

2024

라이브 커머스 업종 리포트

Vol.1 관광/여행

변화하는 여행 트렌드와 대표 여행 구매 채널로서 자리 잡는 라이브

여행 업계는 끊임없이 변화하는 외부 환경 변화에 기민하게 영향을 받으며 발전해 왔습니다. 코로나를 기점으로 주변의 여행 풍경은 사뭇 달라졌습니다. 무조건 멀리 떠나고 많이 보는 것에 중점을 두는 것이 아닌, 재충전을 위해 휴식을 취하고 좋아하는 걸 즐기기 위해 떠나는 것으로 자리 잡고 있습니다.

라이브커머스는 소비자가 여행 상품을 접하고 구매하는 데 익숙한 채널로 자리 잡았습니다. 코로나를 거치며 하나투어, 야놀자 등의 대표 여행사, 플랫폼이 라이브커머스에 진출하였고, 현지 생중계 라이브 등 비대면으로도 입체적인 시청각적 경험을 제공하며 여행 상품을 판매해 왔습니다. 코로나 종식 이후 해외여행 수요 급증에 따라 방송 수도 증가하며 활기를 띠고 있습니다.

2024년을 지배할 여행 트렌드는 무엇일까요? 여행 상품의 라이브 판매 동향은 어떨까요? 본 리포트를 통해 트렌드를 파악하고 유의미한 인사이트를 발견하시기를 바랍니다.



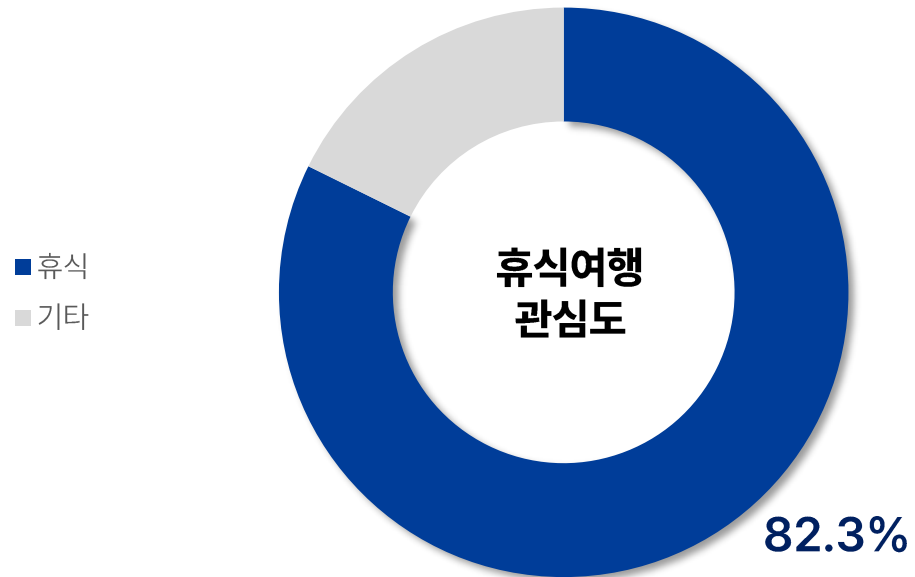
Market Trend

- 2024 여행/관광 핵심 트렌드
- 주요 트렌드 사례

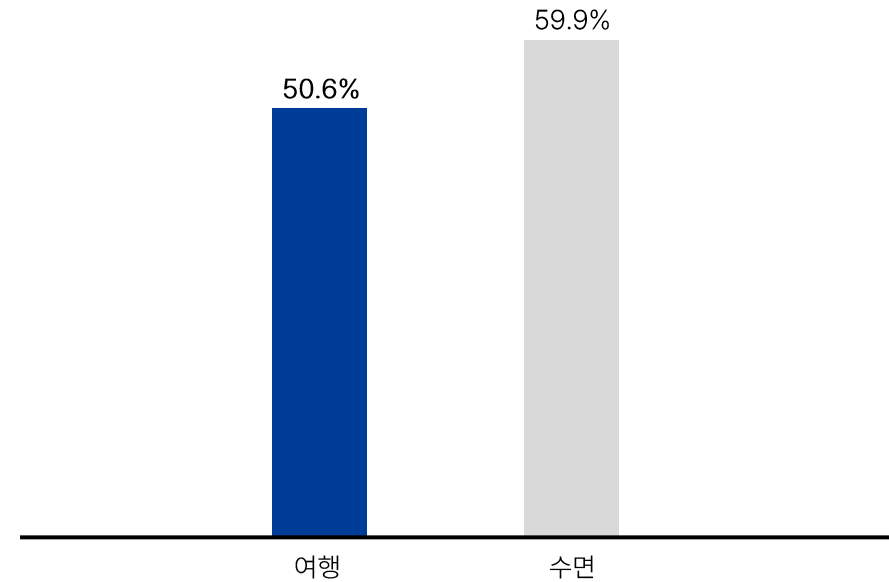
웰니스에 대한 수요가 급증하며 떠오른 휴식 여행

빡빡한 일정의 패키지보다는 진정한 휴식을 누리는 여행에 대한 수요가 증가하고 있습니다. 국내 소비자 대상 설문조사에 따르면 휴식 목적의 국내 여행 관심도는 82.3%이며 여행으로 피로를 해소하는 소비자는 50.6%로, 수면(59.9%)으로 해소하는 소비자와 비슷한 비율입니다.

휴식 목적의 국내 여행 관심도



피곤을 해소하는 방법

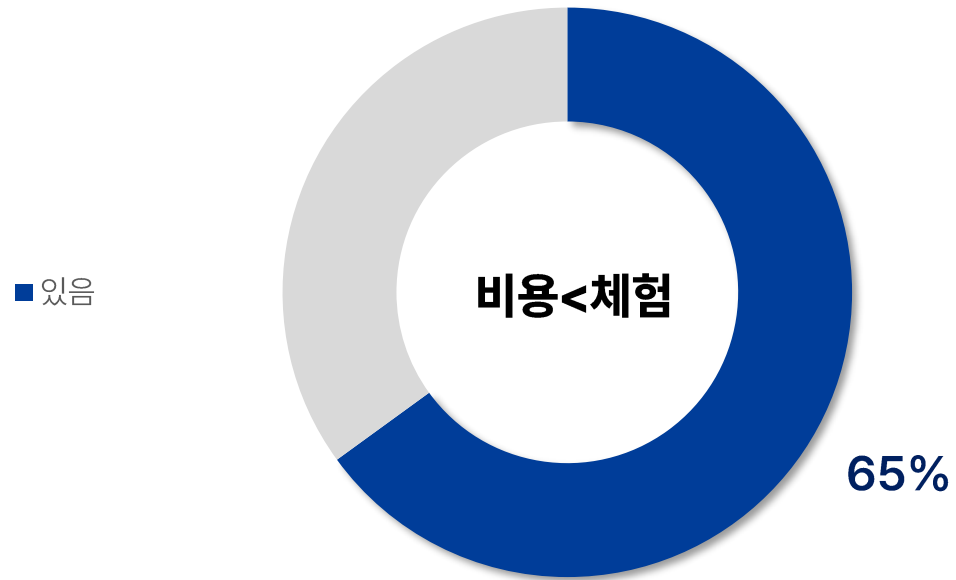


출처: [한국관광공사] 나만의 경험을 찾아가는 여정, 2024 관광트렌드 'R.O.U.T.E'

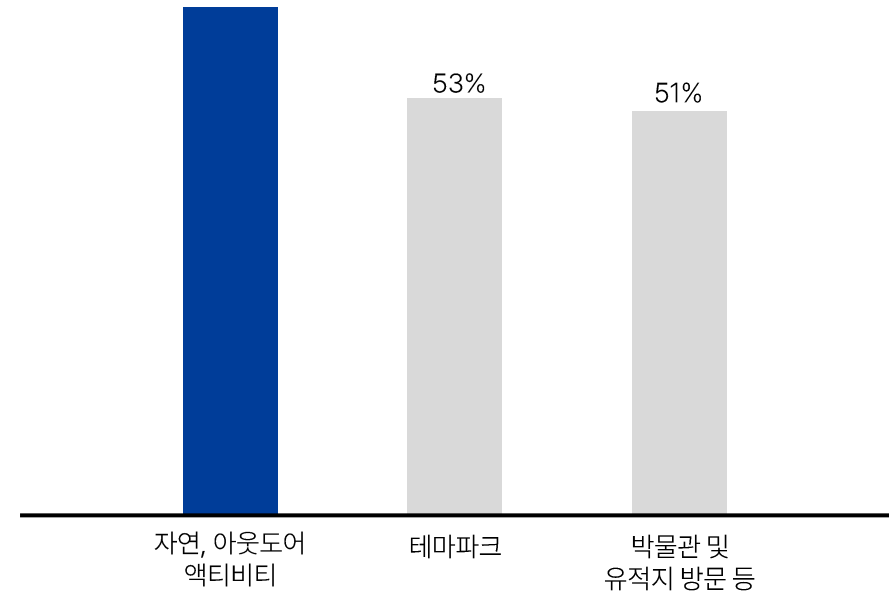
예산의 절반을 의미 있는 체험에 투자하는 체험 여행

여행 경비를 절약하기보다, 특별한 추억을 쌓고 유대감을 형성하기 위한 '체험'에 주목하는 추세입니다. 아태지역 MZ세대 여행객 중 65%가 여행 예산의 절반 이상을 독특한 '체험'에 소비할 의향이 있다고 밝혔습니다. 특히 자연과 아웃도어 액티비티를 즐기고 테마파크와 박물관, 유적지 방문 등 의미 있는 여행도 선호하는 모습을 보입니다.

여행 예산의 절반 이상을 체험에 투자할 의향



아태지역 여행객이 선호하는 체험

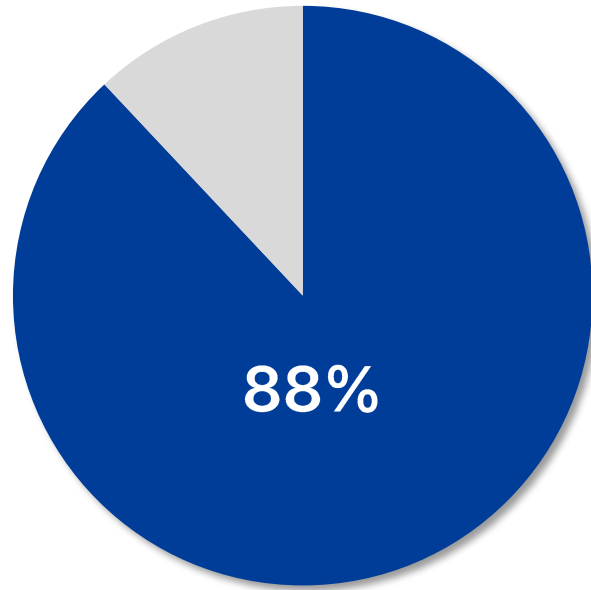


출처: 클룩 '2024 트래블 펄스(Travel Pulse)' 여행 트렌드 설문조사

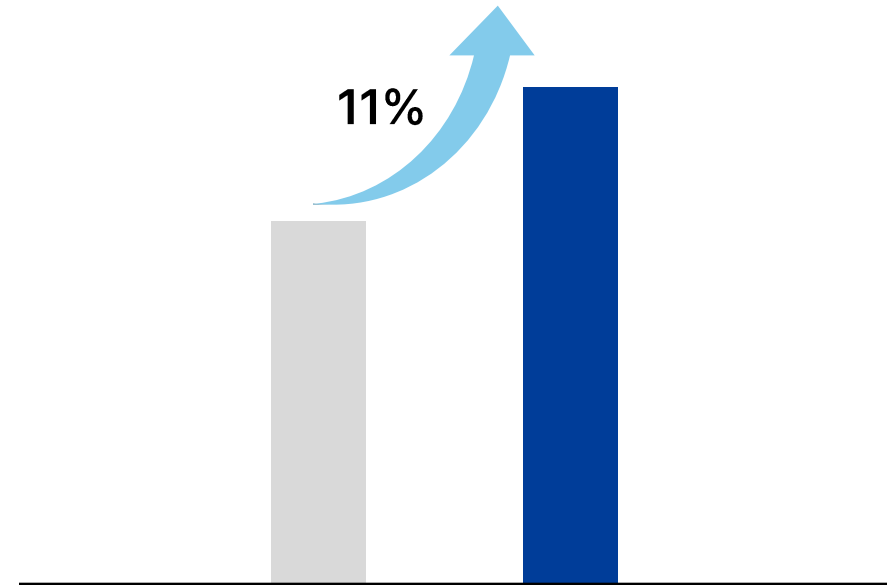
콘서트, 전시 관람 등 엔터테인먼트 활동이 주축이 된 문화 여행

좋아하는 아티스트의 해외 공연을 관람하러 여행을 떠나는 '엔터투어먼트'가 주목받고 있습니다. 한국인 여행객 중 88%가 영화나 드라마 속 여행지를 방문하고자 하며, 이러한 인기로 '성지 투어'도 더욱 확산되고 있습니다.

인기 영화, 드라마 속 여행지로 여행을 떠나고
싶다고 생각한 한국인 여행객 비율



<에밀리, 파리에 가다> 시즌3 공개 후
한국 → 파리 항공편 전월 대비 검색량



콘서트, 전시 관람 등 엔터테인먼트 활동이 주축이 된 문화 여행

전체 응답자의 64%가 엔터테인먼트를 즐기기 위해 해외에서 공연을 관람하는 것을 고려할 의향이 있다고 답했습니다. 영화나 드라마 촬영지로 유명해진 장소에 많은 여행객들이 방문하여 기념 사진을 촬영하는 등 콘텐츠 속 주인공이 된 기분을 만끽하고 있습니다.



사진 출처: ©Dive Tutukaka

<아바타: 물의 길>의 한 장면을 떠오르게 하는 뉴질랜드 북섬의 푸어나이트 군도입니다.

실제로 뉴질랜드에서 영화 '아바타'의 촬영이 이루어졌으며, 영화 팬들은 이곳을 방문해 스쿠버 다이빙을 즐깁니다.



사진 출처: 프랑스 관광청

프랑스 관광청은 넷플릭스와의 협약을 통해, 넷플릭스 영화와 드라마를 보고 프랑스를 방문하는 여행객을 위한 디지털 여행 가이드북을 제공합니다.

<에밀리, 파리에 가다>를 포함한 여러 콘텐츠 촬영지의 리스트를 제공하고, 맞춤 가이드 서비스를 선보입니다.



사진 출처: Flickr

<더 퍼스트 슬램덩크>가 흥행하며 만화의 배경지인 일본 '가마쿠라'를 방문하는 여행객이 증가했습니다.

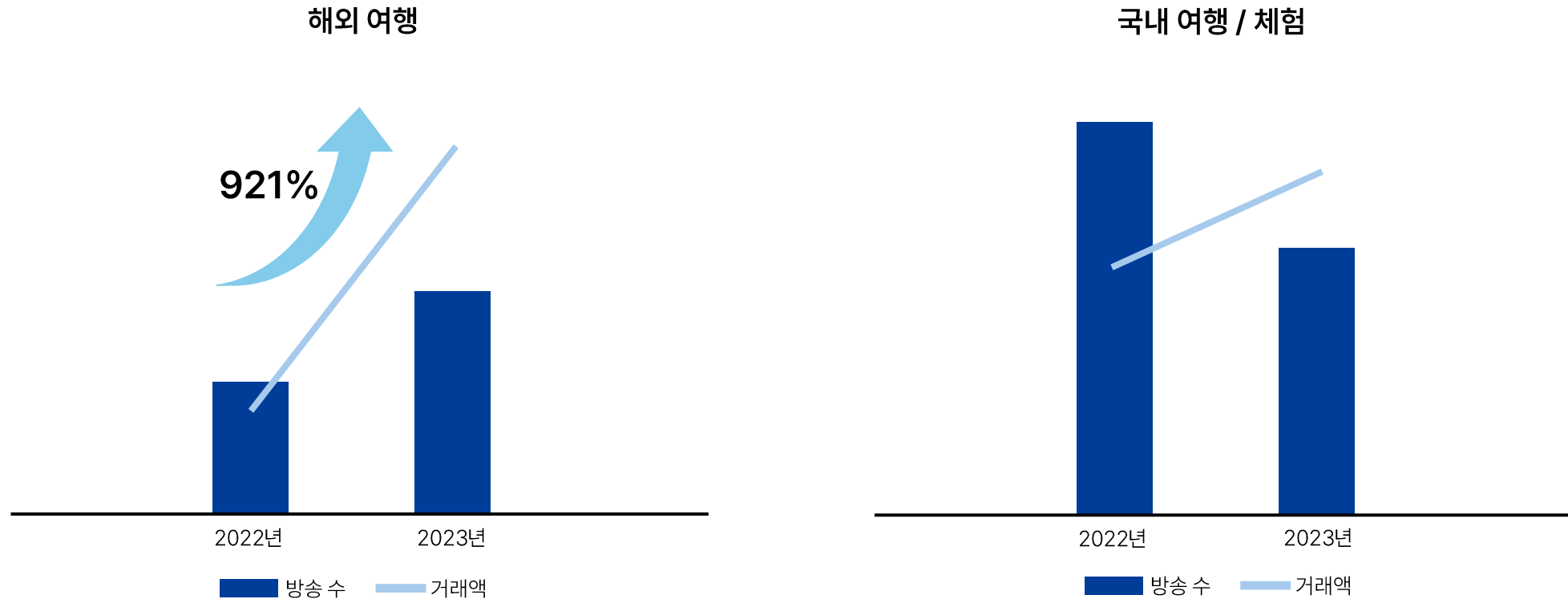
만화 속 주인공이 탔던 열차를 직접 타고, TV판 슬램덩크의 오프닝에서 등장한 철도 건널목에서 인증 사진을 찍는 등 촬영지의 인기가 뜨겁습니다.

Live Trend

- 국내/해외여행 방송 동향
- 해외여행 방송 주요 지표
- 주요 사례

엔데믹 이후 엇갈린 국내/해외 여행 명암

본격적인 엔데믹이 시작된 2023년을 기점으로 해외 여행 상품을 판매하는 라이브가 급증했습니다. 2023년 해외 여행 방송 수는 전년 대비 118%, 거래액은 921% 증가했습니다. 반면 국내 여행 방송 수는 감소하는 추세였습니다. 2023년 국내 여행/체험 방송 수는 전년 대비 43% 감소했으며, 거래액은 67% 증가에 그쳤습니다.

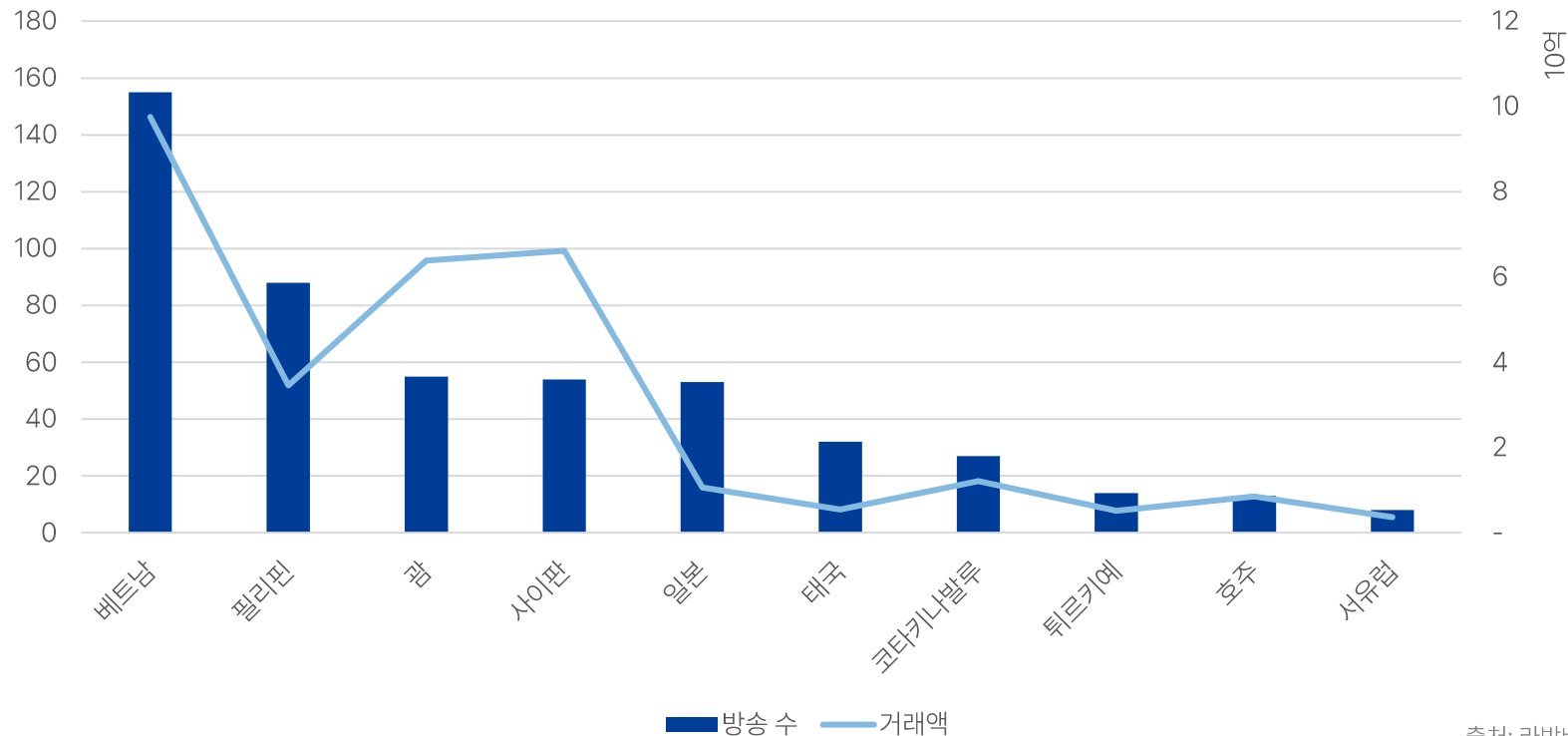


출처: 라방바 데이터랩 (기간: 2022 ~ 2023)

가장 많이 찾은 해외 여행지는 동남아, 거래액 높은 여행지는 괌 & 사이판

베트남(나트랑, 푸꾸옥 등), 필리핀(세부, 보라카이 등)이 라이브에서 가장 많이 소개된 여행지 1,2위를 차지했습니다. 이외에도 태국, 코타키나발루 등 비교적 가까운 동남아시아 여행지를 향한 수요가 많았습니다. 방송 수 대비 거래액이 높은 여행지는 서태평양에 위치한 휴양지 괌, 사이판이었습니다. 휴양지를 선호하는 소비자들의 수요가 실제 거래액으로도 입증된 것으로 보입니다.

Top 10 여행지 & 거래액



출처: 라방바데이터랩 (기간: 최근 1년)

라이브와 쇼츠를 활용해 여행의 설렘을 생생하게

그립 클라우드의 고객사인 '참좋은여행'에서는 매주 수요일 오후 7시 라이브를 통해 여행지를 소개하고 있습니다.

특징 및 인사이트 💡

- ✓ 사이판, 대만, 연태(중국) 등 단거리 비행으로 부담 없이 다녀올 수 있는 해외 여행지를 큐레이션 하여 소개
- ✓ 여행지의 정보를 담은 감각적인 쇼츠 영상을 통해 흥미 유도
- ✓ 주요 구매층인 3040의 자유 여행을 선호하는 니즈에 맞춰 자유 여행 및 노쇼핑 상품 구성
- ✓ 라이브를 통한 차별화된 결제 유도를 위해 룸 업그레이드, 현지 투어 무료 제공 등의 실질적인 혜택 제공



해외 여행 LIVE 주요 지표

방송 많은 시간

1위 8PM
2위 7PM
3위 10PM

방송 많은 요일

1위 목요일
2위 수요일
3위 화요일

가장 잘 팔리는 시간

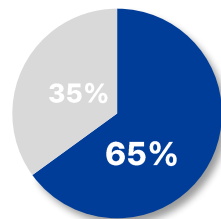
목요일 22시

Summary

- ✓ 방송이 가장 많은 요일은 목요일, 시간대는 오후 8시였습니다.
- ✓ 매출액이 많이 발생했던 방송의 요일은 목요일, 시간대는 22시였습니다.
- ✓ 30,40대 여성이 주요 시청자였습니다.

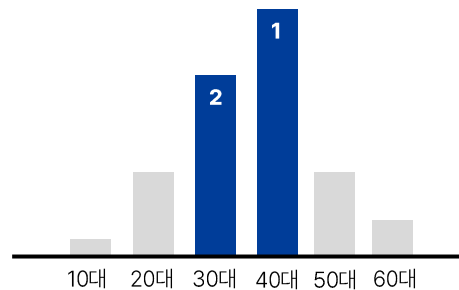
주요 시청 고객

성별 구성



■ 여성 ■ 남성

연령별 구성



그립 클라우드 소개

자사몰 성장을 위한 미디어 커머스 솔루션

브랜드 인지와 고객 관계 구축은 자사몰에서부터 시작합니다.

그립 클라우드는 비디오를 통해 브랜드가 고객을 만날 수 있도록 돕습니다.

원클릭 손쉬운 연동으로 비디오 커머스 솔루션을 내재화하고,

자사몰 기반의 지속 가능한 성장을 경험해 보세요.

도입 문의 cloud.bd@gripcorp.co

홈페이지 <https://gripcloud.show>