장흥문화관광재단
Jangheung Culture & Tourism Foundation

CI Identity Guidelines.

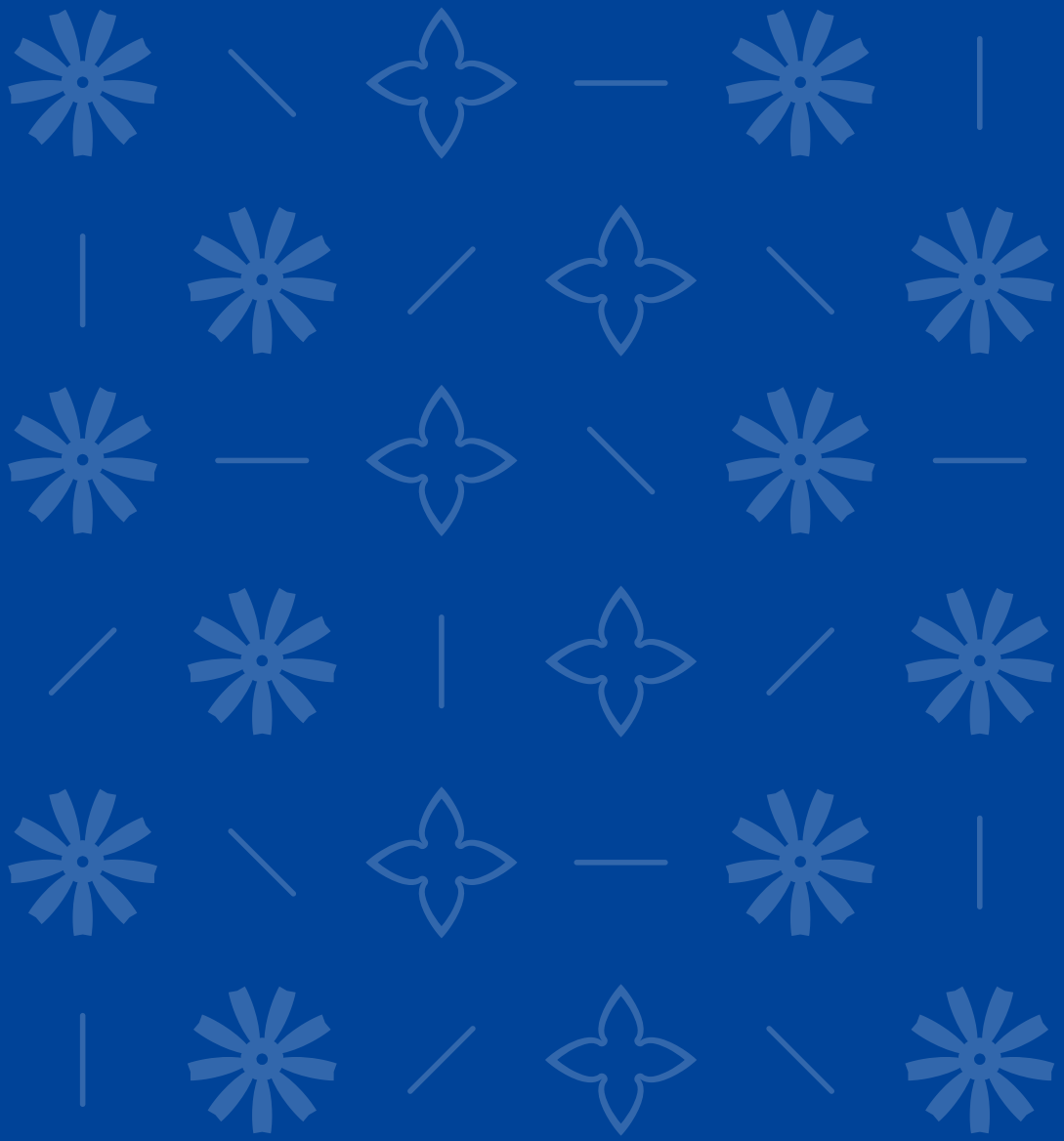
장흥문화관광재단 CI 가이드라인

Update. 2025.12.16

본 가이드는 장흥문화관광재단 CI의 기본 원칙과
적용 기준을 제시하기 위한 공식 지침서입니다.

다양한 매체에서 재단 아이덴티티를 일관되게 표현하고, 재단의
시각적 정체성을 체계적으로 관리하는 것을 목적으로 합니다.
가이드에 제시된 기준과 규정을 준수하여 사용하시기 바라며,
임의적인 변형이나 부적절한 사용은 브랜드 이미지의 일관성을
저해할 수 있으므로 주의가 필요합니다.

본 가이드에 수록된 그래픽 요소와 적용 예시는 이해를 돕기 위한 참고용으로
제작되었으며, 이를 그대로 복제하여 사용하는 것은 지양해야 합니다.
가이드에 명시되지 않은 항목의 제작이나 추가·변경이 필요한 경우에는
사전 협의 후 사용하는 것을 원칙으로 합니다.



Guideline Contents.

1 Brand Identity Overview

05 BI 개요 BI Overview

2 Culture Identity Concept

07 CI 개요 CI Overview
08 CI 컨셉 Culture Identity Concept
09 CI 시놉시스 CI Synopsis

3 Logotype

11 로고타입 Korean/Global CI Logo
15 그리드 시스템 / 공간 규정 Grid & Clear Space
24 사용 금지 규정 Incorrect Use

4 Emblem

26 엠블럼 Emblem A/B Type

5 Color System

29 메인 / 보조 색상 Primary / Supporting Color
30 배경색에 따른 색상활용 Background Color

6 Graphic System

32 문화 확장의 꽃 패턴 Cultural Bloom Pattern
33 문화 축적의 레이어 패턴 Cultural Layers Pattern
34 그래픽 패턴 활용 예시 Graphic Pattern Applications

7 Application System

37 명함 Business Card
38 대봉투 Large Envelope
39 소봉투 Small Envelope
40 X배너 X-Banner
41 현수막 Banner
42 포장지 Wrapping Paper
43 머그컵 Mug Cup
44 종이컵 Paper Cup
45 볼펜 Ballpoint Pen

01.
Brand Identity Overview

Brand Identity Overview

문화와 관광 콘텐츠가 하나의 브랜드로 연결되는 장흥

장흥문화관광재단의 BI는 재단이 수행하는 **문화·관광·지역 콘텐츠 사업 전반**을
하나의 브랜드 체계로 통합하고, 대외 커뮤니케이션에서 일관된 인식과 이미지를 형성하기 위한 전략적 기준입니다.
CI가 재단의 공식성과 제도적 정체성을 대표하는 시각 언어라면, BI는 **재단의 사업 방향성과 가치**,
그리고 **시민과 방문객이 체감하는 브랜드 경험을 포괄적으로 정의**합니다.

BI KEYWORD. 01

Experience

브랜드 경험

장흥문화관광재단의 BI는 문화·관광·지역 콘텐츠 전반을 하나의 흐름으로 연결하여, **시민과 방문객이 일관된 브랜드 경험을 체감하도록 설계**되었습니다. 개별 사업과 프로그램은 각각의 기능을 넘어, **장흥이라는 하나의 브랜드 경험**으로 인식되도록 통합 관리됩니다.

BI KEYWORD. 02

Story

브랜드 서사

장흥이 지닌 자연, 문학, 문화 자산은 **브랜드의 핵심 서사로 작동**합니다. BI는 다양한 프로젝트와 콘텐츠를 장흥만의 이야기로 연결하여, **정보 전달을 넘어 공감과 기억으로 남는** 브랜드 스토리를 형성합니다.

BI KEYWORD. 03

Continuity

브랜드 연속성

재단의 사업과 콘텐츠는 시기와 형식이 달라져도 **일관된 브랜드 방향성을 유지**합니다. BI는 장흥의 가치와 메시지가 지속적으로 축적·확장될 수 있는 브랜드 구조를 통해, **장기적인 신뢰와 정체성을 구축**합니다.

장흥이 지닌 자연·문학·문화 자산을 바탕으로, 다양한 프로젝트와 콘텐츠가 하나의 브랜드 이야기로
연결되도록 설계되었습니다. 이를 통해 개별 사업을 넘어, 장흥만의 감성과 가치가 축적되는
'장흥다운 경험'으로 확장되는 브랜드 구조를 지향합니다.

02.
Culture Identity Concept

CI 개요

문학의 향기와 자연의 아름다움이 어우러진 문화도시, 장흥

장흥문화관광재단은 **장흥이 지닌 자연과 역사, 그리고 일상 속 문화의 가치**를 더 많은 사람들에게 전하고, 지역 관광의 새로운 가능성을 만들어가는 기관입니다. 다양한 문화행사와 관광 프로그램을 통해 장흥만의 이야기와 감성을 현대적인 시선으로 풀어내고 있습니다.

산과 바다, 강이 어우러진 장흥의 풍경은 오랜 시간 지역의 삶과 문화를 만들어 온 배경이 되어왔습니다. 자연 속에서 이어져 온 생활문화와 전통은 오늘의 장흥을 **'머무르고 싶은 문화도시'**로 완성시키는 중요한 자산입니다.

본 CI 아이덴티티는 **장흥이 가진 자연의 아름다움과 문화적 깊이를 하나의 이미지로 담아내어, 장흥만의 분위기와 가치를 일관되게 전달**하고자 합니다.

CI 컨셉

장흥문화관광재단의 CI는 장흥이 지닌 자연환경과 문화적 다양성, 그리고 오랜 시간 축적된 역사를
하나의 브랜드 언어로 풀어내는 데에서 출발합니다. 지역이 가진 고유한 자산을 현대적인 시선으로 재해석하여,
다양한 콘텐츠와 매체로 자연스럽게 확장될 수 있는 브랜드 아이덴티티를 지향합니다.

Nature

산과 바다, 강이 어우러진 장흥의 자연환경은 브랜드의 가장
근본적인 출발점입니다. 자연이 지닌 풍요로움과 여유로운 분위기는
장흥만의 따뜻하고 신뢰감 있는 브랜드 이미지를 형성하며,
도시의 정체성을 시각적으로 표현하는 중요한 요소가 됩니다.

Culture

장흥은 전통과 현대가 일상 속에서 자연스럽게 공존하는
문화의 공간입니다. 지역 주민의 삶과 예술, 축제와 문화 활동에서
비롯된 에너지는 브랜드에 생동감을 더하고, 다양한 문화
콘텐츠로 확장 가능한 유연한 브랜드 구조를 만들어갑니다.

History

장흥이 이어온 오랜 역사와 문화유산은 지역의 깊이와 신뢰를
상징합니다. 과거로부터 전해진 기록과 전통의 가치를 존중하며,
이를 현대적인 감각으로 재해석해 과거와 현재, 그리고 미래를
연결하는 브랜드 스토리를 완성합니다.

CI 시놉시스

본 로고는 **관광·문학·자연을 핵심 키워드**로,
장흥군이 지닌 문화적 자산과 지역 정체성을
시각적으로 담아낸 CI입니다.

장흥이 오랜 시간 이야기와 기록, 생활문화가
축적되어 온 공간이라는 점에 주목하여, **문학과
일상의 가치**를 함께 전달하고자 하였습니다.

로고는 장흥의 문**학적 감수성과 문화적
깊이를 상징하는 '책'**을 기본 오브제로 삼고,
동시에 산과 바다, 강으로 이어지는 자연환경을
상징하는 컬러 시스템을 적용하였습니다.

이를 통해 책을 매개로 확장되는 **문화와 자연이
공존하는 도시, 장흥의 이미지를 현대적으로
재해석**하였습니다.

장흥문화관광재단
Jangheung Culture & Tourism Foundation

자연을 담은

장흥의 **산·바다·강**이 어우러진
자연환경의 인상을 시각적으로
조화롭게 표현하는 디자인

문화 중심의

불필요한 요소를 배제하고
장흥의 문화적 메시지가
명확하게 전달되도록 구성

이야기가 있는

지역의 **문화와 일상의 서사**를
누구나 공감할 수 있도록
부드럽게 풀어낸 디자인

자연 친화적

심플 & 미니멀

친근 & 공감

02.
Logotype

국문 로고타입

장흥문화관광재단의 로고타입은 재단의 정체성을 대표하는 핵심 시각 요소로서, 다른 명칭이나 요소와 결합하지 않고 독립적으로 사용하는 것을 원칙으로 합니다.

로고타입은 지정된 사용 기준에 따라 공식 가이드에 수록된 원본 데이터를 그대로 적용해야 하며, 형태·비율·구성 요소를 임의로 수정하여 사용하는 것은 허용되지 않습니다.

국문버전

국문/영문

응용버전

영문 로고타입

장흥문화관광재단의 로고타입은 재단의 정체성을 대표하는 핵심 시각 요소로서, 다른 명칭이나 요소와 결합하지 않고 독립적으로 사용하는 것을 원칙으로 합니다.

로고타입은 지정된 사용 기준에 따라 공식 가이드에 수록된 원본 데이터를 그대로 적용해야 하며, 형태·비율·구성 요소를 임의로 수정하여 사용하는 것은 허용되지 않습니다.

A TYPE

B TYPE

일문 로고타입

장흥문화관광재단의 로고타입은 재단의 정체성을 대표하는 핵심 시각 요소로서, 다른 명칭이나 요소와 결합하지 않고 독립적으로 사용하는 것을 원칙으로 합니다.

로고타입은 지정된 사용 기준에 따라 공식 가이드에 수록된 원본 데이터를 그대로 적용해야 하며, 형태·비율·구성 요소를 임의로 수정하여 사용하는 것은 허용되지 않습니다.

가로형

세로형

중문 로고타입

장흥문화관광재단의 로고타입은 재단의 정체성을 대표하는 핵심 시각 요소로서, 다른 명칭이나 요소와 결합하지 않고 독립적으로 사용하는 것을 원칙으로 합니다.

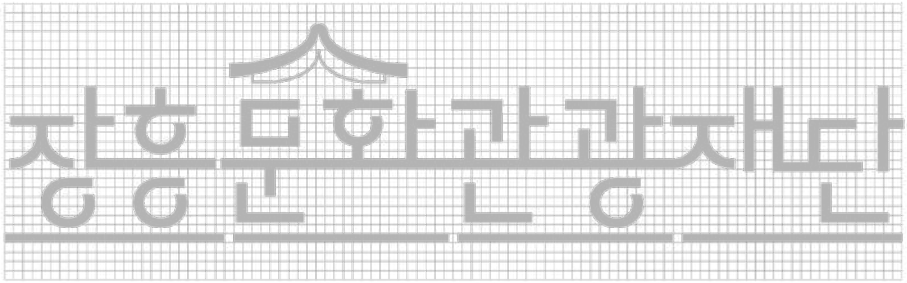
로고타입은 지정된 사용 기준에 따라 공식 가이드에 수록된 원본 데이터를 그대로 적용해야 하며, 형태·비율·구성 요소를 임의로 수정하여 사용하는 것은 허용되지 않습니다.

가로형

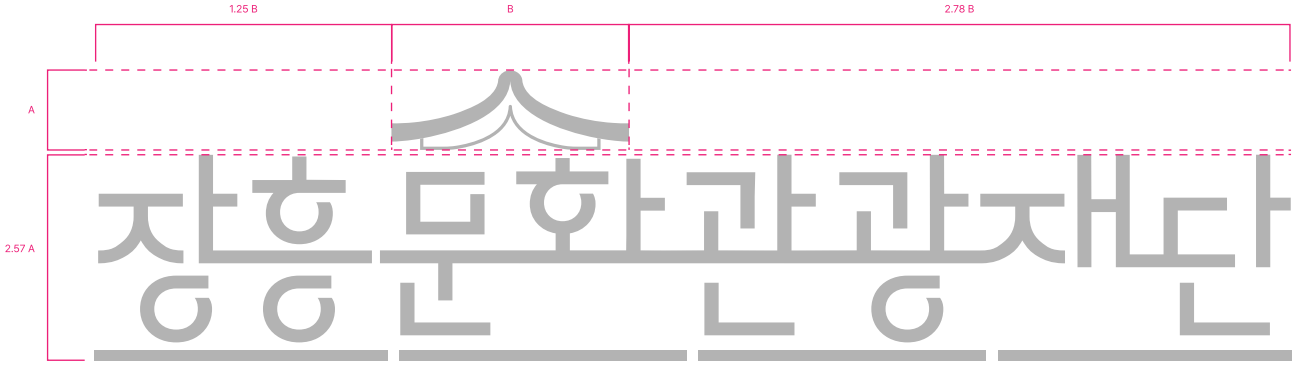
세로형

그리드 시스템 / 공간규정_국문

국문버전



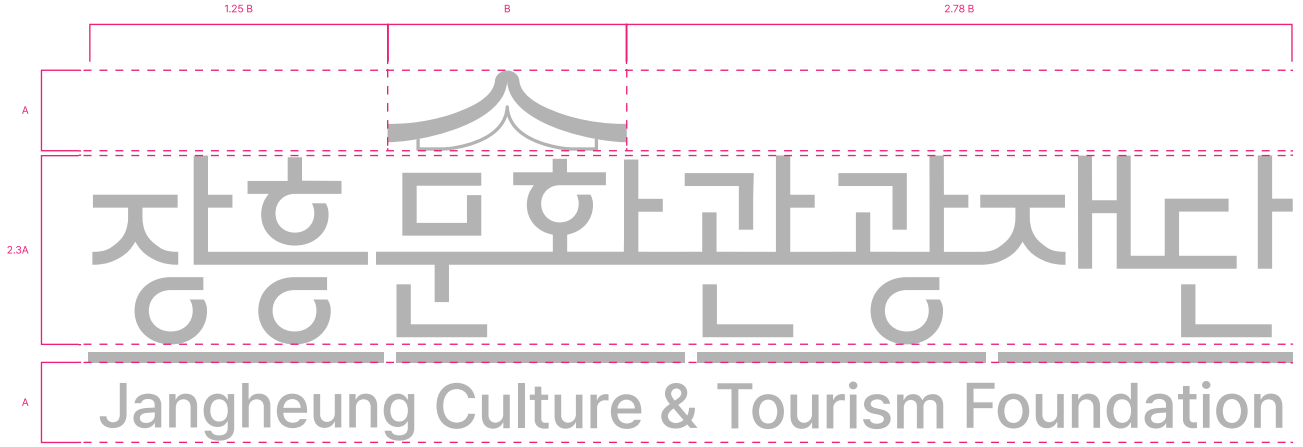
최소사용규정



그리드 시스템 / 공간규정_국문

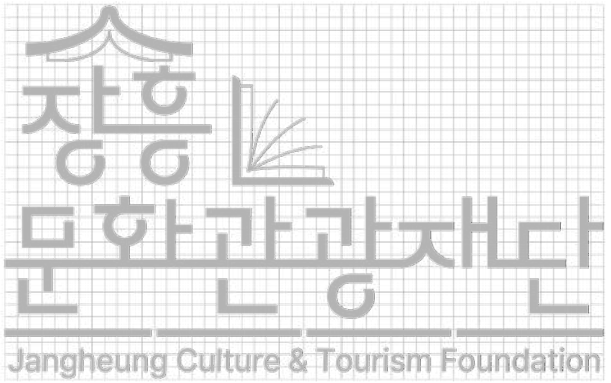
국문/영문

최소사용규정

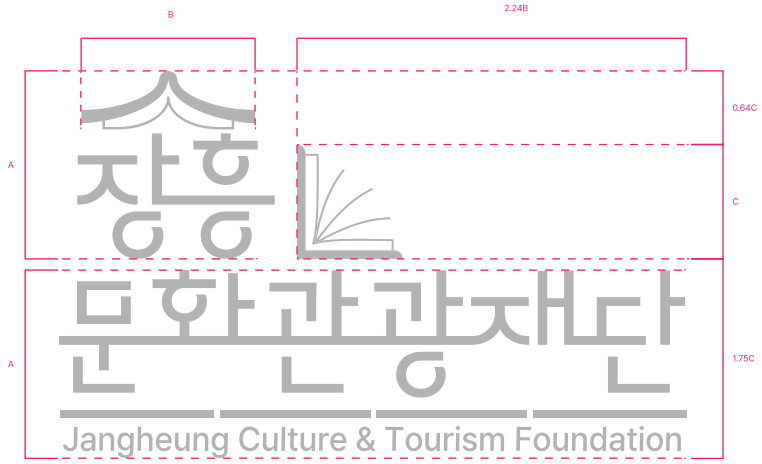


그리드 시스템 / 공간규정_국문

응용버전

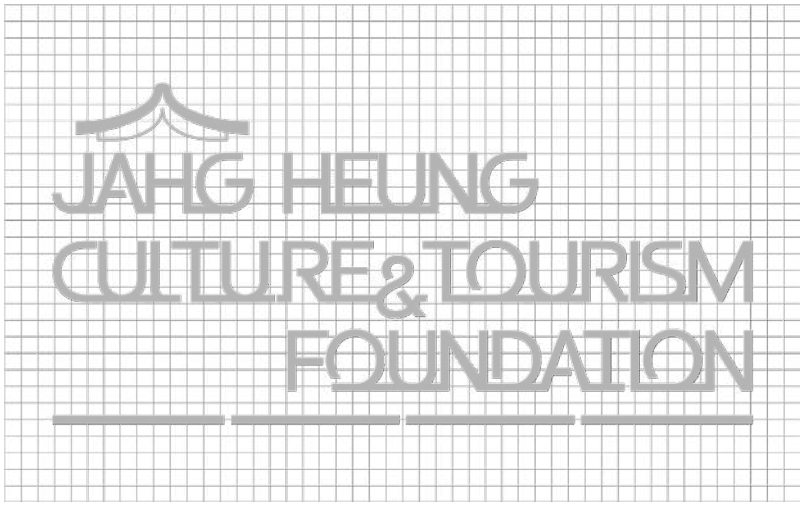


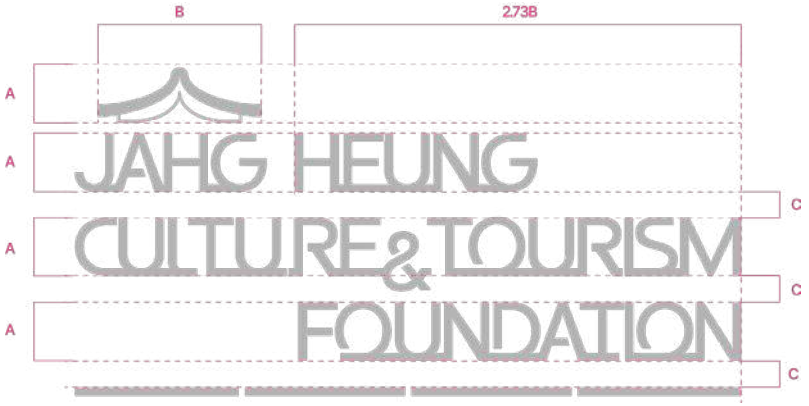
최소사용규정



그리드 시스템 / 공간규정_영문

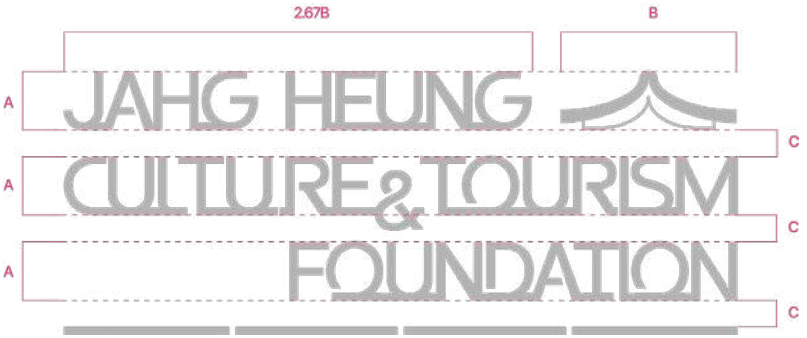
A TYPE





그리드 시스템 / 공간규정_영문

B TYPE



그리드 시스템 / 공간규정_일문

가로형

최소사용규정

그리드 시스템 / 공간규정_일문

세로형

최소사용규정

그리드 시스템 / 공간규정_중문

가로형

최소사용규정

그리드 시스템 / 공간규정_일문

세로형

최소사용규정

사용금지 규정

로고타입은 장흥문화관광재단의 이미지를 형성하는 핵심 시각 요소로서, 언제나 동일한 형태와 기준에 따라 사용되어야 합니다.
적용 시에는 로고타입의 형태 구성과 색상 활용 원칙을 충분히 이해한 후, 정해진 규정 범위 내에서 사용해야 합니다.

본 가이드에 제시된 사용 예와 달리 임의로 형태를 변형하거나 지정되지 않은 색상을 적용할 경우, 재단 이미지의 일관성을 해칠 수 있으므로 이를 허용하지 않습니다.

로고 개체의 크기를 임의로 변형한 경우

로고 개체의 위치를 임의로 변형한 경우

기울여서 사용한 경우

그림자를 적용한 경우

지정색상 이회의 색상을 사용한 경우

임의의 테두리를 사용한 경우

로고 지정색과 비슷한 채도, 명도의 색상 바탕 위에 사용한 경우

복잡한 배경 위에 사용한 경우

03.
Emblem

엠블럼

본 엠블럼은 장흥문화관광재단의 영문 약자를 중심으로 구성한 원형 형태의 시그니처 마크로, 재단의 정체성과 문화적 가치를 함축적으로 표현합니다.

원형 구조는 지역과 문화의 순환과 연결을 의미하며, 컬러 그라데이션은 자연과 문화가 조화롭게 어우러진 장흥의 이미지를 상징합니다.

A TYPE

엠블럼

로고타입은 장흥문화관광재단의 이미지를 형성하는 핵심 시각 요소로서, 언제나 동일한 형태와 기준에 따라 사용되어야 합니다.
적용 시에는 로고타입의 형태 구성과 색상 활용 원칙을 충분히 이해한 후, 정해진 규정 범위 내에서 사용해야 합니다.

본 가이드에 제시된 사용 예와 달리 임의로 형태를 변형하거나 지정되지 않은 색상을 적용할 경우, 재단 이미지의 일관성을 해칠 수 있으므로 이를 허용하지 않습니다.

B TYPE

04.
Color System

메인 색상

Jangheung Green

PANTONE 366 C
CMYK 38, 2, 64, 0
RGB 181, 220, 121
#b5dc79

Jangheung Teal

PANTONE 3258 C
CMYK 66, 2, 41, 0
RGB 69, 194, 177
#45c2b1

보조색

Jangheung Gold

R=155 G=142 B=104
CMYK 47, 44, 63, 0
RGB 155, 142, 104
#9b8e68

Jangheung Silver

R=179 G=179 B=179 1
CMYK 35, 27, 26, 0
RGB 179, 179, 179
#b3b3b3

Jangheung Black

R=0 G=0 B=0 1
CMYK 93, 88, 89, 80
RGB 0, 0, 0
#000000

배경색에 따른 색상활용

로고타입의 배경색상은 기본적으로 화이트 배경에서의 사용을 원칙으로 하며, 재단이 지정한 공식 컬러 체계를 기준으로 적용합니다.
다만 매체 환경이나 활용 목적에 따라 가이드에 제시된 예시와 같이 다양한 배경색으로 확장 적용할 수 있습니다.

어떠한 배경색에서도 로고타입은 시인성과 명확성이 확보되어야 하며, 가이드에 포함되지 않은 색상 환경에서는 명도·채도·색상 대비를 종합적으로 고려하여 가장 유사하고 안정적인 색상을 선택해야 합니다.

특수한 적용 상황이 발생할 경우에는 반드시 관련 부서와 협의 후 사용을 진행해야 합니다.

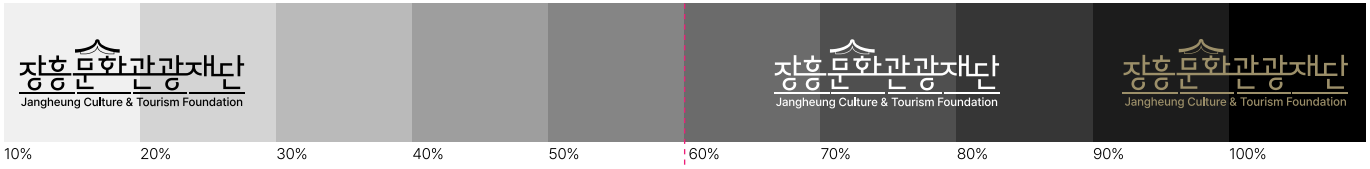
White

Jangheung Green

Jangheung Teal

Black

Black & White



Black 60% 이상의 명도에서는 White 버전을 사용할 수 있다.

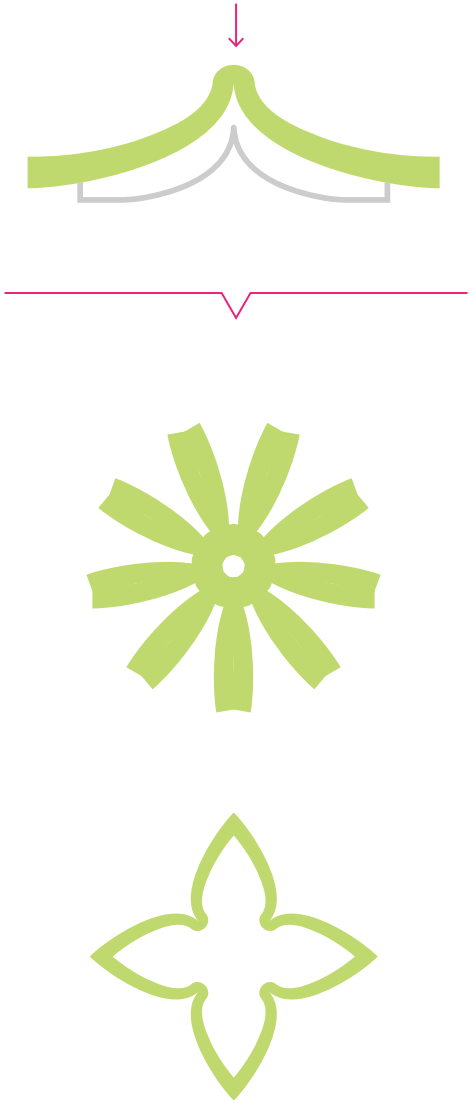
05.
Graphic System

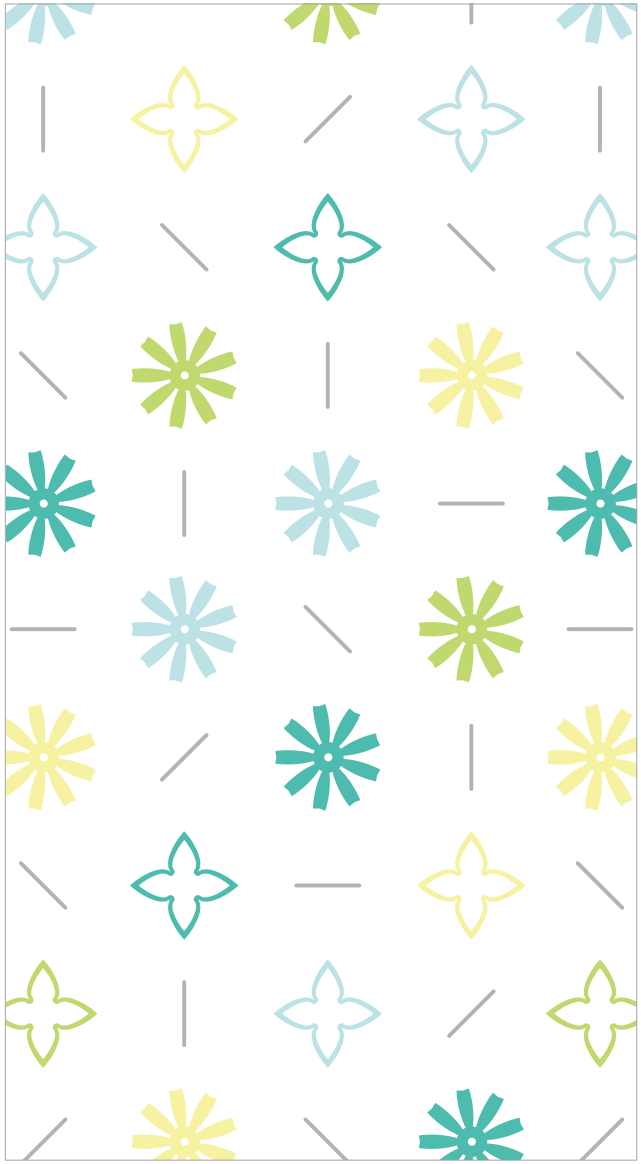
문화 확장의 꽃 패턴

책 오브제를 분해·재조합하여 꽃의 형태로 표현한 그래픽 모티브는 장흥의 문화와 자연을 동시에 상징합니다.

지식과 이야기를 담은 책을 중심으로, 산과 들의 풍경에서 영감을 받은 자연의 이미지를 함께 담아내고자 했습니다.

책을 통해 확장되는 문화적 즐거움과 장흥의 자연이 조화를 이루는 모습을 패턴으로 구성하여, 브랜드 전반에 일관되게 활용할 수 있도록 제안합니다.



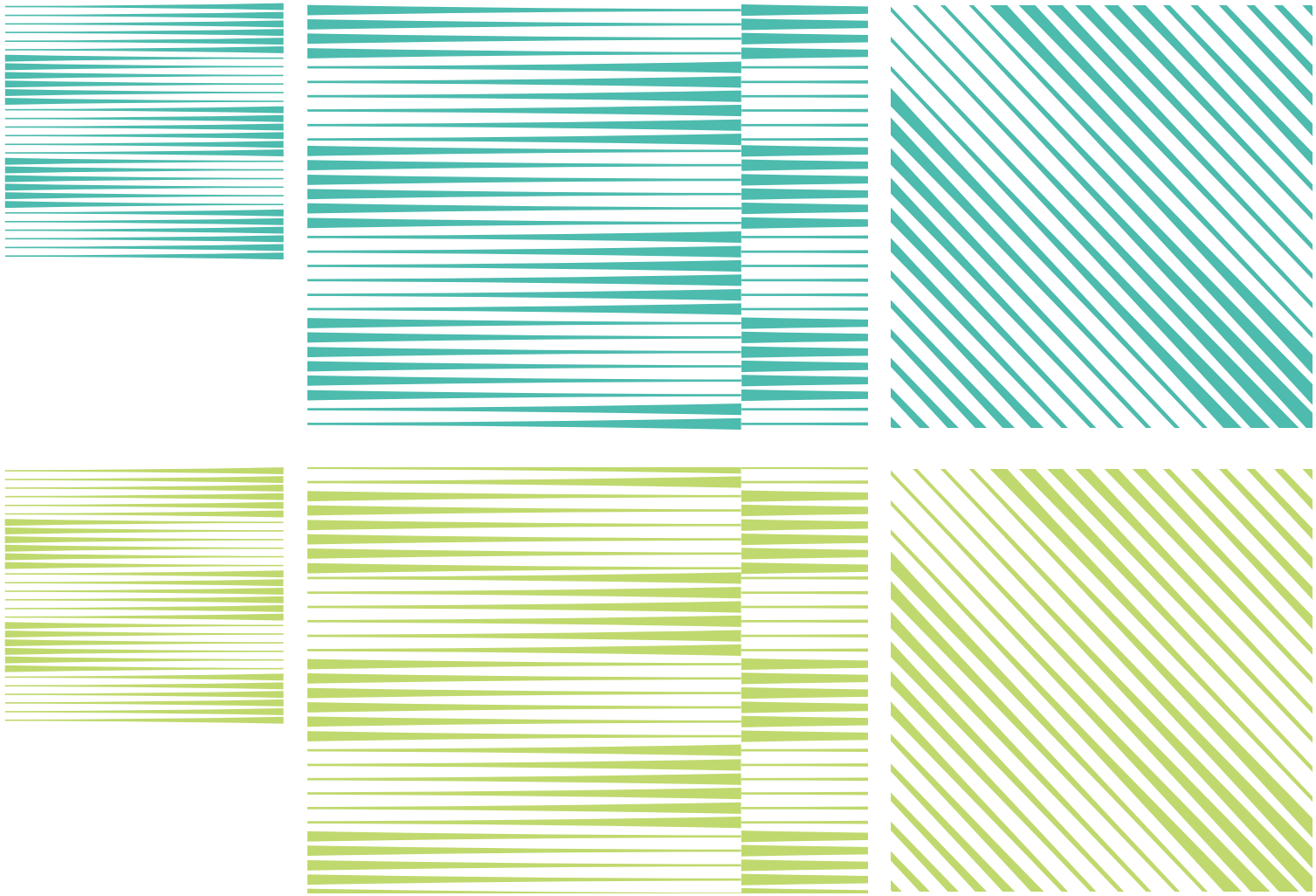


문화 축적의 레이어 패턴

책을 겹쳐 쌓아 올린 형태에서 착안한 패턴으로, 장흥의 문화가 차곡차곡 축적되어 온 과정을 시각적으로 표현하였습니다.

메인 색상을 활용해 구성된 선형 패턴은 책의 페이지가 겹쳐지는 리듬감을 담아내며, 지식과 이야기의 흐름이 이어지는 장흥의 문화적 깊이를 상징합니다.

단순한 반복을 넘어, 문화의 축적과 확장을 의미하는 그래픽 요소로서 다양한 매체에 유연하게 적용할 수 있도록 설계되었습니다.



그래픽 패턴 굿즈 활용 예시

그래픽 패턴 PPT 활용 예시

가로형

세로형

06.
Application System

명함

프로모션 아이템은 장흥문화관광재단의
활동과 메시지를 다양한 접점에서 전달하는
주요 커뮤니케이션 수단입니다.

재단의 이미지를 일관되게 형성하기 위해
체계적인 관리가 필요하며, 제작 시에는
공식 가이드에 수록된 기준과 원본 자료를
준수하여 적용해야 합니다.

크기

52 × 86mm

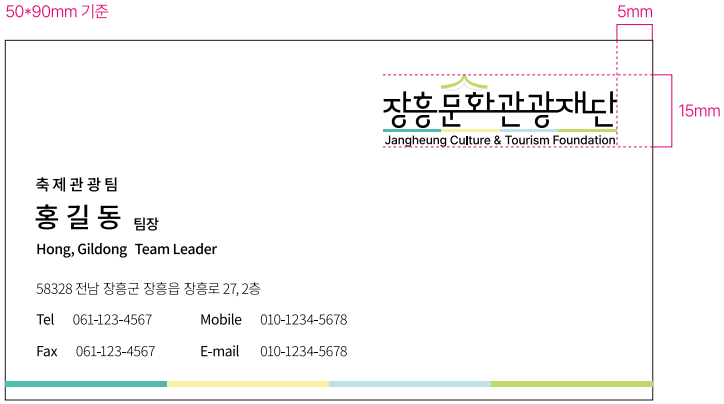
제작방법

옵셋인쇄

지질

랑데뷰 240g 또는 그에 준하는 용지

앞면



뒷면 A

뒷면 B

대봉투

프로모션 아이템은 장흥문화관광재단의 활동과 메시지를 다양한 접점에서 전달하는 주요 커뮤니케이션 수단입니다.

재단의 이미지를 일관되게 형성하기 위해 체계적인 관리가 필요하며, 제작 시에는 공식 가이드에 수록된 기준과 원본 자료를 준수하여 적용해야 합니다.

크기

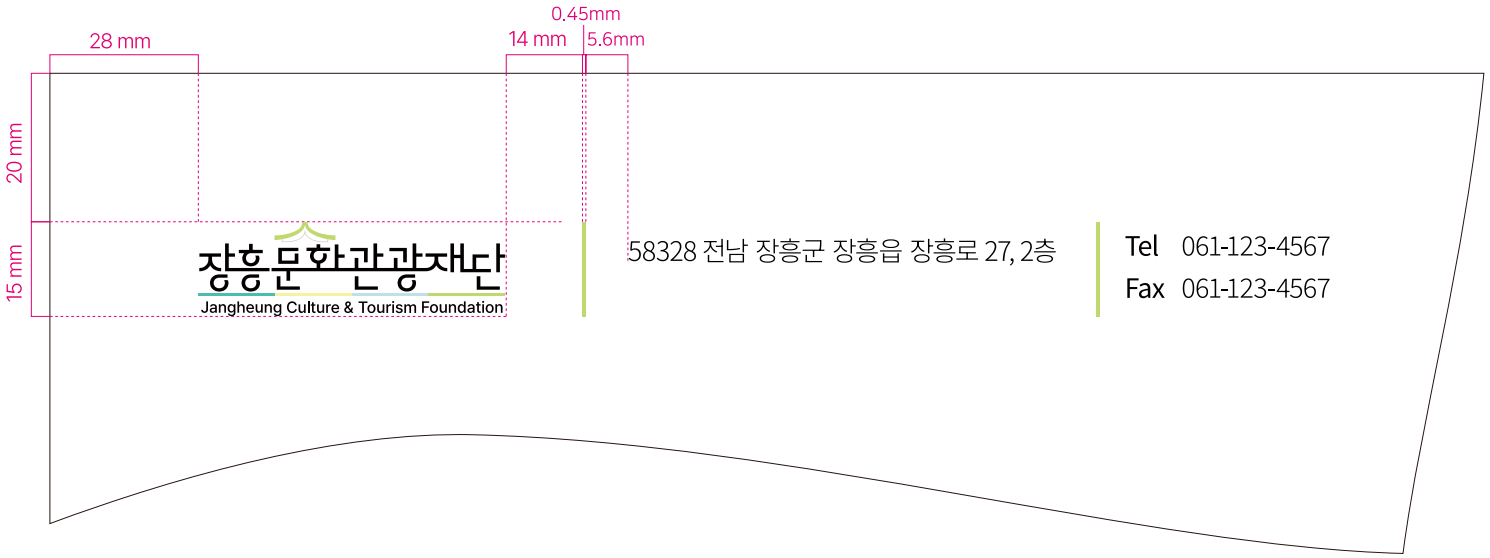
330 × 244 × 42mm

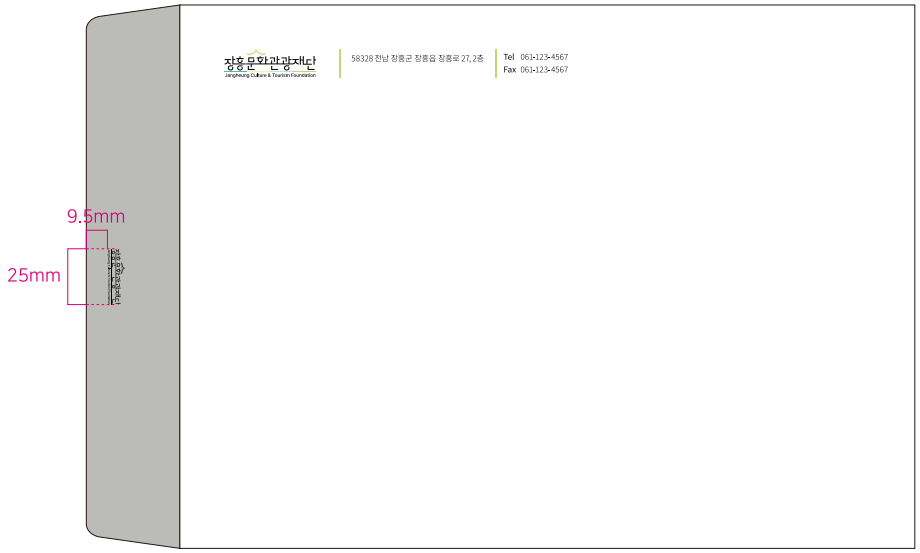
제작방법

옵셋인쇄

지질

랑데뷰 130g 또는 모조지 120g





Scale 30%

소봉투

프로모션 아이템은 장흥문화관광재단의 활동과 메시지를 다양한 접점에서 전달하는 주요 커뮤니케이션 수단입니다.

재단의 이미지를 일관되게 형성하기 위해 체계적인 관리가 필요하며, 제작 시에는 공식 가이드에 수록된 기준과 원본 자료를 준수하여 적용해야 합니다.

크기

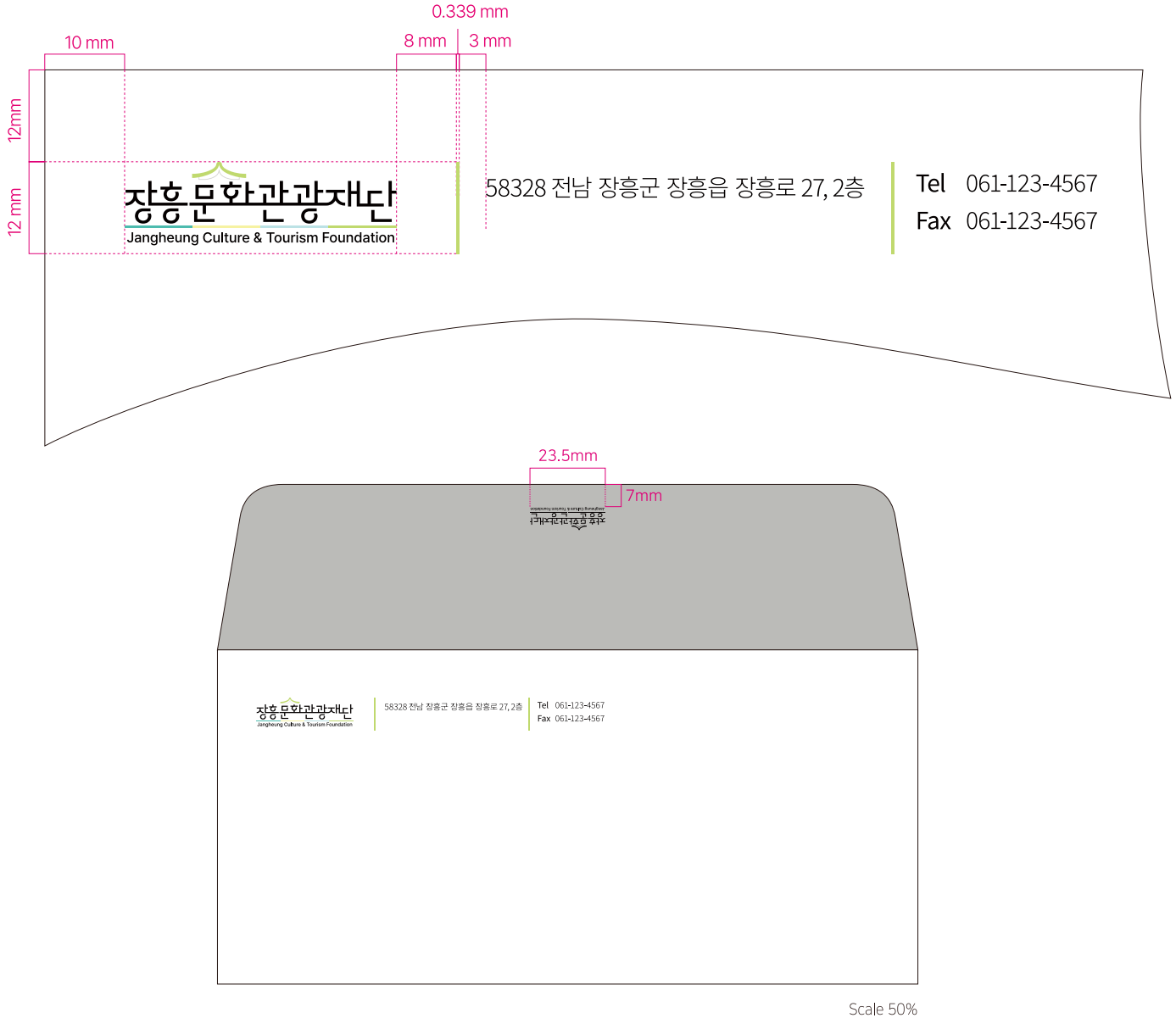
220 × 105 × 52mm

제작방법

옵셋인쇄

지질

랑데뷰 130g 또는 모조지 120g



Scale 50%

X배너

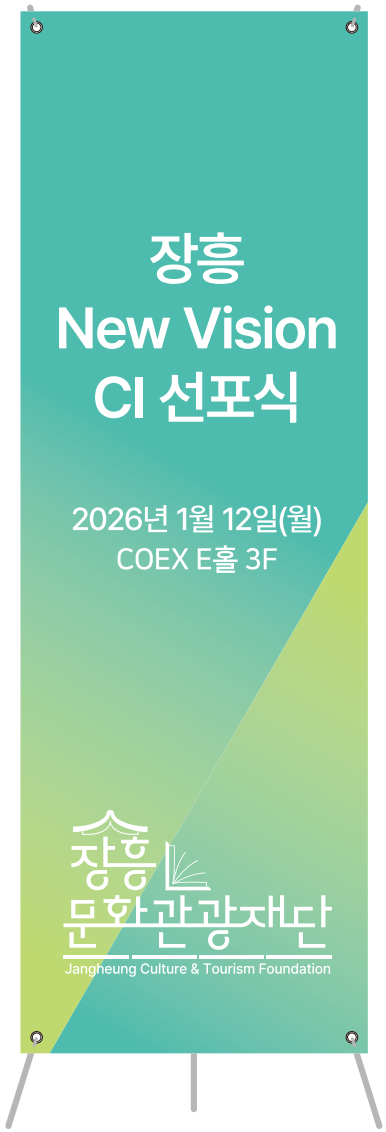
프로모션 아이템은 장흥문화관광재단의
활동과 메시지를 다양한 접점에서 전달하는
주요 커뮤니케이션 수단입니다.

재단의 이미지를 일관되게 형성하기 위해
체계적인 관리가 필요하며, 제작 시에는
공식 가이드에 수록된 기준과 원본 자료를
준수하여 적용해야 합니다.

제작방법
실사출력

Jangheung Green(PANTONE 366 C)

Jangheung Teal(PANTONE 3258 C)



현수막

프로모션 아이템은 장흥문화관광재단의
활동과 메시지를 다양한 접점에서 전달하는
주요 커뮤니케이션 수단입니다.

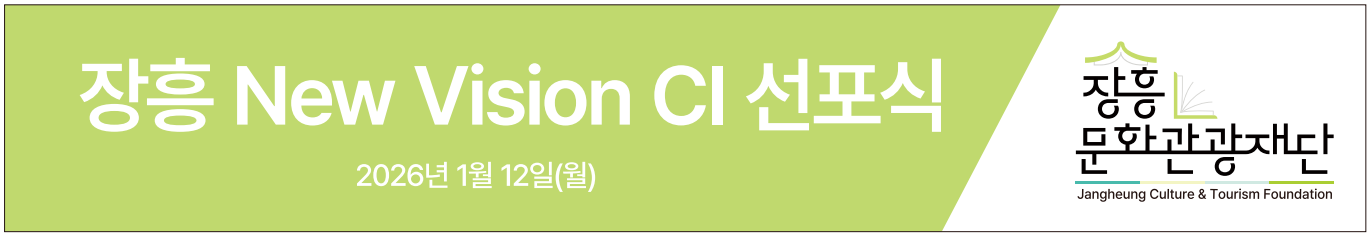
재단의 이미지를 일관되게 형성하기 위해
체계적인 관리가 필요하며, 제작 시에는
공식 가이드에 수록된 기준과 원본 자료를
준수하여 적용해야 합니다.

비례

1:6

제작방법

실사출력



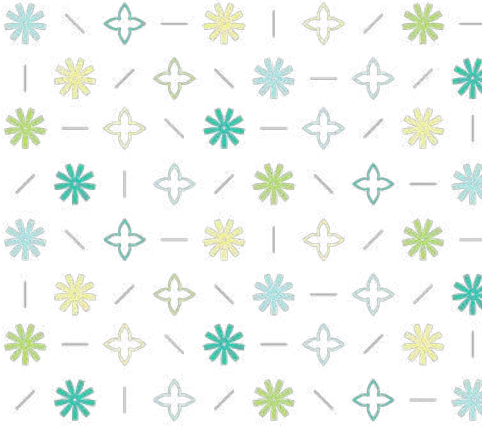
Jangheung Green(PANTONE 366 C)

포장지

프로모션 아이템은 장흥문화관광재단의
활동과 메시지를 다양한 접점에서 전달하는
주요 커뮤니케이션 수단입니다.

재단의 이미지를 일관되게 형성하기 위해
체계적인 관리가 필요하며, 제작 시에는
공식 가이드에 수록된 기준과 원본 자료를
준수하여 적용해야 합니다.

패턴 예시

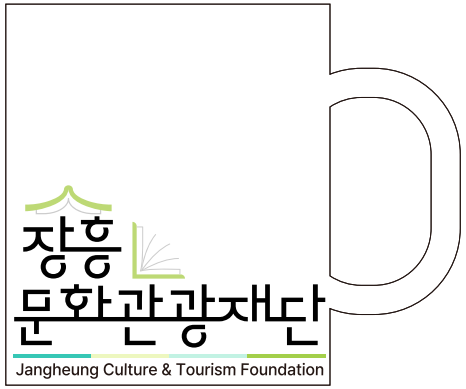


머그컵

프로모션 아이템은 장흥문화관광재단의
활동과 메시지를 다양한 접점에서 전달하는
주요 커뮤니케이션 수단입니다.

재단의 이미지를 일관되게 형성하기 위해
체계적인 관리가 필요하며, 제작 시에는
공식 가이드에 수록된 기준과 원본 자료를
준수하여 적용해야 합니다.

머그컵 예시



종이컵

프로모션 아이템은 장흥문화관광재단의
활동과 메시지를 다양한 접점에서 전달하는
주요 커뮤니케이션 수단입니다.

재단의 이미지를 일관되게 형성하기 위해
체계적인 관리가 필요하며, 제작 시에는
공식 가이드에 수록된 기준과 원본 자료를
준수하여 적용해야 합니다.

A Type

B Type

볼펜

프로모션 아이템은 장흥문화관광재단의
활동과 메시지를 다양한 접점에서 전달하는
주요 커뮤니케이션 수단입니다.

재단의 이미지를 일관되게 형성하기 위해
체계적인 관리가 필요하며, 제작 시에는
공식 가이드에 수록된 기준과 원본 자료를
준수하여 적용해야 합니다.

A Type

B Type_모나미 153 볼펜

Jangheung Green(PANTONE 366 C)

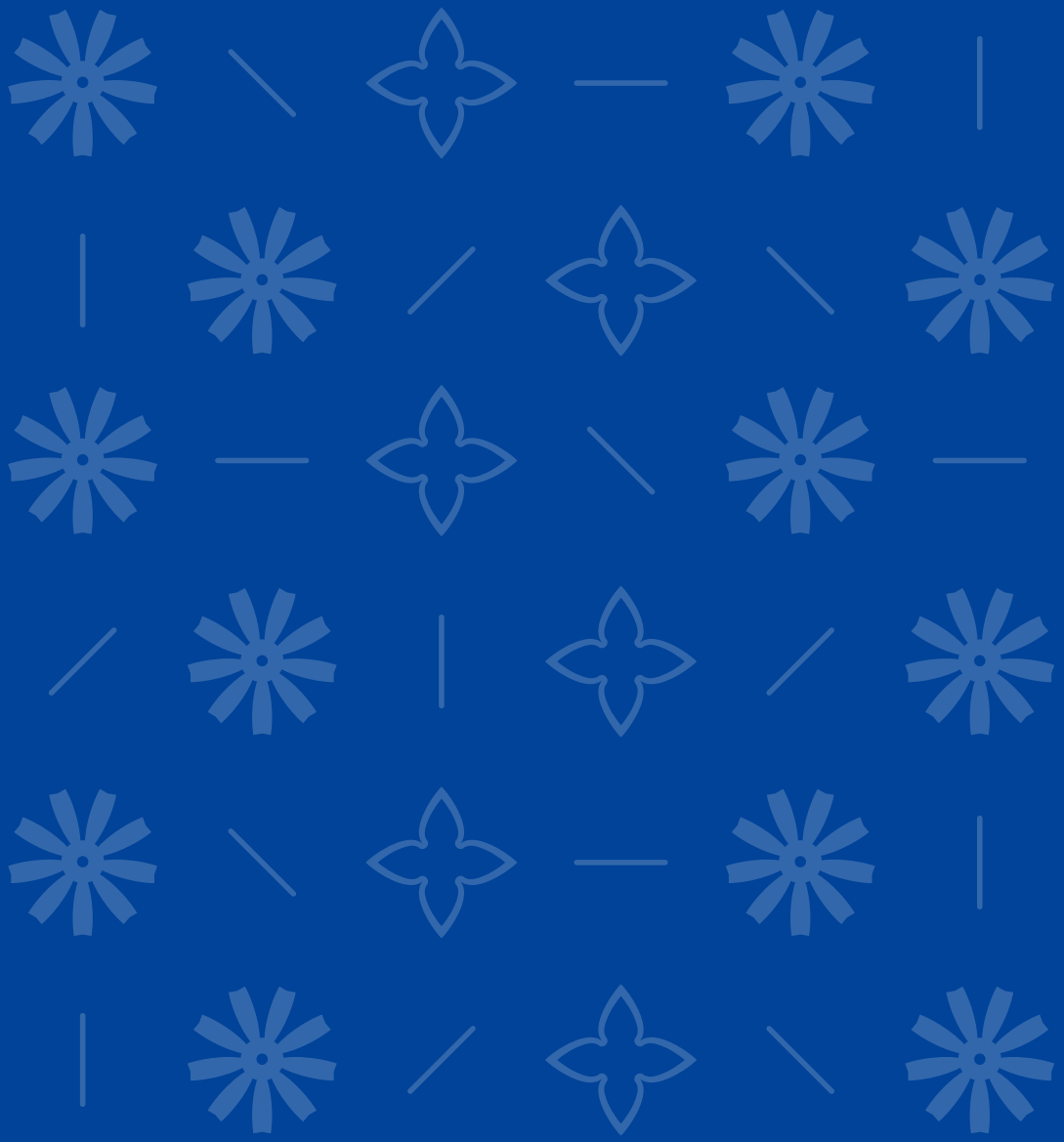
Black

White

장흥문화관광재단
Jangheung Culture & Tourism Foundation

장흥문화관광재단의 아이덴티티가
모든 매체에서 정확하고 일관되게 적용될 수 있도록
본 가이드라인을 기준으로 활용하여 주시기 바랍니다.

본 가이드라인에 포함되지 않은 사항이나
추가적인 적용이 필요한 경우에는
사전 협의를 통해 진행해 주시기 바랍니다.



[59328] 전라남도 장흥군 장흥로 27

전화번호
061-860-5771