

문화·축제 등 체류 수요 증가... 숙박 기반은 뒷걸음



광주는 국내 5개 광역시 가운데 유일하게 5성급 호텔이 없는 도시다. 광역시급 도시 중 최고 등급 숙박시설이 전무한 사례는 광주가 유일하다. 인구 140만명 규모의 대도시이자 호남권 거점 도시라는 위상과 비교하면 분명한 구조적 특징이다. 이는 단순한 숙박 등급의 문제가 아

심사를 통과한 5성급 호텔은 여수의 '소노캉'이 유일하다. 호남권 중심 도시임에도 최고 등급 숙박시설이 부재한 상태가 장기간 이어지고 있는 셈이다. 광주 시내 4성급 이상 호텔은 3곳. 총 객실 수는 약 600실 규모다. 반면 인구 규모가 유사한 대구시는 5성급 2곳을 포함해 4성급 이상 호텔 8곳, 약 1700실을 확보하고 있다. 대전시 역시 5성급 1곳과 4성급 이상 6곳, 약 1400실 수준의 공급 기반을 갖추고 있다. 객실 수 기준으로 보면 광주의 중상위급 숙박 규모는 대구의 3분의 1 수준에 그친다. 차이는 숫자에서 그치지 않는다. 대구

광주·전남, 특급호텔 대부족...대구·대전 절반 수준 신세계 등 복합개발로 전환점...체류 전략 등은 과제

나라, 도시의 체류 기반과 산업 수용 능력을 가능케 하는 지표라는 점에서 의미가 작지 않다. 광주는 국제회의와 기업 행사, 문화·예술 축제 등 다양한 도시 기능을 수행하고 있다. 공공기관과 산업단지, 의료 인프라가 집적돼 있고 대형 공연과 전시도 꾸준히 열리는 등 일정 규모의 체류 수요가 지속적으로 발생하고 있다. 그러나 이를 안정적으로 흡수할 중상위급 숙박 기반은 제한적인 수준에 머물러 있다. 2일 광주시에 따르면 현재 광주에는 4성급 호텔 3곳을 포함해 15개의 관광호텔이 운영되고 있다. 전통적인 의미의 5성급 호텔은 없다. 광주·전남 전제로 범위를 넓혀도 등급

시와 대전시는 특급호텔을 중심으로 국제회의와 기업 행사를 유지하며 숙박·연회·컨벤션 기능을 한 공간에 집적하는 구조를 형성해 왔다. 숙박시설이 도시 내 비즈니스 네트워크의 거점으로 기능하고 있는 셈이다. 반면 광주는 행사와 체류 기능이 분산되는 구조를 수십 년간 유지해 왔다. 5성급 호텔은 단순히 객실이 많은 시설을 의미하는 것이 아니다. 대형 연회장장과 국제회의장, 고급 식음시설, 전문 컨시어지 서비스 등 복합 기능을 갖춰야 하며, 국제회의(MICE), 글로벌 기업 행사, 고소득 관광객 수요를 흡수하는 기반 시설로 작동한다는 점에서 숙박 중심의 4성급 호텔과 역할이 구분된다. 도시 외부 인사



강기정 광주시장(가운데)이 지난달 5일 오전 시청 비즈니스룸에서 박주형 ㈜신세계 대표이사와 관광터미널 복합화사업 투자양해각서를 체결한 후 이동훈 광주신세계 대표로부터 조감도에 대한 설명을 듣고 있다.

를 맞이하는 공식 공간이자, 고부가가치 소비가 이루어지는 플랫폼이라는 점에서 경제적 파급 효과도 적지 않다. 아울러 도시 브랜드를 가시적으로 보여주는 상징 자산이기도 하다. 대규모 행사 유치 경쟁에서 개최 도시의 인프라 수준을 판단하는 기준으로 활용되며, 해외 기업인과 투자자를 맞이하는 공간의 기능을 수행하기도 한다. 단순한 체류 편의성을 넘어 도시 이미지와 직결되는 요소인 것이다. 그럼에도 5성급 호텔은 광주에 자리 잡

지 못했다. 전방·일선방직 부지 개발, 농성동 일대 주상복합 사업 등 주요 개발 프로젝트마다 특급호텔 건립 계획이 포함됐지만 실제 착공으로 이어진 사례는 드물었다. 특히 일신·전남방직 터 개발 당시 5성급 호텔을 포함한 복합 개발안이 제시됐으나, 사업 구조가 조정되며 호텔 계획은 실현되지 않았다. 업계에서는 지역 내 고급 숙박 수요의 절대 규모, 투자 대비 수익성, 운영 인력 확보 문제 등이 복합적으로 작용했다고

분석한다. 단독 호텔 형태로는 안정적인 수익 구조를 만들기 어렵다는 판단이 반복되면서 사업 추진이 지연되거나 중단됐다는 설명이다. 이는 특정 사업자의 문제가 아니라 도시 숙박 구조 전반의 제약 요인이 작동해 있음을 보여준다. 결국 광주의 5성급 호텔 공백은 시설의 유무를 넘어 도시의 체류 구조와 산업 연계, 투자 환경이 복합적으로 반영된 결과로 분석된다. 특급호텔 논의가 재개된 지금, 광주의 숙박 인프라는 양적 확대

여부를 넘어 구조적 경쟁력을 재정립해야 하는 단계에 들어섰다. 지역 호텔업계 관계자는 "5성급 호텔은 객실 등급의 문제가 아니라 도시의 수요 구조와 직결된 인프라"라며 "국제회의와 기업 행사, 고소득 관광객 수요를 안정적으로 흡수할 기반이 충분하지 않은 한 객관적 분석이 선행돼야 한다"고 말했다. 이어 "공급 확대만으로는 구조적 한계를 해소하기 어렵다"고 덧붙였다. 김은지 기자 eunzy@gwangnam.co.kr



삼성전자 '갤럭시 S26 울트라' 체험 공간 오픈

직접 비교 통한 혁신 기능 체험... 'AI 라이브 쇼' 진행

삼성전자가 '갤럭시 S26 울트라'를 만날 수 있는 갤럭시 스튜디오를 강남과 홍대에서 운영하고 있다고 2일 밝혔다. 스튜디오는 방문객이 '갤럭시 S26 울트라'와 자신이 사용 중인 스마트폰을 직접 비교하며 보안·성능·카메라 등 '갤럭시 S26 울트라'에 적용된 혁신 기술을 직관적으로 체험할 수 있도록 구성됐다. 먼저 방문객들은 '갤럭시 S26 울트라'와 자신의 스마트폰을 동일한 각도로 기울여보면서 특정 상황이나 실행 앱에 따라 화면의 측면 시야를 차단해 개인정보 노출을 막아주는 '프라이버시 디스플레이' 기능을 비교해 볼 수 있다.

또 체험존에서는 비치된 태블릿에 입력된 보이스피싱 프로그램을 통해 '갤럭시 S26 울트라'와 방문객의 스마트폰에 전화 걸려 실제 피싱 상황을 연출한다. 이때 방문객은 모르는 번호로 걸려 온 전화를 사용자 대신 AI가 받아 자동으로 발신자 정보와 통화 내용을 요약해 주는 AI 기반 '통화 스크리닝' 기능을 자신의 기기와 대조하며 직접 경험할 수 있다. 한층 업그레이드된 카메라와 사진 편집 기능을 즐길 수 있는 카메라 체험존에서는 '포토 어시스트' 기능을 통해 AI와 자연어로 간편하게 소통하며 사진을 편집하고, '크리에이티브 스튜디오'를 활용해 활

영한 사진을 스티커로 제작해 공유해 볼 수 있다. '갤럭시 S26 울트라'와 자신의 스마트폰으로 각각 촬영한 결과물을 비교하며 2억 화소 카메라의 뛰어난 성능을 경험하는 것도 가능하다. 이 외에도 삼성전자는 일상 속 편의성을 높여주는 AI 활용법을 안내하기 위해 '갤럭시 AI 라이브 쇼'를 운영한다. 삼성전자 한국총괄 장소연 부사장은 "새롭게 오픈한 '갤럭시 스튜디오'는 방문객이 자신의 스마트폰과 직접 비교하며 '갤럭시 S26 울트라'의 차별화된 성능을 직관적으로 경험할 수 있도록 기획한 공간"이라며 "이곳에서 '갤럭시 S26 울트라'만의 놀라운 하드웨어 경쟁력과 AI 사용성을 만나보시길 바란다"고 말했다. 정승기 기자 sky@gwangnam.co.kr

알피바이오, 홍삼 '블리스터 젤리' 상용화

에멀전 특허공법 적용... 키즈·MZ 겨냥 제형 혁신

연질캡슐 생산기업 알피바이오는 독자 기술로 적용한 '홍삼 기능성 블리스터 젤리'의 식품·약품안전처 안전성 검토를 마치고 본격 상용화에 돌입했다고 2일 밝혔다. 이번 제품의 핵심은 흡수를 개선한다. 홍삼의 주요 기능성 성분인 진세노사이드는 개인별 체내 흡수 편차가 크다는 점이 한계로 지적돼 왔다. 알피바이오는 홍삼 유추 성분을 미세화하는 에멀전 공법을 통해 생체이용률을 끌어올렸다고 설명했다. 단순한 맛 개선을 넘어 기능성 신뢰도를 강화했다는 점에서 의미가 있다는 평가다. 제형 역시 차별화했다. 끈적이는 젤린이나 쓴맛이 강한 농축액 대신, 간편하게

섭취할 수 있는 젤리 형태를 채택했다. 특히 2024년 특허를 획득한 '블리스터 젤리' 개발 포장 기술을 적용해 상온 보관이 가능하고 산소 노출을 최소화해 위생성과 휴대성을 동시에 확보했다. 회사 측은 프리미엄 키즈 시장에서 1차 타깃으로 설정했다. 자녀의 기호도와 성분 흡수율까지 꼼꼼히 따지는 소비 트렌드에 맞춰 '맛·간편성·기능성'을 모두 충족하는 하이엔드 제형으로 포지셔닝하겠다는 전략이다. 동시에 홍삼을 기피하던 젊은 세대의 진입 장벽을 낮춰 신규 수요를 창출한다는 복안이다. 첫 상용화 파트너로는 키즈 건강기능식품 브랜드 '키즈텐'이 참여한다. 알피바이



오는 이번 협업을 시작으로 기능성 원료를 다양화한 젤리 포트폴리오를 확대해 건강기능식품 ODM·OEM 영역에서 제형 혁신을 주도한다는 계획이다. 알피바이오 관계자는 "홍삼은 K-건식의 상징이지만 소비자 라이프스타일에 맞춘 제형 혁신이 필요했다"며 "에멀전 공법과 블리스터 기술의 결합이 글로벌 시장에서 경쟁력을 높이는 계기가 될 것"이라고 말했다. 송대용 기자 sdw0918@