Journal of Digital Art Engineering & Multimedia Vol.13, No.3, September (2026), pp.397-410
ISSN 2508-9099(p) 2672-1198(e) *http://dx.doi.org/10.29056/jdaem.2026.09.11*

야간 관광에서 야간 분위기가 관광객 경험과 재방문 의도에 미치는 영향 연구: 상해 대표 야간 관광지를 중심으로

The Influence of Night Atmosphere on Tourists' Experience and Revisit Intention in Night Tourism: A Case Study of Representative Night Tourism Destinations in Shanghai

장소징[1]

Xiao-Jing Zhang[1]

요 약

야간 관광은 야간 소비경제의 활성화, 도시의 문화적 매력 제고 및 도시 발전 촉진에 중요한 역할을 한다. 본 연구는 상하이(上海)의 대표적인 5개 야간 관광지를 연구 대상지로 선정하고, 야간 분위기, 긍정적 감정, 플로우 경험, 관광객 만족도 및 재방문 의도를 중심으로 설문조사와 심층 인터뷰를 실시하여 자료를 수집하고 분석하였다. 이를 통해 야간 관광 환경에서 야간 분위기가 관광객 경험 형성에 미치는 영향과 그 과정을 규명하고자 하였다. 연구 결과는 다음과 같다. 첫째, 야간 분위기는 관광객의 야간 관광 경험 형성에 중요한 영향을 미치는 요인으로 확인되었다. 야간 분위기의 구성요소는 디자인, 분위기, 직원 요소, 공간 배치의 네 가지 기본 요소로 나타났다. 둘째, 야간 분위기의 구성요소 중 분위기 및 디자인 요소가 제공하는 시각적·청각적·상황적 자극은 관광객의 즐거움과 흥분 등 긍정적 감정을 유발하고, 몰입적인 플로우 상태를 형성하여 관광 목적지에 대한 긍정적 평가와 향후 행동 의도에 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 셋째, 야간 관광 목적지를 조성할 때에는 단순히 야간 분위기를 조성하는 것을 넘어 조명 디자인, 문화적 표현, 상호작용적 체험 및 지역 특색을 활용하여 관광객의 관광 경험의 질을 향상시킬 필요가 있다. 본 연구는 야간 관광 목적지의 차별화된 분위기 조성과 관광객 경험 개선을 위한 이론적 근거와 실천적 시사점을 제공한다.

핵심어 : 야간 분위기, 긍정적 감정, 플로우 경험, 관광객 만족도, 재방문 의도

Abstract

Night tourism plays an important role in promoting the growth of the nighttime consumption economy, enhancing urban cultural attractiveness, and facilitating urban development. This study selected five representative night tourism destinations in Shanghai as research sites and collected and analyzed data through questionnaires and in-depth interviews based on five dimensions: night atmosphere, positive

1 Department of Performing Arts and Culture, The Catholic University of Korea, Bucheon-si, Korea [Doctoral student]
e-mail: zhangxiaojing511@gmail.com

Received(August 4, 2026), Review Result(1st: August 23, 2026), Accepted(September 9, 2026), Published(September 30, 2026)

© 2026 The Authors. Published by NCISS.
This is an open access article licensed under the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.
To view a copy of this license, visit http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/.

emotions, flow experience, tourist satisfaction, and revisit intention. The study aims to examine the significance of night atmosphere and its influencing mechanism in shaping tourists' experiences within the context of night tourism. The results indicate that night atmosphere is an important factor influencing tourists' night tourism experiences. Night atmosphere consists of four fundamental elements, including design, ambience, employee elements, and spatial layout. The visual, auditory, and situational stimuli generated by ambience elements within the night atmosphere can evoke tourists' positive emotions, such as pleasure and excitement, while fostering immersive flow experiences, thereby influencing their positive evaluations of tourism destinations and future behavioral intentions. Moreover, the development of night tourism destinations should go beyond the construction of basic atmospheric elements and focus on enhancing tourists' positive experiences through lighting design, cultural expression, interactive experiences, and the integration of local characteristics. This study provides theoretical foundations and practical implications for creating distinctive night tourism atmospheres and improving tourist experiences in night tourism destinations.

Keyword : night atmosphere; positive emotions; flow experience; tourist satisfaction; revisit intention

1. 서론

1.1 연구의 배경 및 목적

야간경제(Night-time Economy)는 도시의 야간 공동화 현상을 완화하고 도시재생을 촉진하기 위한 정책적 개념으로 영국에서 처음 제시된 경제학 용어이다 [1]. 이 용어는 Montgomery가 영국의 도시계획에 관한 연구에서 처음 공식적으로 사용하였으며, 이후 도시재생 전략의 핵심 정책으로 주목받으면서 빠르게 발전하였다. 야간관광은 야간경제의 핵심 구성요소이며, 일반적으로 오후 6시부터 다음 날 오전 6시까지 이루어지는 서비스 중심의 관광 및 소비 활동을 의미한다 [2]. 야간관광은 관광객의 다양한 소비 수요를 충족시키고 여가생활의 질을 향상시키는 한편, 도시 소비를 활성화하고 도시의 활력을 제고하는 데 중요한 역할을 한다.

선진국에서는 정부의 정책적 지원뿐만 아니라 학계와 사회 전반의 높은 관심 속에서 관련 연구도 꾸준히 축적되어 왔다. 국외 연구는 주로 야간관광 발전의 경제적 효과 [3], 관광객의 야간관광 경험 [4], 야간관광 활동 [5]등을 중심으로 이루어졌다. 반면 중국 내 연구는 야간관광의 개념과 특성 [6], 관광 상품의 유형과 개발 [7]등에 관한 연구가 주를 이루고 있다. 연구 방법 측면에서는 질적 연구가 상대적으로 많이 수행되고, 관광객의 야간관광 경험에 관한 연구는 여전히 부족한 실정이다. 특히 야간관광시장의 경쟁이 심화되는 상황에서 관광객의 경험을 향상시키고 관광목적지의 차별성을 확보하기 위해서는 야간관광 분위기에 대한 보다 구체적인 연구가 필요하다.

따라서 본 연구는 중국 상하이(上海)의 대표적인 야간관광지를 연구 대상지로 선정하고, 야간 관광 분위기가 관광객에 미치는 영향을 분석하여 관광 목적지의 차별화된 야간 관광 분위기 조성과 관광객 경험 향상을 위한 실무적 시사점을 제시하는 것을 목적으로 한다.

1.2 연구범위 및 방법

본 연구는 중국 상하이(上海)의 대표적인 야간관광지를 대상으로 야간 관광 분위기가 관광객 경험과 재방문 의도에 미치는 영향을 분석하고자 하였다. 이를 위해 상해의 대표적인 야간관광지 5곳을 연구 대상지로 선정하였으며, 구체적인 대상지는 [표 1]과 같이 정리하였다.

[표 1] 관광지 사례 정리
[Table 1] Summary of Selected Night Tourism Site Cases

지역 (연도)
1. 와이탄 지역(外灘) 1844년
2. 동방명주 지역(東方明珠) 1994년
3. 난징루 상업거리(南京路商業街) 1999년
4. 자베이 불야성 상업구(閘北不夜城商業區) 2000년
5. 예원 상업구(豫園商業區) 1907년

먼저 야간 관광, 관광 분위기, 관광객 경험 및 재방문 의도에 관한 선행연구를 검토하여 연구의 이론적 배경을 정립하고 분석 요소를 도출하였다. 다음으로 상하이(上海)의 대표적인 야간관광지인 와이탄 지역(外灘), 동방명주 지역(東方明珠), 난징루 상업거리(南京路商業街), 자베이 불야성 상업구(閘北不夜城商業區), 예원 상업구(豫園商業區)를 대상으로 현장조사를 실시하여 야간 관광 분위기와 관광 환경에 관한 자료를 수집하였다. 또한 관광객의 야간 관광 경험과 재방문 의도에 미치는 영향을 파악하기 위해 인터뷰와 온라인 설문조사를 병행하였다. 이를 통해 야간 관광 분위기가 관광객 경험과 재방문 의도의 형성에 미치는 영향과 그 과정을 분석하고, 쾌적하고 매력적인 야간 관광 환경 조성을 위한 개선 방향을 제시하고자 하였다.

2. 이론적 배경

2.1 분위기의 정의

‘분위기(Atmosphere)’는 주변 환경에서 느껴지는 정서적 상태를 의미하며, 영어에서는 Atmosphere, Climate, Ambience, Aura 등 다양한 표현으로 사용된다. 이 중 Atmosphere가 가장 일반적으로 사용된다. 마케팅 분야에서는 Kotler가 처음으로 분위기 개념을 제시하였으며 [8], 시각·촉각·후각 등 다양한 감각적 요소를 통해 특정 상황이나 환경을 지각하게 함으로써 소비자의 구매 가능성을 높일 수 있다고 보았다 [9]. 개인의 행동이 자신 이 속한 자연적 또는 인문적 환경과의 상호작용을 통해 형성된다. 즉, 분위기는 객관적인 환경 속성과 개인의 주관적 지각 속성을 함께 포함하는 개념으로 이해할 수 있다 [10]. 따라서 본 연구에서는 분위기(atmosphere)를 외부의 물리적 환경 속성과 개인의 주관적 지각이 상호작용하여 형성되는 상황적 현상으로 정의하고자 한다.

2.2 야간 관광 분위기

야간 관광 연구 분야에서는 야간 환경의 특성을 설명하기 위해 야간 관광 분위기라는 개념이 제시되어 왔다. 선행연구에서는 야간 분위기가 야간경제 개념보다 야간 도시의 특성을 더욱 효과적으로 설명한다고 보았다 [11]. 밤은 낮과 다른 시간적·공간적 특성을 가지며, 특정한 시공간에서 다양한 영향과 실천이 결합되어 야간 분위기가 형성된다고 설명하였다. 또한 야간 분위기는 사람, 사물, 생각, 감정 및 담론을 연결하는 개념이며, 특히 야간의 정서적 분위기를 강조한다. 야간 분위기는 야간 환경의 독특성을 반영하고 낮과 구별되는 관광 환경을 형성함으로써 관광객의 참여와 체험 욕구를 자극한다 [12].

2.3 긍정적 감정

감정은 관광 연구에서 중요한 개념으로, 관광객이 관광 경험 과정에서 형성하는 정서적 반응을 의미한다. 감정은 일반적으로 긍정적 감정과 부정적 감정으로 구분되며 [13], 관광객의 경험과 행동 의도를 설명하는 중요한 변수로 활용되고 있다. 이 중 긍정적 감정은 관광객이 관광 과정에서 기대에 부합하는 만족스러운 결과를 얻을 때 형성되는 긍정적인 정서 상태를 의미하며, 행복감, 즐거움, 기쁨 등의 정서적 반응을 포함한다 [14]. 이러한 긍정적인 정서 상태는 관광객의 관광 경험에 대한 평가와 후속 행동에 영향을 미치며, 플로우 경험, 관광객 만족도 및 재방문 의도와 같은 긍정적인 관광 결과를 형성하는 중요한 요인으로 작용한다.

2.4 플로우 경험

플로우 경험은 Csikszentmihalyi가 제시한 개념으로, 개인이 특정 활동에 완전히 몰입하여 심리적 즐거움과 만족을 경험하는 상태를 의미한다 [15]. 이는 높은 집중력, 시간 감각의 변화, 지각과 행동의 일치 등 몰입적 경험의 특징으로 나타난다 [16]. 관광 분야에서 플로우 경험은 관광객이 관광 활동에 적극적으로 참여하고 몰입하는 과정에서 형성되는 긍정적인 심리적 경험으로 이해된다. 이러한 경험은 관광 환경의 다양한 자극과 개인의 심리적 반응이 결합하여 형성되며, 체험 환경과 몰입적 요소는 관광객의 경험의 질과 즐거움을 높이는 중요한 요인으로 작용한다. 또한 예술적 콘셉트의 유무와 관계없이 플로우 경험을 강화함으로써 관람객의 체험과 즐거움을 증대시킬 수 있다 [17].

2.5 관광객 만족도

관광객 만족도는 관광객이 관광 경험에 대해 형성하는 전반적인 평가로, 사전 기대와 실제 경험

간의 일치 정도를 의미한다. 관광객은 긍정적인 감정 상태에서 관광 경험을 더욱 높게 평가하며, 이는 관광 목적지에 대한 충성도 형성과도 관련된다 [18]. 긍정적 감정은 개인의 인지와 행동 범위를 확장하여 경험 평가 과정에 영향을 미치는 중요한 심리적 요인으로 작용한다. 긍정적 감정의 발생 빈도가 높을수록 관광객 만족도도 증가한다.

2.6 재방문 의도

재방문 의도는 관광객이 특정 관광지를 방문하거나 관광 활동에 참여한 후, 해당 장소를 다시 방문하거나 동일한 관광 활동에 재참여하고자 하는 의향을 의미한다. 야간 관광 분위기는 일반적인 관광 분위기와 달리 시간적 특수성을 지니므로, 본 연구에서는 재방문 의도를 특정 목적지를 다시 방문하여 야간 관광을 경험하고자 하는 의향으로 정의한다. 긍정적 정서 경험은 관광객의 긍정적인 인식과 행동 의도를 형성하는 데 중요한 역할을 한다 [19]. 특히 야간 관광은 독특한 시간적 환경과 분위기적 특성을 바탕으로 관광객에게 차별화된 정서적 경험을 제공하며, 이러한 경험은 관광객의 행동 반응에 영향을 미치는 중요한 요인으로 작용한다.

3. 설문조사

3.1 연구가설 및 설문지 구성

다음과 같이 연구가설을 설정하였다.

연구가설 1: 야간 분위기는 관광객의 야간 관광 경험에 중요한 영향을 미치는 요인이다.

연구가설 2: 야간 관광 목적지의 유형에 따라 관광객이 중요하게 인식하는 야간 분위기 요소에는 차이가 있다.

이상의 연구가설을 바탕으로 본 연구의 설문 문항은 선행연구에서 활용된 측정 척도를 참고하여 구성하였다.

야간 관광 분위기는 Y. H. Liu, S. C. Jang [20], R. Li, Y. Q. Li, C. H. Liu, W. Q. Ruan [21]선행연구를 참고하여 디자인, 분위기, 직원 요소 및 공간 배치의 네 가지 차원으로 구성하였다. 긍정적 감정은 C. Yoo, J. Park, and D. J. MacInnis [22], 플로우 경험은 Y. P. Chang and D. H. Zhu [23]과 R. Perez-Vega, B. Taheri, T. Farrington, K. O'Gorman [24], 관광객 만족도는 C. K. Lee, Y. S. Yoon, and S. K. Lee [25], 재방문 의도는 H. Moon and H. Han [26]의 연구를 참고하여 측정 문항을 구성하였다. 설문지는 [표 2]과 같이 총 30개 문항으로 구성하였으며, 각 문항은 5점 Likert 척도로 측정하였다. 설문조사는 상하이(上海)의 대표적인 야간관광지 방문객을 대상으로 실시하였다. 온라인과 오프라인 방식을 병행하여 설문지를 회수하였으며, 수집된 자료를 바탕으로 통계 분석을 실시

하였다.

[표 2] 측정 문항

[Table 2] Measurement Items

구성	세분	문항내역
야간 분위기	디자인	1. 전체적인 디자인이 매력적이다. 2. 장식이 지역적 특색을 잘 반영하고 있다. 3. 그림(시각적 요소)이 지역적 특색을 잘 반영하고 있다. 4. 공간 배치가 지역의 특성을 잘 나타내고 있다.
	분위기	1. 조명이 분위기를 잘 조성하고 있다. 2. 음악이 편안하다. 3. 향기가 쾌적하다. 4. 온도가 적절하다.
	직원요소	1. 직원의 복장이 단정하다. 2. 직원의 서비스가 전문적이다. 3. 직원 수가 충분하다.
	공간배치	1. 편안하게 관광할 수 있는 공간이 제공된다. 2. 전체적인 공간 배치가 관광하기에 편리하다. 3. 공간 배치가 관광객의 개인 프라이버시를 고려하고 있다.
긍정적 감정	1. 즐거움을 느꼈다. 2. 만족감을 느꼈다. 3. 설렘을 느꼈다. 4. 충만함을 느꼈다. 5. 자부심을 느꼈다. 6. 매력을 느꼈다.	
플로우 경험	1. 시간이 매우 빨리 지나가는 것처럼 느껴졌다. 2. 주변 환경과 하나가 된 것처럼 느껴졌다. 3. 관광 활동에 완전히 집중하였다. 4. 관광 활동에 깊이 몰입하였다.	
관광객 만족도	1. 이번 야간 관광에 만족한다. 2. 기대했던 것과 비교했을 때 이번 야간 관광에 만족한다. 3. 투자한 시간과 노력을 고려했을 때 이번 야간 관광에 만족한다.	
재방문 의도	1. 앞으로 이곳을 다시 방문하여 야간 관광을 할 의향이 있다. 2. 앞으로 이곳을 다시 방문하여 야간 관광을 할 가능성이 높다. 3. 앞으로 이곳을 다시 방문하여 야간 관광을 하고 싶다.	

3.2 설문조사의 분석

상하이는 중국에서 야간경제 발전을 가장 먼저 추진한 대표적인 도시 중 하나로, 야간경제 활성화에 높은 관심을 기울이고 있다. 2025년 상하이시 문화관광국은 「상하이시 야간경제 랜드마크 발전 지원에 관한 시행방안」[27]을 발표하여 야간경제를 도시 소비의 핵심 요소로 규정하고, 야간경제 시범구와 야간생활 지역을 조성하였다. 또한 야간 문화, 관광, 상업 및 여가·오락 산업의 융합

발전을 지속적으로 추진함으로써 국제성과 다양성을 갖춘 야간 관광 소비 체계를 구축하였다. 상하이는 황푸강(黃浦江) 연안 경관, 역사문화거리, 현대 상업지구 및 도시 랜드마크를 기반으로 중국을 대표하는 야간 관광도시로 자리매김하였다.

이에 본 연구에서는 와이탄 지역(外灘地區), 동방명주 지역(東方明珠地區), 난징루 상업거리(南京路商業街), 자베이 불야성 상업구(閘北不夜城商業區), 예원 상업구(豫園商業區) 등 5곳의 대표적인 야간 관광지를 표본 수집 지역으로 선정하였다. 이들 지역은 도시 랜드마크, 수변 야경, 상업·쇼핑, 역사문화 및 야간 여가·오락 등 다양한 유형의 야간 관광자원을 포함하고 있어 상하이 야간 관광 분위기의 특성을 종합적으로 살펴볼 수 있는 연구 대상이다.

본 연구는 2026년 7월 20일부터 7월 28일까지 상하이의 대표적인 야간 관광지 5곳에서 현장조사를 실시하였다. 선행연구에서 제시된 야간 관광의 개념과 관광객의 야간 관광 시간대를 고려하여 매일 19:00~23:00에 조사를 진행하였다. 조사 장소는 와이탄 지역, 동방명주 지역, 난징루 상업거리, 자베이 불야성 상업구 및 예원 상업구이며, 관광객의 체류 시간이 비교적 긴 휴게공간, 음식점 주변 및 출구 등을 중심으로 자료를 수집하였다. 설문조사는 종이 설문지를 이용한 대면조사 방식으로 실시하였으며, 무작위 표본추출(random sampling)을 통해 야간 관광을 마쳤거나 관광 중인 방문객을 조사 대상으로 선정하였다. 또한 응답의 정확성을 높이기 위해 설문 작성 전에 조사원이 각 문항의 의미를 충분히 설명하였다.

총 500부의 설문지를 배포하였으며, 응답이 불완전하거나 동일한 응답 패턴이 반복된 설문지를 제외한 487부를 최종 분석에 활용하였다. 이에 따른 유효 응답률은 97.4%였다. 표본의 일반적 특성은 [표 3]와 같이 나타났다.

[표 3] 응답자의 안구통계학적 특성

[Table 3] Demographic Characteristics of the Respondents

정보	빈도	비율(%)	내역	빈도	비율(%)
성별			**연령**		
남	202	41.5	19세 이하	22	4.5
여	285	58.5	20-29세	126	25.9
최종 학력			30-39세	192	39.4
초등학교 이하	2	0.4	40-49세	108	22.2
중학교	11	2.3	50-59세	30	6.2
고등학교	93	19.1	60세 이상	9	1.8
대학교	284	58.3	**직업**		
대학원 이상	97	19.9	학생	100	20.5
			공무원	111	22.8
최종 학력			회사원	118	24.2
초등학교 이하	2	0.4	전문직	99	20.3

중학교	11	2.3	자영업자	40	8.2
고등학교	93	19.1	기타	19	3.9
대학교	284	58.3	**야간 관광 방문 횟수**		
대학원 이상	97	19.9	1회	155	31.8
월평균 소득(위안)			2~3회	181	37.2
≤2,000	90	18.5	4~5회	67	13.8
2,001~4,000	37	7.6	6회 이상	84	17.2
4,001~6,000	136	27.9	**야간 관광 동반자**		
6,001~8,000	118	24.2	혼자	51	10.5
8,001~10,000	63	12.9	가족	136	27.9
≥10,001	43	8.8	친구	206	42.3
가장 선호하는 야간 관광 활동			동료/단체	82	16.8
쇼핑	119	24.4	기타	12	2.5
공연 관람	46	9.4	**최근 야간 관광 이용 시기**		
관광·야경 감상	157	32.2	평일	48	9.9
미식 체험	140	28.7	주말 및 휴일	285	58.5
놀이·체험시설 이용	25	5.1	기타	130	26.7

야간 관광 목적지	표본(수)	분위기	디자인	직원요소	공간배치
와이탄 지역(外灘)	105	4.42	4.08	3.08	3.42
동방명주 지역(東方明珠)	100	4.35	4.02	2.96	3.35
난징루 상업거리 (南京路商業街)	102	4.28	3.94	3.15	3.48
자베이 불야성 상업구 (閘北不夜城商業區)	82	4.18	3.82	2.84	3.21
예원 상업구(豫園商業區)	98	4.46	4.15	3.22	3.56

응답자의 성별 분포에서는 여성이 남성보다 다소 높은 비율을 차지하였다. 연령은 30~39세(39.4%)가 가장 높은 비중을 차지하였고, 20~29세(25.9%)가 그다음으로 높아 청·장년층의 비중이 높은 것으로 나타났다. 학력은 전문대학 또는 대학교 졸업자가 58.3%로 가장 높은 비율을 차지하였다. 월평균 소득에서는 4,001~6,000위안 구간이 27.9%로 가장 높은 비중을 차지하였다.

본 조사는 2026년 7월 여름방학 기간에 실시되었으며, 방학을 이용해 여행을 온 대학생도 일부 포함되었다. 이에 따라 비교적 높은 학력과 낮은 소득 수준이 동시에 나타나는 특성이 확인되었으며, 이러한 결과는 젊은 층이 야간 관광의 주요 소비층임을 보여준다. 또한 야간 관광 참여 특성을 살펴보면, 방문 횟수는 2~3회가 가장 많았고 체류 시간은 2~3시간이 가장 높은 비율을 차지하였다. 주요 야간 관광 활동으로는 관광·야경 감상에 대한 선호가 가장 높았으며, 응답자의 42.3%는 친구와 함께 야간 관광을 하는 것을 가장 선호하는 것으로 나타났다. 최근 야간 관광 이용 시기는 주

말이 43.5%로 가장 높은 비율을 차지하였다.

4. 실증분석

4.1 인터뷰 및 자료 수집

정량적 연구를 보완하기 위해 본 연구에서는 2026년 8월 1일부터 8월 8일까지 상하이의 와이탄 지역, 동방명주 지역, 난징루 상업거리, 자베이 불야성 상업구 및 예원 상업구를 대상으로 현장조사를 실시하였다. 관광지 내 휴게공간에서 관광객을 대상으로 대면 인터뷰를 진행하였으며, 최근 해당 지역을 여러 차례 방문한 경험이 있는 응답자를 대상으로 눈덩이 표집(snowball sampling) 방식을 활용한 인터뷰를 병행하였다.

선정 기준에 부합하는 관광객 10명을 대상으로 심층 인터뷰를 실시하였으며, 인터뷰는 평균 약 25분 동안 진행되었다. 사전에 구성한 인터뷰 가이드라인에 따라 질문하였으며, 필요한 경우 후속 질문을 추가하였다. 또한 인터뷰 과정에서는 응답 내용과 상황에 따라 질문을 유연하게 조정하였다.

인터뷰 내용은 두 부분으로 구성하였다. 첫 번째 부분은 응답자의 기본 정보(연령, 성별, 직업, 학력, 거주 도시)에 관한 질문으로 구성하였으며, 두 번째 부분은 야간 관광 분위기에 대한 인식, 정서적 경험 및 재방문 의도에 관한 질문으로 구성하였다. 주요 질문은 다음과 같다.

“귀하가 이곳을 야간에 방문하는 주요 이유는 무엇이며, 가장 매력적으로 느끼는 요소는 무엇입니까?”

“야간 관광 분위기는 무엇이라고 생각하며, 구체적으로 어떤 요소로 나타난다고 생각합니까?”

“주간 관광과 비교했을 때 야간 관광에서 가장 중요하거나 이 지역만의 차별화된 요소는 무엇입니까?”

“야간 분위기가 형성된 관광지를 방문했을 때 어떠한 심리적 느낌을 경험합니까?”

“야간 관광 분위기는 귀하의 감정, 관광 경험 및 행동에 어떠한 영향을 미칩니까?”

“해당 야간 관광지에 대해 만족하십니까? 향후 다시 방문할 의향이 있다면 그 이유는 무엇입니까?”

“가장 기억에 남는 야간 관광 경험에 대해 이야기해 주십시오.”

정식 인터뷰를 진행하기 전에 모든 응답자에게 야간 관광 분위기의 개념과 연구 목적을 충분히 설명하여 인터뷰 주제에 대한 이해도를 높였다. 또한 응답자의 개인정보를 보호하기 위해 참여자를 번호로 구분하였으며, 응답자의 기본 정보는 [표 4]과 같이 정리하였다.

[표 4] 심층 인터뷰 참여자 기본 정보

[Table 4] Basic Information of In-depth Interview Participants

번호	참여자	성별	연령	직업	학력	거주 도시
01	왕 씨	여	42	공무원	학사	상해
02	장 씨	남	35	회사원	학사	상해
03	천 씨	여	30	관광업 종사자	학사	상해
04	모 씨	여	22	대학생	학사	상해
05	셰 씨	남	29	회사원	학사	호남성 주저우시(湖南-株洲)
06	장 씨	여	24	대학원생	석사	광둥성 광저우 (广東-广州)
07	랑 씨	남	31	대학생	학사	장시성 간저우(江西-贛州)
08	리 씨	여	21	회사원	학사	베이징(北京)
09	천 씨	남	52	공무원	석사	충칭(重慶)
10	위이씨	남	26	대학생	학사	홍콩(香港)

4.2 종합분석

정량적 분석 결과를 보완하기 위해 심층 인터뷰 자료에 내용분석 방법을 적용하였다. 이를 통해 야간 분위기의 구체적인 구성요소와 관광객의 정서적 경험 및 재방문 의도 형성 과정을 심층적으로 살펴보았다.

야간 분위기의 주요 구성요소는 디자인, 분위기, 직원 요소, 공간 배치의 네 가지로 나타났다. 먼저 디자인 요소는 건축, 장식, 경관 연출 등의 시각적 요소를 포함하며, 관광객의 장소 인식과 심미적 경험 형성에 영향을 미쳤다. 이에 대해 한 응답자는 “다리의 모습이 물에 비친 모습과 함께 하나의 초승달처럼 보여서 미적인 느낌이 강하고, 사진을 찍고 싶은 분위기가 형성된다”(03호)고 설명하였다. 분위기 요소는 조명, 음악, 향기, 온도 등의 감각적 요소를 포함하며, 야간 관광이 주간 관광과 차별화되는 핵심 요소로 확인되었다. 특히 조명은 야간 공간의 분위기 형성에 가장 중요한 요소로 언급되었다. 응답자는 “낮에는 이런 분위기가 부족하고, 조명이 없으면 매력이 떨어진다. 다양한 조명이 겹쳐지면서 공간이 더욱 풍부하게 느껴진다”(02호)고 하였다. 공간 배치 역시 관광객의 체류 경험과 관련된 중요한 요소로 나타났으며, “공간 배치가 편안하고 문화, 오락, 상업 시설이 잘 결합되어 있어 좋은 경험을 제공한다”(06호)는 의견이 제시되었다.

야간 활동은 공연, 조명 쇼, 쇼핑, 음식 체험 등의 다양한 체험 요소를 포함하며, 관광객의 흥미와 몰입을 높이는 것으로 나타났다. 특히 상하이의 야간 공간에 대해 한 응답자는 “상하이의 야간 공연과 조명 연출은 현대적인 요소가 많아서 나에게 흥미와 즐거움을 준다”(04호)고 언급하였다. 또한 문화 요소는 역사적 건축, 지역 문화, 전통 콘텐츠 등을 통해 장소의 차별성을 강화하는 것으로 확인되었다. 응답자는 “새롭게 만든 공간보다 역사적인 거리가 더 좋다. 원래 가지고 있는 문화

적 깊이가 있어야 진정한 분위기를 느낄 수 있다”(01호)고 하였으며, “와이탄은 다른 곳과 느낌이 다르다. 지역 문화뿐만 아니라 다양한 외래 문화가 공존하여 더욱 개방적이고 매력적인 분위기를 만든다”(09호)고 설명하였다.

상하이의 다섯 개 야간 관광지는 공간적 특성에 따라 관광객이 중요하게 인식하는 분위기 요소에서 차이를 보였다. 와이탄 지역과 동방명주 지역은 도시 랜드마크형 관광지로서 황푸강 야경, 도시 스카이라인, 현대적 도시 이미지가 주요 매력 요소로 나타났다. 난징루 상업거리와 자베이 불야성 상업구는 상업 공간, 야간 소비 활동, 거리의 활력과 사람 간 상호작용이 중요한 요소로 확인되었다. 특히 자베이 불야성에 대해 응답자는 “밤이 되면 거리 조명, 음식점, 다양한 야간 활동으로 매우 활기차다. 낮보다 상하이의 젊고 개방적인 모습을 더 느낄 수 있으며 친구와 함께 쇼핑하고 식사하기 좋다”(08호)고 하였다.

야간 분위기는 관광객의 긍정적 감정과 만족도, 재방문 의도를 형성하는 중요한 요인으로 확인되었다. 관광객은 조명, 디자인, 문화 요소, 생활감, 서비스 등이 결합된 야간 분위기를 경험하면서 즐거움과 만족감을 느꼈으며, 이러한 긍정적 경험은 재방문 의도로 이어졌다. 응답자는 “야간 관광은 조명과 디자인, 아름다운 경관, 지역 음식, 생활감과 문화 분위기가 함께 어우러져 더욱 즐거운 경험을 준다. 직원들도 친절해서 기분이 좋았고 다시 방문하고 싶다”(07호)고 하였다. 또한 “야간 분위기가 나에게 즐겁고 행복한 느낌을 주었기 때문에 전체적인 만족도가 높고 다시 방문할 의향이 있다”(05호)고 설명하였다.

관광객은 야간 환경에 집중하면서 시간의 흐름을 잊고 현재의 경험에 몰입하는 상태를 경험하였다. 응답자는 “분위기가 좋아서 먹고 즐기는 동안 많은 고민을 잊게 되고, 함께 즐기다 보면 시간이 매우 빨리 지나간다. 다음에도 다시 방문하고 싶다”(10호)고 하였다. 또한 “밤에는 조명이 필요한 곳만 비추어 특별한 분위기를 만들고, 퇴근 후 친구와 이야기하거나 휴식을 즐기면서 생활 속도가 느려지는 느낌을 받는다”(06호)고 설명하였다. 따라서 야간 분위기는 물리적 환경 요소와 관광객의 주관적 감각 경험이 결합되어 형성되며, 긍정적 감정과 플로우 경험을 통해 궁극적으로 관광객 만족도와 재방문 의도에 영향을 미치는 것으로 확인되었다.

5. 결론과 연구한계

본 연구는 설문조사와 심층 인터뷰를 병행하여 야간 분위기가 관광객 경험에 미치는 영향을 분석하고, 정량적 분석과 질적 분석 결과를 상호 보완하여 연구 결과를 도출하였다. 주요 연구 결과는 다음과 같다.

첫째, 야간 분위기는 관광객의 야간 관광 경험 형성에 중요한 영향을 미치는 요인으로 확인되었다. 야간 관광은 주간 관광과 달리 시간적 특수성과 환경적 차별성을 가지며, 관광객은 야간 공간

에서 형성되는 종합적인 분위기를 중요하게 인식하는 것으로 나타났다. 야간 분위기를 구성하는 디자인, 분위기, 직원 요소, 공간 배치는 모두 관광객의 경험 형성에 영향을 미치며, 그중 분위기 요소의 영향력이 가장 높게 나타났다. 특히 조명, 음악, 환경적 쾌적성 등의 감각적 요소는 야간 관광만의 독특한 경험을 형성하고 관광객의 매력 지각을 강화하는 핵심 요인으로 확인되었다.

둘째, 야간 관광 목적지의 유형에 따라 관광객이 중요하게 인식하는 야간 분위기 요소에는 차이가 있다. 와이탄 지역과 동방명주 지역은 도시 경관과 야간 조명 효과가 주요 매력 요소로 나타났으며, 난징루 상업거리와 자베이 불야성 상업구는 상업적 활력, 야간 소비 경험 및 다양한 야간 활동이 중요하게 인식되었다. 반면 예원 상업구는 전통문화와 역사적 분위기가 주요 특징으로 확인되었다.

셋째, 야간 분위기가 제공하는 시각적·청각적·환경적 자극은 관광객에게 즐거움과 흥분 등의 긍정적 감정을 유발하며, 동시에 관광 활동에 대한 몰입과 집중 상태를 형성하는 것으로 나타났다. 심층 인터뷰를 통해 관광객이 야간 관광 과정에서 경험하는 심리적 반응이 관광 목적지에 대한 긍정적인 평가와 해당 목적지를 다시 방문하려는 행동 의도 형성으로 이어지는 것으로 나타났다.

심층 인터뷰 결과는 정량 분석 결과를 추가로 뒷받침하였다. 관광객은 야간 관광을 경험하는 과정에서 야간 분위기가 제공하는 관광 경험을 중요하게 인식하는 것으로 나타났다. 특히 차별화된 야간 분위기 속에서 형성되는 긍정적인 정서와 몰입 경험은 관광 경험에 대한 만족도와 재방문 의향을 높이는 데 기여하는 것으로 나타났다. 따라서 야간 관광 목적지 개발에서는 단순히 기반 시설과 상업적 기능을 확대하는 것을 넘어 야간 분위기의 조명 디자인, 문화적 표현, 상호작용적 체험 및 지역 특색을 결합하여 관광객의 정서적 경험을 강화하는 차별화된 야간 관광 환경을 조성할 필요가 있다.

본 연구는 상하이 야간 관광 연구의 범위를 확장하고, 야간 관광 환경, 관광객의 심리적 경험 및 행동 의도 간의 관계에 대한 이해를 심화하였다는 점에서 학문적 의의를 가진다. 또한 야간 관광 목적지의 공간 연출과 경험 개선을 위한 이론적 근거와 실천적 시사점을 제공하였다. 본 연구의 한계는 설문조사 자료가 2026년 여름방학 기간의 특정 시점에 집중하여 수집되었다는 점이다. 이로 인해 계절적 변화와 시간대별 차이에 따른 야간 관광 경험의 변화를 충분히 반영하지 못하였다. 향후 연구에서는 다양한 계절과 시간대를 고려하여 자료를 수집함으로써 야간 관광 경험의 변화 양상을 보다 종합적으로 살펴볼 필요가 있다. 또한 본 연구의 결과가 향후 야간 관광 목적지 개발 과정에서 관광객의 감각적 경험과 정서적 만족을 고려한 야간 환경 조성에 활용되고, 지역 특성을 반영한 차별화된 야간 관광 공간 구축을 위한 기초 자료로 활용되기를 기대한다.

References

[1] C. Z Zhang, D Xu, C. H Wang, "Cultural atmosphere: Exploring the core concept and theoretical framework for measuring the integration of culture and tourism," *Tourism Forums*, vol. 16, no. 5, pp.14-20, May. 2023, doi: 10.15962/j.cnki.tourismforum.202305052.

[2] Y. Liu, M. Q. Teng, "Research on the network structure of night tourism flows based on tourism digital footprints: A case study of Guangzhou," *Journal of Northwest University (Natural Science Edition)*, vol. 51, no. 2, pp. 279-286, Feb. 2021, doi: 10.16152/j.cnki.xdxbzr.2021-02-011.

[3] P Zmyslony, R Pawlusinski, "Tourism and the night-time economy: the perspective article," *Tourism review*, vol 75, no.1, pp.194-197, Dec 2019, doi: 10.1108/TR-05-2019-0158.

[4] D. Fang, Z. Zhao, and C. Xiong, "What leads to an immersive night tourism experience? The relevance of multi-sensory stimuli, emotional involvement, and delight," *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, vol. 29, no. 1, pp. 31-46, 2024, doi: 10.1080/10941665.2024.2308853.

[5] M. H. Chevrier, "Nocturnal ritual activities in tourist development of pilgrimage cities," *Journal of Policy R esearch in Tourism, Leisure and Events,* vol. 11, no. 3, pp. 436-454, June. 2019, doi: 10.1080/19407963.201 9.1585362.

[6] Z. X. Gu, "Definition and classification of urban night tourism products," *Urban Problems*, no. 11, pp. 98-1 02, Nov. 2013, doi: 10.13239/j.bjsshkxy.cswt.2013.11.017.

[7] T. Wen, "Research on urban night tourism products," *Urban Problems*, no. 8, pp. 42-45, Aug. 2007, doi: 1 0.13239/j.bjsshkxy.cswt.2007.08.016.

[8] P Kotler. "Atmospherics as a marketing tool," *Journal of retailing*, vol. 49 no. 4, pp.48-64, Jan. 1974.

[9] A. M. W. Leong, K. Y. Chen, H. B. Chen, T. E. Chiang, T. C. Huan, "Exploring the effects of custome rs' assessments of a restaurant's atmospherics and emotional assessments on a fine-dining experience and int entions to return," *Tourism management perspectives*, vol. 47, pp.101-121, June 2023. doi: 10.1016/j.tmp.202 3.101121.

[10] X. B. Yu, Atmosphere Design, *Tsinghua University Press*, Beijing, 2006.

[11] R. Shaw, "Beyond night-time economy: Affective atmospheres of the urban night," *Geoforum*, vol. 51, pp. 87-95, Jan. 2014, doi: 10.1016/j.geoforum.2013.10.005.

[12] R. Li, Y. Q. Li, C. H. Liu, W. Q. Ruan, "How to create a memorable night tourism experience: Atmosphere, arousal and pleasure," *Current Issues in Tourism*, vol. 25, no. 11, pp.1817-1834, Jun. 2022, doi: 10.1080/13683500.2021.1985975.

[13] C. X. Li, W. J. Gou, and F. Wu, "The influence mechanism of destination brand personality on tourists' behavioral intentions: A case study of Beijing," *Human Geography*, vol. 39, no. 4, pp. 137-147, Aug. 2024, doi: 10.13959/j.issn.1003-2398.2024.04.015.

[14] S. Hosany, G. Prayag, R. Van Der Veen, S. Huang, S. Deesilatham, "Mediating effects of place attachment and satisfaction on the relationship between tourists' emotions and intention to recommend," *Journal of Travel Research*, vol. 56, no. 8, pp. 1079-1093, Nov. 2016, doi: 10.1177/00472875166780.

[15] M. Csikszentmihalyi, Flow: the psychology of optimal experience, *Harper Perennial*, 1990.

[16] Y. E. Kim, "The research of survey on interaction and immersion experience," *JNCIST*, vol. 2, no. 2, pp. 67-72, Dec. 2013.

[17] K. N. Kim, "Analysis of the Characteristics of Media Art: A Case Study Based on Materiality of the Medium," *JNCIST*, vol. 14, no. S1, pp. 65-74, Nov. 2025. doi: 10.29056/jncist.2025.11.06.

[18] N. N. Xu, X. W. Dong, S. Y. Zhang, Y. L. Wang, "The influence of tourists' positive emotions on tourist satisfaction and tourist loyalty: A case study of Nianhuawan Town in Lingshan, Wuxi City, Jiangsu Province," *Areal Research and Developmen*t, vol. 38, no. 4, pp. 98-103, Aug. 2019.

[19] J. B. Jiang and S. X. Sun, "The influence of nostalgia emotion on tourists' environmental responsibility behavior in historical and cultural blocks: The mediating effects of perceived value and place attachment," *Human Geography*, vol. 36, no. 5, pp. 83-91, Oct. 2021, doi: 10.13959/j.issn.1003-2398.2021.05.011.

[20] Y. H. Liu and S. C. Jang, "The effects of dining atmospherics: An extended Mehrabian-Russell model," *In ternational Journal of Hospitality Management*, vol. 28, no. 4, pp. 494-503, Dec. 2009, doi: 10.1016/j.ijhm.2 009.01.002.

[21] R. Li, Y. Q. Li, C. H. Liu, W. Q. Ruan. "How to create a memorable night tourism experience: Atmosph ere, arousal and pleasure," *Current Issues in Tourism*, vol. 25, no. 11, pp. 1817-1834, Jun. 2022, doi: 10.10 80/13683500.2021.1985975.

[22] C. Yoo, J. Park, and D. J. MacInnis, "Effects of store characteristics and in-store emotional experiences on store attitude," *Journal of Business Research*, vol. 42, no. 3, pp. 253-263, Jul. 1998, doi: 10.1016/S0148-296 3(97)00122-7.

[23] Y. P. Chang and D. H. Zhu, "The role of perceived social capital and flow experience in building users' continuance intention to social networking sites in China," *Computers in Human Behavior*, vol. 28, no. 3, pp. 995-1001, May 2012, doi: 10.1016/j.chb.2012.01.001.

[24] R. Perez-Vega, B. Taheri, T. Farrington, K. O'Gorman, "On being attractive, social and visually appealing i n social media: The effects of anthropomorphic tourism brands on Facebook fan pages," *Tourism Manageme nt*, vol. 66, pp. 339-347, Jun. 2018, doi: 10.1016/j.tourman.2017.11.013.

[25] C. K. Lee, Y. S. Yoon, and S. K. Lee, "Investigating the relationships among perceived value, satisfaction, and recommendations: The case of the Korean DMZ," *Tourism Management*, vol. 28, no. 1, pp. 204-214, Feb. 2007, doi: 10.1016/j.tourman.2005.12.017.

[26] H. Moon and H. Han, "Destination attributes influencing Chinese travelers' perceptions of experience quality and intentions for island tourism: A case of Jeju Island," *Tourism Management Perspectives*, vol. 28, pp. 71-82, Oct. 2018, doi: 10.1016/j.tmp.2018.08.002.

[27] Shanghai Municipal Commission of Commerce, "Several measures for further supporting the development o f popular landmarks of Shanghai's night-time economy," https://sww.sh.gov.cn/, https://sww.sh.gov.cn/zwgkgfq tzcwj/20250829/abb842c357f74c2a87b8c78414cd3c49.html (accessed Mar. 21, 2026).