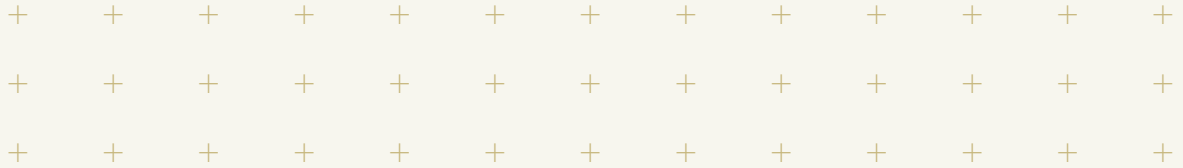


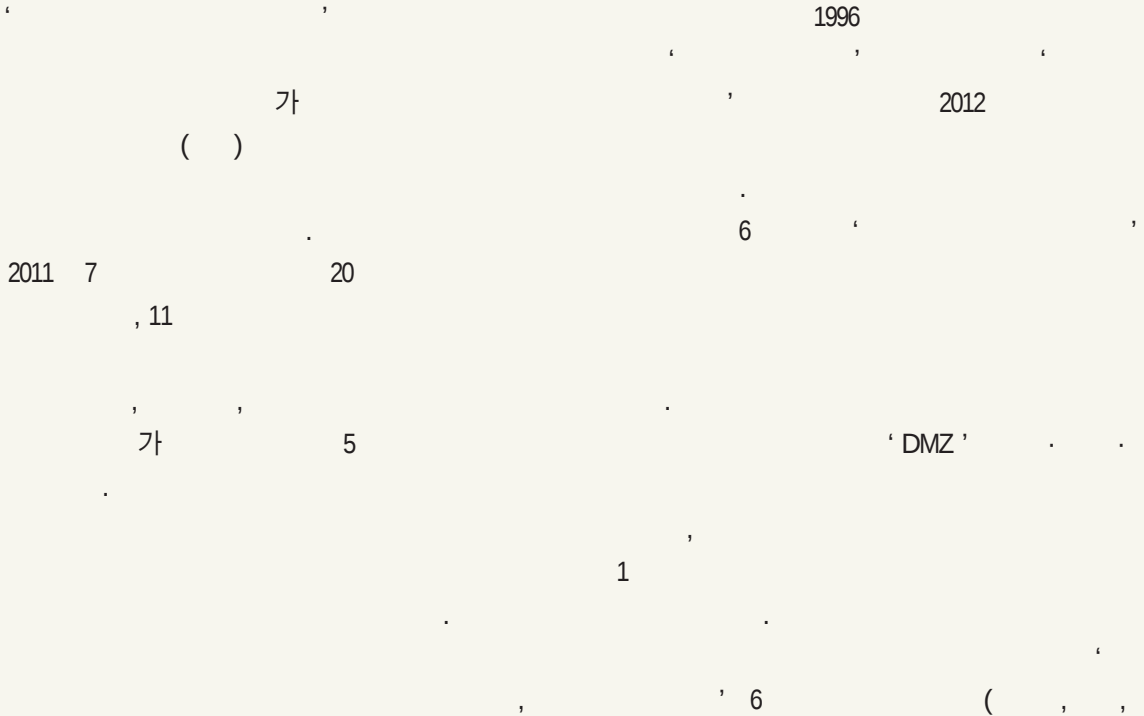
지방브랜드 강화 및 세계화 정책 지방자치단체의 경쟁력 높인다

+	+	+	지방브랜드 강화 및 세계화 정책의 개요
+	+	+	(CBI) Simon Anholt ()
+	+	+	가 , , ()
+	+	+	‘ ()
+	+	+	·
+	+	+	, , · · () ,
+	+	+	2011
+	+	+	‘ ,
+	+	+	1
+	+	+	· 2012
+	+	+	()
+	+	+	·
+	+	+	‘ ‘ ()’
+	+	+	·
+	+	+	
+	+	+	



〈그림 1〉 지방브랜드 계층

지방브랜드 세계화 시범사업 추진현황



2013

가

〈표 1〉 지방브랜드 세계화 시범지자체 주요사업

지방 브랜드	대표 브랜드 (사업 전략)	주요사업	비 고
부산시	부산국제영화제 (로맨틱 시네마 시티)	영화도시 상징 명소화 사업 (영화촬영지, 영화의 전당 등)	문화산업
대구시	대구국제뮤지컬페스티벌 (세계적인 뮤지컬 도시)	뮤지컬 도시브랜드 파워 강화 및 도시기반 구축(뮤지컬 광장 조성 등)	문화산업
경기도	DMZ (안보·생태·평화의 DMZ)	DMZ 이미지 개선 사업 (임진각내 DMZ 종합홍보관 설치) 등	생태자원 (자연·역사)
전주시 (전라북도)	전주한옥마을 (한국 전통문화의 수도)	한스타일 통합정보시스템 구축 및 골목길 브랜드 사업(디자인 정비 등)	전통문화 (랜드마크)
순천시 (전라남도)	순천생태습지 (생태관광 중심도시)	순천만 생태문화 스토리텔링화 및 수도권 홍보거점 구축 등	생태자원 (자연)

가
가
가
가
가
가

가

가 , 가

