개발하는 것이 바람직하다. 어류[생선]은 찜, 튀김, 회등으로 다양화 하되 특히 회는 중국인들이 메인메뉴로 먹는 예가 드물다는 점을 착안해 뷔페식으로 한 두 종류 끼워넣는 것이 좋다.

그리고 중국의 모든 음식에는 중국인들이 좋아하는 향신료나 향신채를 사용한다는 점을 주목해 중국에서 종자를 사들이고 주문 재배해 중국인 접객 지정 식당에서 음식 조리 시 사용을 권장하는 계몽이 필요하다.

현실주의 정신은 선물 증정이나 경품, 세일 문화를 선호하는 중국인의 생활에서도 그대로 드러난다. 따라서 제주 여행은 제주 기념품 제공으로 중국인의 관심과 귀국후 자발적인 홍보를 통해 시너지 효과를 기대할 수 있다. 기념품은 값비싼 물품이 결코 필요치 않으며 여행지와 귀국후 언제 어디서나 사용할 수 있는 일상 생활용품이면 좋을 것이다. 중국인 여행객이 선호하는 선물로는 남방 여행객은 기념 모자가 좋으며, 북방여행객은 장갑이 좋다. 가방이나 티셔츠는 전국의 여행객이 모두 좋아하는 품목이다. 기념품에 새기는 로고는 제주를 상징하는 상징물 도안으로, 문구는 중국어로 도안하는 것이 좋다.

2. 명분을 좋아하는 중국인

중국인들은 의리를 중시하며, 자신들의 이름을 남기는 것을 좋아한다. 제주인과 함께 만들어 가는 관광지라는 주인의식을 여행활동에 끼워 넣는 것이 좋다. 예를 들어 중국의

여행지에는 중국인이 여행 시에 조성하는 공원이나 동산을 만드는 프로그램이 마련되어 있다. 공원 조성 활동은 기념식수를 하는 참여 활동으로 유도하는 것이 바람직하다.

중국인이 만들어 가는 중국 공원은 10년, 20년 이후...장기적으로 중국인의 제주 사랑을 촉진시키고 제주 발전에 참여를 유도하는 이점이 기대되며, 중국 내에서의 제주 홍보에도 일익 할 것이다.

제주 발전의 중국인 참여는 일방적인 노력이어서는 안 된다. 제주 시민도 중국의 발전에 기여하는 적극적인 프로그램을 만들어야 한다. 중국인 관광객을 접대하는 제주도의 관광관련 기관, 학교, 공익단체, 농원, 식당에서 중국의 공익사업에 적극 참여해야 한다. 현재 중국은 도서벽지 학교에 학용품 보내기 운동이 일고 있는데, 희망공정[希望工程]이라 불리는 이 프로젝트는 아동의 취학 학습을 돕는 활동으로 크레파스 60통이면 전교의 학생들이 미술 과목을 진행할 수 있다고 한다. 중국인들에게 여행 소비를 통한 수익금 중 일부로 조성되는 학업보조금 내지 학용품은 중국인들 자신들에게 수익금이 일부 돌아간다는 이미지를 주어 제주 관광 홍보에 적극적인 의미를 지닐 수 있다.

중국인들에게 자신의 해외 여행이 중국인 자국민의 혜택으로 환원된다는 점을 강조하면 가격경쟁이 조금 뒤떨어진다고 할 지라도 제주로 발길을 돌려놓을 수 있다. 물론 이 활동은 홍콩 대만 사람들에게도 이미 잘 알려진 프로젝트이므로 그들을 제주로 향하게도 할 수 있을 것이다.

특정 업소와 중국의 한 벽촌 학교와 자매결연을 맺고 한 달 5만원 정도 지출하면 중국인 관광객이 자발적으로 찾는 유명 업소가 될 수 있을 것이다. 자매결연을 전도에 확산시키면 제주는 중국 국가여유국이 지정하는 중점 여행지가 되어 중국인이 가장 먼저 찾는 관광지가 될 것이다. 중국 국가여유국에서 요구하는 인바운드 아웃바운드 쿼터제를 장기적 차원에서 극복할 수 있는 효과적인 방안이 될 수 있을 것이다. 결과적으로 여행객 유치시 훨씬 수월할 것이고, 광고효과도 최대한 거둘 수 있을 것이다.

3. 전통을 강조하는 중국인

중국인들은 자신들의 역사적 문화적 전통을 대단히 자랑스러워한다. 중국인들에 있어

- 4) 희망공정은 산간, 농촌 등 빈곤지역 학생들을 도시의 서민들과 연결하여 학비를 보조해 주는 일종의 교육후원 운동이다. 이 희망공정을 통해 들어온 자금은 실학 아동을 학교로 보내어 졸업할 때까지 정기적으로 후원하거나, 희망학교를 건립하는데 사용된다. 특별한 경우 성적이 우수한 학생들에게는 특별장학금을 주어 대학을 졸업할 때까지 후원하기도 한다. 이 운동은 1989년 3월, 중국청년 연합회, 공산청년당, 학생연합회, 소년선발대공작위원회등 4개 청소년 단체가 연합하여 결성한 비영리 민간단체에 의해 주도되고 있다. 이 단체는 중국의 사회 각계는 물론 해외의 유지들로부터 모금을 받아, 이를 재원으로 하여 실학아동의 학비를 지원하고 빈곤지역에 '희망학교'를 설립하는 일을 추진하고 있다. 희망공정은 중국지도자들을 포함한 사회 각계 인사들이 지지와 협력을 얻고 있으며, 기타 사회단체와 종교단체들까지도 이 운동에 참여하고 있다. 또한 이 모금운동은 중국뿐만 아니라 전세계적인 관심이 대상이 되고 있다. 현재도 일본, 미국, 대만, 홍콩, 마카오 등지의 학교를 중심으로 해외 기부금이 전체 모금액이 50%를 차지할 정도로 운동이 활발히 전개중이다.

여행은 자기발전 내지는 자신들 조상들의 고대의 모습을 발견하는 시간이기도 하다.

제주에는 고대로부터 중국 중국인과 관련한 전설이나 유적이 많다. 이것을 잘 활용하여 중국인들에게 제주는 고대로부터 중국과 깊은 관계를 유지해 온 지역이라는 점을 강조해야 한다. 즉 '역사적문화에 바탕을 둔 관광진흥방안'으로 역사적 문화와 관광의 연계를 통한 관광상품의 질적 향상과 관광의 특성을 이용하여 문화산업을 확대 발전시킬 수 있는 방안을 모색하는데 주안점을 두어야 한다.

이러한 점을 활용해 효과를 거두고 있는 관광자원의 예로 서북이 중국 진(秦)나라 시황제(始皇帝)의 명령을 받아 불로초를 구하러 제주에 왔다가 정방폭포 암벽에 '서불과지(서북이 다녀가다란 뜻)'란 글을 남겼다는 진시황전설의 관광자원화를 들 수 있다. 하지만 이런 기대효과와 더불어 좀 더 고려해 봐야 할 것은 아직 알려지지 않은 유적지를 고증을 거쳐 새롭게 유적지나 문물로 지정해 관광제주 부흥에 활용하여야 한다. 또한 중국어로 자세히 소개된 팜플렛을 만들어 중국과 관련된 유적지 입구에 구비해 놓아야 하며, 특히 중국과 관련된 유물을 모아 둔 박물관 내지 성격이 비슷한 유적지를 테마로 묶는 코스를 개발해 여행에 리듬을 주는 방법도 고려되어야 한다. 예를 들어 추사 김정희의 중국인연을 그의 제주 생활과 접목시키고, 이중섭 고거와 중국의 서비흥을 비교해 기술하면 중국인의 이해를 도울 수 있을 것이다.

4. 변화하는 사회주의를 사는 중국인

중국 여행객의 방문을 결정짓는 것은 아무래도 하루가 다르게 진행되고 바뀌는 여행 정보가 얼마나 효과적으로 전달되느냐에 있을 것이다. 이는 '70년대 말 개혁개방이라는 경제혁명을 통해 급속히 발전하는 경제규모와 국민 생활수준의 상당한 질적 향상을 이루며 하루가 다르게 급변하고 있는 중국인의 여가생활과 깊이 관계된다.

중국어로 제작된 여행정보는 이제 지도 가이드 수첩 등 기본 자료를 넘어서 뉴스레터 수준으로 끌어올려져야 한다. 중국어 소식지는 뉴스레터 형식으로 한 달에 1회(2-3페이지 정도)/ 화보집 형식으로 1년에 한 두 번 컬러 책자로 발행해 중국의 국가여유국과 한국관광공사 베이징지사에 정기적으로 발송하는 것이 바람직하다. 그들도 자체적인 뉴스레터를 가지고 있으나 그들이 발행하는 소식지에는 제주관광소식이 희소한 편이다. 좀 더 적극적인 정보 소식 교류가 시급하다. 그들에게 우리들 자체 제작한 중국어 버전 뉴스레터의 내용 사진 전재를 허락하여 중국인들로 하여금 제주 관광정보를 자주 접할 수 있도록 해야 한다. 광고효과, 정보교류, 소식제공 여러 가지 면에서 예상을 넘는 효과가 있을 것이다.

중국은 '95년부터 토요일 휴무제(주 40시간 노동제:5일 근무제)를 전격시행 하였고, 정기휴가는 연 20일 정도여서 여가 시간은 더욱 많아졌다. 그러나 여가 시간이 풍부한데 비해

소비수준의 한계로 소득수준별로 여가생활에 많은 차이를 보이는 것은 사실이다.

그러나 중국은 현재 경제성장과 사회발전에 따라 국민생활 수준도 점차 개선되면서 衣食滿足 단계에서 다양한 여가 활동을 통해 국민의 삶의 질도 점차 향상되고 있는 추세에 있는 것은 분명하다.

최근에는 피아노, 비디오, 무비카메라, 사진기, 특히 컴퓨터가 가정집에 보급되면서 더 풍부한 취미 생활과 여가생활을 하게 되었다. 컴퓨터 보급의 확산은 자녀들의 교육에 도움을 줄뿐만 아니라 여러 가지 오락게임으로 어른들도 컴퓨터 게임을 하면서 집에서 많은 여가 시간을 보낸다. 최근 중국의 대학가는 북경을 중심으로 PC방이 급격히 확산되면서 젊은 층은 컴퓨터로 여가를 보내는 시간이 점점 많아지고 있다.

또한 중국은 현재 인구구조의 변화나 산업구조의 변화만큼이나 소비시장도 급변하고 있다. 거대한 인구를 바탕으로 현재와 같은 발전수준이 지속될 경우 21세기에 중국은 세계최대의 단일 소비시장으로 부상할 것이라는 전망에 대해 중국뿐만 아니라 해외의 전문가들 사이에서도 의견이 일치하고 있다. 중국경제의 급격한 성장에 따라 연해도시 지역에서는 이미 외국의 고가품과 중국상품과의 품질 차이를 구별할 수 있게 되었고, 소비의 질을 추구하는 단계에 들어서기 시작하였다. 고가의 모피의류가 불티나게 팔리고 자가용족도 급속히 늘고 있으며, 고가의 별장을 구매하는 사람도 증가하고 있다. 이러한 현상은 단편적이고 예외적인 현상이 아니라 중국의 경제발전과 더불어 더욱 보편화될 전망이다. 또한 중국이 '95년부터 주 5일 근무제를 실시한 이래 외식산업이 크게 번창하고 있다. 이런 중국인의 일상 변화를 면밀히 검토하여 중국인들이 해외여행중에도 자신들의 변화를 추구하고 만끽할 수 있도록 선도해야 한다.

끝으로 지적하고 싶은 것은 중국은 아직도 사회주의 국가다. 때문에 통제상 순수 여행객이 늘어간다 하지만 아직까지도(개인적이라 할지라도) 국가여유국을 산하의 여행사를 통해야 한다. 국가여유국 자체가 바로 국가의 기관이기 때문에, 우리가 좀 더 공익적인 차원에서 동시에 민간교류를 넓혀가야 중국의 해외 여행사업 제주를 향해 청신호를 보내올 것이다.

Ⅲ. 결 론

세계관광기구(WTO)는 2020년 중국의 아웃바운드 인구가 1억명에 달할 것으로 예측하고 있다. 올해 2000년에는 중국 아웃바운드가 750만명에 이를 것으로 기대되고 있으며, 방한 여행객은 40만명에 육박할 것으로 기대되고 있다. 이러한 전망의 근거는 무엇보다도 중국내에서 나타나고 있는 해외여행에 대한 관심고조를 들 수 있다. 출국자의 80% 이상이 동남아 및 극동지역에 집중되고 있다는 것은 인접한 우리나라로서는 매우 고무적인

현상이다. 그러나 중국 아웃바운드의 50% 이상이 자치구인 홍콩과 마카오에 집중되고 있다는 것은 중국을 무한한 성장시장으로 보는 것은 신중할 필요가 있음을 말한다.

싱가포르, 홍콩 등 화교가 많고 중국과 문화적 연고가 깊은 지역으로 많이 가던 중국인들이 현대화된 도시, 오락, 쇼핑을 즐길 수 있는 지역으로 목적지를 바꾸는 것은 바람직한 현상이지만, 호주, 뉴질랜드, 그리고 일본이 중국인 해외여행 자유국에 포함됨으로서 향후 방한 중국인은 이들 지역으로 상당히 분산될 것으로 보인다. 중국인들이 선호하는 테마파크, 카지노의 경우에도 테마파크는 홍콩·일본, 카지노는 마카오·말레이시아·호주 등과 경쟁해야 하므로 신중한 유치 전략수립이 요망된다.

중국의 해외여행시장 개방과 '95년 전격 시행한 주 5일제 근무, 유급휴가제 정비 등 주변여건을 고려하면 가까운 시일내에 「해외여행」 빅뱅이 발생할 가능성이 크다. 지금부터라도 중국인의 변화와 희망을 면밀히 검토하여 여행시장 관리에 반영해야하고, 우리 모두는 중국인들이 마음속으로부터 사랑하는 제주를 만들어가야한다.