중국 100조 웨딩시장 '한류' 붐 조성

한국관광공사, 방한웨딩상품 판촉

한국관광공사는 100조원이 넘는 중국의 거대 웨딩시장에 또다른 '한류'붐을 일으킬 예정이다.

매년 탄생하는 중국 신혼부부는 1천만 쌍 이상, 이들이 쏟아 붓는 혼수비용은 무려 100조원. 80년대 태어나 '한가구 한자녀' 제도하에서 '작은 황제' 로 불리우며 중국의 눈부신 경제성장과 함께 자라난 소위 '빠링호우(80, 80년도 이후 출생자를 일컫는 말)'들이 결혼적령기를 맞이했다.

유행과 개성을 추구하며 과시욕이 강한 이들 세대는 해외 선진문화를 경쟁적으로 흡수하고 스스로를 위한 지출을 아끼지 않는 성향의 소지자들로 현재 중국의 소비시장을 이끌고 있다.

2009년 기준 중국 결혼인구는 1146만 쌍, 이들이 지출한 결혼준비 비용은 6000억 위안 이상으로 한화로 환산하면 약 100조원에 달하며, 그 지출 규모는 매년 20-30%씩 증가하고 있다.

결혼 전 주요 소비항목으로는 웨딩촬영, 웨딩컨설팅, 예물구매 등이 있는데, 최근 웨딩촬영 항목에 '빠링호우' 세대의 특징이 반영되면서 해외 원정 촬영상품 및 수천만 원대의 초호화 촬영상품이 시장에 등장하고 있다.

최근에는 이들 사이에서 한류 드라마 커플 혹은 실제 스타커플들의 결혼사진이 인기를 끌면서 중국내에서는 '한국 스타일 웨딩촬영'을 내세운 스튜디오들이 크게 증가하고 있다.

이를 증명하듯 올해 초 '중국웨딩시티: 중국웨딩박람회 온라인 뉴스매체)' 등 전문 매체들은 2011년 중국 웨딩 촬영시장의 유행 키워드를 '한평'로 보도하기도 했다.

관광공사는 최근 중국의 예비부부들 사이에서 한국 스타일의 웨딩촬영 스튜디오가 유행하고 있는 점에 착안, 중국이 아닌 한국에서 '진짜' 한국 스타일로 '실제' 한국을 배경으로 촬영할 수 있는 방한 웨딩촬영 상품을 개발, 현지에서 판촉활동을 실시한다.

주요 상품 소재는 '한류' 와 '제주' 로 선정했다.

한류드라마의 장면처럼 연출하거나 실제 한류스타 커플들이 이용한 콘셉트나 소품을 활용한 웨딩촬영, 그리고 중국인들 사이에서도 유명한 제주의 아름다운 풍경을 배경으로 한 촬영상품으로 중국의 예비부부들을 공략한다.

상품 타깃이 예비부부들인 만큼 국내 유명 면세점 에서의 명품 예물쇼핑 일정을 특화하고, 중국인들이 비자없이 입국할 수 있는 제주상품의 경우 쉽고 편리하게 출국하여 해외 유명관광지에서 웨딩촬영을 할 수 있다는 점을 강조하여 마케팅할 계획이다.

중국 웨딩시장 진입을 위한 첫 단계로 공사는 세계 최대 규모를 자랑하는 중국 웨딩박람회에 참가하여 대규모 소비자 및 현지 유관업체 대상 '웨딩목적지로서의 한국'을 홍보한다.

공사는 지난 5월27일부터 5월 29일까지 베이징에서 개최된 중국 베이징웨딩박람회에 (주)아이웨딩네트웍스, 정경옥웨딩, 제주 웨딩그룹, (주)계명세계 여행 등 국내 유명 웨딩업체 및 방한 웨딩촬영 상품 취급 여행사와 함께 참가하여 한국웨딩상품 홍보관을 운영하여 관람객들에게 큰 인기를 끌었으며, 박람회 주관기관인 중국 상무부는 NTO(국가관광청)가 직접 나서 국가 차원에서 웨딩상품을 홍보하는 것이 처음이라며 특별한 의미를 두고 한국의 참가를 환영했다.

공사는 지난 11일부터 12일까지 상하이에서 개최되는 중국 최대규모 웨딩박람회에도 참가해, 전 세계 20개국, 1800여개 웨딩관련 업체와 중국인 신혼부부 유치를 위해 경쟁했다.

공사는 웨딩 박람회 참가에 이어 현지 유명 언론매체를 초청해 국내 우수 웨딩촬영 인프라 및 관련 상품을 적극 홍보할 예정이다.

또한 하반기에는 10월 중국 웨딩 성수기에 대비하여 국내 웨딩 관련 업체들과 공동으로 다양한 주제와 가격대의 웨딩촬영 관광상품을 구성하여 본격적인 마케팅활동에 돌입하며, 향후 사진촬영 외에 다양한 웨딩 관련 상품을 확대 개발하여 중국 웨딩 시장에서 '로맨틱 코리아' 의 명성을 쌓아갈 계획이다.

'세계 관광지 알리고, 공연관람 · 체험 열기 가득'

제24회 한국국제관광전 폐막11만 여명 관람 '대성황'

국내 최고, 최대 규모의 관광마케팅 축제 '한국국제관광전'가 지난 2일부터 5일까지 나흘간 코엑스C홀, Dss홀, D1홀에서 성황리에 펼쳐졌다. 올해로 24회째를 맞는 한국국제관광전은 세계 60개국에서 475여 업체 및 기관, 492개 부스가 참가했으며, 11만 여명(지난해 9만 4천 5백여명)의 관람객을 맞아 아시아 최대 박람회로 거듭날 수 있는 가능성을 확인시켜준 행사였다.

해외전시관, 국내홍보관, 관광교육관, 미디어관, 세계풍물관, 국내외 전통문화 체험관, 이벤트관 등 총 7개관으로 구성되어 선보인 한국국제관광전은 세계의 관광지 소개 뿐 아니라, 각 국의 관광정책, 어학연수 코스, 각 국의 문화콘텐츠 등을 함께 선보여 많은 관람객이 행사장을 찾는 등 명실상부한 국내 최대 규모 종합 문화 · 관광 박람회라는 평을 받았다. 특히 올해 박람회에는 좀처럼 접하기 힘든 알제리, 이라크, 요르단 등 아랍권 13개 국가가 최초로 참가해 '아랍 문화 관광특별전' 을 개최하고 아랍 문화예술과 다양한 여행 상품을 선보이며 자국 홍보 열기로 가득 찼다.

태국 전통 집모양을 형상화한 태국 및 방콕 부스 앞에서는 '전통 마사지' 를 체험 하기위해 순서를 기다리는 관람객들의 줄이 길게 이어졌다. 이밖에 미국대사관에서는 상용 또는 관광을 목적으로 90일 이내의 기간 동안 미국을 자유롭게 여행할 수 있는 '전자여행허가제' 를 소개해 미국 여행을 앞둔 관람객들에게 다양한 정보를 제공했다.

전시장을 둘러본 관람객들은 여행지 견적요청 및 상품 구매를 위해 '항공여행 상품 특별관' 을 들러 1:1 상담을 받는 등 전시관람 뿐 아니라 관광상품 구입에도 큰 관심을 보였다. 이와 함께 일본, 말레이시아, 필리핀, 세이셸, 크로아티아, 터키, 케냐, 팔라우, 멕시코, 네팔 등 10개국의 관광설명회 등 참가자를 위한 박람회 서비스가 이어져 관람객들의 눈길을 사로잡았다.

특히 지난 1일 열린 한국방문의해 위원회 주관 트래블마트 KITM 2011이 함께 개최돼 약 400명의 관계자들이 몰려 열기를 띄는 등 향후 인바운드 수요 유치에도 박차를 가했다.

이번 박람회 기간에는 필리핀관광청이 최우수부스디자인상과 최우수공연상을 휩쓸었으며, 한-아랍 소사이어티가 최우수부스운영상과 최우수공연상을 받았다. 최우수(부스디자인상, 부스운영상, 홍보상, 진흥상, 공연상)상과 감사패 등 총 6개 분야로 나눠 각 분야에서 두각을 나타낸 업체에게 수상하였다.

한국국제관광전 조직위원회 신중목 조직위원장은 "1986년 7개국, 47개 업체의 작은 규모로 시작한 KOTFA가 25년 사이에 60여개국이 참가하는 초대형 박람회로 성장했다"며, "앞으로 더욱 다양한 국가들을 유치하여 독일의 ITB, 영국의 WTM이상의 규모를 자랑하는 아시아 대표급 관광 전문박람회가 될 수 있도록 박차를 가하겠다"고 밝혔다.

아시아나, 2년 연속 그린스타인증

탄소상쇄 캠페인, 에코카운터 등 친환경 서비스 확대

아시아나항공(대표: 윤영두)이 우수한 친환경 서비스 개발 및 보급을 통해 국내 친환경 서비스 공급을 주도한 공로를 인정받아 한국능률협회인증원(KMAR)이 주관하는 '그린스타(Green Star)' 항공서비스 부문에서 2년 연속 친환경 서비스 업체로 인증을 받았다.

그린스타 인증은 한국능률협회인증원이 93개 상품군 406개 브랜드에 대해 소비자 및 전문가를 대상으로 녹색 서비스 리서치, 사업장에서 친환경 상품이나 서비스 정보 확인 등 각종 심사를 거쳐 평가된 결과를 바탕으로 15개 상품/서비스에 대해 친환경 상품/서비스임을 인증을 하는 제도다.

아시아나항공은 그 동안 항공기 엔진세척, 경제속도 및 고도 준수 운항, 지상 및 상공에서 연료 절감 등 온실가스 감축을 위한 노력을 기울여 왔다. 인천국제공항에 위탁수하물이 없는 탑승객들을 위한 에코카운터 신설 등 친환경 서비스 범위를 넓혀가고 있다.

한편 한국능률협회인증원의 그린스타 인증은 작년까지 글로벌녹색경영대상 산하 '녹색 상품 Winner' 상으로 운영되다가 올해부터 새로운 엠블렘과 '그린스타' 라는 명칭으로 대표적인 친환경 상품/서비스 인증제도로 자리잡았다.

프랑스 톱스타 알랭드롱의 전 부인 로잘리 반 브레멘도 제주 홍보 나섰다!

지구촌 사랑과 평화의 메신저, 월드 미스유니버시티 5명이 제주의 비경에 반해 제주-세계7대자연경관 홍보대사를 맡아 세계를 무대로 활약하게 됐다.

지난 3일 서울 그랜드 하이얏트 호텔에서 열릴 월드미스유니버시티 25주년 기념식을 겸한 위촉식에는 정운찬 위원장을 대신하여 양원찬 사무총장과 고두심 홍보대사단장, 박봉규 월드미스유니버시티 세계조직위원장과 조안리 전 위원장, 이승민 세계대학생평화봉사 사절단장, 제1회 1위 수상자 프랑스의 로잘리 반 브레멘, 제20회 미스세시 수상자 우리나라 이랑진, 제22회 지(智) 수상자 우리나라 조은주, 제23회 1위 수상자 영국의 케이티 헬렌 파 및 체(體) 수상자 우리나라 최정화 등 홍보대사 5명을 비롯한 600여명이 참석해 제주 선정을 기원했다.

사진 왼쪽부터 로잘리 반 브레멘, 케이티 헬렌파, 고두심 홍보대사 단장, 이랑진, 최정화, 조은주홍보대사.

특히 홍보대사 가운데 제1회 세계대회 1위 수상자인 프랑스의 로잘리 반 브레멘은 세계 톱스타인 알랭드롱의 전 부인이자 저널리스트로 활약하고 있다.

정운찬 위원장을 대신하여 양원찬 사무총장은 "지와 덕과 체를 겸비한 '월드 뷰티' 월드미스유니버시티들이 제주도의 진가를 지구촌에 알리기 위한 홍보대사를 맡아, '월드 제주' 가 될 수 있도록 노력해 달라."고 격려하자, 브레멘 역시 "꼭 제주도를 방문해 아름다운 비경을 느끼고 싶다. 제주가 세계 7대 자연경관에 선정될 수 있도록 저널리스트로서 프랑스에 소개하겠다."며 홍보대사 위촉 소감을 밝혔다.

한편 월드미스유니버시티 세계조직위원회는 1986년 UN의 '세계 평화의 해' 선포를 기념하고자 세계대학총장협의회에서 국제평화 활동을 지원하고 지속적으로 추진하기 위해 세계대학생평화봉사사절단을 선별하는 대회를 개최하기로 의결함에 따라 한국에 본부를 두고 조직된 단체이다. 세계 7대 자연경관 결선 투표는 오는 11월 10일까지 전화(001-1588-7715 삐 소리 후 7715를 누르고 감사멘트가 나오면 종료, 001-1588-7715로 '제주' 라는 문자메세지를 보내고 종료)와 인터넷(www.n7w.com)을 통해 진행된다.

관광공사, 한국보건산업진흥원 공동

무료「의료관광 컨설팅 프로그램」운영

한국관광공사(사장이참)는 한국보건사업진흥원(원장 김법완)과 공동으로 매주 수요일과 금요일 한국관광공사 14층「국제 의료관광 비즈니스 라운지」에서 의료관광 사업을 추진하고 있는 업계 및 지자체를 대상으로「의료관광 비즈니스 컨설팅 프로그램」을 운영한다.

「의료관광 비즈니스 컨설팅 프로그램」은 의료관광 추진 3년째를 맞고 있는 즈음에 의료관광객 유치 업체 및 기관들의 의견을 듣고 맞춤 컨설팅 서비스를 제공하여 한국 의료관광 시장 확대에 기여하고자 동 사업을 기획했다.

먼저 의료관광 해외마케팅에 대한 컨설팅은 해외 시장별 마케팅 전략 및 방법, 상품화 제안, 마케팅 기법 등을 주제로 진행되며, 한국관광공사와 EC 21-Global Marketing &Consulting, 한나라 관광에서 상담을 진행한다.

의료관광 관련 법률 및 제도에 대한 컨설팅은 의료관광 유치기관등록방법부터 의료분쟁 해결 방안까지 의료관광에 관련된 제도적인 상담을 주제로 진행한다.

의료관광 추진사례를 통한 상담은 자생한방병원, 우리들병원, 청심국제병원, 강동경희대병원, 인하대병원, 아름다운나라 피부과 성형외과 등에서 진행한다.

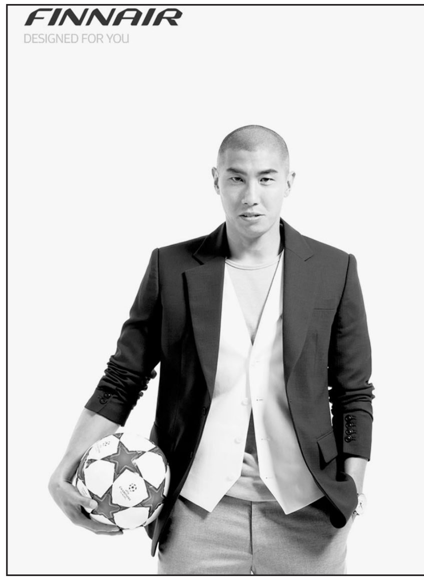
상담 스케줄은 한국관광공사 홈페이지를 통해 분기별로 공지할 계획이며, 참가를 희망하는 업체는 홈페이지에서 신청서를 다운받아 한국관광공사 의료관광사업단

(☎02-729-9345, jhbaik58@knto.or.kr)으로 직접 신청하면 된다.

한편 동 프로그램이 진행되는「국제 의료관광 비즈니스 라운지」는 지난 4월 20일부터 공사 사옥 14층 의료관광사업단 내에 설치 · 운영되고 있는 공간으로 활용되고 있다.

아울러 동 라운지를 연계하여 한국관광공사에서 주최하고 있는 한국의료관광컨퍼런스와 부산의료관광컨퍼런스의 「비즈니스 미팅」 프로그램 상설화 추진을 통해 의료관광업계 관계자와 국내 업계 관계자의 상시 비즈니스 미팅의 장으로 발전시키기 위한 해외지사 연계 홍보도 실시할 계획이어서 명실상부한 「국제 의료관광 비즈니스 라운지」로 자리매김 할 것으로 기대되고 있다.

차두리 선수, 핀에어 코리아 광고모델 발탁



아시아와 유럽을 가장 빠르게 연결하는 유럽 대표 항공사 핀에어(,한국 지사장 얀 스쿳납 Jan Skutnabb)가 스코틀랜드 프리미어리그(SPL) 명문 구단 셀틱에서 활동 중인 차두리 선수를 핀에어 코리아의 '로컬히어로 캠페인' 광고 모델로 선정했다. 남아공월드컵에서의 지칠 줄 모르는 체력과 뛰어난 플레이를 통해 국민들의 지지를 한 몸에 받고 있는 차두리 선수는 핀에어가 전세계적으로 진행 중인 글로벌 캠페인 '로컬 히어로(Local Hero)' 에서 한국을 대표하는 인물로 선정됐으며, 앞으로 1년간 핀에어 코리아의 간판 '히어로' 로 활동하게 된다.

핀에어의 글로벌 캠페인 '로컬 히어로' 는 핀에어가 취항하는 나라 중 핵심이 되는 국가를 선정하여 각국의 특성을 가장 잘 표현할 수 있는 인물들이 그 자신의 삶에 대한 이야기를 들려주는 캠페인이다.

현재 싱가폴의 세계적 바이올리니스트 민 리(Min Lee)를 비롯하여 독일 축구의 전설인 피에리 리트바르스키(Pierre Littbarski), 홍콩의 건축가 헨리 섹(Henry Shek) 등 세계적인 아티스트 및 스포츠 스타 등이 각국을 대표하는 '로컬 히어로' 로 활동하고 있다.

핀에어 코리아의 얀스쿳납(JanSkutnabb)지사장은차두리선수의 모델선정배경에대해 "차두리선수는현재영국에서거주하며한국과유럽을수시로오가고,차두리선수의 아버지차범근씨도독일에서전설로 여겨지고있는만큼,차두리선수가 유럽에서가지는한국대표간판스타의이미지가유럽전역을빠르고편리하게연결하는핀에어의이미지와잘부합해차두리선수를모델로발탁하게되었다"며 "항상유럽과한국을오가는일이많은차두리선수는한국에서유럽으로가장빠른시간에오갈수있는핀에어모델에최적"이라고말했다.

한-중 항공종합통신망 운영개시

차세대 국제 항공정보서비스 제공

한국공항공사(사장 성시철)는 한국-중국간 국제 항공종합통신망이 양국간 협의에 따라 지난 2일부터 운영을 개시했다고 밝혔다.

양국은 그동안 국제민간항공기구(ICAO) 표준절차에 따라 6개월간의 접속시험을 완료하고, 2011년 5월 운영개시를 위한 절차 합의서를 체결하여 새로운 형식의 항공정보 교환 서비스를 개시하게됐다.

기존의 항공정보처리 통신망인 항공고정통신망은 문자정보만을 제공할 수 있었으나 항공종합통신망은 문자, 사진, 동영상 등 다양한 항공정보 제공을 비롯, 항공기와 지상간의 항공정보 처리도 가능하다.

한국-중국간 항공종합통신망은 국제민간항공기구 아시아 태평양 가입국가들 중 최초로 양국이 각각 자체개발한 것으로서, 한국 항공IT 기술의 우수성을 재확인시키는 성과도 가져오게 됐다.