



즉시 배포용: 2021년 6월 14일

ANDREW M. CUOMO 주지사

**CUOMO 주지사, 뉴욕주 관광업계 재기를 지원하기 위해 4000만 달러 규모의 2차 글로벌 캠페인 발표**

*뉴욕주 북부 지역의 관광명소를 포함한 2개 구역을 새롭게 TV, 스트리밍 서비스, 온라인 등에서 소개하고 여름 동안 광고할 예정*

*포스트 팬데믹 캠페인을 통해 국내외 관광객들이 "Come Be A Part of It(뉴욕 방문하기)"에 참여하도록 격려*

광고는 [여기](#) 및 [여기](#)에서 확인하세요

Andrew M. Cuomo 주지사는 오늘 뉴욕주의 관광업계의 재기를 지원하기 위해 4000만 달러 규모의 2차 캠페인으로서 2개 구역을 개발한다는 계획을 발표했습니다. 이들 구역에는 뉴욕주에서 손꼽는 아름다움과 다양성을 보여주는 세계적인 관광명소가 포함되어 있습니다. 이 캠페인은 TV, 스트리밍 서비스, 온라인을 통해 주 전역과 주변 지역에서 진행될 예정입니다. 이들 구역은 관광업계를 살리려는 주 차원의 노력의 일환으로서 여름 기간에 운영됩니다.

**Cuomo 주지사는 이렇게 말했습니다.** "매일 더 많은 사람들이 코로나 백신을 접종하여 코로나를 극복하면서 뉴욕의 활기를 되찾고 있습니다. 이제 뉴욕주가 관광 수익을 올릴 수 있도록 홍보해야 할 때가 되었습니다." "이들 2개 구역은 주 전역에서 관광사업과 경제개발 기회를 활성화시킬 4000만 달러 규모의 최신 캠페인을 실시하며 뉴욕주 북부 지역의 관광 자원에 초점을 맞추게 될 예정입니다. 우리는 관광객들에게 뉴욕주를 홍보할 계획이며, 뉴욕주가 팬데믹을 극복하여 경제를 되살리고 희망찬 미래를 맞이하기를 기대합니다."

이 캠페인은 뉴욕주가 일상으로 돌아가면서 인기 있는 관광지를 홍보함으로써 관광업계를 되살리고 경제를 부활시키는 데 도움이 될 것으로 예상됩니다. 새로운 하계 관광 구역은 뉴욕시를 넘어서는 다양한 계절 활동 및 야외 활동에 초점을 맞추고 있습니다. 뉴욕주 축제(The Great New York State Fair), 쿠퍼스 비치(Cooper's Beach), 수제 맥주로 유명한 브루어리 오메강(Brewery Ommegang) 등은 역사적인 볼트 캐슬(Boldt Castle) 및 사라토가 경마장(Saratoga Race Course)과 함께 특히 눈길을 끄는 장소입니다. 광고에서는 노스 컨트리외 와일드 센터(Wild Center), 허드슨 밸리의 스톰 킹 아트 센터(Storm King Art Center), 레이크 플라시드 클리프사이드 마운틴 코스터(Lake Placid Cliffside Mountain Coaster) 등과 같은 뉴욕주의 세계적인 야외활동을 소개하기도 합니다. 관광객들에게 화려한 경관과 다양한 레크리에이션의 기회를 제공하는 렛치워스 주립공원(Letchworth State Park), 나이아가라 폭포 주립공원(Niagara Falls State Park), 왓킨스 글렌 주립공원(Watkins Glen State Park) 등도 광고에서 소개합니다.

**엠파이어 스테이트 개발 공사(Empire State Development)의 커미셔너 권한대행, 사장 겸 CEO 인 Eric Gertler 는 이렇게 말했습니다.** "뉴욕주의 경제 재건에는 관광산업 재활성화가 포함되어야 하며, 주민과 관광객들이 올여름 뉴욕에서 즐거운 시간을 보낼 수 있도록 하는 이번 캠페인에서부터 시작될 것입니다. 뉴욕은 관광객들을 맞이할 마음에 들떠 있으며 뉴욕의 독특한 명소들을 둘러보고 경험할 계획을 세우기에는 지금이 적기입니다."

**뉴욕주 관광청의 Ross D. Levi 관광국장은 이렇게 말했습니다.** "뉴욕은 세계적인 관광명소가 많은 곳이며 이제 다시 관광객들에게 뉴욕의 다양한 매력을 감상할 수 있는 기회를 제공하게 되어 기쁘게 생각합니다. I LOVE NY 은 홍보 플랫폼의 모든 기능을 활용하고 지역의 관광업계 파트너들과 협력하여 가족, 커플, 친구들이 뉴욕의 다양한 매력 속에서 즐거운 시간을 보낼 수 있도록 준비할 것입니다."

**뉴욕주 관광산업 자문 위원회(New York State Tourism Advisory Council)의 Cristyne Nicholas 위원장은 이렇게 말했습니다.** "뉴욕주는 끔찍한 팬데믹을 극복하여 다시 일어섰습니다. 전 세계 관광객들을 다시 맞이하면서 뉴욕주 주민들은 모든 관광명소들에 대한 자부심을 다시 되살리고 함께 공유할 준비가 되었습니다. Cuomo 주지사 와 I LOVE NY 이 관광 홍보의 전통을 이어가고, 어려운 시기를 극복하여 관광 수익의 기회를 되살릴 수 있게 된 것을 매우 기쁘게 생각합니다. 뉴욕 화이팅!"

6월 2일에 Cuomo 주지사는 관광산업 재활성화를 위한 4000만 달러 규모의 글로벌 캠페인을 [개시한다고 발표했습니다](#). 이 캠페인은 뉴욕주가 관광을 재개하면서 여름, 가을, 겨울의 관광 시즌에 뉴욕주 모든 지역의 관광명소를 국내외 관광객들에게 홍보할 예정입니다.

캠페인의 첫 번째 장소에서는 뉴욕시의 명소, 볼거리, 음악에 초점을 맞추고 있습니다. 또한 전통의 기준인 "New York, New York 의 테마"와 대조적으로 뉴욕시를 상징하는 워싱턴 스퀘어 파크(Washington Square Park), 모이니한 트레인 홀(Moynihan Train Hall), 타임 스퀘어(Times Square), 자유의 여신상(Statue of Liberty) 등을 소개하고 있습니다. 관광객들에게 인기 있는 뉴욕 스타일 피자, 센트럴 파크 동물원, 차이나 타운 등은 MTA 지하철, 스테튼 아일랜드 페리(Staten Island Ferry), 브로드웨이, 뉴욕시 야경 등과 같은 뉴욕의 대표적 풍경과 함께 뉴욕의 매력을 더욱 돋보이게 하고 있습니다. 이들 구역에서는 뉴욕시가 아트, 엔터테인먼트, 스포츠, 문화, 비즈니스, 요리 등의 분야에서 방대한 네트워크를 통합하는 역할을 하고 있다는 것을 확인할 수 있습니다.

주지사의 재임 기간에 관광산업에 대한 투자를 통해 기록적인 관광 수입과 경제 수익을 올렸고 수많은 일자리를 창출했지만, 팬데믹 기간에 극심한 타격을 받았던 것이 사실입니다. 뉴욕주는 이제 경제 활동을 성공적으로 재개하여 관광객들에게 다시 문을 열 수 있게 되었습니다. 관광객들이 팬데믹이 끝난 후 여행 계획을 세우는 동안, 뉴욕주는 평생의 추억을 만들 수 있는 다양한 옵션을 제공하는 안전한 관광지로 거듭나기 위해 노력하고 있습니다. 이번 캠페인을 통해 필수 방문 명소에 초점을 맞추고 관광산업을 다시 활성화시키고 경제 재건을 하는 원동력을 제공하려고 합니다.

뉴욕주 전역의 관광명소에 대한 자세한 정보는 [iloveny.com/summer](https://iloveny.com/summer) 를 방문해 주십시오.

###

다음 웹 사이트에 더 많은 뉴스가 있습니다 [www.governor.ny.gov](http://www.governor.ny.gov)  
뉴욕주 | Executive Chamber | [press.office@exec.ny.gov](mailto:press.office@exec.ny.gov) | 518.474.8418

[구독 취소](#)