

# (재)고양국제꽃박람회



# 일 반 현 황

## ■ 조 직 : 1처 1운영본부 2팀



## ■ 인 원 : 현원 18명(정원 22명)

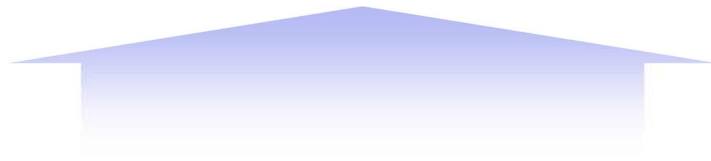
구분	계	3급	4급	5급	6급	7급	8급	9급	비고
현원	18	1	1	2	3	5	4	2	
정원	22	1	1	3	2	6	4	5	

## ■ 꽃박람회 준비조직 및 인원

- 조 직 : 1처 1운영본부 2팀
- 인 원 : 총 25명(사무처 직원 18명, 계약직원 7명)
  - 계약직 채용 현황(7명) : 기획 1명, 홍보 1명, 운영 1명, 수익사업 1명, 전시 1명, 국제 1명, 시설 1명

## 2014년 (재)고양국제꽃박람회 비전과 전략

고양국제꽃박람회 성공 개최 및 신한류 고양시 위상 강화



- 세계 Top Class 글로벌 꽃 축제로서 위상 제고
- 꽃과 신한류 문화의 향연이 조화되는 창의적 전시 연출
- 국제 관광 도시로서의 지위 향상
- 국내·외 관심을 집중 시킬 수 있는 행사 구성
- 관람객에게 무한 감동을 전하는 서비스 확대
- 지역경제 활성화와 일자리 창출 연계 확대
- 사계절 꽃 축제로 호수공원 명소화와 국제 관광 클러스터 구축
- 성공을 기약하는 외형 성과 달성

# [재]고양국제꽃박람회

- 2014 고양국제꽃박람회
- 2014 호수 장미 페스티벌
- 2014 고양 가을 꽃 축제
- 사계절 꽃 조경 유지 및 꽃 소비문화 확산
- 시 위탁 조경 연출
- 선인장전시관 관리 운영

# 2014 고양국제꽃박람회

(International Horticulture Goyang Korea 2014)

## ◆ 행사개요

- 기 간 : 2014. 4. 25.(금) ~ 5. 11.(일), 17일간  
(토·휴일 9일, 평일 8일)
- 장 소 : 호수공원 호수교 ↔ 장미원 입구(유·무료구역 구분)
- 참가규모 : 국가관 25개국, 해외 35개국 120개 업체, 국내 200개 업체
- 예 산 : 4,000,000천원  
(도비 1,000,000천원, 시비 1,400,000천원 꽃박람회 1,600,000천원)
- 주 최 : 고양시·(재)고양국제꽃박람회
- 주 제 : 1억 송이 꽃으로 피어나는 고양 신한류

## ◆ 세계 TOP Class 글로벌 꽃 축제로서 위상 제고

- 국가관 유치 : 해외 25개국 이상
  - 해외 정부, 화훼협회, 화훼 수출공사, 관광청 등을 유치하여 화훼무역 확대와 MOU 체결 등 네트워크 확장
- 해외업체 유치 : 해외 35개국 120개 업체 이상
  - 네덜란드, 미국, 독일 등 화훼 선진국의 신제품 및 핵심 수출 품종 전시
  - 무역 상담실 운영과 학술 교류 확대
- 국제적 축제로서의 품격 향상
  - 마우이카운티의 날, 대만 오키드데이 등 운영
  - 해외 화훼 및 문화 예술계 유명인사 초청 확대
- 국내 화훼 기관·단체·업체 유치 : 200개 이상
  - 화훼 신제품, 신상품 등 수출 경쟁력을 갖춘 품목 전시 확대
  - 화훼 기관, 단체, 협회 등의 아이디어 상품 및 가공 상품 전시 확대
  - 원예 기자재, 친환경 액비, 도시농업 가든 등의 신 개발품 전시 확대
- 화훼 비즈니스 강화
  - 비즈니스 멤버 1만명을 초청하여 비즈니스 스페셜데이 운영
  - 전시 참가업체의 품평회, 상담회, 학술세미나, 화합의 장 등 개최 지원
  - 해외 신규 바이어 초청 확대와 화훼단지 투어로 수출 판로 확대 다변화

- 국내·외 네트워크 구축 및 MOU 체결
  - 외국 화훼 전문박람회, 국제기구, 해외정부, 화훼협회 등과 협력 및 교류 MOU 체결
- 해외 희귀 킬러 콘텐츠 수급 전시
  - 푸야 라이몬디(Puya Raimond) : 안데스의 여왕이라 불리며 100년에 한번 개화하고 꽃이 3천개나 됨.
  - 야레타(Yareta) : 세계 최장수 식물로 3천년 생육
  - 라플레시아(Rafflesia arnoldii) : 세계에서 화경이 가장 큰 꽃
- 꽃과 문화예술, 관광 등 참가의 다양성 확대
  - 주한 해외 관광청과 연계하여 전시, 관광, 민속공연 등 교류 확대
  - 국가 정원 및 유네스코 세계문화 유산 등 전시 다변화 추진

### 꽃과 신한류 문화의 향연이 조화되는 창의적 전시

- 월드플라워 1, 2관(6,000m<sup>2</sup>) : 국가관 및 국내·외 업체 참가
  - 화훼 신상품, 신상품 위주로 전시하여 비즈니스 전문 전시관으로 운영
- 코리아 플라워 전시관(600m<sup>2</sup>) : 국내 화훼기관, 단체, 협회 참가
  - 화훼 아이디어 상품 및 가공 상품 중점 전시
- 고양 화훼 전시관(600m<sup>2</sup>) : 관내 6개 화훼 단체가 참가
  - 분재, 자생화, 선인장, 난, 관엽, 절화 등의 다양한 품종으로 화려한 작품 전시
- 고양 신한류 정원(1,800m<sup>2</sup>) : 신한류 문화를 꽃으로 표현하는 정원 연출
  - K-POP, MICE 관광, 문화예술, 드라마 로케이션, 자연경관, 쇼핑 등 대한민국 신한류 문화의 1번지 고양을 예술적인 조경 작품으로 구성
- 꽃을 든 고양(1,400m<sup>2</sup>) : 고양 시민들의 행복한 삶의 모습을 정원으로 표현
  - 시민 중심과 복지, 문화예술, 평화, 자족 등의 의미를 담은 행복정원으로 구성
- LOHAS 플라워 터널(260m) : 겨울철 가온재배 관리를 통한 이색터널 조성
  - 5개 터널(서양란 꽃 터널, 박과식물 터널, 과채류 터널, 나비·곤충 등 생태 터널, 모빌 플라워 터널)로 나눈 독창적이고 환희의 이색 터널 조성
- 에코 힐링 가든(800m<sup>2</sup>) : 수변로에 호수와 조화되는 가든 조성
  - 꽃 계단, 캐릭터 및 수변정원 등 전시
- 플라워 스튜디오(250m<sup>2</sup>) : 방송 스튜디오 정원 조성
  - 다양한 공중과 현장 생방송, 포토존 등으로 활용
- 아쿠아 플라워 가든(2,000m<sup>2</sup>) : 수상 꽃배를 타고 관람하는 정원 연출
  - 꽃 섬, 꽃 분수, 토피어리, 꽃 조형물 등 다양한 수중 포토존 조성

- 꽃보다 영상관
  - 영상장치, LED, 음향센서 및 조도장치 등을 활용한 다큐 꽃 영상 상영
- 모자이크 컬처 정원 : 동적인 기능을 부가한 꽃 예술 공간으로 구성
  - 기업 프로모션 작품에 IT의 기술을 융합한 작품 전시
- 생활 조경 전시
  - 조경 전문가들의 로비, 옥상, 베란다, 발코니 등 다양한 생활 조경 전시
- 기타 정원
  - 화려한 튜립 등으로 꾸민 이슬 고요 정원, 고양이 꽃 누리 게이트, 도시 농업 가든, 신상품 정원 등 조성

## 국제 관광 도시로서의 지위 향상

- 고양 신한류 문화 홍보 확대
  - 드림하이, 장옥정 등 고양 로케이션 정원 연출
  - 호수면 위 정원 연출 및 호수면 위에서의 문화 공연 시행
  - 꽃박람회 기간 중 종합운동장, 체육관에 신한류 공연 유치
  - SM, 원마운트와 협의하여 신한류 공연 확대
- 고양시 City-Marketing 확대
  - 일산문화공원, 화정문화광장, 라페스타, 웨스턴돔, 원마운트 등 고양시 전역에서 문화 공연 실시
  - 일산문화공원 ↔ 웨스턴돔 ↔ 원마운트를 연결하는 꽃길 조성
- 관람객 유치 확대 전략 및 목표
  - 유료 관람객 60만명 및 고양시 관광객 100만명 이상 유치
  - 방송 및 SNS 등 온라인 홍보 강화
  - 국내·외 단체 관광객 유치 확대
  - '꽃박람회'의 창조적 변화로 고양을 신한류 관광도시의 메카로 도약
  - 지역 상권에 활기를 불어넣고 고용증대에 기여
- 언론 홍보
  - 킬러 콘텐츠 발굴 및 집중 홍보 : 공중파 TV, SNS, 중앙 일간지 보도
  - 생방송 프로그램 유치
    - 현장 진행 프로그램 유치 : SBS 모닝와이드, KBS 굿모닝 대한민국, MBC 오늘아침 등
    - 날씨 생방송 유치 : KBS, MBC, SBS, YTN, 연합뉴스TV, TV조선, 채널A, JTBC, MBN 등 전 채널 일기예보 방송

- 교양 프로그램, 다큐멘터리 등 다양한 프로그램 유치
- TV, 라디오 광고 : 공중파TV 자막광고, 케이블TV 광고(수도권), 교통방송
- 신문광고(5단/9단) : 중앙지(13개지), 지방지(30개지), 지역지(5개지)
- 보도자료 : 국민들의 관심을 유발하는 내용 수시 제공
- 온라인 홍보
  - SNS 운영 : 페이스북, 트위터, 블로그 등을 활용한 바이럴 마케팅 활성화
    - ※ “All about Flower” : 꽃과 관련된 유용하고 재밌는 정보를 제공하고 꽃박람회의 정체성 확립
  - 기업, 정부기관, 공공기관 페이스북, 트위터, 블로그와 상호 연계 홍보
  - 관광, 축제 관련 사이트, 포털사이트 카페 연계 홍보
  - 블로그 기자단 선발 및 운영 강화
- 오프라인 홍보
  - 인쇄 홍보
    - ‘고양국제꽃박람회’ Identity 확립으로 고유 브랜드 이미지 구축
    - 브로슈어(5만부), 포스터(1만부), 가이드북(25만부) 제작 배부
  - 옥외광고 홍보
    - 현수막, 육교현판, 가로등배너, LED전광판, 시내·마을버스 전광판, BIS 전광판 등
    - 유동인구 많은 장소 선점, 고양시 대형 행사 개최 시 집중 홍보
- 국외 홍보
  - 해외 후원단체, 기관 유치 : 네덜란드 왕립구근협회, 케냐, 콜롬비아 화훼협회 등
  - 해외 화훼 전문 잡지 홍보 : Flora Culture(네덜란드), Infotrade(대만)
  - 해외 화훼 박람회 참가 홍보 : 러시아 IPM(8월), 일본 IFEX(10월)
  - 재외 한국관광청 및 해외여행 웹사이트 홍보(트립어드바이저, CTRIP 등)
- 국내·외 관광객 유치
  - 전국 여행사에 단체 관광객 유치 인센티브 제공 및 홍보와 협력 강화
  - 전국 16개 전세버스 조합과 협력하여 홍보 요청
  - 학교, 유치원, 어린이집 단체 유치 확대
  - 킨텍스, 원마운트 등과 다수 관람객 유치 공동프로모션 추진
  - 중국, 일본, 동남아 단체 관광 유치 우수 인바운드 여행사 1:1 집중 협의
  - 한국관광공사, 경기관광공사, 한국여행업협회, 한국관광협회중앙회 등 관광 관련 유관기관 공조 체계 확립
  - 환승 관광 외국인 유치 : 단체 환승 여행사를 통한 상품 개발 협의, 고양시 환승상품 연계



- MICE 산업 활성화
  - 꽃박람회, 고양시 숙박, 관광 시설과의 협력 체계 구축을 통한 경쟁력 제고
  - 기업 인센티브 관광객 유치를 위한 관광 상품 패키지 개발
- 공동 프로모션 확대
  - 후원 및 협찬사의 온·오프라인 홍보 매체를 활용한 공동 홍보 추진
  - 철도3사, 한국공항공사, 인천공항공사 등 교통관련 기업과 공조 체제 강화
  - 유동인구가 많은 대형쇼핑몰, 다중이용시설 등과 연계한 홍보 진행
- 온·오프라인 이벤트
  - "꽃 나눠주기"와 연계한 전국 홍보 Tour 이벤트 개최
  - 뉴스레터, SNS를 활용한 온라인 이벤트
  - 인터넷 카페, 라디오, 잡지 등 티켓 프로모션 추진

## **국내·외 관심을 집중 시킬 수 있는 행사 구성**

- 공식 행사
  - 개 막 식
    - 일 시 : 2014. 4. 24.(목) 18:00, 특설무대
    - 참 석 : 3,000명
    - 내 용 : 공식행사, 축하공연, 개막 불꽃놀이, 행사장 관람
  - 폐 막 식
    - 일 시 : 2014. 5. 11.(일) 18:00, 특설무대
    - 참 석 : 3,000명
    - 내 용 : 성과보고, 폐회사, 축하공연, 불꽃놀이
  - 프레스데이
    - 일 시 : 2014. 4. 24.(목) 15:00, 플라워컨퍼런스룸
    - 참 석 : 방송 및 언론사 기자 100명
    - 내 용 : 주요 전시 브리핑, 질의응답, 현장투어
  - 비즈니스데이
    - 기 간 : 2014. 4. 25.(금) ~ 5. 11.(일), 17일간
    - ※ 스페셜기간 : 2014. 4. 25.(금) ~ 4. 28.(월), 4일간
    - 참 석 : 화훼 저명인사, 바이어, 농가대표, 관계자 등 1만명
    - 내 용 : 화훼 관련 비즈니스 상담, 계약, 프로모션 등 추진
  - 꽃 문화행사 : 꽃과 신한류를 주제로 하는 다양한 꽃 문화행사 개최
    - 조정, 부스연출, 모자이크컬처, 신품중, 우수화훼 콘테스트 개최

- IHK컵 플라워디자인기능경기대회, 한국전통꽃꽂이대상전, 프리저브드플라워컵 경진대회 개최
- 바디플라워쇼, 화훼디자인 데몬스트레이션, 꽃그림 공모전 등
- 신한류 문화 예술 공연
  - 무대 및 프린지 공연, 스트리트 공연
    - 300여개 지역 공연단체 모집으로 1,000회 이상 공연 추진
    - 고양 신한류 예술단의 호수공원과 원마운트를 연결하는 공연 확대
    - 행사장과 원마운트를 잇는 플라워 퍼레이드 개최
    - 순수 아마추어 지역 공연단의 자발적인 프린지 공연 확대
- 고양시 전역 축제 공연
  - 문화재단이 주관하는 문화광장, 화정역 광장, 지하철역, 공원 등 고양시 전역의 축제 공연 확대
  - 언론 관심유발 이색 공연을 방송사, 기업과 연계 추진

## **관람객에게 무한 감동을 전하는 서비스 확대**

- 행사장 관리 운영
  - 운영시간 : 평일 09:00 ~ 19:00, 주말·휴일 08:30 ~ 20:00
  - 운영인력 : 1일 220명의 미소 천사 투입
  - 인력선발 : 고양시민을 선발 투입하고 일부 고양시 전문 업체 인력 운영
  - 분야별 투입 인력
    - 자원봉사자 90명, 보안(주·야) 32명, 환경관리 30명, 도우미 22명, 운영요원 5명, 전화상담원 3명, 행사장 관광해설사 10명, 부스안내 및 관리 30명
- 주차 교통 대책
  - 임시 주차장 확보 운영 : 12,000면
    - 차이나타운, 업무 시설 부지 5,000면
    - 킨텍스 숙박, 업무 시설 2,300면
    - 한류월드 문화시설 1,200면, 숙박시설 3,500면
  - 셔틀버스 운행 및 전용차선 확보 : 연 235대
    - 평일 8대, 근로자의날 30대, 토요일 22대, 일요일·어린이날·석가탄신일 25대
  - 주차 교통 운영 인력 투입 : 1일 100명
    - TBC 실시간 교통방송 센터 운영
    - 경찰 및 교통봉사대 60명 투입 운영
    - 임시주차장 운영 인력 및 자원봉사자 40명 투입

- 행사장 접근 유도 안내사인플 300조 및 화장실, 매표소 등 편의시설 설치
- 대중교통 이용 홍보
  - 대중교통 이용자 입장료 10% 할인 홍보
  - 철도 3사와 공동 홍보 프로모션 추진
  - 광역버스업체, 택시조합 등에 스티커 홍보 및 대중교통 이용 홍보 추진
- 서비스 시설 설치
  - 공식공급권 기업 입점
    - 패스트푸드, 카페, 편의점, 패밀리레스토랑, 음료, 아이스크림 등 행사장 유·무료 구역에 약 10개소 설치 운영
    - ※ 기업의 마케팅 지원, 후원·협찬 등을 고려한 공식공급권 기업 선정
  - 안내 서비스 업체 입점
    - 전통주, 꽃 차·꽃 음식, 김밥, 떡·꽃 빵, 전통음식 등 15개소 입점 운영
  - MICE 산업 클러스터 기업 부스
    - MICE 산업 클러스터 구축으로 관련 기업들의 관람객 서비스 공간 마련 (포토존, 이벤트존 등 설치)
- 노약자·장애인 편의시설 및 장비 확보
  - 휠체어 150대, 유모차 300대 무료 대여
  - 모유 수유실 3개소 설치 및 물수건 등 소모품 무상 제공
  - 행사장 동선 내 슬로프 및 손잡이 설치
  - 장애인 전용 주차장 및 입·출구 설치
  - 노약자·장애인 편의 제공 전담인력 배치
- 교육 및 리허설
  - 전문가의 오리엔테이션 2회 개최(근무 배치, 예절 교육 등)
  - 현장 리허설 2회 실시
  - 관람객 불편 사항 점검 및 시정 교육 매일 실시

## 지역경제 활성화와 일자리 창출 연계 확대

- 지역경제 활성화
  - 맛집, 놀이·유흥시설, 숙박 등 안내 확대
    - 회의, 미팅, 전시, 컨벤션, 관광 등 MICE 산업과 연계한 가이드북과 MICE 산업 참가안내서 적극 활용 및 모든 운영인력의 안내 요원화
  - 입장권에 상품구매 쿠폰 부착 제작
    - 꽃박람회장 입장, 지역상품 구매 쿠폰의 복합 기능을 갖춘 입장권 제작

○ 일자리 창출 확대

- 행사 인력, 전시 조경, MICE 산업 등에 고양시민 채용
  - 자원봉사자, 도우미, 청소, 경비 등 행사인력과 전시조경, MICE 산업에 고양시민 일자리 제공
- 화훼 체험·판매장 운영 : 60개소 중 관내 45개소 배정
- 김밥, 꽃 떡 등 지역 서비스 업체 15개소 입점 운영
- 지역 문화예술 공연단체 참가 확대(약 100여개 단체)
- 문화 콘텐츠 사업 및 고양시 브랜드상품 판매장 운영
  - 꽃과 연계된 애니메이션, 게임, 모바일 등 개발과 시 관광 브랜드상품 및 기프트샵 운영

 **성공을 기약하는 외형 성과 달성**

○ 화훼 수출 계약 : 3천 2백만불

- 러시아, 네덜란드, 미국, 일본 등 화훼 주 수입국가와의 수출 계약 확대 발굴

○ 화훼 수입 계약 : 2천만불

- 경쟁력이 낮은 국가로부터 고품질, 저비용 화훼 종묘 수입으로 재배 농가 고부가가치 창출

○ 관람객 유치

- 유치 목표 : 행사장 유료 관람객 60만명, 고양시 전역 100만명
  - ※ 외국인 : 6만명 이상 유치

○ 수익 사업

- 후자 행사로 개최 : 투자액 대비 2억원 후자 목표 추진
  - 수입목표액 : 42억원(입장료 34억, 후원·협찬 5억, 참가비 3억)
- 후자 행사 개최를 위한 중점 추진 사항
  - 유료 입장객 목표치 달성과 협찬사업 확대 추진
  - 대기업 공동프로모션 및 MICE 산업 확대로 홍보, 전시, 관람객 유치 확대
- 입장권 판매 및 수입증대
  - 예매권 인터넷 판매 활성화 및 관내 문화광장, 대형매장 등 판매처 확대
  - 고양시민 관람 확대 및 광고 협찬 유치 확대
  - 동영상 제작 및 영상 홍보 확대

○ 지역경제 유발 효과

- 경제적 효과 2천억 이상, 일자리 창출 3천명 이상
- 박람회장 내 화훼류, 식·음료 등 매출 50억 이상

# 2014 호수 장미 페스티벌

호수공원을 계절별 화훼 테마 생태공원으로 관광 명소화하여  
꽃 문화 창출 및 농가 소득 증대 도모와 지역경제 활성화

## ◆ 행사개요

- 기 간 : 2014. 5. 30. ~ 6. 8.(10일간), 토·휴일 5일
- 장 소 : 호수공원 장미원 일원
- 규 모 : 13,000㎡(장미원 9,550㎡, 주변 녹지 3,450㎡)
- 예 산 : 200,000천원
- 주 최 : 고양시·(재)고양국제꽃박람회
- 후 원 : 한국화훼농업협동조합, 고양시 장미 연합회

## ◆ 추진방침

- 고양 시화인 장미 소비 촉진 및 관내 장미 농가 소득 증대 도모 추진
- 장미 조형 작품(토피어리, 꽃 탑, 대형화분, 웨딩 아치 등) 설치
- 방문객과 함께 할 수 있는 문화예술 공연 및 특별 이벤트 개최
- 장미 관련 3차 상품 전시, 체험, 판매장 운영 등

## ◆ 세부내용

- 장미원 현황 : 식재면적 3,450㎡
  - 97개 품종, 20,872주 사계 및 넝쿨장미 식재 조성
- 다양한 품종의 장미를 만개시켜 꽃의 아름다움 만끽
  - HT계(대륜), FL계(중륜), LA계(덤블형), CL계(넝쿨)의 계통 장미
  - 행사기간 중 최상의 개화 추진
- 장미 조형 작품 설치
  - 꽃 탑, 장미 트렐리스 등 장미 조형물 설치 및 사랑의 포토존 구성 운영
  - 고양시 장미 홍보관 설치 운영

- 고양 신한류 공연 및 이벤트 개최
  - 무대 운영 및 관내 문화예술 공연단체 모집으로 100여회 공연 실시
  - 장미와 함께하는 사랑의 프로포즈 이벤트 개최
  - 로즈(Rose)플라워 포토걸 퍼포먼스 운영
  - 장미 사진 촬영 콘테스트 개최 및 사진 전시
  - 장미 3차 가공 상품 전시
- 화훼 체험 및 판매장 설치 운영
  - 염색, 각테일, 향수, 압화 등 다양한 체험장 운영
  - 장미 웰빙 제품, 소품, 주얼리, 공예 등 전시·판매장 운영
  - 절화 및 분화, 사계장미 등 농가 화훼판매장 운영
- 관람객 유치 홍보
  - TV 방송 유치, 온라인 홍보, SNS, 홍보 프로모션 등
  - 인쇄물 홍보(포스터, 가이드북, 팜플렛, 신문, 기록 화보집 등)

## 기대효과

- 호수공원 사계절 꽃 생태 공원 조성으로 관광 명소화 추진
- 시민들의 수준 높은 문화 욕구 충족 및 관광 도시 인프라 구축 확대
- 화훼 농가의 소득 창출 및 꽃 소비문화 창출
- 관내 일자리 창출 등 지역경제 활성화 기여

# 2014 고양 가을 꽃 축제

화훼소비 문화 창출로 화훼산업 발전 및 관내 농가 소득증대에 기여하고 10월 글로벌 문화 대축제와 연계 개최하여 지역경제 부흥 및 국제 관광 도시 고양의 브랜딩 강화 추진

## ◆ 행사개요

- 기 간 : 2014. 9. 27. ~ 10. 12.(16일간)
- 장 소 : 고양꽃전시관 광장 및 호수공원 주제광장 일원
- 규 모 : 20,000m<sup>2</sup>(전시면적 10,000m<sup>2</sup>)
- 예 산 : 280,000천원
- 주 최 : 고양시 · (재)고양국제꽃박람회
- 내 용 : 가을꽃 정원 조성 및 국화 작품 전시

## ◆ 추진방침

- 국화 다룬대작, 특수작, 모형작과 다양한 가을꽃으로 신한류 고양 정원을 연출하여 국내 대표 국화 축제로 개최
- 화훼 체험 · 판매장과 꽃 3차 기획 상품 전시로 화훼농가 소득증대 추진
- 방문객과 함께 즐기는 문화예술 공연 및 특별 이벤트 개최
- 행사기간 중 꽃전시관에서 각종 산업전시회 성공 개최 지원
- 관광객 유치 확대로 지역경제 부흥 도모

## ◆ 세부내용

- 고양 가을꽃 정원 및 국화정원 조성
  - 장 소 : 꽃전시관 광장 및 호수공원 주제광장
  - 면 적 : 10,000m<sup>2</sup>
  - 정원 연출
    - 꽃 조형물, 꽃 탑, 모자이크컬처 작품 등을 국화, 해바라기, 맨드라미, 사루비아, 갈대, 지피식물 등을 활용해 정원 연출
  - 국화 작품 전시 : 입국, 현애, 다룬, 3간작, 분재, 분경, 특수작 등

- 고양 신한류 문화예술 공연 이벤트 확대 개최
  - 관내 문화 예술 공연 단체 초청 100여회 공연 추진
  - 플라워 포토걸 등 거리 퍼포먼스 추진
- 화훼 문화 및 소비 활성화
  - 신품종 국화 품평회 및 강좌 개최
  - 관내 화훼 작목회, 농가 화훼 체험·판매장 운영
  - 국화 요리, 생활 원예, 3차 기획 상품 전시
- 관람객 유치 홍보
  - TV 방송 유치, 온라인 홍보, SNS, 홍보 프로모션 등
  - 인쇄물 홍보(포스터, 가이드북, 팜플렛, 신문, 기록 화보집 등)

## 기대효과

- 시민들의 수준 높은 문화 욕구 충족 및 국제 관광 도시 인프라 구축 확대
- 직거래 장터를 통한 관내 화훼농가 소득 증대 및 화훼 소비 문화 확산
- 10월 글로벌 문화 대축제와 연계하여 국내·외 관광객 유치 확대로 지역경제 부흥 및 고양시 관광 브랜드 가치 제고



# 사계절 꽃 조경 유지 및 꽃 소비문화 확산

호수공원의 자연생태와 꽃 조경 관광자원의 다양성 확보를 위해 호수공원을 꽃향기가 넘쳐나는 친환경 생태 테마공원으로 조성하여 화훼 관광산업의 경쟁력 확보와 호수공원 명소화 및 국제 관광 클러스터 구축

## ◆ 사업개요

- 기 간 : 2014. 4월 ~ 10월
- 규 모 : 고양꽃전시관 및 호수공원 일원(5,000m<sup>2</sup>)
- 예 산 : 200,000천원
- 내 용 : 사계절 호수공원 꽃 조경 시설물 유지 관리 및 대한민국 꽃 문화 산업 지원

## ◆ 추진방침

- 꽃향기가 넘쳐나는 사계절 꽃 생태 테마 공원 조성
- 꽃박람회 전시 조경 존치 및 유지 관리로 호수공원 관광 명소화 추진
- 선데이마켓 운영 등 화훼 직거래 활성화로 농가 소득 증대 도모
- 호수공원, 원마운트, 킨텍스 등과 연계된 관광 클러스터 구축
- 꽃 문화 산업 창출로 화훼산업 발전 도모 및 시민의 자긍심 고취

## ◆ 세부내용

- 사계절 화단 조성 및 꽃 조경 유지 관리
  - 꽃박람회 조경 유지 관리 및 사계절 화단 조성
  - 화훼 교체, 보식, 관수 등 꽃 조경 시설물 연중 유지 관리
  - 사계절 화단 화훼류 식재 조성
- 대한민국화훼장식대전 등 꽃 문화 예술 행사 개최 지원
- 고양600년 기념전시관, 신한류 홍보관 관람객 확대
  - 관람객 유치 확대를 위한 안내 꽃 조경 설치

## 기대효과

- 꽃향기가 넘쳐나는 호수공원 꽃 생태 테마 공원으로 변모
- 원마운트, 킨텍스 등과 연계된 호수공원 국제 관광 클러스터 구축 강화
- 관내 화훼 수급과 직거래 장터 운영으로 농가 소득 증대 도모
- 사계절 관광객 유치로 지역경제 활성화 도모
- 화훼 문화 창출로 화훼 소비 등 화훼산업 발전 도모

# 시 위탁 조경 연출

## ◇ 호수공원 장미원 유지관리 사업

### ○ 사업개요

- 규 모 : 전체 10,534m<sup>2</sup>(실 식재면적 4,433m<sup>2</sup>)
- 구 성 : 신 장미원(6,550m<sup>2</sup>), 구 장미원(3,000m<sup>2</sup>), 산책길 옆(784m<sup>2</sup>), 3주차장 터널(200m<sup>2</sup>)
- 장 소 : 호수공원 장미 식재지
- 내 용 : 전체 장미 30,777본의 생육 재배 및 월동 관리 전반
- 사 업 비 : 295,510천원

### ○ 장미원 유지 관리 사업 내용

- 고사장미 묘목 제거 및 입식
- 장미 전정 5회, 장미 액비 및 유기물 퇴비 시비 4회
- 병해충 방제 16회, 전 구역 제초 작업 10회
- 덩굴장미 유인 및 숙음 6회
- 월동 철재 비닐하우스 철거 및 설치 각 1회
- 화경이 크고 향기가 많은 신품종 사계 장미 500주 식재
- 장미 패널 보수 및 추가 설치 25개
- 신 장미원 장미 트렐리스(아치 구조물) 신규 설치
- 장미원 내 철제 울타리 등 도색

### ○ 추진방법

- 시 공원관리과로부터 사업비를 교부받아 시행
- 장미원 생육 관리, 월동 관리, 장미 보식, 시비, 제초, 병해충방제 등으로 최상의 장미원 조성 추진
- 타 장미원과 차별화되고 생육이 왕성한 최고의 장미원 조성

### ○ 기대효과

- 꽃의 여왕인 최고의 장미원 조성으로 호수공원 관광 명소화 추진
- 장미꽃의 아름다움으로 시민의 여가 증진 및 볼거리 제공
- 장미 가든의 새로운 연출 조성으로 장미 페스티벌 개최

## 주요 시가지 꽃 조형물 설치 사업

### ○ 사업개요

- 사업기간 : 2014. 4. 1. ~ 6. 30.
- 사업량

구분	장소	수량	바닥면적	구조물규격	내용	관리기한	비고
계		2	250m <sup>2</sup>				
포토존 정원	일산 문화광장	1	150m <sup>2</sup>	H 5m 이상	광장에 꽃 조형물 및 포토정원 조성	2014. 6. 30.	점용 허가
	화정역 문화공원	1	100m <sup>2</sup>	W 2m 이상			

- 내용 : 시민 집합 장소에 신한류 꽃 조형물 및 포토정원 설치
- 사업비 : 150,000천원

### ○ 추진방법

- 시 농업정책과로부터 사업비를 교부받아 시행
- 정원은 시민의 이동이 많은 광장 등의 장소에 설치하여 신한류 문화와 예술을 접목한 포토존으로 활용
- 시 슬로건, 꽃박람회 홍보 문구 등을 게시하여 시정 및 행사 홍보 효과 배가
- 꽃 문화의 화려함이 어울리도록 스토리텔링화하여 제작 설치
- 꽃 조형물은 모자이크컬처 및 꽃 탑 등 예술적 작품으로 웅장하고 입체감 있게 조성
- 다방면에서 감상할 수 있도록 조성하고 주요 위치에는 포토존 설치
- 식재식물은 생육이 좋은 품종으로 식재하여 최상의 상태로 개화 관리
- 다중 집합장소에 설치하여 꽃의 도시로서의 이미지 제고

### ○ 기대효과

- 꽃의 아름다움과 시정 및 행사의 홍보 효과 상승
- 꽃과 문화예술 공연이 있는 아름다운 도시 환경 조성
- 시민의 여가 증진 및 포토존 제공으로 즐거움 선사

# 선인장전시관 관리 운영

대한민국 최고의 단일 품목 선인장 전시관으로 정비 운영하고, 화훼 아카데미 개설, 화훼 체험·직판장 운영과 플라워 카페 운영 등 경영 수익사업 추진으로 자립형 전시관으로 운영함은 물론, 화훼 산업 발전 및 관광 명소 전시관으로 격상하여 운영 추진

## ◆ 전시관 현황

- 규 모 : 대지 2,795m<sup>2</sup>, 연면적 1,780m<sup>2</sup>(지하1층, 지상1층)
- 구 조 : 철골 프레임, 유리 온실 구조의 전시장 및 육묘장
- 층 수 : 지하 1층, 지상 1층
- 전시내용 : 총 23,112본(전시관 86종 3,912본, 육묘장 38종 19,200본)
- 사 업 비 : 255,000천원

## ◆ 추진방법

- 노후 설비 및 시설물에 대한 보수 작업 추진
- 안내 패널 및 편의·서비스 시설 보강을 통해 내방객 서비스 제공 확대
- 전시관 플라워 카페 설치 운영
  - 면 적 : 100m<sup>2</sup> 내외(카페 및 플라워샵), 야외 테라스 50m<sup>2</sup> 별도
  - 제작구조 : 유리 및 철골 구조 제작
  - 프랜차이즈 형식의 플라워 카페 또는 법인 자체 프랜차이즈 운영
  - 화훼 체험 프로그램 및 전시, 판매장 등 운영
- 경영 수익사업을 전개하여 자립형 전시관으로 운영
  - 수익적 사업과 화훼 문화 확산 및 소비 촉진의 복합 추진

## ◆ 기대효과

- 전시관의 효율적 관리 운영으로 관광 명소화 추진
- 연중 관람객 유치 확대로 경영 여건 개선
- 전시·체험·휴게 기능을 갖춘 전시관으로 운영하여 꽃 소비 확대
- 킨텍스, 원마운트, 문화원 등 호수공원으로 이어지는 관광 클러스터 구축
- 경영 수익사업 확대로 자립형 선인장 전시장으로 전환 운영