

세계인이 찾고 머무는 ‘글로벌 관광도시 광주’ 발돋움



광주시가 도시이용인구 3천만명 시대의 서막을 알리며 올해를 ‘광주 방문의 해’로 선포하고 글로벌 관광객 유치에 박차를 가하고 있다.

인문·문화·예술·스포츠·인권 등 광주만의 강점을 살린 다양한 이벤트를 하나로 묶어 추진함으로써 세계인이 찾고 머무는 글로벌 도시 광주로 도약하겠다는 구상이다.

◇127억 투입 5대 추진 전략 실행

광주시는 올해를 관광이 산업이 되는 관광도시 도약의 원년으로 삼고 ‘광주 방문의 해’를 추진하고 있다.

사업비 127억2천300만원을 투입해 사계절 즐거움이 있는 축제의 도시, 관광상품 및 파격 프로모션 제공, 관광 인프라 확충, 붐업 조성, 전략적 마케팅 등 5대 추진 전략, 14개 과제를 실행한다.

5·18민주화운동 45주년, 광주2025 현대세계양궁선수권대회, 디자인비엔날레, 전국기능경기대회, 광주미식주간, 호남관광문화주간 등 다양한 국제 메가 이벤트가 열리는 만큼 ‘광주 방문의 해’ 성공 개최에 만전을 기할 방침이다.

각종 축제, 프로모션을 연계해 지역 내 관광 소비 진작을 이끌어 경제 활성화를 도모하겠다는 복안이다.

올해는 도시이용인구 1천800만명 달성을 목표로 한다. 슬로건은 ‘광주가 왔다. □가 온다’로 ‘광주가 왔다’는 대한민국 민주주의를 지켜낸 대한민국 대표도시라는 선언이고, ‘□가 온다’는 광주의 정신과 가치, 문화를 우리나라는 물론 전 세계에 선물하겠다는 의지를 담았다.

시기와 주제에 따라 오월 광주, 축제, 미식, 스포츠 성지, 청년, 소년, 문화예술, 광주디자인비엔날레 등 광주의 자산들로 ‘□’를 채워나갈 계획이다.

이를 위해 광주시는 지난 3월 서울역 오픈콘서트홀에서 광주 방문의 해 선포식을 열고 광주의 맛과 멋, 매력을 전국에 알렸다.

광주시는 체계적인 광주 방문의 해 운영을 위해 TF를 구성, 시정 역량을 집중하고 있다. 4차회의를 통해 광주 방문의 해 목표 및 추진 방향 공유, 관광 결합상품 발굴·논의, 단계별 홍보 패키지 구성·실행 등을 논의했다.

컨셉트, 가치에 맞는 브랜드·마케팅 전략을 수립하고 시정 전반에 광주 방문의 해 아이템을 발굴하는 데 힘쓰고 있다.

◇사계절 즐거운 축제 도시 전환

사계절 즐거움이 있는 축제 도시로 전환을 위



광주시가 올해 도시이용인구 1만800만명을 목표로 ‘2025 광주 방문의 해’를 추진하며 글로벌 관광객 유치에 박차를 가하고 있다. 사진(시계방향)은 강기정 광주시장이 유인촌 문화체육관광부 장관에게 광주 관광상품 이용권을 전달하는 모습, 2025 스트릿컬처 페스타, 광주의 미식 ‘떡갈비’, KIA 타이거즈 홈경기를 연계한 ‘야구광 트립’. <광주시 제공>



도시이용인구 1천800만명 달성 목표

‘G-페스타 광주’ 사계절 시즌 확대

관광상품 개발...국내외 관광객 유치

교통 접근성·숙박시설 보완 편의성 ↑

관광 산업화 지역 경제 활성화 도모

‘인문·문화·스포츠’ 도시브랜딩 완성

해 가을(9-10월)을 중심으로 운영되던 통합축제 브랜드 ‘G-페스타’가 연중 확대 운영된다.

봄 시즌 축제로는 지난달 5·18기념행사, 세계인권도시포럼과 연계한 오월광주 민주주의 축제제를 열어 관광객들로부터 호응을 얻었다.

여름 축제로 젊음과 열정의 스트릿컬처 페스타, 뮤직페스티벌을 열었으며 가을에는 낭만과 추억이 가득한 디자인비엔날레, 김치축제, 서창역새축제 등을 개최할 예정이다.

겨울에는 빛과 소망의 크리스마스 빛 축제를 선보인다. 특히 10월엔 광주·전남·전북이 공동 추진하는 ‘호남관광문화주간’을 열어 호남권의 풍부한 관광·문화·역사·예술자원을 연계한 다양한 프로그램과 프로모션 활동을 펼친다.

광역권 여행상품을 개발하고 축제·행사를 개최하는 것은 물론, 광주·전남·전북 간 교류 공연도 진행할 계획이다.

◇‘소년의 길’·‘야구광 트립’ 눈길

광주시는 국내외 관광객 유치를 위해 마케팅·프로모션을 강화하고 있다.

지난달부터 매주 토요일 한강 작가의 소설 ‘소년이 온다’의 주요 장소를 탐방하는 ‘소년의 길’ 인문투어 상품을 운영한다. 소설 속 배경을 활용해 5·18민주화운동 역사의 현장을 걸어보는 반값 관광상품을 개발했다.

소년의 길은 광주 동구 옛 전남도청, 전일빌딩 245 등을 소년이 돼 걸으며 민주 인권, 평화의 정신을 되짚어 보는 도보여행이다. 코스는 한강 작가의 생가, 그(故) 문재학 열사 집이 있었던 광주 북구 중흥초교, 중흥도서관, 전남대로 확대 운영된다.

스포츠와 관광을 묶은 ‘야구광 트립’ 관광상품도 눈길을 사로잡고 있다. ‘야구광 트립’은 빛고를 광주의 ‘빛 광(光)’과 야구에 열광하는 ‘미칠 광(狂)’의 중의적 표현으로 야구에 푹 빠져있는 사람들을 위한 여행이란 의미를 담았다.

광주에 와서 야구만 보고 돌아가기 아쉬운 이들을 위해 KIA 타이거즈 홈경기가 있는 날, 경기 관람 전후 자투리 시간을 활용해 광주의 대표 관광지 동명동·양림동 권역, 전일빌딩245, 무등

산 일원 등을 여행할 수 있도록 구성했다.

이 밖에도 디자인비엔날레, 전국기능대회, 전국소방제전 등 이벤트와 연계한 맞춤형 관광상품을 운영한다.

광주 숙박시설 이용 시 최대 5만원을 할인해주는 ‘숙박페스타’, KTX와 숙박을 연계한 레일텔 할인, 관광 기념품과 유료 관광지 할인, 관광 팝업스토어 운영, 단체 관광객 유치 보상금 확대 등도 추진한다.

오는 10월에는 미식주간을 운영한다. 푸드페어, 할인 행사, 미식 이벤트 등이 열리고 김치축제와 남도맛 페스티벌, 동명커피 등과 연계해 다양한 이벤트를 개최할 계획이다. 산지에서 즐기는 이색 식사 등 남도미식투어 상품도 출시한다.

◇교통·숙박·관광 기반시설 개선

광주시는 관광지 접근성 완화와 관광객 이동 편의를 위해 교통·숙박·관광 안내 기반시설 개선에 나선다.

수요응답형 버스(DRT) 정류장 확대·운영, 대중교통 내 관광지도·안내 책자 비치, 무등산권 숙박·체험 체류형 관광상품 ‘지오스테이’ 운영 등 수용 태세를 점검·확충한다.

양림동 선교사 사택을 리모델링해 ‘월로우빌리지’를 조성, 숙박·체험이 가능한 관광상품으로 활용할 계획이다.

여행자를 위한 관광 안내 채널도 정비한다. 관광객이 더 쉽게 정보를 얻을 수 있도록 관광안내소와 해설사 운영을 관광객 편의 중심으로 개편했다.

남도관광센터, 여행자의 집, 총장의 집, 거점 예술여행센터 3개소, 관광안내소 4개소, 관광해설사 14개소를 운영한다. 또 각종 축제 시 관광안내소, 문화관광해설사 등을 행사 안내에 적극 활용하고 관광누리집 다국어 서비스 및 관광지도 음성 가이드 확대 등을 추진한다.

◇온·오프라인 홍보 ‘붐업’ 주력

서울·부산 등 주요 도시에서 팝업스토어를 운영해 홍보하고 인플루언서와 기자단을 초청, 광주의 매력을 체험할 수 있는 팸투어를 진행한다.

‘비짓광주’ 채널을 통한 SNS 캠페인, 숏폼 콘텐츠 제작, 해시태그 챌린지 등 온라인 홍보를 전개할 예정이다.

일본·대만·동남아 등의 주요 온라인 플랫폼을 활용해 마케팅하고 한국관광공사와 함께 K관광로드쇼 및 국제 여행박람회 참가 등을 통해 글로벌 관광객 유치에도 적극 나선다.

강기정 광주시장은 “지역 관광 침체에 대응한 소비 진작과 한강 작가의 노벨상 수상, 5·18민주화운동 위상 변화 등의 기회를 놓치지 않고 지역 경제 활력 기반을 마련하고 도시 브랜딩을 강화할 것”이라며 “2025 광주 방문의 해를 맞아 광주를 찾는 국내외 관광객들이 광주만의 역사·문화·예술 자원을 마음껏 즐길 수 있는 기회가 되길 바란다”고 말했다. /변은진 기자

http://samhyang.nonghyup.com/

광주매일신문 창사 34주년을 축하합니다

농업이 대우받고, 농촌이 희망이며, 농업인이 존경받는

함께하는 100년 농협

삼향농협이 함께합니다

농업인과 소비자의 신선한 만남

삼향농협 로컬푸드 직매장(남악하나로마트 내)

삼향농협 주유소

전남 무안군 삼향읍 임성로 177-1 ☎061-283-4401

삼향농협 조합장 나용석