

## 상해엑스포 적극 활용



사상 최대 규모의 경제·문화 올림픽이 될 「2010 상해엑스포」가 80일 앞으로 다가온 가운데, 정부·경제계·문화계 등 각계 인사로 구성된 상해엑스포민관합동지원단(공동위원장 : 최경환 지식경제부장관, 사공일 무역협회 회장) 회의가 2월10일 개최되었다.

이날 회의는 우리나라의 상해엑스포 준비상황을 점검하고, 국가이미지 제고와 경제협력 활성화 차원에서 상해엑스포의 활용방안을 모색하기 위해 마련되었다.

우리나라는 상해엑스포를 통해 한국의 기술·문화

의 우수성이 널리 각인될 수 있도록 국가관과 기업연합관을 대규모로 건립해 참가할 계획이며, 서울시관도 설치 예정이다.

4월 중순까지 각 전시관의 건축과 전시·영상물 설치를 모두 완료하고, 시험운영을 거쳐 5월 1일 개관할 예정이다.

6000㎡ 국가관은 독일, 스페인, UAE, 영국, 이탈리아, 일본, 캐나다, 프랑스, 미국, 러시아, 사우디아라비아, 한국 등 12개 국가이다. 한국기업관 참가업체는 금호아시아나, 두산, 롯데, 삼성전자, 신세계이마트, 포스코, 한전, 현대차, 효성, LG, SKT, STX

	국가관	기업연합관	서울시관
위 치	A구역(포동)	D구역(포서)	E구역(포서)
부지/연면적	6,000㎡/7,683㎡	3,000㎡/4,012㎡	494㎡(공동관內)
주 제	Friendly City, Colorful Life	Green City, Green Life	Culturenomics & IT
시행기관	KOTRA	무역협회(12개기업 참가)	서울시
총사업비	국고 382억원	기업부담 299억원	지방비 50억원

이다.

아울러, 문화·인적 교류를 통해 중국내 우호 분위기 확산을 도모해 나갈 계획이다. 한중 우호교류관 운영, 문화공연·한류스타 행사 등을 개최하고, 엑스포 주요행사에 각계 인사의 방문도 추진할 예정이다.

국가관은 테마관, 영상관, 여수엑스포홍보관, 한중우호교류관 등을 첨단 IT기술 및 다양한 콘텐츠로 연출 중이다. 1층 대기공간은 전방위 접근이 가능한 개방형 필로티 공간으로, 공연·키오스크·위터스크린 등을 통해 즐겁고 신나는 한국의 도시를 소개한다.

테마관은 4개 테마(Culture, Humanity, Nature, Technology)를 통해 다양한 삶이 펼쳐지는 한국의 도시를 연출한다. 영상관은 뮤지컬 형식의 멀티미디어 영상을 통해 소통하고 융합하며 서로 배려하는 도시를 표현(수용규모 : 400명)한다.

여수엑스포홍보관은 '바다의 소중함'과 '바다와 인간 공존의 길'을 테마로 영상 및 장치를 통해 2012 여수엑스포를 홍보(면적 : 300㎡)한다. 한중우호교류관은 그래픽 패널(한국내 中流), 한중 대표작가의 공동작품 설치 등을 통해 한중우호관계를 표현(면적 : 160㎡)한다.

기업연합관은 참가기업의 기술·서비스 및 그린 라이프 체험공간 등을 첨단영상·미디어로 연출 중이다. 1층진입공간은 5만개의 거울을 통해 기업연합관의 주제를 전달(서서히 변하는 이미지와 함께 기업 로고 노출)한다.

3층 전시관은 12개 참가기업의 녹색비전, 중국내 사회공헌활동을 소개한다. 주제영상관은 각 기업의 기술이 융합해 더 나은 세상을 만들어 가는 Green Ocean을 멀티미디어(LCD모니터 192대)로 연출한다. 2층 전시관은 한국기업이 만드는 미래도시에서

Green City, Green Life를 체험할 수 있도록 구현한다.

민관합동지원단은 상해엑스포를 한중 경제협력 확대 기회로 활용하기 위해 상해엑스포와 연계한 투자 유치 활동과 비즈니스 협력을 강화하고, 전시·상담회 개최 등 마케팅 사업도 확대 추진키로 하였다.

또한 7,000만명이 넘을 것으로 예상되는 상해엑스포 방문객의 한국관광을 유도하고, 한식세계화와 여수엑스포 홍보기회로 적극 활용키로 하였다.

행사 및 공연을 보면, 한국관 개관식 행사는 엑스포 개막식(4.30)과 연계해 추진 예정이며, 집객 및 홍보를 위한 특별공연도 준비 중이다.

한국의 날은 Official Ceremony 진행방안을 조직위와 협의 예정이며, 퍼레이드·특별공연·만찬리셉션 등 별도 이벤트도 준비 중이다. 공식행사에 참석할 한국 대표단 및 기자단 명단은 2월중 중국측에 통보 예정이다.

공연·이벤트는 엑스포 기간 중 상설공연, 특별공연, 집객 이벤트 등을 통해 한국붐 조성할 예정이다. 국가관에서 매일 4팀/12회의 상설공연과, 주요행사시 한류스타 공연, 한중 합동콘서트 등 특별공연을 통해 한국붐을 조성한다.

상설공연 내용은 한국무용, 사물놀이, 국악, 발레, 궁중한복, 레이저쇼 등이다. 기업관은 '눈 내리는 상하이' 이벤트(건물주변에 1일 2회 인공눈)와, 기업별로 지정된 기업주간에 이미지 제고 프로그램 운영이다.

홍보계획을 보면, 엑스포 개막에 맞춰 기념 우편엽서 발행('10.4월말)할 것이다. 엑스포 조직위의 온라인 엑스포 사이트에 국가관 및 기업관 3D 홍보영상물 구축('10.5.1일 오픈)한다.

국가관(www.expo2010-korea.or.kr), 기업관(www.koreabiz-expo2010.co.kr) 홈페이지를 통

한 인터넷 홍보 및 공연·행사 정보를 제공한다. 특별공연·행사는 한중 주요 방송·신문과 제휴하여 추진한다. 국가관내에 프레스룸을 설치, 취재활동을 적극 지원한다.

상해엑스포 활용 대책으로는, 한중 경제협력을 확대하는 기회로 활용하는 것이다. 상해엑스포와 연계한 투자유치 활동 및 비즈니스 협력을 강화하고, 전시·상담회 개최 등 마케팅 사업 확대를 추진하는 것이다.

재계회의 개최 등 한·중 경제협력 활동을 추진한다. 한중 양국간 경제 및 산업협력, 비즈니스 활성화 방안 모색 등을 위한 한중 재계회의(5월, 전경련), 차이나 포럼(4.23, 무역협회) 등이다.

한국측은 전경련 회장단, 주요 중국투자기업 CEO 등이고, 중국측은 중국기업연합회 회장단, 철강·석유분야 국유기업 CEO 등이다.

상해엑스포를 중국자본의 국내유치 기회로 활용하기 위한 투자유치 설명회를 개최(5.27, 푸둥지구 상그릴라 호텔, 지정부)한다. 중국의 주요 국영기업, 금융기관, 지역개발 투자가 등 초청하고, 한국의 투자환경, 지역개발 프로젝트, 금융분야 투자협력 모델 등 소개한다.

전시·상담회 개최 등 수출마케팅 활동을 전개한다. 중국 기계류 시장 개척 지원 및 전략적 파트너십 구축을 위해 「상해 한국기계전」을 개최(7월, 기계진흥회)한다. 상해 현지 글로벌 IT기업 등을 초청, 한국의 우수 IT제품 전시상담회 개최(9월, kotra)한다.

중소기업의 중국시장 개척 지원을 위해 무역사절단(5월, 9월, 중기중앙회), 중기협동조합 시찰단(5월) 등 파견한다. 각 지자체에서 별도로 무역사절단 8회 내외 파견 예정이다.

중국진출 글로벌 유통기업 및 중국 대형 유통기업

을 대상으로 중국내 한국투자기업과 아웃소싱 상담회를 개최(3분기, kotra)한다. 수출지원기관 및 업종별 단체 등을 통해 상해에서 개최되는 각종 전시회에 우리기업의 참가를 지원(kotra, 중기중앙회)한다. '10년중 19개(엑스포 기간 중 13개) 전시회 참가를 지원한다.

중국이 북경 올림픽에 이어 심혈을 기울여 준비하고 있는 상해엑스포는 2010년 5월 1일부터 10월 31일까지 6개월 간에 걸쳐 중국의 경제·물류·금융 중심지인 상해에서 “Better City, Better Life”(아름다운 도시, 행복한 생활)라는 주제로 개최된다.

세계박람회기구(BIE)가 공인한 등록엑스포로서, 조성면적·투자규모·참가국·방문객 등 모든 면에서 사상 최대 규모가 될 것으로 전망된다. 면적은 5.28km<sup>2</sup>(여의도의 2/3), 참가는 192개국, 50개 국제기구, 예상 방문객은 7,000만명(해외 500만명)이다.

