

비상경제장관회의  
23-20-2  
(공개)



---

# 중국인 방한 관광 활성화 방안

---

2023. 9. 4.

관계부처합동

## 순 서

I. 중국인 방한관광 현황 및 전망 .....	1
II. 중국인 방한 관광 업그레이드 전략 .....	3
III. 대응 방안 .....	4
1. 중국 현지 K-관광 마케팅 다변화 .....	4
2. 입국부터 출국까지 편의성 제고 .....	5
3. 고부가가치 관광상품 마케팅 .....	7
4. 관광산업 및 연관 서비스 생태계 복원 .....	12

# I. 중국인 방한관광 현황 및 전망

## 1 중국인 방한관광 현황

- (방한 현황) 코로나19 이전 3년 평균('17~'19) 방한 중국인 수는 약 500만 명이며, 평균 1,876달러의 경비를 사용함

	2017년	2018년	2019년	3년 평균
방한 중국인 수 (구성비)	4,169,353명 (31.3%)	4,789,512명 (31.2%)	6,023,021명 (34.4%)	4,993,962명
지출 경비	\$2,108	\$1,887	\$1,632	\$1,876

\* '18년 방한시장의 31.2% 비중, 재방문을 66.6%, 체재기간 8.2일, 남녀비율 37.6%:62.4%

방한 외국인 관광객 1인당 한국 여행 지출경비 (2019 외래관광객조사)				
 중국 215만원	 베트남 168만원	 미국 152만원	 일본 100만원	평균 163만원

- '19년 기준 방한 고려요인 쇼핑 72.5%, 음식 58.1%, 자연풍경 41.1% 순
- '18년 기준 인천공항(62.6%), 제주공항(12.3%), 인천항(7.5%) 순 입국
- '23년 상반기 중국인 방한관광객은 54만 명('19년 대비 19.5% 회복)으로 전체 방한관광객 회복률(52.5%) 대비 낮은 수준이나,
  - 7월부터 월별 방한 외래관광객 수 1위(22만 명)로 증가세 상승 중
  - \* 중국 관광객 '19년 동월 대비 회복률: ('23.1월) 6% 회복 → (3월) 15% → (5월) 26% → (7월) 43%
- (단체 재개) 중국 정부, 사드 배치로 인한 방한 단체관광 중단 조치('17.3.) 이후 6년 반 만에 단체관광 3차 재개국가(78개국)에 한국 포함(8.10 발표)
  - \* 첫 단체관광객 방문(인천공항, 8.24), 한중 국제여객선 여객 운송 재개 이후 첫 입항(인천평택항, 8.12)
- 비자 발급·상품 모객 등 리드타임 고려 시 가을부터 본격화 예상

### ◆ 중국인 방한관광 정책환경 분석 ◆

<b>장점</b> · 제주 무비자, 단체비자 전자신청 등 입출국 편의 지원시스템 기 구축 · 유통업계, 카지노·호텔 등 연관산업 중국 관광객 유치에 적극적	<b>약점</b> · '한한령'과 '코로나19'를 겪으며 개별관광 위주로 이미 방한시장 개편 · 버스, 숙소, 식당, 통역 등 관광기반 확충 필요 · 저가 덤핑관광, 강매 등 출혈경쟁 우려 · 서울·제주 외 지역관광 다변화 필요
<b>기회</b> · 중국 근거리 해외여행 수요 흡수 · MZ세대 한류·한식 높은 인기 * '23년 중국 해외여행객 92.2%가 MZ세대 · 방한심리 개선으로 중국 개별여행 수요 견인	<b>위협</b> · 중국 경기침체, 청년 실업률 급증 · 일본, 태국, 싱가포르 등 인접국 경쟁 격화 · 환율(엔저 등) 및 비자 편의성 주요 변수 · 항공 회복세 지연('23.7월 기준 한국 61.6%)






## 2 중국 방한시장 변화 및 예측

### □ 코로나 이후 중국인 관광 트렌드 변화 분석

○ (중국 해외여행 회복 저조) 중국 경기침체 및 위안화 가치 절하 등

- '23년 2월 중국 단체관광이 재개된 동남아도 중국 관광객 회복 제한적

#### ◆ '23년 상반기 중국인 국가별 방문객 수와 회복률 비교('19년 대비) ◆

순위	1위	2위	3위	4위	5위
국 가	 태국	 일본	 베트남	 한국	 싱가포르
방 문 객	1,443,119	594,585	557,454	546,363	424,191
회 복 률	26.2%	13.1%	22.4%	19.5%	23.4%
단체관광	'23.2월 재개	-	'23.2월 재개	-	'23.2월 재개
항 공 편	45.5%	39.5	53.0%	61.6%	71.5%

\* 로이터, '23년 노동절 연휴기간 중국 자국여행은 전년대비 8배 증가, '19년 수치 회복했으나 해외여행은 회복이 더디고, 관광소비 회복은 더욱 더딜 것(thin wallet)으로 전망 ('23.5월)

○ (해외관광 패턴 변화) 단체여행 퇴조 추세, 쇼핑 목적 여행 감소

- 포스트코로나 시대 중국인들의 여행패턴은 개별여행 선호도가 높고, 단체관광 또한 유형별·목적별 소규모·세분화 되는 추세

- 중국인 조사('23.7, 블룸버그), “더 적은 사람, 더 적은 일정” 선호(76%)

- 중국인 여행 관심테마에서 쇼핑은 하락, 자연풍경(47%), 문화·역사(44%), 해변·리조트(39%), 건강·웰니스(37%), 가족·어린이(37%) 순 ('22년 맥킨지)

\* 홍콩 여행발전국 조사, 쇼핑 목적 중국 관광객 비중: ('17~'19) 27% → ('23.5월) 19%

### ▶▶▶ 방향: 중국인 방한 관광시장의 질적 도약

양적성장과 그늘	위기와 노력	재개 후 질적도약 모색
<ul style="list-style-type: none"> <li>'13년부터 최대 방한시장</li> <li>'16년 8백만명 돌파</li> <li>저가관광, 혼잡 등 문제</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>한한령('17.3)으로 단체관광 중단, 개별관광객 유치 모색</li> <li>'20년부터 코로나로 중단</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>'23년 개별관광객 회복세 증가</li> <li>중상류층 타겟 고부가상품 개발</li> <li>저가관광 재발 방지를 위한 시장질서 확립 노력</li> </ul>
[1.0] 1998~2017	[2.0] 2017~2022	[3.0] 2023~

⇒ '23년 중국 방한객 200만 명 유치, GDP 성장률 0.16%p 기여 목표 ('23.下 150만 명으로 '23.上 대비 3배 성장)

## Ⅱ. 중국인 방한 관광 업그레이드 전략

### 관광 수출 확대 및 다변화로 관광산업 경쟁력 제고

#### ‘중국인 방한 관광 업그레이드’ 전략

##### 1. 중국 현지 K-관광 마케팅 다변화

- ① 국경절 연휴 겨냥 현지 K-관광 로드쇼 (‘23년 2개(베이징·상하이)→‘24년 5개 도시 확대)
- ② 중국 현지여행사 대상 순회 설명회 (8월~, 텐진·시안·우한·칭다오·청두)
- ③ 중국 인플루언서(왕홍) 100인 초청 팸투어 (9월~) 및 중국 SNS 홍보
- ④ 중국 3대 온라인여행플랫폼과 ‘한국여행의 달’ (9.15~10.14), 라이브커머스 추진

##### 2. 입국부터 출국까지 편의성 제고

###### ① 쉽고 빠른 입국

- ①단체비자 발급수수료 한시 면제
- ②항공 노선 증편 및 취항지 확대
- ③지방공항 입출국 편의 지원
- ④크루즈 등 신속 선석 배정

###### ② 편리한 쇼핑

- ①중국 모바일페이 국내결제 지원
- ②모바일페이 부가세 자동 즉시환급
- ③외국인 부가세 환급절차 간소화
- ④공항면세품 인도장 혼잡 방지

##### 3. 달라진 수요에 맞춘 고부가가치 관광상품 마케팅

MICE	① 기업 포상관광시장 타겟 현지 로드쇼 개최 (9월, 칭다오) ② 규모별 인센티브 추가 운영 (공항환대행사, 출입국편의, 문화체험 등)
카지노·크루즈	① 영종도 복합리조트 ‘인스파이어’ 연내 조기 개장 ② 외국인 카지노 옥외광고 허용, 중국어 프로모션
K-컬처	①중국 전담여행사 우수관광상품 선정, 로고사용 및 팸투어 등 홍보 지원 ② 한국 방문의 해 계기 ‘K-컬처 버킷리스트 1만명 체험행사’
의료·뷰티	① 의료관광객 동반자 비자발급 범위 확대 등 출입국 개선(8월) ② 미용건강검진 등 맞춤형 상품기획(~12월), 인플루언서 초청 K-뷰티 홍보행사(9월 서울)

##### 4. 관광산업 및 연관 서비스 생태계 복원

###### ① 재개 초기 시장질서 확립

- ①무자격 관광통역안내사, 불법 숙박 등 집중단속
- ②여행업계 저가관광 방지 자정노력 지원
- ③중국인 전담여행사 ‘상시퇴출제’ 가동
- ④송객수수료 세관보고 의무화 및 모니터링

###### ② 안전·위생 등 불편사항 방지



- ①관광인프라 안전 및 숙박 위생 점검
- ②주요방문지 관광안내소 및 관광안내표지판 점검
- ③외국인 관광불편 신고 센터(☎1330) 운영 강화

### Ⅲ. 대응 방안

#### 1 중국 현지 K-관광 마케팅 다변화

- ▶ 국경절 연휴는 중국인의 여행 성수기로, '14~'18 국경절 연휴기간 평시 대비 39% 증가
- ▶ 중국 온라인여행사(OTA) 위주 여행업계 개편으로 소비자 직접 채널(D2C) 중요
  - 씨트립(예약), 도우인(동영상), 위챗(SNS), 샤오홍슈(리뷰)의 영향력 급증

- (B2B) K-관광 로드쇼 9월 베이징·상하이\* 개최, '24년 5개 도시로 확대
  - 트래블마트(1:1 상담회) 개최로 양국간 관광교류 네트워크 복원

	13개 지자체(서울·경기·대구·부산 등), 27개 중국 전담여행사, 호텔(6)·면세점(4), 에버랜드·롯데월드, 빙그레·아모레·풀무원·정관장 등 61개 기관 참가
	베이징 여행업계 및 문화스포츠 협회 등 130여명, 상하이·화둥지역 여행업계 100여명, 중국 온라인여행플랫폼(씨트립·취날·통청), 중국 SNS(도우인·샤오홍슈 등)

\* 중국 내 GDP 1위로 해외관광 경험과 수요가 높고 특화상품 관심

- 현지 여행사 대상 한국관광 순회설명회(8월~, 텐진·시안·우한·칭다오·청두)
- (B2C) 2023 한국 방문의 해 계기, 상하이 K-관광 로드쇼 개최(9.16~17)
  - 상하이 대형쇼핑몰(환치우장), 총 5만 명 방문 예상

메인 무대 (태양정)	방문의해, 부산엑스포 홍보 안내데스크(경품 수령) 항공권 할인 현장 프로모션 (온라인여행사 라이브방송 등) 메인무대 공연, 방한여행 토크쇼, 지자체 기업 등 설명회(각30분)	
K-컬처관 (중앙광장)	K-Trend관	패션·미용 K-뷰티 체험, 퍼스널컬러 진단, 패션기업 팝업스토어
	K-Town관	지자체 관광콘텐츠 홍보, 전국 일주 도장깨기 이벤트
	K-Food관	인스타 전통찻집, 골목 먹거리, 한국 식품전(aT 협업)
	K-Sports관	K-클라이밍, 스키, 서핑 등 방한시기 다변화를 위한 계절스포츠 항저우 아시안게임 성공기원 스포츠 체험(양궁, 탁구 등)
한강 바이브 (공중정원)	무대	드로잉쇼, 태권도, K-POP 릴레이 댄스, 지역별 관광설명회
	K-컬처관 '전국 일주 도장깨기 이벤트'를 완료해야 입장 가능 한강 휴식문화 재현 (잔디밭 에어쿠션, 캠핑, 한강라면, 편의점, 치맥체험 등) (주간) K-POP 커버댄스, 한국영화 OST 공연 (야간) K-POP 디제잉, 한국영화 상영	

- 중국 여행 인플루언서(왕홍) 100인 초청 팸투어, 중국 SNS 홍보 (9월~)
- (D2C) 중국 온라인 여행플랫폼과 '한국여행의 달' 프로모션 추진(9.15~10.14)
  - \* 상하이 로드쇼 라이브 판매(씨트립, 9.16), 한국여행의 달 프로모션(취날·통청, 9.15~10.14)
- (G2G) 한·중·일 관광장관회의 개최(11월), 지자체-중국 자매·우호도시 간 교류를 통한 지역 관광상품 홍보 등 정부 차원의 협력 확대
- 현지 공관, 문화원, 관광공사 등을 통해 한중 교류 행사(한국의 날, 한-중 문화교류 행사 등)를 집중 개최하여 양국 간 관광 재개 분위기 불입

- ▶ '22년 12월 코로나 이후 중국 일반소비자 해외여행 행태 조사(wjx.cn)
  - 여행지 선택 시 고려사항: **방역 및 안전(88.84%), 비자(78.59%), 여행경비(70.45%) 순**
- ▶ '23.상반기 중국 관광객의 한국관광 항목별 만족도(2023외래관광객 조사, 5점 만점)
  - 스포츠·레포츠 참가(4.89점), K-POP/한류스타 공연·촬영지 방문(4.82점), 치안(4.72), 치료·검진(4.65), 쇼핑(4.64), 출입국(4.56), 식도락(4.55), 교통(4.50), 숙박(4.50), 여행경비(4.37), 길찾기(4.34), 언어소통(4.16) 順

## ① 쉽고 빠른 입국

- **(비자 편의)** 중국 단체관광 재개 계기 중국인 단체관광객의 전자 비자 발급수수료 한시 면제(1인당 18,000원 상당, ~'23.12월)
  - \* 6년 반만의 재개 기념 환대 분위기 조성을 위해 여행업계 적극 요청
  - 기존 5개 비자신청센터 운영 외 추가로 베이징(8.24), 선양(9.4) 개소로 신청 편의성 제고 및 대기기간 축소
    - \* 5개소(광저우, 칭다오('15~), 상하이, 청두, 우한('19~)) → 7개소(베이징·선양 추가)
- **(입국편 확대)** 한-중 간 정기편 수시 증편 및 부정기편 적극 허가, 한-중 항공당국 간 협의채널을 가동하여 노선증편 애로사항 점검
  - \* '19년 평균주 1,100회 → '23.7월주 677회('19년比 61.6%) → '23.8월주 697회('19년比 63.4%)
  - \*\* (항공편 회복률 비교, '23.7월 기준) 싱가포르(71.5%), **한국(61.6%)**, 태국(45.5%), 일본(39.5%) 등
  - (인천공항) 슬롯 확대(04~23시, 시간당 70→최대 75대)를 통해 한-중 노선 증편(9월末~), 지상조업 외국인 고용 허용(9월)
  - (지방공항) 대구·김해 등 노선 증편(슬롯 확대), 외국인 유치 항공사·여행사 인센티브 제공\* 및 지방공항 항공편 할인 프로모션(9월~)
    - \* 외래객 유치 부정기편 착륙료 면제, 여행사 인센티브, 온라인 홍보 지원 등
  - (항만) 크루즈\* 선석 신속 배정, 카페리\*\* 여객 운송 순차 재개, 부두·터미널 인프라 점검
    - \* 단체관광 재개 발표(8.10) 이후 343항차('23년 47항차, '24년 296항차) 입항 신청(~8.24)
    - \*\* 총 15개 항로 중 현재 6개 항로의 여객 운송 재개 중
  - 페리 활용 가족 단체 유치(1천명, ~11월), 페리 얼리버드 할인(~10월)
  - 관광객 수요를 고려하여 주요 입국항(인천, 부산 등) 여객터미널과 인근 도심간 셔틀버스 운행 확충

## ② 편리한 쇼핑

- **(이벤트 홍보)** 면세점에 집중된 중국 관광객 쇼핑 다변화를 위하여  
‘전통시장·상점가, 로컬크리에이터, 백년가게’ 등 홍보로 지역 관광 유도
  - ‘코리아세일페스타’(11.11~30)와 연계한 중국 단체관광상품 개발 지원
  - 코리아세일페스타 기간에 면세점 할인 축제(Korea Duty Free Festa<sup>2nd</sup>) 병행 추진
  - 중국 유통플랫폼 ‘타오바오, 티몰’ 등 ‘동행축제’(8.30~9.27) 홍보 및 판촉
- **(결제 편의)** 월평균 소비액의 80% 이상을 모바일페이로 사용하는 중국인 타겟 모바일페이 결제 지원으로 방한 중국인 소비 촉진
  - 중국관광객 인기지역(명동, 제주 등) 중심 가맹점 추가(25만개)\* 및 해외결제사 제휴 지속 확대, 결제 시 쿠폰·할인 이벤트 등 진행
    - \* 제로페이와 연계된 중국 모바일페이 가맹점: 위챗(가맹점 172만개), 유니온(118만개), 알리페이(172만개) / 9.1 기준
  - ※ (예) 알리페이, 노량진수산물시장 등에서 중국인 대상 5~10% 할인 프로모션 추진
- **(면세 절차 간소화)** 외국인 관광객이 모바일페이 결제시, 자동으로 부가세 즉시환급 서비스 제공(위챗페이(10월~), 유니온·알리페이(12월~))
  - \* 모바일페이 결제 시, 여권 스캔 절차 없이 앱 내 여권정보 데이터 전송을 통한 부가세 환급
  - 시내 면세점에서만 시행 중인 스마트폰 신원인증\* 제도를 출국장 면세점까지 확대(‘23.下)하여 실물여권 제시 없이도 면세품 구매 허용
    - \* 위변조가 불가능한 분산신원확인(DID) 기술 활용, 외교부·법무부를 통해 전송받은 여권 정보로 실물 여권없이 면세품 구매 가능
  - 외국인의 관광호텔 비용 부가세 환급을 위한 출국 확인 절차 자동화, 환급금 수령 시간 단축(1개월 이상→2주 내외, 8월)
- **(면세 확대)** 사후면세점 환급 최소 기준금액을 인하(건당 3→1.5만원)하고, 즉시환급(1회 50→70만원) 및 도심환급(500→600만원) 한도 상향(‘24~)
- **(인프라 확충)** 국제공항 면세점 정비, 인천항 면세점 운영 재개
  - 주요 관광 지역 K-뷰티 업종, 약국 등 대상 즉시환급 사후면세점 확대 지원(200개소) 및 로고 배포(약 7,700개소)
  - 면세품 인도장 혼잡 개선을 위한 출입구 추가 설치(9월, 인천 T1)



### 3

## 달라진 수요에 맞춘 고부가가치 관광상품 마케팅

- ▶ 최근 중국인 해외여행 선호 테마로 **건강웰니스, 겨울스포츠, 문화역사** 등 강세('23년 맥킨지)
- '17년 사드로 인한 방한단체관광 금지로 6년여 만에 한국단체상품 판매 개시.  
일본·태국 등 대비 온라인플랫폼 내 상품 건수 부족, **상품개발 및 판촉에 시일 소요 전망**

### ① 회의 · 인센티브 · 전시 · 박람회 등 고부가 비즈니스 관광 유치

- ※ **MICE 산업은 경제적 파급효과가 큰 고부가 가치 산업**으로 '19년 기준 일반 관광객 (1,239US\$) 대비 약 **1.2배**(포상관광 1,536US\$)~**2배**(국제회의 2,399US\$)의 소비 지출 효과
- (MICE 관광객 수) '19년 103,796명→ '20년 7,195명→ '25년까지 100% 수요 회복 목표

'23년 (목표:17,000명)		'24년 (목표:73,000명)		'25년 (목표:104,000명)
·한시적 특별지원제도 마련 및 운영으로 경쟁국 대비 유치 선점	→	· 기 방한 이력 기업 대상 마케팅 활동 집중 전개 · 대형단체 1:1 유치 마케팅	→	·고부가 MICE 단체 유치 강화로 포상관광 수요 100% 회복

#### ○ (칭다오 MICE 로드쇼) 비즈니스 상담회, 한국관광 홍보존 운영(9.5)

- \* 국내 20개 기관(지자체·MICE 전담조직 등) 및 포상관광 계획이 있는 현지 기업·여행사 관계자 170여명 참석

- (국내외 마케팅) △중국 전담 여행사 대상 지원제도 안내·홍보(8.29, 서울), △신규 단체 유치 특별 세일즈콜(기 실적 우수 31개사 대상, 베이징·상하이·광저우), △방한 초청 팸투어(11월, '24.6월 이내 포상관광 수요 있는 여행사·기업체 20명)

#### ○ (중국 MICE 특별지원) K-컬처 체험료, 만찬 등 지원금 규모 확대\*

- \* 방한단체 1인당 지원금(2~5만원)을 승급(1만원) 적용(200명 이상 단체)

- 공항 환영행사 특별 지원(500명 이상 단체), 디지털 환영 메시지(체크인 컨베이어 벨트 옆 대형 전광판) 송출 기준 완화(100명 이상→ 50명 이상)

- \* ▲베이징 보험회사 임직원 1,500명(10~11월) ▲칭다오 소재 4~5개 업체 4,000여명(~12월) 방한 유치

#### ○ (단체 포상관광 신속 출입국 지원) 100인 이상의 대규모 인센티브 관광 및 수학여행 국내 유치를 위해 비자 및 국내 관광 담당자\*를 전담 매칭하여 애로사항 밀착 지원

- \* (비자) 해당국 주재 공관 담당자, (국내 관광) 한국관광공사 담당자

## ② 카지노 · 크루즈 등 고소득 관광객 유치

- ▶ 코로나 19 이전('19) 기준 외국인 카지노 중국 입장객 비중은 약 49%(169만명/323만명)  
 - 중국인 입장객 수 회복은 카지노업계 매출 회복에 중요한 요소로 작용하나, '22년 중국인 입장객 수는 약 65만 명으로 '19년 대비 38% 회복 중

### ○ (복합리조트 조성 지원) 다양한 문화관광 시설(호텔, 공연장, 카지노 등)을 갖춘 영종도 인스파이어 복합리조트\* 연내 조기 개장 지원

\* 1,275개 객실 규모 5성급 호텔 1만 5천석 규모 전문공연장, 외국인 카지노, 실내수영장 등

- 방한 중국인 체류·환승 관광 확대(쇼핑·대기 → 문화체험·관광활동) 및 대규모 공연장 연계 K-pop 공연 등 숙박·항공 패키지 상품 개발\* 지원('24.상~)

\* (예시) ▲ K-pop, e-Sports 등 세계적 공연 및 이벤트 개최 지원, ▲ 중국인 관광객 선호 K-브랜드 멀티숍, 국내 미술관 레스토랑 등 연계 관광상품 개발 지원 등

### ○ (민간 마케팅 촉진) 국제공항, 중국인 주요방문 관광지(이태원, 명동, 코엑스 등) 등 옥외광고 허용\* 및 호텔·쇼핑 등 연계 마케팅

\* 외국인 카지노 옥외광고 허용을 위한 옥외광고물법 연내 개정 완료 추진

#### ◆ 민간 자체 홍보·마케팅 추진사례 ◆

파라다이스	마케팅	■ 중국 온라인여행플랫폼 라이브 방송 예정(9.8, 파라다이스시티호텔)
	패키지 상품	■ 중국인 관광객 타겟 객실 패키지 구성 · 유니온페이(글로벌 모바일 결제 플랫폼) 연계 객실 패키지 · 중국남방항공(중국 항공사) 연계 객실 패키지
그랜드 코리아 레저	마케팅	■ 호텔, 면세점, 관광안내소 등과 프로모션 제공 제휴
		· (호텔) 코엑스·그랜드 인터컨티넨탈, 오크우드, 서울드래곤시티 등 · (쇼핑) 롯데·신라·현대백화점면세점, 갤러리아 백화점 등 · (기타) 서울관광안내소(14개소), 서울 시내 환전소, 온라인 채널

### ○ (크루즈-지역관광 연계) 중국 크루즈 기항(제주·부산·인천·여수 등) 지자체 협력, 지역특화 관광 프로그램 개발·지원

- 크루즈 기항 확대를 위한 현지 포트세일즈\*, 선사 미팅 등 추진

\* Seatrade Cruise Asia('23.10, 홍콩), 상해·심천 크루즈 비즈니스 미팅('23.11) 등 추진

인천	웰니스, 역사, 공연	여수	여수엑스포, 순천만정원, 야경
제주	자연경관, 쇼핑, 유네스코	부산	국악(부산국악원), 의료, 해양 레저

※ 크루즈선 입항 시 터미널 주변 상권 하루 매출 최대 30% 증가(부산, '23.3~7월 BC카드)

### ③ K-컬처, K-스포츠 테마상품으로 방한 동선 · 시기 다변화

- ▶ (중국인 관심 여행토픽) 1위 풍경(47%), **2위(문화역사)**, 3위(리조트), 4위(웰니스), 5위(가족)(‘22 맥킨지)
- (K-스포츠) **베이징 동계올림픽 이후** 중국인 해외여행 시 **스카스노우보드** 등 선호도 강세(‘23, 맥킨지)
- ▶ 중국, **드라마·예능·게임·패션·뷰티·음식** 분야 인기 국가 **1위로 한국**을 꼽음(2023 한류실태조사)
- (한국 문화콘텐츠 경험률) 드라마(85.8%), 영화(82.3), 음식(81), 예능(74.5), 음악(74.3) 順
- (한국 문화콘텐츠 호감도) 패션(81.7%), 예능(81.3), 게임(80.9), 드라마(80.0), 영화(79.8) 順

- 국내 중국전담여행사의 **우수관광상품 선정, 품질인증마크 로고사용, 중국 현지 여행사 팸투어 및 상품홍보 지원, 갱신 평가 시 우대**



- (상품예시) 케이팝 댄스 클래스&하이라이프 방문 포함 3박4일, 프리즈 아트페어 연계 4박 5일, 단체 템플스테이, 남도 미식여행 등
- (지원내용) 우수상품 로고 사용, 기념품 제공, 관광지 입장료 제공
- 연간 우수상품 모객 1위 전담여행사 선정, 추가 인센티브 제공

- (K-컬처) K-팝, K-드라마 등 ‘K-컬처 테마 여행코스 51선’ 및 ‘2023 웰컴대학로 페스티벌(10월)’ 집중 홍보

- 방한항공권 구매 외국 관광객 대상 추천 등을 통해 K-컬처를 체험하는 “K-컬처 버킷리스트\* 1만명 체험 행사” 추진(총 1만명, 9~10월)

\* 한국 헤어·메이크업 체험(200명), 치맥 이벤트 체험(25명), 한강공원에서 즐기는 감성 피크닉(200명), 한국 유명가수와 노래방에서 K-POP 열창하기(5명), 댄스 배우기(5명) 등

- 촬영지, 스튜디오 등 K-드라마 제작 현장과 연계한 지역 관광상품 개발
- 창덕궁 달빛기행, 경복궁 별빛야행 등 고급 고궁 관광상품의 중국어 해설 확대

\* 달빛기행: (‘23) 6회(총 150명) → (‘24) 8회(200명) / 별빛야행: (‘23) 0회 → (‘24) 2회(64명)

- (K-푸드) 중국 음식 플랫폼(따종디엔핑 등) 활용 K-FOOD(맛집·카페) 안내 페이지 구축, 중국 맞춤형 ‘2023 꼭 가야할 식당 in Korea’ 선정 및 홍보

\* 따종디엔핑 : 6억 9천만 명의 사용자를 보유한 중국 최대 생활서비스 플랫폼(중국판 미쉐린)

- 음식명 외국어 번역 데이터베이스(2만 9천건)를 포털서비스(네이버 파파고 등)에 제공, 음식명 번역 지원

- 중국인 관광객 대상 **한식 메뉴\*** 조리·시식 체험행사 개최(서울, 6회/총120명)

\* 비빔밥, 치킨, 김치, 떡볶이 등(‘22 해외한식소비자조사 결과 중국인 선호 메뉴)

- **(K-축제) 'K-컬처 이벤트 100선' 활용 중국 관광객 유치, 중국어 해설 등 편의 제공 및 주변 지역 관광 프로그램 운영**

서울	프리즈.키아프 서울, 미술주간(9월)	강원	2023 강원세계산림엑스포(9~10월)
	서울세계불꽃축제(10월)		순천만국제정원박람회(~10월)
	웰컴 대학로(10월)		강원 스노우페스타('23.12~'24.4월)
	리그 오브 레전드 월드 챔피언십 월드컵 10월	전남	2024 강원 동계청소년 올림픽('24.1~2월)
부산	부산원아시아 페스티벌(10월)	인천	드래곤보트대회(10월)
	국제게임전시회 지스타(11월)	대구	2023 판타시아대구페스티벌(10월)
	부산불꽃축제(11월)	제주	제주탐라문화제(10월)

- **(K-스포츠) 스키·골프·자전거 등 동호회, 스포츠 관광 업계 연계상품 개발**
  - 강원동계청소년올림픽 연계 동계 관광객 유치행사(선양, 9월/현지소비자 10,000명 참가), 리조트·여행사·지자체 협력 스키상품 개발(10회, 1,000명)
  - 자전거 제주 일주 테마상품(500명), 골프대회 참가 및 관광 연계(1,000명) 등
  - 2023 월드컵(10월)·부산지스타(11월) 관람 e-스포츠 관광상품 개발

#### ◆ 지방자치단체 K-컬처 등 활용 관광 상품개발·마케팅 추진사례 ◆

서울	· 서울숲 BTS 투어, 하이커그라운드, OTT 인기 K-드라마 촬영지 방문, 연예기획사 연계 K-POP 댄스교실 및 K-POP 방송과 연계 대중문화 체험 · 은평 힐링(템플스테이, 싱잉볼 등), 동대문 한방(보제원, 약초 족욕) 체험
인천	· 지역 내 자원(파라다이스시티·인스파이어리조트 등) 활용 상품 개발, 실버·예술교류·청소년·스포츠 단체 유치 상품 개발
부산	· 지역특화 자원(부산불꽃축제) 연계 패키지상품 개발·모객, 중화권 국제교류사업(부산국제록페스티벌) 연계 팬덤 교류상품 개발
제주	· 트래킹·해양스포츠 단체 유치 상품 개발, 골프투어단 유치·대회개최 지원
광주	· 축제이벤트 연계 상품 개발(광주비엔날레·7080충장축제 등), 태권도·한복·한식 등 K-컬처 연계 체험상품 개발
경북	· 경북형 한류 콘텐츠(드라마촬영지·한옥·한복) 상품 판촉, 한식테마(전통주·종가음식) 연계 상품 홍보, 수학여행·유소년 축구 상품 개발
경남	· 역사·문화·한류 융합 관광코스 개발, 테마(력서리·지리산·치유힐링·익스트림·해양레저) 관광상품 개발, 축제(진주유등·산청의약) 연계 관광상품 개발·홍보
울산	· 웰니스·반려동물특화도시 연계 상품개발

#### 4 중국인 맞춤형 K-뷰티 · 의료서비스

※ '22년 방한 외국인환자 24.8만명 중 중국은 4.4만명 17.7% 차지

- 여성(63.3%), 20·30대(55.5%), 피부과(17.4%), 성형외과(13.4%), 외래(94.3%), 수도권(75.6%) 방문 비율이 상대적으로 높음
- '19년 16.3만명 → '22년 4.4만명 → '25년까지 코로나 이전 수요 회복 목표

※ 방한 중국 환자는 연평균 소득 \$10만 이상(44.1%) 비율이 상대적으로 높으며, 한국 문화 경험이 한국의료 선택에 영향을 줌 ('22년, 보건산업진흥원)

○ **(의료관광객 입국 개선)** 의료관광객 동반자 비자 발급범위\* 확대  
(직계가족 외 형제·자매 포함, 8월)

\* 배우자·직계가족이 없거나 간병을 위해 교대가 필요한 경우 형제·자매까지 동반가족 허용

- 전자비자 신청권이 있는 우수 유치기관 지정 확대\*(27→50개 이상, 8월)

\* 복지부 인증기관(7개소) 및 상급종합병원(45개소)이 우수유치기관 신청 시 당연 지정

○ **(K-뷰티 마케팅)** 뷰티 관련 영향력 및 신뢰도가 높은 왕홍(50명) 초청, 홍보 부스(박람회)\* 운영으로 중국 SNS 내 K-뷰티 콘텐츠 마케팅(9월)

\* 치과, 성형·피부·안과 관련 진료 등 상담, 홍보

- 중국 주요 국제관광박람회\* 및 K-관광 로드쇼 행사 시 민간 협업 (아모레 등)을 통한 K-뷰티 체험행사 추진

\* 중국국제서비스무역교역회(베이징, 9월), 중국국제여유박람회(쿤밍, 11월) 등

○ **(상품개발)** 중국인에게 수요 높은 뷰티·건강검진 특화상품 개발·판매(~12월)

\* 의료관광 업계 팸투어 실시(9.12~9.16, 11월)

뷰 티	■ MZ 여성 대상 성형미용 + K-컬처 연계 주요 랜드마크 방문체험(1인 1천만원 내외)
건강검진	■ 프리미엄 건강검진(의료진 또는 MZ 여성층) + 서울충주 등 웰니스관광(1인 5백만원 내외)

- 중국 미용업계 대상 “프리미엄 K-뷰티 연수\*” 방한상품 개발(1,500명)

\* 메이크업·헤어 등 체험·교육 프로그램을 관광상품에 포함

※ '23년 4월 중국 문화여유부, <관광시장 질서 규범화에 관한 통지>를 발표하며 과도한 저가여행, 쇼핑 강요 등 시장 질서를 훼손하는 행위에 대하여 중점 단속할 방침을 강조

### ① 재개 초기 시장 질서 확립

- **(재개 초기 질서 확립)** 관광객이 본격 증가할 9월부터 국경절 연휴(~10.6)까지 무자격 관광통역안내사 및 불법 숙박업 등 집중 점검
  - \* 관광경찰(서울인천부산, 99명) 및 지자체, 관광 불법행위 및 관광지 범죄예방 순찰 등 단속
  - 지자체·민간을 중심으로 외국인 관광객 대상 식당·택시 등 바가지요금 방지 자정 노력 추진
    - \* 가격표시제 의무지역을 관광특구 전체 지역으로 확대 및 외국인 대상 택시 부당요금 수시 단속(서울), 바가지요금 논란 축제는 문화관광축제 인증 및 지원 대상에서 제외(문체부) 등
- **(저가관광 재발 방지)**
  - **(여행업계)** 양질의 방한관광상품 운영 및 무자격 관광통역안내사 근절을 위한 여행업계 자정 노력 지원과 우수상품 지원 병행
    - \* 한국여행업협회, "방한 중국여행시장 내실화를 위한 결의대회" 개최(9.7 예정)
      - 중국전담여행사 업무실태 모니터링 및 상시퇴출제 운영
    - \* '16년 문체부, 가격합리성 미달, 무자격 가이드 활용 등 68개 업체 퇴출
  - **(연관업계)** 관광객 유치경쟁에 따른 면세점의 과도한 송객수수료 증가, 변칙영업 등 관리를 위해 송객수수료·판매정보의 세관 보고 의무화를 통한 모니터링 및 점검('23.下)

\* 면세점의 과도한 송객수수료 지급으로 가격, 서비스 등 공정한 경쟁 대신 순수은 부당한 수단에 치중하여 고객을 유인하여 출혈경쟁 및 쇼핑 강매 논란

- 코로나 이전 중국 현지여행사에 1인당 약 200~900위안 지급, 제주 단체 관광객 일정 중 쇼핑 4회 이상 포함(18.0%), 5회 이상(34.6%) ('21. 관광공사)

## ② 안전·위생 등 불편사항 방지

- **(안전·위생 점검)** 관광인프라\*의 안전 점검을 실시(~11월)하고, 외래객이 자주 찾는 인기 지역 숙박시설에 대한 위생 수준 집중 관리

\* 유원시설, 관광지 궤도시설(케이블카, 스키장 리프트 등) 등

- **(관광안내체계)** 서울(명동), 부산 등 중국 관광객 주요 방문지 및 인천공항 등 관광안내소, 관광안내표지 점검 (9월, 지자체 협조)

- 중국 관광객 주요 방문지(서울 70%, 부산 14%) 중심 관광안내소 점검(9월)
- 외국인 관광불편신고센터(☎1330) 홍보 및 중국어 서비스 확대
- 다국어 통역, 관광안내 등을 위한 외국인 환영 부스 운영(9.26~10.5)

\* 인천국제공항(T1, T2), 김해국제공항, 명동, 동대문

- **(호텔 분야 이슈관리)** 협회·연구기관 협업을 통한 호텔 이용현황 모니터링, 수시점검 등 상시 대응체계 구축

- (협업체계) 문체부, 한국호텔업협회, 한국문화관광연구원
- (모니터링) 중국인 관광객 숙박시설별 이용자수, 숙박시설 유형, 객실점유율 및 숙박 가격 추이, 주요 이슈 파악 등
- (활용자료) 외국인 관광객실태조사, 호텔업 월/주간동향, 숙박여행 기초통계 등

- **(관광통역안내사)** 관통사 자격 소지자 대상 직무교육 강화 및 수요 급증 대비 중국어 관통사 구직 지원 체계 마련

- 중국어 관통사 대상 단기 집중 실무 교육(9월, 2회(100명) 실시 및 확대
- 신규 관광지 중국어 해설서 관통사 배포 및 활용(9월)
- 원활한 자격자 수급을 위한 여행사-관통사 맞춤형 취업 지원



## 참고1

## (지자체) 중국 관광객 유치 활성화 계획

구분	주요 내용	세부계획
서울	<ul style="list-style-type: none"> <li>○(수용태세) 모바일 간편결제 활용 결제편의 제고, 중국어 가이드 보수교육·신규인력 양성</li> <li>○(홍보·마케팅) MZ 타겟 온라인 마케팅 강화(중화권 특화 SNS 활용), 중국 <b>OTA 협력 라이브 커머스</b> 추진, 서울 혼자 여행하기 꿀팁 영상 제작·확산</li> <li>○(고부가가치) 서울 프리미엄 상품 개발, 대형 인센티브 단체 특별지원 프로그램 제공</li> <li>○(리스크관리) 고품격 우수관광상품 인증제 운영, <b>무자격가이드 고용 위법행위 특별 점검</b>, 관광상품 불공정거래 단속, <b>오버투어리즘 예방(특정지역 관광객 집중현상 완화 추진)</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○중추·국경절 연휴 특별 확대주간 운영</li> <li>○중국 100대 여행사 초청 팸투어 추진(9월)</li> </ul>
부산	<ul style="list-style-type: none"> <li>○(수용태세) 크루즈 관광객 유치 준비(크루즈선사 네트워킹 구축, 포트세일즈 실시)</li> <li>○(홍보·마케팅) OTA 연계 할인 프로모션, 모객인센티브 제공(총 1만5천명 대상 7억원), 중국 현지 여행사 대상 팸투어·교류회 개최</li> <li>○(고부가가치) <b>지역특화 자원(부산불꽃축제) 연계 패키지상품 개발·모객, 중화권 국제교류사업(부산국제록페스티벌) 연계 팬덤 교류상품 개발</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○씨트립 연계 비짓 부산패스 카드 20% 할인 프로모션(8~9월)</li> <li>○부산 트래블마트 개최 여행사 초청팸투어(10월)</li> </ul>
대구	<ul style="list-style-type: none"> <li>○(수용태세) 관광시설· 시내버스 중국어 안내지원, 중국인관광객 환영 웰컴버스 운영(10월)</li> <li>○(홍보·마케팅) 중화권 SNS 채널 활용 홍보, 중국 홍보사무소 활용 현지 세일즈콜, 수도권 소재 주요 여행사 초청 대구관광 설명회 개최</li> <li>○(고부가가치) 지역 스타여행사('23년 5개사) 활용 대구관광상품 개발</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○대구관광 중화권 SNS 이벤트 전개(10월)</li> <li>○가을시즌 타겟 대구 군위군 팸투어</li> </ul>
인천	<ul style="list-style-type: none"> <li>○(수용태세) 인천 시티투어버스 연계 교통편의 제공, <b>인천항만 내 편의시설 등 조속 재개</b></li> <li>○(홍보·마케팅) 인천 단독 중국 현지 로드쇼 개최(10월), 인플루언서·미디어·OTA 초청 팸투어, <b>여행사 단체관광객 유치 인센티브 규모 확대(10억)</b></li> <li>○(고부가가치) SIT(실버·예술교류·청소년·스포츠) 단체 유치 상품 개발, <b>지역 내 자원(파라다이스시티·인스파이어리조트 등) 활용 상품 개발</b>, 뷰티·의료 기업 협력 상품 개발</li> <li>○(리스크관리) 공항공사·항만공사·관광협회 등 지역 내 유관기관 수시 협력체계 구축 및 <b>공동 시장점검(안내서비스, 가이드, 관광안내사 보수교육 등)</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○인센티브 지원(5만명)</li> <li>○중국인 방문 캠페인 (차이나타운, 10월)</li> <li>○지역행사 연계유치 - 송도맥주축제(8월), K-POP INK 콘서트(9월), 문화재 야행(8·10월)</li> </ul>
광주	<ul style="list-style-type: none"> <li>○(수용태세) 무안국제공항 환대서비스 제공, <b>광주 숙박 얼라이언스 운영</b></li> <li>○(홍보·마케팅) 여행사 단체관광객 유치 인센티브 지원(숙박비 2만원/차량비 20만원), 한류 팬덤 타겟 홍보물 제작(K-pop 스타의 거리·드라마 촬영지 등 콘텐츠 활용)</li> <li>○(고부가가치) <b>K-컬처(태권도·한복·한식) 연계 체험상품 개발</b>, 공무원여행객 상품 유치, 축제이벤트 연계 상품 개발(광주비엔날레·7080충장축제 등)</li> <li>○(리스크관리) 숙박·식품 업소 안전관리 점검(숙박요금 과다청구, 식품위생관리 등)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○상하이 K-관광 로드쇼 참가(9월)</li> <li>○BTS 벽화거리 활용 홍보물 제작</li> </ul>



구분	주요 내용	세부계획
울산	<ul style="list-style-type: none"> <li>○(수용태세) 울산 전담여행사 추가 지정(현재 10개사 운영 중), <b>울산전문가이드 양성·보수교육 실시(하반기 20여명 추가 실시)</b></li> <li>○(홍보·마케팅) 단체객 유치 인센티브 지원(5인 이상 숙박·버스·체험·렌트비 지원), 울산 관광안내 e-book 최신정보 제공, 광역권 합동 중국 현지 설명회 및 박람회 참여</li> <li>○(고부가가치) 웰니스·반려동물특화도시 연계 <b>상품개발</b>, 기업인센티브 포상관광 유치(코리아유니크베뉴·울산전시컨벤션센터 활용)</li> <li>○(리스크관리) <b>중국단체객 무단이탈 발생 최소화 관리(고품격 여행상품 위주 판매 유도)</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○SIT단체객 대상 오만찬 관광프로그램 공연비, 대관료 지원 (100인 이상)</li> <li>○중국 현지 박람회 홍보관 운영(11월)</li> </ul>
세종	<ul style="list-style-type: none"> <li>○(수용태세) 중국어 가능 신규 문화관광해설사 양성('24년 10명 이내)</li> <li>○(홍보·마케팅) 중국 맞춤형 관광코스 개발·홍보, 중국 박람회 참가 세일즈콜 실시, 여행사 초청 팸투어, 대표 축제(세종빛축제·낙화축제) 홍보, 유치 인센티브 확대 지원</li> <li>○(고부가가치) 중국인 맞춤형 관광코스 개발</li> <li>○(리스크관리) 숙박시설 요금 안정화 추진(숙박시설 정보 제공, 숙박요금 안정화 안내, 숙박시설 부족 대비 지구단위계획 변경 및 중 소형 숙박시설 확충)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○세종시 숙박시설 정보 여행사 대상 제공</li> <li>○체류관광 유도('23년 하반기)</li> </ul>
경기	<ul style="list-style-type: none"> <li>○(수용태세) 한대캠페인 추진(공항·항만·관광지 입구/웰컴키트·미니공연 등), <b>경기투어 라인 버스 운영</b>, 경기 관광가이드북·안내지도(중국어) 제작·배포</li> <li>○(홍보·마케팅) <b>경기관광상품(도내 1박+유료관광지 3개소) 개발</b> 지원, 베이징·화둥 지역 여행사 초청 팸투어, 중국 현지 경기관광 세일즈 전개</li> <li>○(고부가가치) 메가이벤트(DMZ페스티벌)·축제·산업관광지 연계 맞춤형 상품개발, SIT(학생교류·산업시찰) 관광상품 개발</li> <li>○(리스크관리) <b>숙박시설 안전점검(12월)</b>, 대피경로·안전시설 이상 유무·중국어안내표기 등)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○중국 여행사 방한상품 개발자 40명 대상 초청 팸투어(9~10월)</li> <li>○중국 현지 경기관광 홍보관 운영(9월)</li> </ul>
경북	<ul style="list-style-type: none"> <li>○(수용태세) 수도권 유치 중국방한객 대상 교통 편의시설 제공, <b>중국어(간체) 메뉴판 (QR코드) 제작 지원</b>, 안내판·관광지도 홍보물 현행화</li> <li>○(홍보·마케팅) 중국 현지 네트워크 재건(현지여행사 초청 팸투어), 단체관광객 대상 인센티브 지원(숙박·교통·체험비) 홍보, 중국 현지 박람회 참가(11월)</li> <li>○(고부가가치) SIT(수학여행·유소년 축구) 상품 개발, <b>경북형 한류 콘텐츠(드라마촬영지·한옥·한복) 상품 판촉, 한식테마(전통주·종가음식) 연계 상품 홍보</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○중국 현지 경북관광 홍보설명회 개최(11월)</li> <li>○가을 축제 마케팅 전개(3분기/안동탈춤·상주세계모자축제)</li> </ul>
경남	<ul style="list-style-type: none"> <li>○(수용태세) 김해공항 중국노선 확충 협의, <b>관광편의시설(관광호텔업·한옥체험업) 확충·점검</b>, 중국 맞춤형 수용태세 마련을 위한 <b>민간중심 자문단 구성·운영</b></li> <li>○(홍보·마케팅) 중국 현지 경남관광 홍보설명회 개최, 여행사 초청 팸투어, 관광객 유치 인센티브 제공 확대(숙박비·버스임차비 지원/2.5억원)</li> <li>○(고부가가치) 역사·문화·한류 융합 관광코스 개발, <b>테마(력서리·지리산·치유힐링·익스트림·해양레저) 관광상품 개발</b>, 축제(진주유등·산청의약) 연계 관광상품 개발·홍보</li> <li>○(리스크관리) <b>경남관광 원스톱 지원창구 운영(부당요금·불법영업행위 신고처리 등)</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○중국 OTA 연계 프로모션</li> <li>○중국 화동지역 여행사 대상 설명회 개최</li> </ul>
제주	<ul style="list-style-type: none"> <li>○(수용태세) <b>관광객 환대분위기 조성</b>(제주관광 서비스 아카데미 운영)</li> <li>○(홍보·마케팅) 제주 단독 중국 현지 로드쇼 개최(11월)</li> <li>○(고부가가치) SIT(트래킹·해양스포츠) 단체 유치 상품 개발, 골프투어단 유치·대회개최 지원</li> <li>○(리스크관리) <b>숙박업 대상 불법영업 점검·행정지도, 중점 이용시설 안전점검(소방·위생·교통·쇼핑·식당), 건전관광질서 계도반(불법영업행위 단속) 상시 운영</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○여행업계 등 초청 팸투어(4회)</li> <li>○중국현지 박람회 참가·홍보부스 운영(11월)</li> </ul>

## 참고2

## (민간) 중국 관광객 유치 활성화 계획

구분	업체명	주요 내용
면세	롯데	· 구매금액별 <b>10~12% 할인쿠폰</b> 제공 · 간편결제 연계 할인 프로모션(<위챗>8백위안 이상 구매, 50위안 할인 <유니온> \$1,500이상 구매, 10만원 증정 <알리>7천위안 구매, 350위안 할인 등)
	신세계	· 간편결제 연계 할인 프로모션(<위챗> <b>환율우대쿠폰</b> 제공 <알리>골드등급 이상 최대 <b>15% 할인</b> 등) · 은련, 마스터, VISA카드 등급별 실버/골드멤버십 발급 (최대 10/15% 할인)
	신라	· <b>중국인 선호 브랜드 및 상품 확대</b> . 통역 전담, 홍보물, 쇼핑 편의 등 점검, 택시 이용시 교통비 지원, 중국인 전용 프로모션 등 · 알리페이/위챗페이 결제시 즉시할인 및 선불카드(적립금) 증정 · 중국 현지 관광로드쇼, 팸투어 및 MICE 단체 유치, 업종별 주요 제휴처 확장
백화점	현대백화점	· 현대아울렛 알리페이 이용 중국인 쇼핑객 대상 <b>즉시할인(50/1000위안) 혜택</b> 제공(9.15~10.15)
항공	제주항공	· 중국 산둥 등 <b>단체여행객 대상 그룹 특가 25%~30% 할인</b> 제공(9월~)
	아시아나항공	· 중국발 관광객 증가 추세에 맞춰 <b>대형 항공기 투입 및 공급석 증대</b> · K-컨텐츠 연계 인바운드 수요 유치 (국내 주요 콘서트 입장권 제공, K-아티스트 방문 국내 주요 여행지 스팟 연계 상품 소개 등)
호텔	신라호텔	· 중국 내 제휴업체 대상 특별 할인요금(20~30%) 제공 · C-trip 프로모션 참여 (3~5만원 할인 쿠폰 지급, 8.16~9.20)
	조선포텔앤리조트	· Ctrip / Dida Travel 이용 시 특별 가격 및 특별 혜택 프로모션 제공 · 알리페이 결제 시 <b>객실 및 레스토랑 등 10% 할인</b> 쿠폰 제공
	소파텔 엠베서더 서울 호텔 & 레지던스	· 일부 객실 <b>무료 업그레이드, 조식 25% 할인 쿠폰</b> 제공(~12.15일 투숙객 限) · 중국 현지 여행사와 현장 상담을 통한 럭셔리 패키지 상품 논의 예정
금융	유니온페이 인터내셔널(주)	· 대형 <b>면세점/백화점 할인 및 상품권 혜택</b> 제공 · 주요 관광 상권(명동·홍대·성수·부산·제주) 내 홍보부스운영, 가맹점 프로모션 진행
	비씨카드	· AK플라자(수원·평택) 내 유니온페이카드 사용 쇼핑객 대상 상품권 증정(7.1~12.31)
	위챗페이	· 환율 우대권 무한 제공, <b>홍바오(럭키머니) 추첨이벤트</b> (9.22~10.12)
콘텐츠	에버랜드	· 파크 주변시설 홍보 및 이용혜택 제안(호암미술관, 모빌리티뮤지엄 등) · 티켓 고객 유형별 지원(MICE, 학생 단체 등)
	난타	· 상하이 로드쇼 방문객 대상 <b>난타 티켓(명동/홍대/제주) 30~50% 할인</b> 쿠폰 제공 · 난타 샤오헝슈, 틱톡 계정 팔로잉 시 사전구매 30%할인, 현장 구매 10% 할인
	페인터즈	· <b>서울전용관 중국인 손님 대상 현장결제 20% 할인</b>
편의점	GS리테일	· 한국방문의해위원회 <b>코리아투어카드 주요 편의점 도입 판매</b> · <b>중국인 단체 여행객 대상 선호 상품 중심 특별프로모션</b> (9월~) · 중국인 단체 여행객 및 외국인 관광객 대상 <b>관광 안전 플랫폼화</b> , 안내 서비스 거점으로서의 활동 강화