

테마 1 : 관광 진흥 / 리저널 리포트

테마명	관광 진흥	지방정부명	장쑤성
시책 명칭	관광 공공 서비스 체계의 최적화를 가속화시켜 화장실 혁명을 추진		
개요	○시대의 변화에 맞춰 화장실 혁명을 추진하여 시민과 국내외 관광객들에게 깨끗하고 편리한 화장실을 제공하는 것이 장쑤성 관광 화장실 건설의 새로운 방향이다. ○장쑤성에서는 정부주도와 관련 부서가 연계된 ‘화장실 혁명’추진 모델이 형성되어 있다. ○2018 년부터 장쑤성 ‘화장실 혁명’의 새로운 3 년이 본격적으로 시동. 장쑤성 전체에서 3650 기가 건설 또는 증개축될 예정이고 ‘다목적 화장실’도 1000 기를 신설할 예정이다. 2020 년 말까지 장쑤성 전역의 관광 화장실이 ‘충분한 숫자’ ‘합리적인 배치’ ‘효과적인 관리’ ‘우수한 서비스’ ‘위생적이고 친환경적’ ‘매너좋은 화장실 사용’이라는 목표를 실현할 수 있도록 전력투구하고 있다.		
예산액	(현지통화) 15 억위안 (2018 년부터 2020 년)	(US\$환산) 2.14 억 미달러 (2018 년부터 2020 년)	

1. 과제(현재 상황)

- 관광이 대중화된 시대에 화장실에 대한 수요는 양적으로도 질적으로도 더욱 확대해 가고 있다. ‘화장실 혁명’을 어떻게 추진하여 관광 공공서비스 전체의 수준 향상, 나아가 관광공급측의 구조개혁 추진으로 연결시킬지가 당면한 긴급과제다.
- 오랜 세월에 걸쳐 화장실은 중국 관광업의 발전을 저해하는 요소였다. 외국인 관광객이 중국의 관광환경에 대해 가장 부정적이고 불만이 많았음에도 대처방안이 없다고 포기했던 문제가 화장실이었다.

2. 목표(장래상)

- 관광 화장실의 설치와 관리 모델을 모색해 가고 있다. 시장화, 사회화 된 화장실의 설치와 관리에 있어 지속적인 체계를 만들어 장쑤성 관광지의 관광화장실 보급을 늘려 장쑤성 전역에서 관광객의 만족도를 향상시킨다.
- 2018 년부터 3 년 이내에 장쑤성 전체에서 관광 화장실 3650 기를 신설 또는 개증축할 예정, ‘다목적 화장실’도 1000 기를 신설 예정. 건설투자는 약 15 억 위안에 달할 전망이다.
- 2020 년 말까지 장쑤성 전역의 관광 화장실이 ‘충분한 양’, ‘합리적인 배치’, ‘효과적인 관리’, ‘꼼꼼한 서비스’, ‘위생적이고 친환경적’, ‘매너있는 화장실 사용’이라는 목표를 실현할 수 있도록 전력을 다할 것이다. 장쑤성 전역의 관광창설기관에서 각종 관광구와 관광객집산센터 공공시설의 화장실을 모두 국가 A 급 관광 화장실 기준에 도달시킨다.

3. 시책내용

(개요)

- 장쑤성 전체의 행정수장에서 현장실무자까지 화장실 혁명 시책을 매우 중요시하고 있으며 장쑤성 위원회, 장쑤성 정부는 ‘생태문명 만들기’의 일환으로서 각지에서 화장실 혁명을 전력으로 추진하려 하고 있다. 이 지도 하에 각지에서는 각각의 책임 주체를 명확히 하여 감독지도와 심사의 강화, 상벌 시스템의 도입, 정책에 따른 서포트 정비 등을 펼치고 있다. 이에 따라 화장실 혁명은 업계와 분야를 넘어 확대되고 있어 정부주도와 관련부서의 연계를 통한 ‘화장실 혁명’ 추진 모델이 형성되어 있다.

- 난징시 여행발전위원회는 도시관리국과 합동으로 ‘난징시 전역 화장실 혁명 실시방책’을 연구·책정하였다.
- 우시시 여행국은 시 재정국, 산업변공실과 여러차례에 걸친 논의 끝에 2017 년에 ‘현대 산업발전정책 추진에 관한 의견’에서 관광 공공 인프라 투자보조 비율을 5%에서 10%로 끌어올려 관광 화장실 건설관리 항목에 중점을 두었다.
- 쑤저우시 여행국과 도시경관·시정관리국은 밀접한 연계를 통해 합동으로 ‘수저우시 공공 화장실 건설과 관리규범(시안)’을 검토·발표하여 시의 공공 화장실 건설과 관리 채점표 등 제도 시스템을 확립하였다. 또한 ‘시 전체의 공공화장실 건설관리심사 장려방법’을 책정하여 화장실 관리 전용 심사를 정착시켰다.
- 난통, 전장 등의 도시는 화장실 혁명을 정부 10 대 민생사업으로 내걸고 있다.
- 한편, 양저우시 여행국은 도시관리국의 힘을 빌어 관광 화장실의 보수유지를 특별 프로젝트로서 추진하고 있다. 구 시가지역에서 문제가 되고 있는 설비의 노후화와 기능 부족 등에 대해 전면적인 개선을 실시. 관광지 주변의 공중화장실, 공적기관의 공공화장실 개선과 야간표식 설치 외에도 화장실 배치에 있어 ‘도보 10 분권 내에 1 개소 이상’을 목표로 하고 있다.

(순조롭게 진행되고 있는 것)

- 2017 년 11 월까지 국가여행국 ‘전국 화장실 건설 관리 플랫폼’ 시스템에 등록된 신설 또는 증개축 관광 화장실은 장쑤성 내에서 3175 기에 이르고 있다. 총 투자액은 12 억 위안을 넘으며 모두 국가 A 급 관광 화장실 기준을 충족시켰다.
- 장쑤성은 전국 ‘화장실 혁명 돌출성과상’을 수상했다.
- 난징, 우시, 쉬저우, 쑤저우, 화이안, 옌청 등의 시에서는 모두 ‘전국 관광화장실혁명 선진시’로 평가를 받았다.
- 난징의 우수산, 수저우의 대양산, 상주춘추암성, 염성대종호, 남통호하 등 장쑤성 내의 관광지에 호텔 화장실이 완성되었다. 외양도 훌륭하고 설비도 잘 갖춰진 다기능 화장실로 서비스도 좋아 국가여행국의 ‘화장실 혁명’상에서 각종 상을 수상하였다.

(순조롭게 진행이 안되고 있는 것)

장쑤성은 ‘화장실 혁명’에서 눈부신 성과를 올렸지만 전국의 선진적인 성들과 비교하면 아직도 뒤쳐져 있다. 각 지구에서 ‘화장실 혁명’에 대한 인식이 여전히 불충분하다. ‘화장실 혁명’은 아직도 주로 관광부문에 의해 추진되고 있으며 화장실의 신설 및 확충 부족, 대폭적인 자금부족, 유지관리와 서비스 품질에는 아직도 개선의 여지가 있다고 생각한다.

테마 1 : 관광 진흥 / 리저널 리포트

테마명	관광 진흥	지방정부명	허난성
시책 명칭	허난성 문화관광업의 발전		
개요	중국 중원의 한가운데 위치하여 중화민족 5000 년의 역사가 새겨진 허난성은 풍요한 문화와 문화재·고유적 등의 빛나는 관광자원을 보유하고 있다. 게다가 입지의 혜택을 입어 공로·고속철도·고속도로 등 교통편이 좋아서 허난성의 관광업은 힘찬 발전을 이루어냈다. 특히 2018 년 이후에는 문화와 관광업의 융합으로 관광업은 더욱 발전의 기회를 맞이하고 있다.		
예산액	7.5 억 인민위안	1.05 억 미달러	

1. 과제(현재 상황)

허난성은 황하 중하유역의 중원 한가운데 위치하는 중화민족의 역사문화의 중요한 발상지다. 서적에 비유하면 허난성의 모든 역사는 중국 역사의 절반을 차지한다고 할 것이다. 허난성에는 유구한 역사문화를 느끼게 하는 고유적·고도 그리고 인문경관이 다수 남아 있다. 휘양시의 용문석굴, 백마사, 안양시의 갑골문자와 은·상나라의 문화, 개봉시의 청명상하원, 등봉시의 소림사, 초작시 온현 진가구의 태극권 등은 국내외에서 높은 인지도를 자랑한다. 또한, 지리적으로 보면 허난성은 중국 동부, 서부의 접점으로 남부, 북부를 이어주는 위치에 있다. 성 내의 지형은 산지, 구릉, 호수와 늪, 평원 등 다양하며 황하와 초작시 운대산의 세계 지오파크는 국제적으로도 큰 영향력이 있다. 즉 허난성 여행은 ‘古’(고문화고도고유적), ‘河’(황하), ‘拳’(태극권), ‘根’(황제의 고향, 서민의 루트), ‘花’(휘양시의 모란, 개봉시의 국화)로 정리할 수 있다. 허난성의 다채로운 자연환경과 풍요로운 문화에 뒷받침된 인문경관은 국내외의 관광객을 매료시킨다. 또한, 국내외 관광업의 급속한 발전과 관광을 경제의 성장 분야로 삼는 허난성의 정책적 지지 하에 허난성의 인바운드 투어리즘은 급속히 확대되고 있다.

2. 목표(장래상)

관광업의 구조전환과 고도화는 산시성 공산당위원회, 산시성 정부가 결정한 12 개 산업구조전환, 고도화사업의 하나다. 허난성은 허난성공산당위원회, 허난성 정부의 구상에 따라 경제발전의 새로운 원동력으로 삼기 위해 ‘3 가지 아이디어’와 ‘5 개 향상’에 의해 문화산업과 관광업의 융합적 발전 및 구조전환과 고도화를 추진하고 있다. 2019 년의 허난성 국내외 관광객 수용수는 전년 동시기 대비 12% 증가한 총 8.93 억명, 관광수입총액은 동 14%증가한 9362 억위안을 전망하고 있다.

3. 시책내용

(개요)

- ①스마트 관광·디지털 문화의 우선적 추진. 문화관광부는 허난성을 전국 전역관광 홀로그램 정보화 실시 모델지역으로 지정하였다. 이 기회를 잡아 성, 시, 현의 연계를 통한 스마트 관광 서비스 플랫폼의 구축에 더 한층 주력한다. ‘허난성 다이몬드급 - 30 -스마트 관광지 평가기준’을 내걸고 A 급 관광지의 스마트화를 전면적으로 추진중. 2019 년에 4A 급 이상의 관광지에 대해서는 스마트화의 실현, 3A 급 관광지에 대해서는 일반 대상 온라인 서비스 제공을 지향한다.
- ②민박의 발전경쟁에 이긴다. 민박의 발전을 조정·추진하는 체계만들기로서 전면적인 민박자원조사를 실시. 또한, 민박의 발전을 서포트 하는 방침을 내어 허난성의 민박기준을 책정하고 있다. 허난성 제 1 회 국제민박투자대회의 개최를 위해 준비가 추진되고 있다. 지역전체의 관광을 더욱 발전시키는 기초로 농촌민박의 발전을 서두른다. 지역의 특색과 풍정이 넘쳐 고향의 그리움이 남아 있는 일품민박을 정비한다. 우수한 관광민박을 선정하여 골드급, 실버급 평가를 얻을 수 있도록 육성. 30 개 중점현에서 100 개소의 농촌을 선정하여 100 개 민박 브랜드를 신규운영한다.

- ③최적의 문화·관광사업을 지향한다. 문화와 관광의 접점을 파악하여 문화창조, 문화활동, 우수한 연예, 문화체험, 전문가·학자의 관광지 내방을 촉진함으로써 문화와 관광의 융합을 심화시키고 있다. 문화·관광산업의 대형 프로젝트로서 건축·화이 브라더스 영화촌(제 1 기), 허난만의 연극의 도시, 주선진 국가문화 생태관광모델구, ‘황제천고정’쇼, 진가구 ‘인상태극’ 공연 등의 실현을 서두르고 있다. 나아가 포괄적 사업의 프로모션에도 주력하고 있으며 전략투자를 받아들임으로써 ‘홍색여행’(*공산주의혁명의 사적을 방문하는 ‘레드 투어리즘’)의 보다 나은 발전으로 연결시킨다.
- ④최고 브랜드 선전을 지향한다. 중국 쿵후를 메인 라인으로 중원문화와 관광의 대외홍보를 일원화하여 실시함으로써 인바운드를 견인한다. 문화·문화제·관광의 힘을 집약하여 전국 중국대륙 여행연맹 상설사무국으로서 국가한어국제추진지도 소조변공실, 국제관광조직과 같은 공적기관과 시트립, 두조 등의 회사와 제휴강화를 통해 각 집객채널에서 기존시장의 안정화와 신규개척을 추진한다. 관광지·여행사, 경기대회실행위원회 등 인바운드에 이바지하는 단체, 기관, 개인을 대상으로 짧은 주기로 인센티브를 부여하는 인바운드 장려정책을 내놓아 인바운드 관광객을 착실하게 증가시킨다.

(순조롭게 진행되고 있는 것)

- ①폭넓은 선전을 통한 브랜드 수립. 중화권을 겨냥한 것으로는 ‘고향 허난’, 국제적으로는 ‘중국 쿵후의 고향 허난’ ‘중국의 역사가 시작된 곳’이라는 이미지 브랜드를 내걸었다. 허난관광의 브랜드 이미지는 중국 중앙 TV 국에서 선전되고 있다. 고속철도 여행을 보급시키는 체계로서 허난성 관광국을 tap으로 하여 16 개 관광지와 연계하는 모델을 구축하여 1206 개 열차에 ‘고향 허난’의 이미지를 중점적으로 전시하였다. 독일, 룩셈부르크 등 19 의 ‘일대일로’ 연선국 및 중점 타겟시장에서 ‘허난~중국의 역사가 시작된 곳’을 테마로 각종 프로모션 활동을 전개하였다. 신규 항공노선이 개설된 나라에서는 호주인 1 만명의 허난성 관광계획이 달성되었다. 쿵후무대극 ‘소림무혼’은 수많은 해외공연을 통해 국제적인 존재감이 확대되고 있다.
- ②축전행사를 통한 브랜드 창설. 2018 중국(정주) 국제관광도시 시장 포럼, 운대산 국제관광제, 삼문협황하관광제 등 대형 행사의 개최를 통해 세계적으로 허난 관광의 인지도가 높아지고 있다. 전통적인 행사날에는 ‘새해는 고향에서’ ‘봄의 태동·고향의 추억 피크닉에서 꽃놀이를’ ‘단오·지마키 그리운 고향 허난’ 등 특색있는 행사를 실시하여 ‘고향 허난’의 상품화에 성공하였다. 국경절 기간중에는 허난성 전체의 관광관련 부문이 120 이상의 문화관광 행사를 집중적으로 실시하였다.
- ③제휴를 결성을 통한 브랜드 건설. 중국 쿵후를 만리장성·팬더에 이은 제 3 의 중국관광의 축으로 하기 위해 등봉시·선종소림, 온현 진가구·태극권의 성지, 푸양시 동북장·서커스의 고향 등 중국 쿵후의 여행 브랜드로 제휴처의 강점을 적극적으로 전개하고 있다.
- ④자원통합을 통한 브랜드 추진. 양질의 자원을 통합함으로써 황하 실크로드 여행, 중화고도(古都)의 여행, 중국 쿵후체험투어, 중원산수여행의 4 가지 ‘중화 루트’ 국제 일품루트를 내걸었다. 관련부문과 연계한 산업융합 브랜드 인정도 추진하고 있다. 난천현 담두진·노산현 요산진 등 30 개의 특색있는 생태관광 모델 진, 노씨에서백초원·석천현 단강대관원 등 50 개 레저 관광파크, 수무현 일두수촌·노산현 상마하촌 등 150 개 농촌관광 특색촌, 운대산 운상원자·태행대협곡 청산수사 등 100 개의 일품민박을 실시하였다. 허난성 수학 관광모델 기지의 제 1 기로서 55 개소가 인정되어 15 개 허난성 공업관광 모델기지, 21 개 허난성 중의약건강관광모델구(기지)가 만들어졌다.

(순조롭게 진행이 안되고 있는 것)

문화와 관광의 융합적 발전이라는 컨셉트를 발굴하여 tap다운 설계를 강화할 여지는 아직 있으나 구체적인 어프로치는 아직 확실하지 않다. 문화와 관광자원의 시스템화, 개발이용, 관광코스화 상품의 차별화에 더욱 노력할 필요가 있다. 중국 쿵후의 브랜드를 더욱 전면에 내세워 인지도를 향상시켜 가는 것이 필요하다. 또한, 허난성은 국제항공노선이 아직 불충분하다.

테마 1 : 관광 진흥 / 리저널 리포트

테 마 명	관광 진흥	지방정부명	산시성
시책 명칭	전역관광의 모델적인 성이 되어 산시성의 관광업 발전을 촉진		
개 요	○산시성은 관광자원이 풍부하다. 공산당 산시성위원회 성 정부는 관광업을 기간산업의 하나로 하여 문화관광의 중심적 존재로서 세계 최고수준으로 만들 목표를 세우고 있다. ○2018 년 산시성의 국내외로부터의 영입 관광객은 총 6.3 억명으로 전년 동시기 대비 + 20.54%, 관광업 수입은 총액 5994.66 억 위안으로 전년 동시기 대비 + 24.54%였다. 관광업의 부가가치는 GDP 의 8.61%를 차지하며 역내 GDP 에 대한 종합공헌도는 15.77%가 되었다. ○산시성의 관광업은 인원·소비 모두 관광자원의 우위성과 걸맞지 않는다. ○전역관광의 모델적인 성이 되어 관광업을 추진한다. 2020 년의 영입관광객을 총 7.3 억명, 관광수입의 총액을 7700 억 위안으로 끌어올려 관광업의 부가가치를 GDP 의 9.2%, 역내 GDP 에 대한 종합공헌도 15.8%를 지향한다.		
예산액	1300 억 인민위안 (연간 사회투자를 포함)		185.71 억 (US\$환산)

1. 과제(현재 상황)

- 산시성 내에는 A 급 관광지 454 개소, 성(省)급 관광리조트구 12 개소,성급 관광모델현 17 개소, 여행사 845 사, 가이드 21624 명, 별점호텔 340 개소가 있다. 2018 년 산시성의 관광업에의 투자는 1300 억 인민위안이였다.
- 2018 년 산시성의 국내외로부터의 영입 관광객은 총 6.3 억명으로 전년 동시기 대비 + 20.54%, 관광업 수입은 총액 5994.66 억위안으로 전년 동시기 대비 + 24.54%로 되었다. 그 중 인바운드 관광객은 총 437.14 만명으로 전년 동시기 대비 + 13.92%, 외국인 여행객의 소비는 31.26 억 미달러로 전년 동시기 대비 + 15.61%였다. 2018 년의 통계에서, 시산에 의하면 2017 년의 산시성 관광업의 직접 부가가치는 GDP 의 8.41%, 종합부가가치 15.48%를 차지하는 것이였다.
- 산시성의 관광업은 인원, 소비 모두 관광자원의 우위성과 걸맞지 않는다. 풍부한 관광자원을 가진 성으로서 그에 부합하는 실력이 발휘되지 못하고 있다.

2. 목표(장래상)

장기목표:산시성을 문화관광의 중심적 존재로서 세계 최고수준으로 만든다
단기목표:전역관광의 모델적인 성이 되어 2020 년까지 15 현(구)을 국가 전역관광 모델적 구의 기준에 도달시킨다. 국내외로부터의 영입관광객수(총) 관광수입총액을 모두 ‘제 12 차 5 개년계획’ 당시의 2 배가 되는 7.3 억명·7700 억 위안으로 끌어올려 관광업의 부가가치를 GDP 의 9.2%, 역내 GDP 에 대한 종합공헌도 15.8%를 지향한다.

3. 시책내용

(개요)

- (1)구상의 정리. 산시성의 문화와 관광을 높은 수준에서 융합시켜 고품질로 발전시킨다.
- (2)기획의 통일. 전역관광의 국가 모델성이 되기 위해 강력한 시책을 추진하여 산시성 문화관광의 새로운 경지를 개척한다.
- (3)자원의 활용. 전통문화의 현대적 해석, 관광자원의 현대화를 보다 선명하게.
- (4)사업의 정리개편. 보다 짧은 간격으로 문화와 관광의 융합·성장을 통한 성과를 얻을 수 있도록 하고 ‘보다 나은 산시성’으로 연결시켜 간다.
- (5)시민생활에의 공헌. 농촌관광의 발전에 주력하여 빈곤탈출과 마을부흥을 적극적으로 추진한다.
- (6)브랜드를 견인. ‘문화 산시성’과 ‘산시성에서 중국을 안다’라는 큰 이미지에 대한 관광객의 인지도, 수용도와 공감도를 높인다.

(순조롭게 진행되고 있는 것)

‘전역관광’만들기를 위한 업무의 지도문서로서 ‘전역관광발전의 촉진에 관한 실시의견’을 공포, ‘전역관광의 모델적 성 만들기 사업에 관한 지표 시스템과 요건’ 및 연도업무 포인트를 책정하였다. 산시성으로서는 품질향상, 스마트 관광, 화장실 혁명, 농촌관광 등 일련의 실시안을 내놓아 시·구 정부로부터는 4A 급 이상의 관광지 설립, 숙박업의 향상, 관광용지, 민박의 개발과 같은 혁신정책이 20 개 이상 발표되었다. 관광업의 발전은 이러한 정책에 의해 활성화되고 있다.

각종 사업을 통해 관광업의 발전을 계속적으로 리드. 2018 년 산시성 내에서는 1000 건 이상의 관광사업이 실시되고 있어 투자총액은 1300 억 위안을 넘었다. 건수·투자총액은 전년 동시기 대비 각각 28.9% 증가·15.5% 증가하고 있고 또, 투자규모도 50 억 위안 이상의 사업이 25 건, 백억 위안 이상의 사업이 15 건 실시되고 있다.

시안성벽-비림은 국가 5A 급 관광지로 인정되고 또 국가 4A 급 관광지가 10 개소와 성급 관광리조트구 3 개소가 신설되었다. 그밖에도 관광화장실은 1000 개소 이상, 관광집산센터는 20 개소, 오토캠프장은 30 개소가 설립되어 공공 서비스의 편리성도 향상되었다.

마을 부흥과 빈곤탈출은 장기적인 효과가 보이기 시작하고 있다. 기준책정으로 ‘관광촌’의 건설이 촉진됨으로써 관광특색 유명촌 21 개소, 농촌관광 모델촌 45 개소가 설립되었다. 관광특색 소규모마을도 약 100 개소, ‘농촌특색민박’도 1000 채 이상으로 단계적으로 보급되고 있어 농촌 리조트형 상품의 충실화가 이어지고 있다. 2018 년 산시성의 농촌관광은 국내외 합하여 총 2.48 억명의 수용이 전망되고 있으며 전년 동시기 대비 +22.5%다. 관광수입은 348.9 억 위안으로 전년 동시기 대비 +26.6%다. 산시성의 빈곤탈출 시책과 아울러 빈곤인구 9 만명이 관광을 통한 빈곤지원의 혜택을 입고 있다.

(순조롭게 진행이 안되고 있는 것)

- *첫번째는 다른 지역과 비교해서 관광자원의 우위성이 있는데 비해 관광업의 발전수준이 걸맞지 않는다는 것. 국내외에 이름을 떨친 일품관광지나 관광루트가 아직 적다.
- *두번째는 관광업태에 대하여. 특히 리조트 상품이 아직 충실하지 않으며 질과 내용 모두 높다고 할 수 없다. 공공서비스의 정비부족과 관광시장의 규범화 부족도 있어 관광 브랜드의 큰 이미지가 아직 충분히 강조되지 않았다.
- *세번째는 관광과 기타 산업의 융합이 미흡한 점. ‘관광+’의 융합적 발전의 어프로치·범위·레벨 등 개혁이 요구된다.
- *네번째는 산시성 북부, 남부, 관중의 3 대 지역에서 관광의 발전이 불균형하다는 점. 관광소비의 증가, 파급효과, 종합적인 견인효과 등 큰 잠재성이 내재된 채로 남아 있다.

4. 참고자료

- 『산시성 전역관광발전계획(2018-2025 년)』
- 『2018 년 산시성 전역관광발전보고』
- 『산시성 관광산업발전상황에 관한 보고』

테마 1 : 관광 진흥 / 리저널 리포트

테마명	관광진흥	지방정부명	간쑤성
시책 명칭	하서(河西) 회랑에 있어서 술문화 산업의 브랜드 형성		
개요	오늘날의 사회에서 관광은 가장 투자 가치가 있는 활동이라고 할 수 있다. 관광산업의 발전에는 크리에이티비티와 이노베이션이 필요하다. 크리에이티브 투어리즘은 크리에이티브 산업의 발전 아래 여행자들의 다양한 니즈와 사회, 경제의 끊임없는 성장에 의해 창생되는 것이다. 하서회랑 일대는 회화처럼 아름다운 풍경뿐만 아니라 맛있는 술로도 유명하다. 업계의 위기를 앞두고 하서회랑의 주조업, 특히 와인 제조업의 구조개혁이 추진되어 왔다. 그에 따라 업계의 이미지 향상, 문화재생, 리브랜딩, 홍보활동의 쇄신, 마케팅 신 모델 형성과 같은 면에서 술문화에 관한 크리에이티브 투어리즘이 해야 할 역할은 보다 커지고 있어 이 분야에 대한 투자는 각지에서 고조를 보이고 있다. 하서 회랑에 있어 술문화의 크리에이티브 투어리즘 발전을 위해 술문화 투어리즘의 선진국에서 앞선 경험을 배워 표본으로 삼으려 한다.		
예산액	(현지통화)	(US\$환산)	

1. 과제 (현재 상황)

지역면:현재 간쑤성의 하서회랑에서 술문화 투어리즘이 비교적 발전되어 있는 지역은 모두 자원이 풍부한 지역이다. 술문화 형성은 우웨이시, 장예시, 주취안시, 자위관시, 둔황시 일대에서 다방면으로 전개하고 있다.

상품개발면:술문화 투어리즘 면에서 주조업과 관광업은 이미 리소스와 제품의 공유·상호활용을 개시하고 있다. 유형자산인 술문화 제품의 분류를 중심으로 술문화 제품의 구체적인 소비가치에 기초하여 술문화 특유의 테마형 관광상품 설계도 추진되고 있다.

개발모델면:유명한 백주·와인제조 기업을 중심으로 기업 주도형 개발이 추진되고 있어 술 브랜드로서의 소구력(구매호소력)이 강하다. 술문화 투어리즘에의 투자는 아직 비교적 초기단계다.

술문화 투어리즘 관광상품의 제공 주체는 생산거점이 메인이다. 한편 생산지는 충분히 집약되어 있지 않아 거점 단체(單體) 레벨·그룹레벨·생산지 레벨과 같은 시점에서 봤을 때 여행지로서의 틀을 구축하지 못했다. 따라서 고도의 쌍방향 체험형 술문화 크리에이티브 투어리즘 상품이 빈약하다.

2. 목표 (장래상)

하서 회랑의 술문화 크리에이티브 투어리즘의 산업화 추진에 있어서의 핵심은 다음과 같다. 정책지원·법적보장 및 관리체제의 일신을 실행한 후 관광객의 니즈동향과 술문화의 크리에이티브 투어리즘 상품의 소비자 수 및 특징, 주조업과 관광업, 자본과 문화자원의 실정 등을 고려하며 추진해 간다. 크리에이티브한 발상으로 술문화와 밀접하게 관련된 사항(관광지, 특색있는 건축물, 테마파크, 자연과 문화재 등의 실경을 이용한 쇼, 축하행사, 관광지 이미지, 관광선전 재료 등)을 종합적으로 디자인하여 마케팅 해 나감으로써 술문화와 관광업을 높은 레벨에서 일체화시켜 ‘문화의 힘’을 ‘상품을 만드는 힘’으로 ‘상품을 만드는 힘’을 브랜딩력으로 연결해 간다.

3. 시책 내용 (개요)

1)각 레벨의 정부 및 담당부문 주도의 술문화 크리에이티브 투어리즘에 대한 정확하고 종합적인 이해가 필요하다. 관광산업의 의지결정에 있어 과학적인 체계로서 간쑤성 술문화 투어리즘의 방향성과 중점 관광지에 관한 자리매김과 계획, 규제·부지계획 등에 대해 지도, 검증, 평가 등을 실시하는 관광전문가 자문위원회를 설립하여 자원개발의 효율화를 검토하고 있다. 또한, 술문화 자원을 관광상품으로 승화시키는 비용억제와 자원보호에 있어서도 크리에이티비티를 발휘하고 있다.

- 2)간쑤성의 술문화 투어리즘에 관한 관리체제와 연계체제의 정비. 술문화 투어리즘의 종합적인 경쟁력 강화의 기초로서 하서 회랑 술문화 관광개발 관리위원회의 설립을 검토중.
- 3)선진국의 앞선 술문화 투어리즘 경험의 학습. 프랑스나 호주의 와인 투어리즘과 독일의 맥주 투어리즘 등을 참고로 하고 있다.
- 4)관광 브랜드화의 모색과 실천. 술문화가 간쑤성의 ‘간판’이 되는 것을 지향.
- 5)술문화 크리에이티브 투어리즘에 종사하는 인재육성으로서 전문인재팀을 설립.

(순조롭게 진행되고 있지 않은 것)

술문화의 크리에이티브 투어리즘은 주로 다음과 같은 제약을 받고 있다. 1)크리에이티브 환경의 결여. 술문화 투어리즘에 관해 전체적인 조정을 하는 기관이 없기 때문에 관리부문이 분산되고 있다. 그로 인해 술문화 투어리즘에 있어서는 시장 룰에 따른 운영환경과 질서형성, 소유자, 관리자, 경영자의 이해조정 등이 난항을 겪고 있으며 프로젝트의 지연 등 술문화 투어리즘의 개발기업은 진퇴의 기로에 서 있다. 2)통합형 마케팅 커뮤니케이션의 자리매김이 되어 있지 않다. 먼저 술브랜드와 관광 브랜드의 유기적인 협업에 제약이 있다는 것. 다음으로 마케팅 커뮤니케이션의 융합이 미발달 되어 있다는 것. 마케팅 커뮤니케이션의 효력을 보증하는 체계와 체제가 없고 컨셉트, 어프로치 모두 늦어지고 있다. 마지막으로 술문화의 발신과 관광객의 주류 소비량이 원활히 링크되어 있지 않다는 것. 관광시장에 있어서의 주류 전개에는 어느 정도의 사회적 제약을 고려할 필요가 있다. 3)크로스오버 크리에이티브 인재가 극단적으로 부족하다. 하서 회랑에 있어서 술문화의 크리에이티브 투어리즘을 성장시키기 위해서는 술문화의 진수를 이해하고 크리에이티브하고 다른 분야에서의 경험이 있으며 관광산업화를 추진해 갈 수 있는 복합형, 응용형 인재가 필요하다.

4. 참고자료

간쑤성 명주대전

1. 황타이주

량저우시의 황타이주는 현대 과학기술과 전통적인 제조기술을 융합, 수많은 정수를 집합시켜 만들어진 일품이다. 독특한 맛을 자랑하며 ‘남쪽에 마오타이, 북쪽에 황타이가 있다’고 양조가들이 말할 정도로 국내외에서 그 이름이 널리 알려져 있다.

2. 막고와인

막고 와인은 간쑤성의 유명 와인 브랜드. 그 브랜드의 가치는 62 억 7900 만 위안으로 중국의 와인 브랜드로서는 3 위, 아이스 와인으로는 1 위, 간쑤성의 주류로서는 1 위를 차지하고 있다.

3. 세기금회주

금회주는 진령산맥의 남쪽기슭 가릉강 강변 세계자연유산인 구채구에 인접한 간쑤성 룡남시 휘현에서 생산된다. 향토지의 기재나 출토품에 의하면 그 기원은 전한시대로부터 거슬러 올라간다. 당·송시대에 생산되었으며 명·청시대에는 ‘서부 술의 고장’으로서 명성을 날렸다.

4. 구량액

구량액은 9 종류의 곡물을 원료로 하여 각 곡물의 맛과 향을 잘 융합시킨 특별한 백주다. ‘주옹의 극상품’으로 불리며 국내외에 그 이름이 알려져 있다.

5. 한무어주

간쑤성의 저명상표인 한무어주. 투명하고 맑으며 은은한 향을 가지고 있어 입에 머금으면 매우 부드러우면서도 복잡미묘한 맛이 조화를 이루는 독특한 술이다.