

# ‘은발 려차 달린다’, 려행하며 물리치료까지

## 현지의 려사, 수려한 경관, 전통 중의학을 결합한 건강양생 테마 민박도



▲ 상해남역 플랫폼에서 려차에 오르는 실버족 승객들

우리 나라에서 실버족의 문화관광 소비 열기가 꾸준히 증가하고 있다. 최근 이를 더욱 실감하고 있다는 오증화씨는 10여년간 B&B 민박을 운영중이다. 안휘성 황산시 흠(歙) 현의 유명 관광지인 휘주(徽州) 고성에 위치한 그의 B&B 민박은 문을 연 지 1년 만에 1선 도시 실버 단체관광객의 방문이 줄을 잇고 있다. 그의 B&B 민박은 현지의 려사, 수

려한 경관, 전통 중의학을 결합한 최초의 건강양생 테마 민박이다. 오증화의 설명에 따르면 정기적으로 의사를 초빙해 의학 강의, 중의학 물리치료 등 건강관리 서비스를 제공하는 한편 실버족 맞춤형 려행 계획과 관광 서비스를 제공하고 있다. 그는 “건강양생 려행을 즐기는 1960~1970년대 출생자가 늘 것”이라면서 “그들은 건강관리뿐만 아니라 더 나은 관광 체험을 위해 지갑을 열

능력이 있다.”고 말한다. 실버 경제가 문화관광 시장에 막대한 소비 동력을 불어넣고 있다. 국가관광연구원의 통계에 따르면 지난 2023년 60세 이상 관광객수는 이미 11억 6,000만명(연인원)에 달했다. 이는 국내 총관광객의 20.6%를 차지하는 규모다. 오는 2028년에는 실버 관광 시장 규모가 약 2조 7,000억 원에 달할 것으로 전망됐다. 상무부와 문화관광부 등 9개 부처

와 국유기업은 지난 2월, 실버족 친화 관광 려차 서비스 확대 개선을 위한 행동 계획을 발표했다. 이와 더불어 오는 2027년까지 실버족 관광객을 대상으로 한 전용려차망을 구축해 연간 100개 이상의 로선, 2,500편의 려차를 정기 운행할 예정인 것으로 전해졌다. 최근 발표된 <실버 경제 청서: 중국 실버 경제 발전 보고서(2024)>에 따르면 실버 경제 규모는 7조 원으로 그중 핵심 성장 분야는 관광업으로 나타났다. 국가로령협회에 따르면 지난 2023년 기준 실버층이 축적한 재산은 총 78조 4,000억 원을 기록했다. 오는 2035년까지 전체 실버 경제 규모는 30조 원에 달할 것으로 관측되었다. 실버족의 시장 규모가 커지면서 숙박산업의 업그레이드를 촉진하고 있다. 많은 지역의 호텔에서 무소음 바닥, 미끄럼 방지 욕실 등을 설치하고 있는 것으로 전해졌다. 국내 최대 호텔 체인인 화주(华住) 그룹은 로인 친화적 시설을 갖춘 객실이 인기를 끌면서 지난해 객실 투숙률이 90%를 돌파했다고 밝혔다. “농촌지역은 풍경과 환경이 뛰어나지만 아니라 이젠 숙박 시설과 의료 서비스가 개선돼 몸과 마음이 편안합니다.” 상해에서 온 관광객 손전은 매년 이해와 일정 기간 장강삼각주지역의 건강양생 리조트에 머문다면서 상해로 돌아간 후에도 현지 농산물을 온라인으로 구매한다고 말했다. /신화넷

# ‘기타 마을’, 해외서도 통하는 명성



▲ 창문달악기회사 쇼룸에 전시된 자사 브랜드 전자기타

산동성 유방(潍坊) 시 창락(昌乐) 현 당오(鄄鄆) 진에 들어서면 기타 모양의 표지판이 눈에 띈다. 표지판은 국내외 바이어들을 각각의 전자기타 기업으로 안내한다. 당오진은 우리 나라 전자악기의 산업기지로 통한다. 총인구 8만명 가운데 5,000여명이 악기산업에 종사하고 있다. 관련 통계에 따르면 세계 평균 전자기타 3대 가운데 1대는 이곳에서 생산된다. 당오진 악기산업은 1970년대초부터 시작되었다. 창락현은 1972년 악기공장을 세우고 바이올린, 월금, 경호(京胡) 등 악기를 생산하기 시작했다. 우리 나라 악기산업은 개혁개방 이후 발전 기회를 맞이했다. 당오진 부진장 류개는 “1990년대초 한국 전자기타 생산 기업이 산동에 투자 의사를 밝혀 당오진은 한국 기업과 합자로 악기공장 설립 계획을 세웠다.”고 말했다. 지속적인 협의 끝에 1993년말 중한 합자인 산동무사(繆斯)악기회사가 당오진에 설립되었다. 이는 창락현 최초의 합자기업의 하나로서 전자기타, 전자베이스기타 등 전자악기를 생산할 예정이었다. 하지만 당시 근로자들이 기타를 접해본 적이 없어 기술적 문제에 부딪혔다. 하여 당오진에서는 수십명이 기타 제조 기술을 배우기 위해 한국으로 건너갔다. /신화넷

한국에서 기술을 배우고 온 사람들은 곧 기술 핵심 인력으로 성장했으며 당오진의 많은 농민들에게 기타 조립, 튜닝(改装) 등 관련 기술을 전수했다. 2000년부터 무사악기, 창락현악기 공장 등 기업의 주도하에 많은 생산, 마케팅 핵심 인력이 악기공장을 창업하면서 당오진 악기산업도 급속한 발전 단계에 진입했다. 창락 창문달악기회사 장건군 회장은 2012년 전자기타회사를 설립했다. 그는 “처음엔 직원이 10명도 채 안됐지만 지금은 130여명의 직원이 근무하고 있으며 연간 전자기타 생산량은 약 20만대, 연간 매출은 약 1억 원에 달합니다.”라고 소개한다. 당오진에는 108개의 악기 생산 및 부품 가공 기업이 있으며 연간 전자기타 생산량은 200만대, 부품은 500만 세트에 달한다. 국내 전체 생산량의 40%를 차지하는 수준이다. 회사 생산량의 90%는 130여개 국가와 지역으로 수출되며 연간 총매출은 10억 원을 넘어선다. 하나의 산업이 도시 전체를 먹여살린다. 당오진은 40여개의 현지 브랜드를 육성했으며 35개의 특허와 42개의 저작권을 보유하고 있다. 당오진의 제품은 미국, 영국, 일본, 한국 등 국가와 지역에서 국제적인 명성을 쌓아가고 있다. /신화넷

# 복잡한 도심 벗어나 발길 닿는 대로, 캠핑카 열풍

‘캠핑카(房车) 려행’ 열풍이 국내에서 날따라 거세지고 있다. 생필품을 박아넣은 캠핑카를 타고 도로와 오솔길, 야영지를 누비며 아름다운 경치를 감상하는 사람들이 갈수록 늘고 있다. “캠핑카는 우리 나라의 새로운 소비 시장이 될 것입니다.” 위항캠핑카의 회장 황달의 말이다. 위항캠핑카는 지난 2011년 양주 의정시 진집(陈集) 진에 진출한 최초의 캠핑카 업체이다. 의정시는 원래 자동차 및 부품 산업 클러스터를 보유하고 있어 자동차 기술 인력이 풍부하다. 양주·남경·진강 등 관광객 원천지와 근접하고 교통도 편리하다. 또한 현지 정부의 토지 및 인프라 등 정책 지원과 결합해 위항캠핑카는 진집진에 자리를 잡기로 정했다.



▲ 싸이더캠핑카의 캠핑카 제품

진집진의 캠핑카산업은 십여년의 발전을 거쳐 규모를 갖추기 시작했다. 진집진시대 주석 리정명에 따르면 2023년 진집진 캠핑카 기업들의 판매량은 총 1,260대로 판매액이 전년 대비 20% 이상 증가한 6억여원에 달했다. 진집진의 캠핑카 판매량은 매년 전국의 약 10%를 차지하고 있다.

최근 수년간 우리 나라 캠핑카 시장의 인기가 급상승하면서 캠핑카 보유량, 판매량도 전반적으로 늘고 있다. 관련 통계에 따르면 2023년 전국 캠핑카 무적 판매량은 1만 4,365대로 그 전해 같은 기간보다 22.41% 확대됐다. 2024년 9월 전국의 캠핑카 종합 보유량은 약 21만 3,400대로 집계됐다. 씨트립 통계에 따르면 2024년 여름 캠핑카 려행의

신규 리용객 비중은 무려 49%에 달했다. 진집진은 캠핑카 차주의 다양한 요구를 충족시키기 위해 캠핑카 주차 공간과 캠핑장을 신설하는 등 캠핑카 려행 인프라를 개선했다. 또한 진집진을 포함한 의정시내 모든 향진에 블랙베리, 차일 따기 체험, 수상 스포츠 등 특별 농촌관광 체험 프로그램을 만들었다. /신화넷

자유롭고 편안한 체험을 제공하는 캠핑카의 특징으로 인해 캠핑카 수요가 급증하고 있다. 소비자의 관광 수요 업그레이드 역시 캠핑카 기업이 지속적으로 새로운 모델을 출시하도록 이끌고 있다. 색드캠핑카 회장 황건은 지난해 6월 100여명의 일행과 함께 양주를 출발해 신강으로 려행을 떠났다. 28일간 이어진 려행 기간 동안 연인수로 10만명이 넘는 사람들이 이들의 려행을 담은 생방송을 시청했고 색드캠핑카회사는 10대의 캠핑카를 판매했다. 당시 캠핑카가 ‘불의 땅’ 톨판을 지날 때 주변 온도가 섭씨 50도를 넘었지만 차량내 온도는 섭씨 30도를 유지했다. 이는 차체가 열전도율을 낮추는 복합 소재를 사용했기 때문이다. 이후 서장 등 고지대 지역이 캠핑카 려행지로 인기를 끌면서 산소 생산 장비를 옵션으로 포함한 캠핑카 제품도 생겨났다. “캠핑카 려행은 일반 려행으로는 갈 수 없는 곳으로 우리를 이끕니다. 또 기존 방식으로는 체험할 수 없는 경험도 선사하죠.” 황회장의 말이다. /신화넷

# 24 시간 무인 당구장 류행, AI 코치도 있고

최근 당구가 ‘무인’, ‘셀프’, ‘인공지능(AI)’ 등 날개를 달고 인기 스포츠로 떠오르고 있다. 시장조사업체 아이미디어리서치(艾媒咨询)에 따르면 지난해 1월~10월 기준 새로 생긴 당구 관련 회사가 11만개를 돌파했다. 특히 24시간 영업과 셀프 서비스로 무장한 무인 당구장의 활약이 돋보인다. 일부 무인 당구장은 인공지능(AI) 코치, AI 심판 등 기능이 도입돼 사용자들의 경험을 향상시켰다. 또한 쉬운 예약 서비스와 자유로운 플레이, 온라인 커뮤니티 활동 등을 바탕으로 소비자 충성도 및 만족도가 올라가 단



22.6%를 차지했다. 무인 당구장이 인기를 끌면서 연습 상대, 전문 지도자 등에 대한 수요도 생겼다. 연습 상대 일을 하고 있는 리문열은 “당구를 즐기면서 매달 5,000~6,000원의 수입이 생겼다.”며 “취미가 직업이 돼 하루하루가 즐겁다.”고 소감을 전했다. /신화넷

# 커피 한잔 값에 휴대폰용 금 스티커 사요

금값이 여전히 솟아오르며 사상 최고치를 연신 경신하지만 젊은 소비자층에서는 초저중량 순금 스티커가 류행이다. “이것은 금인데요, 휴대폰에 붙이면 부와 행운을 부를 수 있네요!” 금 스티커의 무게는 대부분 0.02 그램에서 0.3 그램이고 가격은 20~30 원에서 100~200 원까지 다양하다. 데이터에 따르면 온라인 쇼펍몰 토보에서 20만개 이상의 순금 휴대폰 스티커가 판매되었는데 소비자층은 주로 25세에서 30세 사이의 녀성들 이라고 한다. 기업들에서는 도라에몽, 헬로키티, 견환전(甄嬛传)을 테마로 한 제품 등 관련 휴대폰용 금 스티커 제품을 잇달아 출시하고 있다. 가격은 높지 않으면서 그 의미가 좋고 자유롭게 꾸밀 수 있다는 점 때



▲ 휴대폰에 부착한 금 스티커

문에 황금 스티커는 젊은층의 사랑을 받고 있다. 특히 평안, 부귀, 출세, 장수 등을 테마로 한 스티커는 많은 중로년 소비자층의 인정을 받고 있다. 금값이 하루가 다르게 치솟는 시기에 금 액세서리는 독특한 판매 루트를 개발했다는 평가가 나온다. /중국신문넷

3월에 들어서면서 성도평원은 유채꽃이 바다를 이루었다. 사천성 성도시 승주 려촌의 만무 유채꽃밭에는 ‘휘귀’ 식탁들이 즐비하게 늘어서 꽃밭 휘귀를 체험 하고저 하는 관광객들이 줄을 이었다. 전원의 봄 경치 속에서 꽃밭 휘귀와 같은 새로운 콘셉트는 관광객들에게 색다른 경험을 선사하고 있다. /중국신문넷

