

여행의 모든 것 하나투어 vs 투어가이드

떠나고 싶을 때 가장 먼저 찾는 여행정보 사이트

일상의 무거움을 훌훌 털고 떠나고 싶은 계절 봄이다. 어디로 갈까, 어떻게 준비할까 생각할 때 사람들은 가장 먼저 인터넷을 찾는다. 가 볼만한 여행지, 교통 및 숙박 정보부터 정해진 기간 내에 더욱 알차게 여행지를 둘러보는 노하우까지 인터넷에는 여행자를 위한 다양한 정보가 마련돼 있다. 정보의 깊이나 다양성 면에서는 인터넷이라는 매체가 갖고 있는 한계도 보이지만, 네티즌들이 직접 생산해내는 다양하고 생생한 여행기를 볼 수 있다는 것은 다른 미디어에서 기대하기 힘든 인터넷만의 장점이다. 풍부한 여행정보를 담고 있는 두 사이트, 하나투어닷컴과 투어가이드를 살펴봤다.

글_김문영 객원기자



썬 하나투어

다수의 웹사이트 랭킹 사이트에서 여행포털 분야 1위를 차지하고 있는 사이트 하나투어닷컴을 운영하고 있다. 원래 일반 여행사로 설립됐으나 설립 초기부터 전신인프라에 대한 투자를 통해 인터넷에서 리얼타임 여행상품 조회, 예약 서비스를 제공했다. 1998년 인터넷 여행업계 1위로 등극한 이후 6년에 걸쳐 내국인 송출 실적 및 항공권 판매 실적에서 1위를 지켜오고 있다. 2000년에는 업계 최초로 코스닥 입성에 성공했다. 1999년부터 해외 현지법인을 설립하기 시작해 지금은 동남아, 미국, 유럽 등 12개의 현지법인을 두고 글로벌 여행전문 기업으로 자리매김하고 있다.



썬 웹투어

1995년 설립된 웹투어는 단순한 여행업이 아닌, 인터넷을 기반으로 더욱 다양한 부가 가치를 제공하는 여행과 레저 전문기업을 표방하고 있다. 웹투어 역시 주력 사업분야는 인터넷 여행상품 판매이지만, 같은 분야의 인터넷 여행사이트들이 여행상품 판매에 주력하고 있다면 웹투어는 더욱 다양한 사업내용을 보유하고 있다. 국내 여행정보 전문 사이트 투어가이드를 운영하고, 여행관련 미디어 사업을 수행하며 지자체 관광 프로모션 등 다양한 기획 사업을 전개하고 있다. 다음, 야후 등과 여행서비스 분야에서 제휴하고 있다.

떠나고 싶은 계절 봄

무작정 떠나고 싶은 봄이다. 바쁜 일과 중에도 문득 창 밖을 내다보게 되고 점심식사 후 사무실로 돌아오는 발걸음에도 왠지 아쉬움과 설렘이 묻어난다. 머리를 복잡하게 만드는 일도 잊고 마냥 떠나고만 싶은 계절, 여행은 언제 들어도 막연한 기대감을 갖게 하는 단어이지만 만물이 생동하는 이 따뜻한 계절에는 더욱 그렇다.

현실은 어쩔 수 없이 사무실로 발걸음을 돌리게 만들지만, 잠시 일탈하는 기분에 젖고 싶은 사람들은 책상 앞에 앉아 인터넷 여행사이트로의 접속버튼을 클릭한다. 바쁜 한 주를 보내고 난 주말에는 겨우내 움츠렸던 어깨를 펴고 상쾌한 공기를 찾아 떠나리라 다짐하면서. 산과 강과 바다가 있는 추천 여행지를 둘러보고 열차 시간도 살펴보고 꿈 같은 하룻밤을 보낼 낯선 여행지의 민박집이며 펜션을 클릭해본다. 여행사들이 경쟁적으로 내놓는 저렴한 여행상품을 면밀히 비교해보는 눈길에는 내내 버그지만 했던 타국 여행에의 기대도 묻어 있다.

인터넷에는 셀 수 없을 만큼 많은 여행사이트가 존재한다. 주요 검색포털 사이트에 등록된 사이트수만 500~600개 수준이다. 국내, 해외 모든 여행지를 망라하는 사이트도 있고 국내 여행지 상품만 취급하는 사이트, 반대로 해외 여행 상품만 취급하는 사이트도 있다. 일본, 유럽 등 특화된 지역 전문 사이트도 있다. 여행 콘텐츠는 포털사이트에도 필수항목이 된 지 오래. 네이버, 다음, 엠파스, 야후 등의 여행 코너는 여행전문사이트보다 높은 방문자수를 기록하기도 한다. 최근에는 인터넷 쇼핑몰에도 여행 상품이 필수상품으로 등록되는 추세. 인터넷 쇼핑몰들은 여행전문사이트들과 제휴를 통해 상품을 소싱하고 있다.

여행사이트 범람, 여행정보 부재

대형 종합여행사이트부터 소규모 사이트에 이르기까지 인터넷에는 수백개의 여행사이트가 존재하고 있지만 막상 사이트들의 면면을 살펴보면 여행정보를 전문적으로 다루는 사이트는 많지 않다는 것을 알 수 있다. 대부분의 여행사이트들은 여행패키지, 에어텔, 항공권, 숙박예약 등의 여행 상품을 판매하는 데 주력하고 있다. 유럽여행 상품을 판매하는 곳은 수백 군데에 달하지만 실제로 여행자들이 방문할 유럽 어느 나라에 대해 체계적인 여행정보를 제공하는 곳은 많지 않다. 종합여행사이트 내 일부를 차지하고 있는 여행정보 코너, 여행을 테마로 꾸민 개인홈페이지 등이 대부분이다.

예전만큼은 아니라도 아직도 서점에는 여행 관련 책자들이 즐비하다. 여행기, 여행코스 안내 등은 여전히 여행을 떠나려는 사람들이 금급해하고 찾는 정보다. 인터넷에 여행사이트들이 우후죽순 생겨나면서 여행서적이 설자리는 없어질 것처럼 보이기도 했다. 하지만 인터넷에서 찾을 수 있는 여행정보가 그 깊이나 다양성 면에서 한계를 갖고 있고 따라서 여행서적은 여전히 그 입지를 지키고 있는 셈이다.

수년 전부터 진행된 전자정부 프로젝트 덕에 일선의 관광서치고 홈페이지를 갖추지 않은 곳은 없게 됐다. 주요 시도는 물론이고 각 시군구마다 홈페이지를 운영하고 있는데 이 시군구의 홈페이지는 시정운영을 알리는 역할을 수행할 뿐만 아니라 지역을 방문하는 외부 여행객들에게 여행정보를 제공하기도 한다. 시군구가 운영하는 홈페이지의 이러한 역할은 특히 도서산간지역, 관광업이 발달한 지역일수록 두드러진다. 많은 여행자가 찾는 지역의 경우, 시군 홈페이지와 별도로 여행자를 위한 관광안내 페이지

를 운영하기도 한다.

인터넷에 여행정보가 많지 않다고 해도 국내의 경우에는 그나마 나은 편이다. 각 지방관청에서 운영하는 홈페이지와 한국관광공사 등의 정부 기관이 운영하는 여행정보사이트가 여행자들을 위한 최소한의 정보는 제공해주기 때문이다. 하지만 해외여행을 준비하는 사람이 인터넷을 서핑하다보면 의외로 정보가 부족함에 놀라게 된다. 여행사들이 제공하는 여행상품을 비교해보지만 무조건 저렴한 상품을 택할 수만은 없고, 자유여행을 계획하는 경우에는 더욱 정보의 부재를 한탄하게 된다.

투어솔로몬(www.toursolomon.net)은 인터넷에 여행정보가 부족하고 판매중인 여행상품들이 지나치게 상업적으로만 흘러가는 데 대해 '건전한 여행문화 만들기'를 기치로 출범한 사이트다. 문화관광부 소속 사단법인 밝은미소운동본부가 문화부의 후원으로 제작하고 운영한다. 여권, 비자, 항공권, 보험, 세계지역별 여행정보, 여행카운셀러 등 다양한 콘텐츠를 제공하고 있다. 또한 클린여행상품 코너를 통해 덤핑 없는 여행상품 판매를 지향하고 있다. 기본 여행정보부터 웹진에 이르기까지 다양한 카테고리를 운영하는 여행정보 중심의 드문 사이트이지만, 업데이트나 관리가 활발하지 않은 것은 아쉬운 점이다.

여행정보는 구색 맞춤용 콘텐츠

여행정보 중심의 사이트가 많지 않고, 혹 있더라도 운영이 활발하지 않은 가장 큰 이유는 '비용' 때문이다. 전세계 각지를 망라하는 여행정보를 사이트에 구현하기란 결코 만만한 일이 아니다. 여행자들에게 도움이 될 정보란 단지 세계 곳곳, 전국 방방곡곡에 위치한 가 볼만한 여행지를 소개하는 수준이 아니다. 여행지의 위치, 여행지까지의 교통수단 등은 기본정보에 속한다. 여행자들은 자기가 방문하려는 여행지의 자세한 위치, 기후, 날씨, 분위기는 물론이고 물가는 어느 수준인지, 좀더 구체적으로 대중교통 요금은 얼마인지, 평균 식대는 얼마나 들지를 알고 싶어한다. 준비 없이 떠나는 것이야말로 여행의 재미라고 주장하는 사람들이 있지만, 비용이 많이 드는 해외 여행의 경우 준비 없이 떠나기란 쉽지 않다. 더욱 자세하고 구체적이고 생생한 정보가 있어야 준비를 철저히 할 수 있고 짜임새 있는 여행을 즐길 수 있다.

인터넷 여행사이트들 중에는 사이트를 열 때 적지 않은 인력과 비용을 투입해 여행정보를 갖춘 곳들도 있다. 그런데 여행자들에게 도움이 될 여행정보란 결코 고정적인 것이 아니다. 그것은 변한다. 현지 교통체계도 바뀌고 물가도 달라진다. 축제 일자도 달라지고 각 나라의 정치, 경제적 상황에 따라 분위기도 달라진다. 달라지는 여행지의 상황을 수시로 체크해서 최신의 정보를 제공할 수 있어야 인터넷은 여행정보를 제공하는 미디어로

<표 1> 하나투어 VS. 웹투어 주요 현황

구분	하나투어	웹투어
설립일	1993년 11월 1일	1995년 6월 26일
대표이사	박상환	김준수
자본금	41억3,000만원	13억5,000만원
직원수	770명	-
사업 내용	여행포털사이트 운영, 여행상품 판매 등	여행포털사이트 운영, 여행상품 판매 등
홈페이지	www.hanatour.com	www.tourguide.co.kr

서 제 소임을 다했다 할 수 있다. 하지만 사이트 오픈 초기에 공을 들여 여행정보 데이터베이스를 구축한 업체 입장에서도 수시로 콘텐츠를 관리, 운영하기란 쉬운 일이 아니다. 당장 돈 되는 여행상품을 개발하고 판매하기에 급급한 나머지 여행정보 코너는 여행전문 사이트에도 하나의 구성요소로 전락하곤 한다.

여행사이트의 범람과는 대조적으로 여행정보의 부재가 두드러지는 인터넷에서 비교적 체계적이고 다양한 여행정보를 제공하는 업체들이 있다. 인터넷 여행사이트 분야 1위 업체 하나투어는 하나투어닷컴(www.hanatour.com)을 통해 여행상품 판매뿐 아니라 여행자들이 참고할 만한 정보를 제공하고 있다. 웹투어는 상품 판매 중심의 종합여행사이트 웹투어(www.webtour.com)와 별도로 국내여행정보를 종합적으로 제공하는 여행정보사이트 투어가이드(www.tourguide.co.kr)를 운영하고 있다.

가장 많은 여행자들이 찾는 하나투어닷컴

하나투어닷컴은 여행자들이 가장 많이 찾는 인터넷 여행정보 사이트다. 20여년에 걸쳐 여행사업을 전개하고 업계 최초로 코스닥 등록에 성공한 하나투어의 사업실적과 오랜 노하우, 풍부한 경험이 하나투어닷컴을 신뢰할 수 있는 사이트로 만든다. 여기에 더해 하나투어닷컴이 갖고 있는 다양하고 풍부한 여행정보 콘텐츠가 하나투어를 방문자수 1위의 여행전문 사이트로 만든 원동력이라 할 수 있다.

하나투어닷컴에서 가장 큰 비중을 차지하고 있는 메뉴는 해외여행 관련 코너다. 해외여행 카테고리 가장 앞 부분에 위치하고 있다. 해외여행 카테고리에는 동남아, 중국, 일본, 유럽, 미주, 남태평양 등 세계 각지의 여행상품이 마련돼 있다. 해외 대표적 여행지의 항공권, 숙박권 등을 저렴하게 제공하는 패키지 여행상품이 다양하게 구비돼 있다. 전세계 현지법인을 통해 더욱 빠르게, 저렴하게 상품을 제공한다는 것이 하나투어의 강점이다. 이 곳에는 서울 거주자뿐 아니라 지방 거주자들이 패키지 상품을 편리하게 이용할 수 있는 지방출발 상품코너도 마련돼 있다.

허니문 및 골프 여행 카테고리 역시 다양한 해외여행 상품들을 망라하고 있다. 허니문 카테고리에서는 지역별 상품뿐 아니라 휴양, 스파와 마사지, 관광, 활동 등 신혼부부의 여행 목적에 맞게 다양한 테마상품을 제공한다. 골프 카테고리에서는 골프 여행객을 위한 가장 방대한 상품을 구비하고 있다는 것도 하나투어의 특징이다. 알뜰하고 자유로운 여행을 설계하는 사람들을 위해 배낭여행 코너도 마련해두고 있다.

각 카테고리별로 유용한 여행정보도 제공한다. 허니문, 골프, 배낭여행 등 각 카테고리에서는 해당 여행 목적과 분류에 맞는 여행정보를 보여준다. 예를 들어 배낭여행 카테고리에는 유레일 패스, 유로스타, JR 패스 등 배낭여행을 할 때 유용한 정보들을 담고 있다.

하나투어닷컴에서는 해외여행, 허니문, 골프 등 주요 여행상품 판매를 위한 카테고리외 별도로 여행정보와 정보나눔터 카테고리를 운영하며 이 카테고리를 통해 여행자들에게 필요한 각종 상식, 준비사항, 여행지 관련 정보를 제공한다. 여행정보 카테고리는 여행전 준비, 포토갤러리, 해외여행지 정보, 국내여행지 정보, 테마여행 정보 등의 메뉴로 구성된다. 여행전 준비 메뉴에는 여행기초상식, 각종 여권비자, 인천공항이용, 사고시 대처요령 등이 수록돼 있다.

해외여행지 정보 코너는 베스트 해외여행지, 추천여행지, 세계 주요도

시 등 막연히 사람들이 많이 찾는 주요 여행지를 둘러보고자 하는 사람들에게 유용한 정보를 제공한다. 뿐만 아니라 지도로 찾아보는 세계 여행지 코너가 마련돼 있어 아시아, 유럽, 중남미 등 대륙을 선택하고 국가를 찾아 들어가면 방문하고자 하는 나라의 상세 정보를 볼 수 있다. 해당 국가의 역사, 가볼만한 곳, 가는 방법, 출입국 정보와 함께 해당 여행상품도 한 눈에 볼 수 있다. 국내여행지도 마찬가지로 지도를 통해 간편하게 찾아볼 수 있다. 대륙, 국가, 도시를 차례로 선택해 원하는 여행지 정보를 쉽게 찾을 수 있는 여행지 검색 메뉴도 마련돼 있다.

방문하고자 하는 여행지의 모습을 미리 살펴보고 싶다면 포토갤러리 코너를 이용하면 된다. 여행지 검색과 마찬가지로 대륙, 국가, 도시를 선택해 원하는 사진을 검색할 수 있고 수시로 업데이트되는 신규, 베스트 사진 리스트도 볼 수 있다. 산, 강, 바다, 유적지 등 여행자의 기호에 맞는 테마별 여행 사진도 마련돼 있다.

내 나라 방방곡곡 찾아가는 투어가이드

국내 여행에는 투어가이드(www.tourguide.co.kr)가 최고의 가이드임을 자처한다. 투어가이드는 여행지 정보부터 교통, 숙박 등에 이르기까지 국내 여행에 필요한 모든 것을 망라하고 있다. 국내에도 이만큼 다양하고 특색 있는 볼거리들이 넘친다는 것을 이 사이트를 통해 알 수 있다. 투어가이드는 인터넷 여행업 전문업체인 웹투어가 여행상품 판매 중심의 웹투어(www.webtour.com)과 연계해 운영하고 있는 정보 중심 사이트다.

투어가이드의 카테고리는 크게 지역별여행정보, 여행달력, 매치투어, 국내여행, 제주여행, 숙박정보, 교통정보, 참여마당으로 구성돼 있다. 투어가이드의 핵심인 지역별여행정보 코너에서는 전국 시도 별로 자연관광지, 테마거리, 음식점, 숙박시설, 쇼핑시설, 유원지, 문화재, 문화시설 등의 정보를 제공한다. 지역을 강원도로 선택하면 강원도의 대표적 자연관광지, 문화재, 소문난 음식점, 테마축제 등의 정보를 한 눈에 볼 수 있다. 국내여행, 제주여행은 여행상품 판매 코너다. 레포츠, 산행, 섬여행, 촬영지 등 테마별로 여행지를 둘러볼 수 있는 교통, 숙박 패키지 상품들이 등록돼 있다. 제주여행도 패키지, 허니문, 렌터카 자유여행 등 다양한 상품을 마련해두고 있다. 이 코너들을 통해 제공하는 상품들은 여행달력 카테고리에서 한 눈에 살펴볼 수 있다. 월별 달력에 날짜별 여행상품을 총망라해 표시해두고 원하는 여행날짜에 맞는 상품들을 비교해볼 수 있게 했다. 국내에서 진행되는 축제, 이벤트도 이 달력을 통해 한 눈에 살펴볼 수 있다.

매치투어 카테고리에서는 원하는 여행지를 선택하고 파트너를 구하는 등 여행자가 희망하는 조건에 맞는 여행을 설계하도록 도와준다. 연령, 성별, 지역별로 원하는 여행친구를 찾을 수 있고 패키지 여행상품 중 일부를 수정해 맞춤상품을 만들 수 있다. 동호회원들끼리 이용하기에 좋고 사이트 이용자가 주체가 되어 단체여행을 설계할 수도 있다.

매치투어, 국내여행, 제주여행 등 투어가이드의 몇몇 카테고리는 웹투어와 그대로 연동돼 있다. 투어가이드의 특색은 역시 전국 방방곡곡 관광 명소, 대표여행지를 망라한 지역별여행정보 카테고리에 있다. 이러한 여행정보들은 투어가이드 운영팀이 생산해낸 것이면서 동시에 네티즌들이 덧칠해 가는 생생한 콘텐츠다.

여행자 스스로 만드는 콘텐츠

여행정보 사이트에 가장 중요한 덕목은 무엇일까. 실제로 여행을 하기

〈표 2〉 하나투어 VS. 웹투어 주요 연혁

하나투어	
1993. 12	(주)국진여행사 창립
1995. 09	자회사 (주)남강여행사 설립
1995. 12	'순수 홀세일러' 선언, '하나투어' 브랜드 개발
1996. 02	부산 사무소 오픈
1996. 03	(주)국진 여행사에서 (주)하나투어로 상호 변경
1996. 07	강남, 대구, 대전 사무소 오픈
1997. 03	수원, 전주 사무소 오픈
1998. 10	캐세이퍼시픽항공 선정 'Best Agent of the year 1997' 수상
1998. 12	1998년 전체 내국인 해외 송객 실적 1위 달성
1999. 07	월 판매수탁고 100억원 달성, 태국 현지법인 설립 (ASIA HANATOUR)
1999. 11	국내 최초 프랑스 정부 관광성 수여 '관광산업 은메달' 수상
2000. 04	관광전문 포털사이트 업체 (주)투어토탈닷컴 설립
2000. 05	미국 LA 현지법인 설립 (HANATOUR USA, INC.)
2000. 11	업계 최초 코스닥 상장, 거래 개시
2001. 03	'투어토탈닷컴(www.tourtotal.com)' 서비스 개시
2001. 05	미국 하와이 현지법인, 뉴욕 현지법인, 캐나다 밴쿠버 현지법인 설립
2001. 06	이탈리아 로마 현지법인 설립 (HANA TOUR ROMA S.R.L)
2002. 02	자회사 (주)하나 투어리스트' 설립
2002. 12	산업자원부 선정 '2002 서비스품질 우수여행사 인증' 획득
2003. 07	국내 상품판매 전문 자회사 설립 (주)하나강산 (주)하나강산여행사, 인바운드 전문 자회사 (주)하나인터내셔널 설립
2004. 02	코스즈 전문 자회사 (주)코리아코스즈라인 설립
2004. 10	CBS 하나투어(www.cbshanatour.com) 오픈

웹투어	
1998. 07	인터넷 호텔/콘도 예약(www.hodo.co.kr)서비스 개시
1999. 08	국내여행정보전문 투어가이드 서비스 개시
1999. 12	천리안 여행서비스 제공
2000. 02	항공예약센터 서비스 개시(231개국/6,570개도시)
2000. 06	철도청(Barota) 여행서비스 제공
2000. 07	국제항공운송협회와 BSP 계약 체결
2001. 02	매경 디지털경쟁력대상 '2001 상거래 최우수상' 수상
2001. 03	한국일반여행업협회(KATA) 가입
2001. 04	4월 '2001 대한민국 1위 웹사이트 인증 · 여행정보' (한국능률협회)
2002. 07	웹투어 여행상품권 발행
2002. 11	전세계 숙박예약관리시스템(WAMS)서비스 개시
2002. 12	여행 정보지 'GoFriday' 발간
2003. 01	우리은행과 상품개발 제휴(제주 및 배낭 실버상품)
2003. 04	부동산씨브와 전략적 제휴
2003. 07	삼성카드와 전략적 제휴
2003. 09	LG카드와 항공 예약 업무 제휴
2004. 07	코리아닷컴 여행콘텐츠 제휴
2004. 08	다음, 야후 여행서비스 제휴
2004. 10	여행설계엔진 '매치투어' 서비스 오픈
2004. 11	인터넷 여행 커뮤니티 '여행학교' 서비스 오픈

위해 인터넷을 서핑해본 사람이라면 대부분의 웹사이트들이 제공하는 피상적인 정보 수준에 실망하지 않을 수 없을 것이다. 정말 알고 싶은 정보, 자세한 내용들은 오히려 개인들이 운영하는 홈페이지의 여행기 코너에 더 많다. 전국을 돌아다니는 전문 여행 가이드는 아니지만, 어느 한 곳을 여행하고 온 사람이 자신의 체험과 경험, 감상을 솔직하게 녹여 쓴 여행기야말로 낯선 곳으로의 여행을 준비하는 사람들에게는 유용한 정보가 될 수 있다.

여행 사이트를 운영하는 업체가 여행정보 코너에 투입할 수 있는 인력에는 한계가 있다. 그리고 그 인력이 콘텐츠를 업데이트하는 데에도 한계가 따른다. 하나투어의 경우 약 15명이 여행정보 코너를 담당하고 있다. 초기에는 이들 전담인력과 세계 각국의 현지법인을 통해 정보 콘텐츠를 확충했다. 지금도 현지 리포터와 법인 등 외부의 인력, 조직을 활용하고 있지만 사이트 방문자들의 요구와 기대에 부응하기는 힘든 실정이다.

그래서 하나투어나 투어가이드 등 여행 사이트들이 중요하게 여기는 것이 네티즌의 참여다. 전문성은 부족하더라도 여행자 스스로 보고 느낀 것, 경험한 것을 옮긴 글들은 생생한 정보가 될 수 있기 때문이다. 하나투어닷컴은 여행정보 카테고리 외에 정보나눔터를 별도로 두고 있다. 하나투어닷컴이 제공하는 여행정보는 전세계를 포괄하고 있지만 깊이가 부족하다는 것이 문제. 반면 동호회나 여행자들이 생산하는 여행정보는 특정 지역에 집중되는 경향은 있더라도 깊이가 있다. 정보나눔터에서는 여행자들이 직접 쓴 여행이야기, 사진이야기와 좀더 깊이가 있는 전문가 컬럼을 볼 수 있다. 무엇보다 여행자들이 판매하는 여행상품에 대한 리뷰 코너가 마련돼 있어 해당 상품을 이용한 사용자들이 평가한 글이 상품을 선택하는 데 참고자료가 돼 준다.

투어가이드 역시 참여마당을 운영하고 있다. 네티즌들이 올린 여행지 추천과 여행기를 볼 수 있다. 지역 숙박업소, 음식점, 지방 여행자들이 자기 상품과 업소를 소개하는 홍보코너는 여행정보를 더욱 풍부하게 해준다. 투어가이드는 자유롭게 등록할 수 있는 네티즌 참여마당 외에 객원리포터 코너도 운영한다. 투어가이드에 명예기자 자격을 신청하면 소정의 심사를 거쳐 명예기자를 선발한다. 이 명예기자들은 자기 거주지역 중심으로 자세한 여행정보를 수집 가공해 제공한다.

인터넷 여행사이트의 여행정보 콘텐츠란 여행사이트를 운영하는 업체 입장에서 보면 돈 되는 콘텐츠가 아니다. 좋은 콘텐츠를 묶어 책으로 가공, 출판하는 경우도 있지만 그것이 수익으로 이어지는 경우는 드물다. 오히려 여행정보는 돈이 들어가는 콘텐츠다. 하지만 좋은 콘텐츠는 사람을 모은다. 사람이 모이면 소문이 나고 더 많은 사람이 모인다. 많은 사람이 모일수록 구매도 더욱 활발해진다. 그래서 인터넷 여행업체들은 돈 들어가는 콘텐츠인 여행정보에도 투자를 계속할 수밖에 없다.

하나투어와 웹투어는 인터넷의 대표적 여행사이트로 꼽힌다. 지명도나 브랜드 파워는 어느 정도 형성돼 있다. 얼마나 더 좋은 상품들을 제공하고, 방문자들이 만족할 만한 정보를 제공하는가가 사이트 성장의 관건이라 할 수 있다. 콘텐츠의 경쟁력이 사이트의 경쟁력이라는 것을 이 업체들은 잘 알고 있다. 전국, 전세계에 산재해 있는 네티즌, 여행을 좋아하는 사람들을 자기 편으로 만들고 자기 사이트에서 콘텐츠를 생산해내게끔 하는 것이 중요하다는 것도 알고 있다. 네티즌들이 스스로 콘텐츠를 생산하고 소비하고 싶은 공간으로 만들어가겠다는 것이 여행정보 사이트들의 공통적인 바람이고 계획이다. 🌐