

“변화를 선도하는 강남, 희망을 선사하는 강남”

등록번호	관광진흥과-1525
등록일자	2015.1.29.
결재일자	2015.1.29.
공개구분	부분공개

주무관	관광진흥팀장	관광진흥과장	기획경제국장	부구청장 직무대리	구청장
정태숙	신호진	박희수	문경수	주윤중	01/29 신연희
협조자	관광민원팀장 관광사업팀장	최혜영 임동호			

매력과 품격 있는 관광거점도시 강남

2015년 관광(특구)진흥 기본계획

◆ 추진근거

- 「관광진흥법」 제71조, 「서울특별시 강남구 관광진흥 조례」 제3조
- 「강남 마이스 관광특구」 진흥계획(관광진흥과-17346호)

◆ 추진배경

- 1천만 외국인 관광시대를 대비해 질적·양적 성장전략 필요
- 변화하는 관광수요 및 관광트렌드에 대한 효과적 대응 필요
- 강남 마이스 관광특구 지정에 따른 활성화 전략 필요

◆ 비전 및 목표

- 비전 : 매력과 품격 있는 관광거점도시 강남
- 목표 : 외국인 관광객 700만명 유치

◆ 세부추진계획 : 4대 과제 24개 단위사업



강 남 구
(관 광 진 흥 과)

【 관련 규정 및 제반사항 사전검토서 】

검토분야	확인 및 적시사항																											
관련 규정 및 근거	<p>현행 관련 법, 시행령, 조례, 규칙, 관련 지침 등 근거를 모두 검토하고 적시하였습니까?</p> <ul style="list-style-type: none"> · 「관광진흥법」 제 71조(관광특구의 진흥계획) · 「서울특별시 강남구 관광진흥 조례」 제3조(관광진흥계획 등의 수립·시행) 																											
추진 경위	<p>추진 경위는 무엇입니까?</p> <ul style="list-style-type: none"> · 「강남 마이스 관광특구」 진흥계획(관광진흥과-17346호, 2014.11.21.) · 강남 마이스 관광특구 지정(서울특별시 고시 제2014-447호, 2014.12.18.) 																											
예산 사항	<p>산출 근거 및 기준 또는 예산확보 및 투입우선순위 등의 내용을 검토하고 적시하였습니까?</p> <ul style="list-style-type: none"> · 기본계획 내 세부사업별 소요예산 내역 명시 																											
수혜자 및 범위	<p>이 업무(사업)관련 수혜자는 누구이며 수혜범위를 파악해 보았습니까?</p> <ul style="list-style-type: none"> · 강남구민 및 강남구 소재 사업장, 강남구 방문 내·외국인 관광객 등 																											
분야별 검토사항 (계속 :) (신규 :)	<p>이 업무(사업)과 관련하여 아래 등 제반사항을 검토해 보았습니까?</p> <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 60%;">① 관련부서 협조</td> <td style="width: 20%; text-align: center;">-----</td> <td style="width: 20%; text-align: center;">(○)</td> </tr> <tr> <td>② 이해관계인 및 예상되는 민원</td> <td style="text-align: center;">-----</td> <td style="text-align: center;">(○)</td> </tr> <tr> <td>③ 추진상 사전 걸림돌</td> <td style="text-align: center;">-----</td> <td style="text-align: center;">(○)</td> </tr> <tr> <td>④ 미래행정 수요예측</td> <td style="text-align: center;">-----</td> <td style="text-align: center;">()</td> </tr> <tr> <td>⑤ 시장조사</td> <td style="text-align: center;">-----</td> <td style="text-align: center;">()</td> </tr> <tr> <td>⑥ 민간부분(시설 등)과의 경제성 및 효율성 등 비교</td> <td style="text-align: center;">-----</td> <td style="text-align: center;">()</td> </tr> <tr> <td>⑦ 업무 매뉴얼 및 관련 법규</td> <td style="text-align: center;">-----</td> <td style="text-align: center;">()</td> </tr> <tr> <td>⑧ 행사관련 의전 및 선거법</td> <td style="text-align: center;">-----</td> <td style="text-align: center;">()</td> </tr> <tr> <td>⑨ 투융자 심사 등 관련절차 준수</td> <td style="text-align: center;">-----</td> <td style="text-align: center;">()</td> </tr> </table> <p>· 건축과, 교통정책과, 위생과(C-페스티벌 관련 규제 소관부서 별도 추진)</p>	① 관련부서 협조	-----	(○)	② 이해관계인 및 예상되는 민원	-----	(○)	③ 추진상 사전 걸림돌	-----	(○)	④ 미래행정 수요예측	-----	()	⑤ 시장조사	-----	()	⑥ 민간부분(시설 등)과의 경제성 및 효율성 등 비교	-----	()	⑦ 업무 매뉴얼 및 관련 법규	-----	()	⑧ 행사관련 의전 및 선거법	-----	()	⑨ 투융자 심사 등 관련절차 준수	-----	()
① 관련부서 협조	-----	(○)																										
② 이해관계인 및 예상되는 민원	-----	(○)																										
③ 추진상 사전 걸림돌	-----	(○)																										
④ 미래행정 수요예측	-----	()																										
⑤ 시장조사	-----	()																										
⑥ 민간부분(시설 등)과의 경제성 및 효율성 등 비교	-----	()																										
⑦ 업무 매뉴얼 및 관련 법규	-----	()																										
⑧ 행사관련 의전 및 선거법	-----	()																										
⑨ 투융자 심사 등 관련절차 준수	-----	()																										
타 기관 사례	<p>타 구 사례를 파악, 비교해 보았습니까?</p> <ul style="list-style-type: none"> · 관광특구 지정현황(13개 시·도 28개소) · 서울시 : 이태원(1997년), 명동·남대문·북창동·다동·무교동(2000년), 동대문패션타운(2002년), 종로·청계(2006년), 잠실(2012년) 																											
전문가 자문	<p>전문가의 자문이나 검토를 받았습니까?</p> <ul style="list-style-type: none"> · 관광특구 지정 타당성 연구용역 완료, 무역센터 MICE클러스터 자문위원회 자문완료 																											

변화를 선도하는 강남
희망을 선사하는 강남



매력과 품격 있는 관광거점도시 강남

2015년 관광(특구)진흥 기본계획

 강남구

The logo for Gangnam-gu, consisting of a stylized blue icon followed by the Korean characters "강남구" in a bold, black, sans-serif font.

목 차

I	추진배경	1
II	관광시장 현황	1
III	비전 및 목표	4
IV	세부사업계획	4
	① 관광인프라 조성(3개 사업)	6
	② 한류관광(3개 사업)	9
	③ 강남 마이스 관광특구 활성화(6개 사업)	12
	④ 관광마케팅 강화(12개 사업)	18
	⑤ 코엑스 연계사업(4개 사업)	30
V	세부추진일정	33

2015년 관광(특구)진흥 기본계획

민선6기 1000만 외국인 관광객 시대를 준비하고 매력과 품격있는 관광거점도시 강남을 만들기 위한 2015년 관광진흥 기본계획을 수립·시행하여 글로벌 관광거점도시로 도약하고자 함.

I 추진배경

- 1천만 외국인 관광시대를 대비 질적·양적성장 전략 필요
- 변화하는 관광수요 및 관광트렌드에 대한 효과적 대응 필요
- 강남마이스 관광특구 지정에 따른 활성화 전략 필요

II 관광시장 현황

1 세계 관광시장 동향

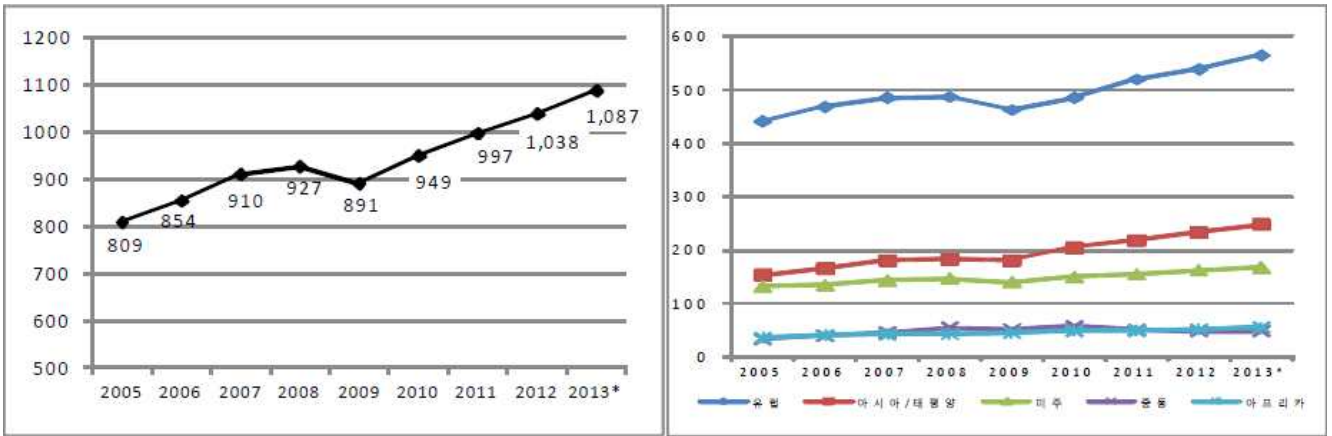
○ 세계 관광객 및 관광산업 지속 증가 추세

▶ 연도별 국제관광객수 및 국제관광수입

구분	국제관광객수		국제관광수입	
	(백만명)	성장률	(억불)	성장률
2005	809	5.6%	7,010	10.6%
2006	854	5.6%	7,660	9.3%
2007	910	6.6%	8,830	15.3%
2008	927	1.9%	9,670	9.5%
2009	891	-3.9%	8,820	-8.8%
2010	949	6.5%	9,650	9.5%
2011	997	5.1%	10,800	11.9%
2012	1,038	4.1%	11,150	3.3%
2013*	1,087	4.7%	11,970	7.3%

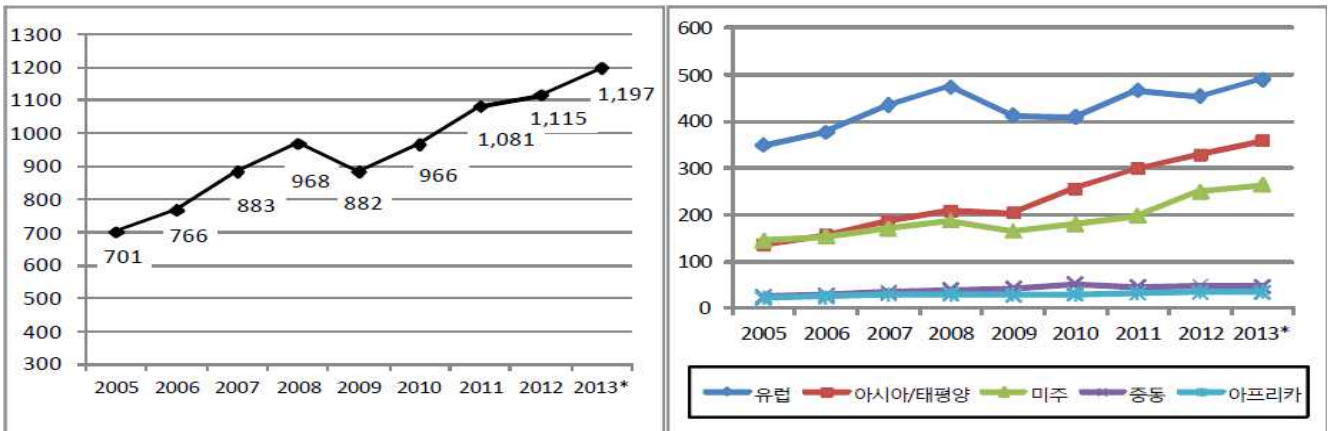
▶ 연도별 전체 및 지역별 국제관광객수 추이

(단위 : 백만명)



▶ 연도별 전체 및 지역별 국제관광수입 추이

(단위 : US\$10억)



자료출처 : UNWTO World Tourism Barometer(December 2014)

○ 모든 도시들이 관광산업 집중 육성

- 싱가포르, 홍콩, 도쿄 등 주요도시 관광산업 투자 강화

② 세계 관광시장 트렌드

○ 관광 목적 변화 : 관람(sightseeing) → 체험(trytour)

- 자연자원, 랜드마크에 대한 관람에서 대중문화, 산업 등에 대한 체험관광 선호

○ 관광객 유형변화 : 단체 관광 → 개별(FIT), 특수(SIT) 목적 관광

- 패키지 단체관광에서 20~40대 젊은층 중심 개별·특수관광 증가

○ 관광정보 습득 및 안내체계 이용추세 변화 : 인쇄물 → 모바일

- 인쇄물, 안내표지판을 통한 정보습득에서 홈페이지, 모바일을 통한 스마트한 관광으로 전환

③ 국내 관광시장 동향 및 현황

○ 방한 관광객 시장 동향

- ▶ 방한 관광객 지속 증가 :(' 06년) 616만명 ⇒ (' 14년) 1,400만명
- ▶ 방한 관광객 유형 변화

방한국가	일본 1위	중국 1위
연령	50~60대	20~40대
유형	단체 관광	개별, 특수 관광
목적	명소 관람	한류문화 체험, 의료, 비즈니스

○ 관광산업 동향

- ▶ 관광산업 외연적 확장에도 불구하고, 경제적 비중은 주요국 대비 낮음

구분	세계평균	OECD	한국	일본	중국	미국	프랑스	태국
GDP	9.5	8.4	5.8%	6.9%	9.2%	8.4%	9.4%	20.2%

- ▶ 서울시 등록 여행업 사업체수 : 4,293개사, 강남구 : 932개사

④ 강남 관광환경 분석

강점

- ① 전통과 미래가 공존하는 역동적인 도시
- ② K-POP 등 한류기획사 및 한류체험공간 다수 위치
- ③ 전시·컨벤션 등 마이스 클러스터 조성(관광특구)
- ④ 쇼핑, 숙박시설, 문화공간 위치

단점

- ① 대표적인 랜드마크 없음
- ② 대형 면세점 부족
- ③ 교통체증이 심하고 주차공간 부족
- ④ 외국인 전용 식당 등 저가 대형식당 없음

시사점

- 독창적인 스토리 콘텐츠 발굴
- 대형버스 용 주차공간 확보 및 외국인 전용 음식점 발굴

III 비전 및 목표

비 전

매력과 품격있는 관광거점도시 **강남**

목 표

외국인 관광객 700만명 유치

4대과제 24개 단위사업

관광인프라
조성

한류관광

관광특구
활성화

관광마케팅

IV 세부사업계획

① 관광인프라 조성

1. 관광정보센터 운영
2. 외국인 관광객 등을 위한 관광숙박시설 확충
3. 강남 시티투어 활성화

② 한류관광

1. 한류스타거리 조성사업(2,3차)
2. 한류스타거리 스토리매장 발굴 확대 운영
3. 한류스타를 활용한 스타 마케팅

③ 강남 마이스 관광특구 활성화

1. 강남구 관광진흥조례 개정
2. 컨테이너를 활용한 복합문화공간 조성
3. 매직 카펫 라이드 운행
4. 강남 한류페스티벌(K-POP콘서트) 개최
5. 2016 새해맞이 카운트다운 행사 개최
6. 강남패션페스티벌 개최

④ 관광마케팅 강화

1. 하나투어 연계 관광상품 및 관광코스 개발 홍보
2. 크루즈 관광객 및 인천공항 환승객 유치
3. 중국 현지 방송국 초청 팸투어
4. 중국 현지 온라인 마케팅 강화
5. 은련카드 공동마케팅 강화
6. 중국 관광객 유치 현지 설명회
7. 외국인 관광객 통계조사
8. 외국인 거점지역 강남구 브랜드 광고
9. 전국 순회홍보단 운영
10. 외국인 명예홍보단 운영
11. 강남관광 홍보 및 마케팅
12. 전통예술 ‘춘향 어허둥둥 내사랑’ 공연

⑤ 코엑스 연계사업

1. DIGITAL MEDIA DISTRICT -‘빛의 도시’ 구현
2. 시즌별(4계절) 페스티벌 개최
3. C-Festival 2015
4. SM TOWN 연계 마케팅

1-01 강남관광정보센터 운영

내·외국인 관광객에게 의료·한류체험과 다양한 관광 편의서비스를 제공하고, 관광거점시설로 운영함으로써 강남 방문 외국 관광객 증대에 기여하고자 함.

사업개요

- 사업기간 : 2015. 1월 ~ 12월
- 시설현황
 - 위 치 : 강남구 압구정로 161(압구정동 428번지)
 - 규 모 : 지상2층 / 연면적 : 820㎡(1층 424㎡, 2층 396㎡)
 - 시설현황 : 1층(종합관광안내센터, 메디컬투어센터), 2층(한류체험관)
- 운영현황
 - 운 영 일 : 연중 / 운영시간 : 10:00 ~ 19:00 / 운영기관 : 강남문화재단
 - 근무인원 : 총22명(교대근무)⇒강남문화재단(6명), 의료관광(3명)외 제휴업체 파견직원 등
- 추진방법 : 자체사업(민간기업 공동추진)

달성목표

- 2015년 방문객 유치 목표 : 총84,000명(일평균 230명)

세부추진계획

- 콘텐츠 교체 : 한류관련 콘텐츠를 주기적으로 교체하여 볼거리 제공
⇒ 2015.1월중 : 오픈 스튜디오(舊 한류스타 의상체험관), ‘별에서 온 그대’ 포토존(舊 드라마존)
- 이벤트 추진 : 프로모션 및 국내에서 진행되는 이벤트 연계 추진
- 센터 홈페이지, 페이스북 활용 홍보 : 팬사인회, 이벤트 등 각종 관광정보 공유
⇒ 센터 홈페이지 개선 : 분야별 관광정보를 쉽게 찾아 볼 수 있도록 메인화면 등 정비
- 국내·외 마케팅 : 온라인매체, 방송 프로그램 촬영장소 제공 등을 통한 홍보

소요예산

- 총294,661천원(구비 : 294,661천원) ⇒ 센터 사용료, 협찬금은 구 세외수입처리

기대효과

- 내·외국관광객 편의제공 및 관광인프라 체험을 통한 2015년 강남을 방문하는 외국인 관광객 700만명 유치하는데 기여
- 트롤리버스, 한류스타거리 등 강남관광상품과 연계한 관광활성화 및 홍보 극대화

1-02 외국인 관광객 등을 위한 관광숙박시설 확충

우리구를 찾는 외국인 관광객 수가 매년 증가하고 있어 관광숙박 서비스의 다양성을 제고하고, 숙박시설 확충을 통해 관광객 편의 제공 및 관광산업에 기여하고자 함.

사업개요

- 사업기간 : 2015. 1월 ~ 2015. 12. 31(연중 계속)
- 사업내용 : 외국인 관광객 등을 위한 관광숙박시설 확충
- 추진방법 : 자체 사업

달성목표

- 달성목표 및 세부달성지표

2015년도 달성목표	세부달성지표	비중
외국인관광 도시민박업 지정	▶ 월 1회 도시민박업 지정 처리 (총 12건)	20%
관광호텔 건립(신축·용도변경)을 위한 사업계획 승인	▶ 2개월 당 1건 사업계획 승인 (총 6건 승인처리)	30%
관광호텔 신규 등록	▶ 관광호텔 신축에 따른 신규등록 (11개소 1,405실)	50%

세부추진계획

- 관광숙박시설 확충 : 용적률을 완화하여 사업계획 승인신청 시 「관광숙박시설 확충을 위한 특별법」 적용 검토
- 관광진흥개발기금 융자 홍보 : 연 2회(상·하반기)
- 외국인관광 도시민박업 활성화 : 홍보를 통한 운영가정 확대

소요예산

----- 비예산

기대효과

- 관광숙박시설 확충으로 관광객의 편의 제공
- 외국인 관광객에게 우리문화를 체험할 수 있는 기회 제공

강남·북 간 연결 운영을 통한 탑승객 편의증진, 다양한 이벤트로 강남시티투어를 강남의 대표 관광상품으로 자리매김하고자 함.

사업개요

- 사업기간 : 2015. 1월 ~ 12월
- 사업내용 : 서울시티투어 노선 연장을 통해 강남의 주요 관광지 코스운영
- 추진방법 : 서울시티투어(허니문여행사) 연계 추진

달성목표

- 강남·북 연결운영 : 시티투어 탑승객 36,000명

세부추진계획

- 강북권을 순환하는 서울시티투어 파노라마 코스를 강남까지 연장 운영
- 한류스타, 유관기관 연계 이벤트 개최를 통한 시티투어 홍보
 - 앨범홍보, 팬사인회, 관광공사 사이트 등 유관기관 매체 활용
- 추진일정
 - 2015. 4월 : 서울시티투어 강남·북 연결 운영
 - 2015. 4월 ~ 12월 : 관광공사, 전시컨벤션 등 연계 탑승객 유치 이벤트 개최

소요예산

- 총120,000천원

기대효과

- 강남·북 연결 운영을 통한 시티투어 탑승객 증가
- 강북권 쇼핑인구 강남 유입 촉진으로 지역경제 활성화

2-01 한류스타거리 조성사업(2,3차)

1000만 외국인 관광객 유치시대를 맞아 한류 인프라를 결합한 '한류 스타거리'를 조성, 관광객이 걸으면서 한류명소를 직접 체험할 수 있도록 한류 콘텐츠를 확충하고 관광마케팅을 관광객 유치에 기여코자함

사업개요

- 사업기간 : 2015. 1월 ~ 2015. 12월
- 사업내용 : 한류스타거리 상징물, 타이포 상징물, 보도블럭 그래피티
- 추진방법 : 자체사업(민간기업 공동추진)

달성목표

- 외국 관광객 1일 10,000명

세부추진계획

- 한류스타거리 2차조성 추진
 - 조성기간 : 2015. 1월 ~ 2015. 2월
 - 구 간 : 가로수길 ⇒ 갤러리아백화점 ⇒ SM엔터테인먼트
 - 조성내용 : 한류스타거리 상징물, 타이포 상징물, 보도블럭 그래피티
- 한류스타거리 3차조성 추진
 - 조성기간 : 2015. 3월 ~ 2015. 12월
 - 구 간 : 청담사거리, 신사동 가로수길
 - 조성내용 : 한류스타거리 상징물 등 한류콘텐츠 조성구간 확대
관광키오스크 설치 및 운영, 한류스타거리 앱 제작
한류스타거리 MD상품제작 및 판매, 국내외 홍보채널 운영

소요예산

- 총927,860천원(시비 : 488,000원, 구비 : 439,860천원)

기대효과

- 한류스타거리 조성으로 한류관광으로 메카로 육성

2-02 한류스타거리 스토리매장 발굴확대

한류스타거리 활성화를 위하여 스토리매장을 추가 발굴하고 기존 스토리매장에 대한 가이드북 제작 등 홍보 방안을 강구하여 국내외 관광객의 관광편의를 도모하고자 함

사업개요

- 사업기간 : 2015. 1월 ~ 2015. 12월
- 사업내용 : 한류스타거리 스토리매장 발굴, 거리이정표 설치, 보도블럭 프린팅
- 추진방법 : 자체사업(민간기업 : 제이콘텐츠리 공동추진)

달성목표

- 한류스타거리 스토리매장 및 명소 지정 : 현재 45개소 ⇒ 총70개소

세부추진계획

- 한류스타거리 스토리매장 발굴
 - 총매장수 : 2014 명소(45개소) ⇒ 신규 명소(30여개) 추가 발굴
 - 추진방향 : 기존 매장중 참여도가 낮은 매장 정비후 선별 재선정 지정 스토리매장에 대한 지속적인 한류 브랜딩 강화
 - 추진내용 : 거리이정표 설치, 보도블럭 프린팅, 가이드북 거치대 제작 스토리매장 스탬프투어 프로그램 추진
- 한류스타거리 가이드북 2차 제작
 - 총매장수 : 기존 명소(45개소) ⇒ 신규 명소(30여개) 추가 발굴
 - 추진방향 : 한류스타의 경험과 매장자체 콘텐츠를 스토리텔링화하여 관광객에게 한류스타의 체험을 공유할 수 있도록 구성
 - 제작부수 : 총2만부(4개국어-한,영,중,일 각5천부)

소요예산

- 총51,000천원(시비 : 1,000천원, 구비 : 50,000천원)

기대효과

- 스토리매장 홍보를 통해 한류관광객 방문증가로 지역상권 활성화

한류스타 팬 사인회, 영화 글로벌 프리미어 등을 개최하여 한류스타를 직접 만날 수 있는 기회 및 볼거리를 제공하여 한류 관광객 유치에 기여하고자 함

사업개요

- 사업기간 : 2015. 1월 ~ 2015. 12월
- 사업내용 : 한류스타 팬 사인회, 영화제, 영화 글로벌 프리미어
- 추진방법 : 자체사업(연예기획사, 영화배급사 등과의 협업추진)

달성목표

- 한류스타 팬 사인회(월1회), 영화제(연2회), 영화 글로벌 프리미어(연2회)

세부추진계획

- 한류스타 팬 사인회
 - 개최시기 : 월1회 이상
 - 개최장소 : 한류스타거리내 실내외, 관광정보센터, 코엑스 등
 - 추진방법 : 연예기획사, 음반유통사와 앨범판매기념 팬사인회 연계
- 영화제 개최 지원
 - 개최시기 : 연2회 이상
 - 개최장소 : 코엑스 메가박스, 청담씨네씨티
 - 추진방법 : (2월)마리끌레르 영화제, (11월)SIA영화제 등
- 영화 글로벌 프리미어
 - 개최시기 : 연2회 이상
 - 개최장소 : 코엑스 아셈광장, 메가박스, 청담씨네씨티 등
 - 추진방법 : 한류스타 주연의 영화개봉시 영화배급사와 연계 추진

소요예산

- 총61,700천원(구비 : 61,700천원)

기대효과

- 스타 마케팅을 통해 한류스타 만남의 기회제공으로 관광객 유치 활성화

2014. 12.18 강남 마이스 관광특구가 지정됨에 됨에 따라 강남구 관광진흥 조례를 개정하여 관광특구를 방문하는 외국인 관광객의 유치 촉진 위한 제도적 장치를 마련하고자 함.

개정근거

- 관광진흥법 제70조 ~ 제74조
- 서울특별시고시 제2014-447호 및 관광정책과-13948(2014.12.22.)

개정사유

- 강남 마이스 관광특구가 지정됨에 따라 특구활성화를 위한 특화사업 시행 및 지원근거 등 제도적 장치 마련 필요
- 관광객 유치를 위한 지원 및 오·탈자 수정 및 조문단어 삽입 등

주요골자

- 관광특구 조항 신설
 - ① 관광특구에 대한 지원
 - ② 특화사업
 - ③ 홍보마케팅
 - ④ 외국인홍보단 운영 등
- 기타 조항 신설 및 문장 내용 추가 등
 - ① 제1장 총칙 → 명칭 삽입
 - ② 관광객 유치 지원 대상 및 사업범위 확대
 - ③ 제4장 관광정보센터 설치(운영) → 명칭 삽입

추진일정

- 2015. 01월 → 규제유무 사전검토, 부패영향평가, 입안심사
- 2015. 02월 → 입법계획 수립(방침), 입법예고, 조례규칙심의회 상정
- 2015. 03월 → 구의회 상정
- 2015. 04월 → 조례공포

3-02 컨테이너를 활용한 복합문화공간 조성

「MICE 관광특구 강남」만의 새로운 ‘랜드마크’를 조성, 기존의 관광 편의시설과는 차별화된 강남의 문화와 개성이 드러나는 스토리텔링을 통한 공간조성으로 MICE의 육성과 함께 외래 관광객을 유치하고자 함.

사업개요

- 사업기간 : 2015. 2월~ 6월
- 위 치 : 서울시 강남구 삼성동 코엑스 앞
- 면 적 : 6m x 21m / 총126㎡
- 제 작 : 야외 복합문화공간 조성
- 콘텐츠 구성 : MICE 관광특구로서의 콘텐츠 공간 조성
- 사 업 비 : 총 450,000천원 (국비 50%, 구비 50%) - 추정반영

사업방향

- 「강남 마이스 관광특구」로서의 스토리텔링을 통한 복합문화공간설치 조성
- 복합문화공간으로서의 기능과 다양한 이벤트를 할 수 있는 갤러리나 무대로서의 기능 등 가변적인 사용이 가능하도록 공간 조성
- 강남과 코엑스의 문화와 개성이 드러나며 코엑스의 경관, 동선을 이어 주는 연계성 있는 공간디자인 구성 및 연출

예시 사진



콘텐츠개발

- 관광안내소, 티켓판매소(시티투어 등)
- 만남의 장소 공간으로 활용
- 국고 지원대상으로 확정되면 다양한 콘텐츠 개발

3-03

매직 카펫 라이드 운행

차를 타고 한류스타의 노래를 감상하는 신나는 스타뮤직팝업은 사운드 시스템을 장착하고 한류스타의 친밀한 콘텐츠를 내장하여 한류관광객들이 꼭 한번은 타보고 싶은 관광명물화를 시키고자 함.

사업개요

- 사업기간 : 2015. 4월~ 연중
- 사업내용 : 차를 타고 특구지역을 투어하는 한류계의 타요버스 운행
- 추진방법 : 민간기업 유치

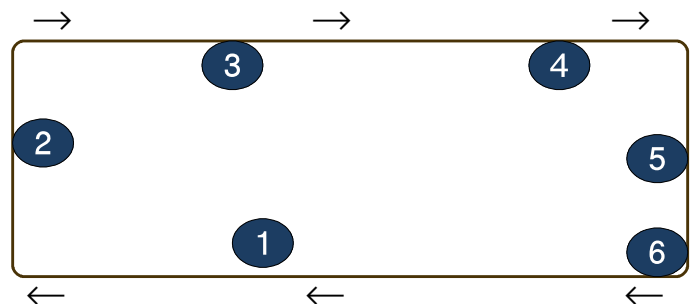
달성목표

- 1일 30회 운행 120명 탑승

세부추진계획

- 2015. 2월 - 현대자동차 업무협약 체결
- 2015. 3월 - 차량 랩핑 등
 - 연예인 사진 등 세련된 디자인으로 외관 제작
 - 탑승한 동안 스타의 영상 또는 음악을 경험할 수 있는 시설 장치
 - 정류장 설치 랜드마크화
 - 한류스타 팬사인회 진행
- 2015. 4월 - 운행 개시

차량 및 노선



소요예산

----- 비예산(현대자동차)

3-04 강남 한류페스티벌(K-POP 콘서트) 개최

국내외 관광객들에게 인지도가 높은 한류스타가 참여하는 K-POP콘서트를 개최하여 강남을 한류관광 명소화 및 외국 관광객 유치 확대에 기여하고자 함.

사업개요

- 사업기간 : 2015. 10월초
- 사업내용
 - 장 소 : 영동대로 한전 앞 (예정)
 - 내 용 : K-POP콘서트 (출연진 미정)
- 추진방법 : 자체사업(민간기업 공동추진)

달성목표

- 관람객 총40,000여명(외국인관광객 20,000명)

세부추진계획

- 출연진 섭외 : 인지도 높은 한류스타 섭외(출연료 무료)
- 협찬사 유치 : 무대설치 등 행사 진행비 확보
 - ⇒ 공연 협찬금 및 축제 공동마케팅관련 현대자동차와 MOU 체결(예정)
- ※ 2015년 상반기중에 협찬사와 출연진을 결정하고, 체계적인 행사 기획 및 준비 (F&B 등 부대 먹거리 등 연계 프로그램 도입)
- 분야별 유관기관 협의 : 교통, 안전, 한전주차장 사용, 편의시설 확보 등
- 홍보방법
 - 스타 홈페이지를 통한 해외마케팅 전개
 - 은련카드社, 아시아나 기내지, 구 홍보매체 등 국내·외 홍보채널 활용 홍보
 - ▶ 중화권 : 중국 포털사이트, 은련카드 네트워크(홈페이지, 은련회원 대상 문자발송)
 - ▶ 일 본 : 야후 블로그 및 일어 홈페이지 안내 등
 - ▶ 미주, 동남아 등 기타지역 : 유튜브, 트위터, 인바운드 여행사 이메일 발송

소요예산

- 총500,000천원(민간기업-현대자동차 후원)

기대효과

- 강남의 대표 인프라인 한류를 활용한 K-POP 공연을 통해 한류메카로 이미지를 구축하고 해외 관광객 유치 극대화

3-05 2016 새해맞이 카운트다운 행사 개최

새해맞이 강남 명소로 부각시키고, 내·외국인이 즐길 수 있는 축제의 장으로 만들어 강남브랜드 향상 및 관광활성화에 기여하고자 함.

사업개요

- 사업시기 : 2015.12.27 ~ 12.31(5일간) / 메인행사 : 2015.12.31 00:00
- 사업내용
 - 장 소 : 코엑스 앞 영동대로 주변(검토)
 - 내 용 : 시민들의 새해소망 응원, 축하공연 등
- 추진방법 : 민·관 협력사업

달성목표

- 국내·외 관람객 25,000여명 유치

세부추진계획

- 추진방향 : 강남스타일의 콘텐츠, 위시볼 조형물 등 신규 이벤트 발굴(이슈화)
- 분야별 유관기관 협의 : 강남경찰서(교통, 안전), 강남소방서 등
 - ↳ 상반기중 유관기관과 협의를 조속히 마무리 짓고 행사준비 및 홍보기간 확보
- 홍보방법
 - 강남구
온라인 바이럴(블로그, 카페, 페이스북, 유튜브 등), 보도자료 배포, 홍보매체 활용 홍보(구정신문, 아파트엘리베이터 PDP, 문자전광판 등), 생중계 협의(중국 CCTV, 아리랑 TV 등),
 - 현대자동차 : 현수막·배너 홍보, 현대자동차 자체 채널 활용 홍보

소요예산

- 총1,300,000천원(민간기업-현대자동차 부담)

기대효과

- 시민 누구나 참여 할 수 있는 신개념 새해맞이 행사를 추진함으로써 도시 브랜드 이미지 제고 및 랜드마크화
- 젊은이들이 즐겨 찾는 명소로 발전시켜 지역경제 활성화 기여

강남 패션페스티벌 개최

청담동·압구정동을 중심으로 한 패션특구로서의 지역특성을 극대화하여 국내·외 관광객 및 강남구민에게 글로벌 축제를 제공하고, 지역경제 활성화와 신진 패션인재를 육성하여 패션 산업 발전에 이바지하고자 함.

사업개요

- 사업기간 : 2015년 1월 ~ 10월 (행사기간 : 10월 첫째 주 예정)
- 사업내용 : 신진 디자이너 콘테스트, 유명 디자이너·국제·구민모델 패션쇼, 패션마켓 등
- 추진방법 : 자체사업 (주최 : 강남문화재단, 후원 : 강남구)

달성목표

- 패션페스티벌 관람객 및 수익 향상
 - 실관람객 : 30,000명, 마켓수익 : 1억 원

세부추진계획

- 패션단체와의 네트워크 강화로 역량 있는 패션관계자 참여 확대 유도
- 구민모델패션쇼의 대외 활동 강화 및 의상협찬을 통한 예산절감 및 프로그램 질적 강화 추진
- 추진일정
 - 2015. 1월 ~ 3월 : 기본계획수립, 실무진 구성 및 간담회 실시
 - 2015. 4월 ~ 6월 : 축제 협찬 및 후원사 모집, 구민모델 모집, 축제 운영업체 선정
 - 2015. 7월 ~ 9월 : 각종 홍보물 제작, 게릴라패션쇼 실시, 축제무대 구성 및 설치
 - 2015. 10월 : 축제 개최, 개최결과 보고 등

소요예산

- 총 499,800천원 (구비)

기대효과

- 지역경제 활성화와 신진 패션인재를 육성하여 패션 산업 발전에 이바지

4-01 하나투어 연계 관광상품 및 코스개발 홍보

외래관광객 유치활성화를 위해 여행사(하나투어)와 연계해 '패키지 그룹 투어', '한류 셔틀 투어' 등 다양한 인바운드 상품을 개발 홍보하고자 함.

사업개요

- 사업기간 : 2015년 1월 ~ 12월
- 사업내용 : 인바운드 여행사(하나투어)와 연계해 관광상품 및 코스 개발·홍보
- 추진방법 : 자체사업 (하나투어 공동추진)

세부추진계획

- 패키지/인센티브 그룹 투어 : 중국·동남아 지역의 하나투어 해외지사 활용, 전시회 관련 마이스 강남 투어 진행
- 한류 셔틀 투어 : 한류스타거리, 코엑스를 테마로한 한류투어 버스 운행
- FIT(개별여행객) 투어 : 공연음식점, 개별 명소 조합(예: 봉은사+코엑스) 상품 진행
 - 여행객 편의를 위한 쿠폰북 발행, 안내데스크 확대 등 시스템 구축
 - 하나투어 채널을 통한 '어허둥둥 내사랑 춘향' 연계 판매
- 추진일정
 - 2015. 1월 ~ 2월 : 강남관광 코스 및 상품개발
 - 2015. 3월 ~ : 상품홍보 리플릿 제작, 해외 마케팅 추진
 - 2015. 6월 ~ : FIT 투어 셔틀버스 운행, 강남관광쿠폰북 제작·발행

달성목표

- 강남투어 전용 셔틀버스 1일 1회 운영

소요예산

- 총20,700천원
 - 상품 홍보 리플릿 제작 배포 : 20,000,000원
 - 해외박람회 참가 관광홍보 : 700,000원

기대효과

- 다양한 관광상품 개발을 통해 관광도시로의 이미지 구축과 외래 관광객 유치 활성화

4-02 크루즈 관광객 및 인천공항 환승객 유치

강북지역으로 편중되어 있는 중국 단체관광객을 코엑스 일원 관광특구로 유입을 확대하여 대규모 관광객 유치를 통해 관광산업 발전 및 주변 상권 활성화에 기여하고자 함.

사업개요

- 사업기간 : 연중
- 사업내용 : 중국인 관광객(크루즈/환승객/단체패키지) 관광특구 유입 확대
- 추진방법 : 자체사업(민간기업 공동추진)

달성목표

- 인천공항 환승객 투어 ‘강남(코엑스)’ 코스 개발
- 크루즈 관광객(4월~10월) 월 1회 이상 유치
- 일반 단체 패키지 관광객 월 2,000명 유치

세부추진계획

- 크루즈 및 단체관광 중국 전담 여행사 5개사 선정 · 공동 MOU체결(2월중)
- 인천공항공사 환승객 투어 강남 시범 운영 코스 개설(4월중)
- 대형 관광버스 주차문제 해결(한전 주차장 사용 협조 요청) 및 대규모 식당 확보
- 롯데면세점(코엑스점)과 협의하여 여행사 인센티브 개발

소요예산

- 홍보물 제작 : 20,000천원

기대효과

- 강북지역으로 집중되어 있는 단체여행 프로그램을 개편하여 중국 단체 관광객의 강남유입확대
- 강남마이스관광특구 활성화를 통한 글로벌 관광거점도시로 성장

중국 현지 방송국 촬영팀을 초청하여 강남의 주요 관광명소 팸투어를 실시하고 방송 촬영하여 중국 현지 TV프로그램에 편성하여 보도함으로써 현지 중국인들의 강남방문을 유도하고자 함.

사업개요

- 사업기간 : 연중 1회
- 사업내용 : 중국 현지 방송에 강남 관광명소 홍보 프로그램 편성
- 추진방법 : 자체사업

달성목표

- 중국 현지 인지도 높은 방송사에 강남 홍보 방송 편성(10회 이상)

세부추진계획

- 계획수립 : 3월 중
- 추진방법 : 중국 현지 여행사를 통한 중국 방송국 섭외
- 촬영지 : 코엑스, 한류스타거리 등 해당 프로그램에 따라 선정
- 방송예정 : 4월중

소요예산

- 총13,400천원(구비)

기대효과

- TV프로그램·드라마·영화의 배경이 되는 촬영지를 방문하는 ‘로케이션 여행’ 이 급부상 하고 있는 최신 트렌드에 맞춰 현지방송을 통해 우수 관광지로서의 신뢰도 확보 및 가보고 싶은 관광지 이미지 고취
- 중국관광객 방문객 유도

4-04 중국 현지 온라인 마케팅 강화

급증하는 중국인 관광객을 타겟으로 중국 현지 온라인 시장을 집중 공략, '강남구 공식 웨이보' 운영 및 실시간 관광정보를 제공하여 민선6기 1,000만 외국인 관광객 유치에 기여하고자 함.

사업개요

- 사업기간 : 2015. 3월 ~ 12월(10개월)
- 사업내용 : 중국 현지 포털사이트 및 SNS를 활용한 강남 홍보
- 추진방법 : 자체사업

달성목표

- 강남구 공식 웨이보 운영
- 중국 현지 포털사이트 활용 강남 홍보 및 검색광고 추진

세부추진계획

- 계획수립 : 1월 중
- 추진방법 : 마케팅 전문업체 용역
- 계약방법 : 제한경쟁입찰에 따른 협상에 의한 계약
- 광고게시 : 3월

소요예산

- 총 100,000천원(구비)

기대효과

- 실시간 작동하는 SNS를 통해 지속적으로 강남구 브랜드 이미지를 노출 함으로써 중국인들과 직접 소통하는 네트워크 구축
- 중국 현지에서 강남의 최신 관광정보를 빠르고 편리하게 얻을 수 있어 급증하는 중국인 관광객의 강남 유입을 극대화

중국 유일 카드사인 은련카드와 사은행사 개최, 은련카드 홍보채널을 통한 주요역점사업 홍보 등 공동마케팅을 추진하여 중국관광객 유치 증대에 기여하고자 함.

사업개요

- 사업기간 : 연중
- 사업내용 : 중국인 관광객 유치 확대를 위한 은련카드사와 공동마케팅 추진
- 추진방법 : 은련(BC)카드사와 공동추진

달성목표

- 연 매출액 3,000억원(2014년 2,026억)

세부추진계획

- 프로모션 행사 : 연 5회 이상(춘절, 노동절, 휴가철, 국경절, 연말) 공동마케팅
 - 영수증 금액에 따른 사은품 증정
 - 관내 가로기 배너를 활용한 중국관광객 환영 및 프로모션 홍보
- 홍보 마케팅 : 은련카드사의 중국 현지 홍보채널(매거진, SNS 등)을 활용하여 매월 구정소식 및 관광정보 홍보

소요예산

- 비예산

기대효과

- 중국 관광객들의 소비를 독려하여 관광수입 증대 및 지역경제 활성화에 기여

방한 해외 관광객중 가장 많은 비중을 차지하고 있는 중국 관광객 유치를 위해 현지 여행사를 대상으로 강남관광 설명회를 개최하여 중국인 관광객 유입을 증가함으로써 지역경제 활성화에 기여하고자 함.

사업개요

- 사업기간 : 연중 3회
- 사업내용 : 중국 현지 여행사 대상으로 강남관광 설명회
- 추진방법 : 자체사업(민간기업 공동추진)

달성목표

- 광저우(3월), 상해(6월), 북경(9월) 현지 설명회 개최

세부추진계획

- 사업계획수립 : 2015년 2월
- 행사홍보 : 중국 국영여행사 등을 통한 홍보
- 추진방법
 - 국내항공사(대한항공,아시아나항공) 및 국내여행사와 연계 사업추진
 - 현지 한국대사관, 한국관광공사 현지지사, 코트라 현지무역관 협조

소요예산

- 총 64,500천원(구비)

기대효과

- 현지에서 직접적인 홍보를 통한 중국 관광객 유치 증대
- 국내항공사 · 여행사 · 호텔 등과 연계한 관광상품 개발 및 홍보로 관광 활성화 기여

2015 외국인 관광객유치 700만명을 목표로 강남을 방문하는 외국인 관광객에 대한 실태조사를 실시하고 관광객 동향 등을 파악, 관광객 유치 목표 달성에 만전을 기하고자 함

사업개요

- 조사목적 : 관광객 동향 파악을 통해 관광객 유치 계획 및 목표 수립
- 조사주기 : 분기별 1회
- 장 소 : 인천국제공항 출국장
- 조사대상 : 서울방문후 출국 외국인 관광객 300여명
(영어, 중국어, 일본어)
- 조사방법 : 1:1 면접 설문조사
- 조사내용 : 강남 인지도, 방문목적, 형태, 방문장소 등 7개 설문항목

달성목표

- 외국인 관광객 실태조사 4회 실시

세부추진계획

- 외국인 관광객 실태조사(서면)
 - 조사시기 : 3월, 6월, 9월, 12월중
- 빅데이터를 활용한 외국인 관광객 통계조사
 - 조사시기 : 연4회
 - 조사방법 : SK텔레콤 외국인 로밍데이터 활용 및 분석
 - 조사업체 : 넥스엔정보기술(주)* SKT협력업체 데이터분석 컨설팅 전문기업

소요예산

- 총 31,200천원(구비 :31,200천원)

기대효과

- 관광객 동향 파악을 통해 관광객 유치 계획 및 관광객 유치 목표 수립
- 빅데이터를 활용한 통계조사 병행으로 외국인 관광객 조사 신뢰도 향상

4-08 외국인 거점지역 강남구 브랜드 광고

외국인 국내 입국의 관문인 국제공항 등의 와이드칼라 광고를 활용하여 한류스타를 모델로 강남구의 브랜드를 표출함으로써 시각적 광고효과를 극대화하고 브랜드 인지도를 향상시키고자 함

사업개요

- 사업기간 : 2015년 2월 ~ 2015년 12월
- 사업내용 : 한류스타를 활용한 강남구 브랜드 광고
- 추진방법 : 자체사업

달성목표

- 외국인 주요거점지역(3개소-인천공항, 인천항여객터미널, 도심공항터미널) 강남구 브랜드 광고 실시

세부추진계획

- 인천공항(1층 도착층 환영객 홀 브릿지)
-계약기간 : 2월~11월(10개월) 2개월(1월 및 12월) 무료계침 추진
- 인천항 여객터미널(제1국제여객터미널 1층 대합실)
-계약기간 : 4월~9월(6개월)
- 도심공항터미널(2층 매표소 상단) : 무료계침 추진

소요예산

- 총 168,100천원(구비)

기대효과

- 해외 관광객에게 광고 효과가 뛰어난 한류스타를 활용, 강남구 브랜드 인지도 제고 및 시각적 광고 효과 극대화
- 외국인의 국내 입국 관문인 국제공항 및 터미널에 강남구 브랜드 광고를 통한 해외 관광객의 강남 유치 확대 및 지역경제 활성화

국제관광전에 참여하여 관광바이어와 상담을 통해 집중 홍보함으로써 국제관광거점도시 강남의 인지도 향상 및 외국인 관광객 유치에 기여하고자 함.

사업개요

- 사업기간 : 연중 2회
- 사업내용 : 대규모 국제관광전에 참가하여 강남 관광 직접 홍보 추진
- 추진방법 : 자체사업

달성목표

- 대규모 국제관광전 2개 이상 참가

세부추진계획

- 추진방법 : 국제관광전 홍보부스 운영 및 트래블마트 참가
- 추진대상 : 한국국제관광전(5월), 부산국제관광전(9월) 등 국내 개최 관광전
- 추진내용
 - 홍보부스 운영 : 국내외 관광객을 대상으로 강남구 홍보 부스 운영
 - 트래블마트(B2B해외바이어 상담회) : 해외 여행사 바이어들과의 1대1 미팅을 통해 강남관광홍보

소요예산

- 총 20,400천원(구비)

기대효과

- 국내외 잠재관광객 유치 확대
- 국가별 여행사 실무자와의 직접상담을 통해 강남 관광상품 개발 유도 및 최신 관광동향 파악

외국인을 대상으로 강남구 명예홍보단을 모집하여 개인SNS를 활용, 자국에 직접 홍보하는 민간 네트워크 구축을 통해 강남 관광정보를 자연스럽게 노출하여 관광객 유입 확대에 기여하고자 함.

사업개요

- 사업기간 : 연중
- 사업내용 : 외국인으로 구성된 강남구 명예홍보단 운영
- 추진방법 : 자체사업

달성목표

- 신규홍보단 모집
- 팸투어 연 2회 실시 및 홍보단원 개인 SNS에 여행후기 포스팅

세부추진계획

- 운영방법
 - 분기별 1회 'HPAG DAY' 운영
 - 연 2회 강남 관광명소 팸투어 실시(5월, 10월)
- 신규홍보단 모집
 - 모집기간 : 2015년 8월 중
 - 모집대상 : 외국인 30명

소요예산

- 총 7,600천원(구비)

기대효과

- 민간네트워크 구축을 통해 외국인의 시각에서 바라본 실제 여행경험담을 에세이 형식으로 자연스럽게 노출

강남관광 홍보 및 마케팅

다양하게 추진 중인 관광사업의 홍보를 강화하기 위해 시스템을 체계화하여 관광객 유치 및 편의를 도모하고, '관광도시 강남'의 브랜드를 공고히 하고자 함.

사업개요

- 사업기간 : 2015년 1월 ~ 12월
- 사업내용 : 연중 진행되는 각 관광사업 홍보 체계를 시스템화, 온·오프라인 채널을 다양하게 활용하여 효율적으로 홍보
- 추진방법 : 자체사업

세부추진계획

- 상시 홍보와 더불어 분기별 집중 홍보 사업 선정하여 공격적인 마케팅 추진

구 분		내 용
온라인	관공서	▶ 강남구 : 홈페이지, 트위터, 페이스북, 블로그 * 강남도시관리공단, 강남문화재단, 강남관광정보센터, 강남페스티벌, 강남메다컬투어센터홈페이지 포함 ▶ 서울시 홈페이지(문화·관광·체육·디자인 → 관광 → '관광소식'란) ▶ 한국관광공사 홈페이지('대한민국 구석구석' 모바일 포함) * 한국어 외 해당 페이지의 외국어영·중·일어 등 번역판에도 동일한 홍보 진행
	유기 관광	▶ 여행사, 연예기획사, 카드사, 후원업체 등의 홍보채널 활용 - 여행사 : 홈페이지, 블로그, 해외 영업소 홍보채널 등 - 연예기획사 : 홈페이지, 페이스북, 트위터, 팬카페 등 - 은련카드사 : 웨이보, 재한중국인 사이트(핀도우코리아), 중국인대상 한국여행 전문사이트(한유망) 등
오프라인		▶ 홍보물 : 홍보동영상, 거리 가로배너기, 리플릿, 보도자료 등 - 배부처 : 옥외전광판, 아파트 엘리베이터 모니터, 미디어폴, 청사내 PDP·엘리베이터, 키오스크, 압구정로·삼성로·학동로 등 주요 노선, 전 언론매체(외국 매체 포함) 등 ▶ 이벤트 : 연예기획사 스타행사, 전시컨벤션 행사장 관광부스 운영, 강남 팸투어 등

소요예산

- 총 176,800천원 (구비)

기대효과

- '관광도시 강남' 브랜드 이미지 제고와 관광객 유치 활성화

4-12 전통예술 ‘춘향 어허둥둥 내사랑’ 공연

전통극 춘향전을 현대적 발레로 해석한 공연을 상설 운영하여, 현대와 전통이 공존하는 첨단도시 강남을 알리고자 함.

사업개요

- 사업기간 : 2015. 2월 ~ 12월(11개월 44회)
- 공연일시 : 매주 금요일 19:30 ~ 20:30(60분)
- 공연장소 : 성암아트센터 3층(선릉로111길 6)
- 추진방법 : 자체사업

달성목표

- 44회 공연, 관객 4,500명 유치

세부추진계획

- 자유여행객 대상 공연상품 판매 : 하나투어 (2014.12. 3 협약 체결)
- 법인, 학교 단체 관람, 인바운드, 자유여행 사이트
- 단체여행객 대상 공연상품 판매 : 인바운드 여행사 연계 마케팅 추진
- 홍보 동영상 제작 및 SNS 홍보 : 페이스북, 유튜브, 홈페이지 등
- 연예기획사 및 메가박스, CJ CGV 등 영화상영관 연계 홍보

소요예산

- 비예산 : 관내기업 후원 유치

기대효과

- 문화예술 상설공연을 통한 관광상품 개발 및 700만 관광객 유치에 기여
- 동·서양이 공감할 수 있는 우리 전통공연을 통한 강남스타일 이미지 제고

코엑스 연계사업

5-01 DIGITAL MEDIA DISTRICT - '빛의 도시' 구현

사업내용

▶ 어둠속에서 빛나는 21세기 건축의 새로운 트렌드, 미디어파사드

- 트레이드 타워 외벽에 대형 미디어 파사드를 설치하여 첨단 IT산업중심지 강남의 국제업무 및 국제문화를 선도하는 관광특구 이미지 확립 및 빛나는 야경의 도시로 재탄생하고자 함.
- 사업시기 : 4월 c-페스티벌 기간
- 소요예산 : 15억원(민간기업 협찬)



(트레이드타워 외벽에 러브이벤트 콘텐츠를 활용)

기대효과

- 디지털과 아트가 만나 시각적 아름다움을 제공하여 특구일대를 화려한 '빛의 도시'로 구현함으로써 글로벌 랜드마크 조성에 기여

코엑스 연계사업

5-02 시즌별(4계절) 페스티벌 개최

▶ 봄축제(C-페스티벌)

문화와 관련된 기술이 선보이는 MICE비즈니스 한마당(캠핑시네마)

▶ 여름축제

젊음의 열정과 라이브한 문화가 함께하는 축제 (Beer Festival)



▶ 가을축제

국화 향기가 함께 만드는 문화 향유의 장 (국화조경전, 문화이벤트)

▶ 겨울축제

한겨울 아트와 함께하는 따뜻한 추억(루미나레)



사업개요

- 행사명 : C-Festival 2015
- 위치 : 무역센터 전역 및 영동대로 일원
- 추진기간 : 4.30~5.4(5일간)
- 행사내용 : 아시아 각국의 문화 융합 전시, ART 디자인전시
한류콘서트 및 한류교류의 장, 야외극장, 미디어파사드 등
- 주최 : 무역센터 MICE 클러스터 위원회, 강남구 등

세부내용

Core Program

- 한·중·일·러 문화교류 (전시·홍보 등)
- K-pop콘서트, K-Fashion Show



Center Yard Program

- 미디어파사드 아트쇼
- 페스티벌 개·폐막식



Convention

- AFECA 총회 및 아시아 전시포럼
- 관상동맥중재시술학회 및 국제학술대회



Cluster Joint Program

- 세븐리지노 '작팍이벤트', 캠핑시네마
- Special Music Day(SM), C-Festival 메가세일



기대효과

- 문화예술기술이 융합된 화려한 볼거리를 제공, 국내외 관광객 유치확대 기여

▶ 셀러브리티를 만나는 가장 새롭고 가장 놀라운 체험!

SM엔터테인먼트의 K-STAR 콘텐츠 체험공간으로 카페, MD상품판매, 홀로그램 공연장, 스튜디오 등으로 구성



▲ SM TOWN 전경

▲ SM 소속 아티스트



기대효과

○ 한류문화를 직접 느낄 수 있는 있는 공간을 마련함으로써 외국인관광객 유치에 기여

연번	분 야	세부 사업명	추진일정	비 고
1-1	관광 인프라 조성	▶ 강남관광정보센터 운영	연중	
1-2		▶ 관광숙박시설 확충	연중	
1-3		▶ 강남시티투어버스 운영	연중(1일9회)	
2-1	한류관광	▶ 한류스타거리 조성사업(2,3차)	연중	
2-2		▶ 스토리매장 발굴 확대 운영	연중	
2-3		▶ 한류스타활용 마케팅	연중	
3-1	관광특구 활성화	▶ 강남구 관광진흥조례 개정	2월 ~ 4월	
3-2		▶ 컨테이너활용복합문화공간 조성	3월 ~ 12월	
3-3		▶ 매직 카펫 라이드 운영	4월 ~ 12월	
3-4		▶ K-POP콘서트 개최	10.4	
3-5		▶ 새해맞이 카운트다운 행사	12.27~12.31	
3-6		▶ 강남패션페스티벌	10.1~10.4	
4-1	관 광 마케팅	▶ 하나투어 연계 관광상품 개발	2월 ~ 12월	
4-2		▶ 크루즈관광객·공항 환승객 유치	2월 ~ 12월	
4-3		▶ 중국 현지 방속국 초청 웹투어	5월중	
4-4		▶ 중국 현지 온라인 마케팅 강화	3월 ~ 12월	
4-5		▶ 은련카드 공동마케팅 강화	연중	
4-6		▶ 중국 관광객 유치 현지 설명회	4월, 5월, 9월	
4-7		▶ 외국인 관광객 통계조사	3월,6월,9월12월	
4-8		▶ 외국인 거점지역 브랜드 광고	3월 ~ 12월	
4-9		▶ 전국순회 홍보단 운영	연중	
4-10		▶ 외국인 명예홍보단 운영	연중	
4-11		▶ 강남관광 홍보마케팅	연중	
4-12		▶ 춘향 어허등등 내사랑 공연	2월~12월(주1회)	
5-1	코엑스 연계사업	▶ 빛의 도시 구현	4월~12월	
5-2		▶ 시즌별(4계절) 페스티벌 개최	연중	
5-3		▶ C-페스티벌 개최	4월 ~ 5월	
5-4		▶ SM-TOWN 연계 마케팅	2월~12월	

▶ 사업별 세부추진계획 **별도 수립** 시행