

“광주 쇼핑라이프 확 달라진다” 스타필드 vs 더현대 차이는

신세계프라퍼티, ‘그랜드 스타필드 광주’ 사업 계획서 제출
지난 3년간 소셜 빅데이터 약 1800만건 분석해 니즈 파악
현대백화점그룹도 지난달 ‘더현대 광주’ 사업추진방향 소개
호남권 전역·전국단위 관광객과 해외 관광객 적극 유치 계획

신세계그룹과 현대백화점그룹의 ‘광주광역시 복합쇼핑몰’ 사업 계획서가 모두 공개된 가운데, 이들 유통사가 광주 지역을 어떻게 변모시킬지 주목된다.

광주시에 따르면 신세계프라퍼티는 최근 ‘그랜드 스타필드 광주 복합쇼핑몰 사업 계획서’를 제출했다.

계획서에서 신세계프라퍼티는 복합쇼핑몰을 넘어서는 세상에 없던 미래형 복합 라이프스타일 센터 ‘그랜드 스타필드 광주’를 건립하겠다고 밝혔다. ‘그랜드 스타필드 광주’가 들어서는 곳은 광주시 서부 어등산 부지 41만 7531㎡(약 12만6000평), 연면적 53만6900㎡(약 16만평) 규모로 광주 전역 및 인접도시 접근성이 우수한 곳이다.

쇼핑과 엔터테인먼트를 넘어 광주만의 새로운 콘텐츠인 압도적 규모의 휴양·레저·문화 등의 인프라를 결합한 체류형 복합공간으로 개발할 방침이다.

이에 앞서 현대백화점그룹은 지난달 ‘광주광역시 공동체와 함께 성장하는 더현대 광주’란 주제로 ‘더현대 광주’의 비전과 사업추진 방향을 소개한 바 있다.

현대백화점그룹은 광주시 북구 옛 전남방직·일신방직 공장 부지(약 31만㎡)에 대지면적 약 3만3060㎡(1만평), 연면적 30만㎡(9만평) 규모로 ‘더현대 광주’를 건립할 예정이다.

◆그랜드 스타필드 광주, 5가지 라이프스타일 공간 제안

신세계프라퍼티는 광주와 호남지역의 니즈를 담아 신세계만의 콘텐츠와 스타필드 운영 노하우로 5가지 라이프스타일 공간을 제안했다.

▲연면적 26만㎡(약 8만평) 규모의 아메이징한 고객 경험을 제공할 스타필드 ‘라이프스타일 오아시스’ ▲하이엔드 힐링 리조트 복합단지 ‘피스풀 파라다이스’ ▲지역 작가 작품 중심의 예술공원 ‘아트 테라스 가든’ ▲실내와 야외를 결합한 다이나믹한 엔터테인먼트를 즐길 수 있는 공간 ‘액티브 정글’ ▲스포츠와 다양한 문화이벤트를 즐기는 열린 커뮤니티 공간 ‘커뮤니티 파크’ 등이다.

더불어 청량한 물소리와 자연을 한눈에 품은 광주 최대 규모의 워터파크 ‘인피니티 아쿠아월드’, 반려동물과 함께 뛰놀 수 있는 ‘글램핑&펫파크’, 책과 함께 머물며 힐링하는 ‘별마당 북스테이’, 빛고를 광주와 어등산 자연경관을 즐길 수 있는 ‘랜드마크 전망대’를 조성한다.

신세계프라퍼티는 어등산부지 개발에 앞서 지난 3년간의 소셜 빅데이터 약 1800만건을 분석했다. 이를 통해 ‘트렌디한 라이프스타일을 광주를 벗어나지 않고 즐길 수 있는 공간과 콘텐츠를 원하고 있다’는 점과, 인근 나주 혁신도시 등 호남 전역의 지역민이 광주시 의존도가 높다는 점을 파악했다.

◆더현대 광주, 해외 관광객 유치하는 ‘골렘도시’ 만든다

현대백화점그룹은 더현대 광주를 통해 호남권 전역은 물론 전국 단위 관광객과 중국, 일본, 동남아 등 해외 관광객을 적극 유치할 수 있는 ‘골렘도시’를 만들겠다는 계획이다.

현대백화점그룹은 광주시에 들어설 복합쇼핑몰의 이름을 ‘챔피언시티’로 정하고, 이 곳의 핵심시설로 ‘더현대 광주’를 제시했다.

챔피언시티에는 광주시가 제시한 ‘메타 N-콤플렉스’를 경험할 수 있는 쇼핑시설 외에 특급호텔(6만㎡, 약 1만8000평)과 스트리몰(8만3000㎡, 약 2만 5000평), 프리미엄 영화관, 야구의 거리(6만㎡, 약 1만5000평), 그리고 역사문화공원(1만㎡, 약 3000평) 등 여가·예술·관광 콘텐츠가 복합적으로 구성될 예정이다.

‘더현대 광주’는 친환경·최첨단 기술·예술·엔터테인먼트·로컬 등 5가지 문화 테마가 융합된 국내 첫 문화복합물이다. 일상 속 여가와 휴식, 엔터테인먼트를 윈스톱으로 경험하면서 첨단 디지털 기술을 누리고 광주만의 콘텐츠도 담아내는 공간으로 구현될 예정이다.

세분화된 취향 중심의 ‘큐레이션’을 핵심 MD 콘셉트로 한 혁신적인 매장 구성에도 나설 계획이다. 특히, 압도적인 규모와 다양한 체험 콘텐츠를 바탕으로 국내 관광객은 물론, 중국과 일본 그리고 동남아 등 해외 관광객 유치에도 적극 나선다는 구상이다.

◆“광주 고객 향한 마음 같지만, 앞으로 절차는 달라”



그랜드 스타필드 광주. (사진=신세계프라퍼티 제공)



‘더현대 광주’ 조감도 (제공 = 현대백화점그룹)

‘신세계 그랜드 스타필드’는 기본적으로 제3자 공모방식이란 점에서 큰 차이를 보인다. 광주도시공사가 소유한 공유지에 기업이 투자이익을 담은 사업계획서를 제출하는 방식이어서 별도의 공모 절차가 필요하다.

어등산 개발 제3자 공모는 전체적으로 빠르면 6개월, 길면 9개월 가량 소요될 것으로 시는 보고 있다. 경쟁 기업이 나타나지 않을 경우 광주시는 위원회를 구성, 신세계그룹의 사업계획에 대한 적절성 평가에 들어가게 된다.

‘더현대 광주’는 기업 소유 부지에 복합쇼핑몰 사업을 추진하는 것으로 사전협상 과정을 통해 사업내용이 조정되고 구체화될 예정이다. 그 결과에 따라 신활력행정협의체에서 행정절차를 신속하게 처리할 수 있다.

사업은 크게 6단계로 사업계획서 제출을 시작으로 ▲신활력행정협의체 구성·운영 ▲시민·시의회 의견 수렴 ▲대시민 발표 ▲신속한 윈스톱 행정처리 지원 ▲지역상생 방안 협의의 순이다.

최이슬 기자

호남신문 i-honam.com	대표전화 (062) 229-6000 광주서구운천로 213스카이랜드 309호
발행인·편집인 최정현 편집국장 직무대리 서선옥	
동부취재본부 전남 순천시 충효로 63 가동 2호	(061) 905-2011
서울취재본부 서울시 노원구 공릉로 62가길 16-1	(02) 2238-0003
기사제보 (062) 222-2580 광고직통 (062) 228-2580 팩스 (062) 222-5547	
등록번호 광주가 00021 (원간) / 1946년 4월 창간 / 구독료 월 10,000원 1부 500원 인 쇄 mpn	
본지는 신문 윤리강령 및 그 실천 요강을 준수합니다.	

호남신문 후원 및 회원제 시행합니다

결교 쉽지 않은 길이지만 저희가 개척하겠습니다.
지금보다 견뎌낼 수만 있다면 어렵지만 마다하지 않겠습니다.
외부로부터의 어떠한 압력이나 간섭에서도 자유롭기 위해서라면 당장의 손익에 급급해 하지 않겠습니다.

호남신문의 후원 및 회원제를 시행합니다.
액수의 많고 적음을 떠나 회원 여러분의 피와 땀이 배인 후원금을 소중히 접수하겠습니다.
후원금으로 광고의 일부를 대체해 광고주의 유무형 압력 등 편집권 침해로부터 탈피해 자유로운 제작이 이뤄질 수 있도록 할 것입니다.
호남신문은 후원 및 회원제의 시행으로 애곡되지 않은 정론을 펼치는데 지역언론의 선봉장 역할을 자임합니다.

전국 일간지 최초로 복지면을 할애해 사회적 약자와 취약계층의 권익향상에 힘쓰고 있는 호남신문은 후원회원제를 통해 보다 더 굳건하게 뿌리를 내릴 수 있도록 노력하겠습니다.
당장 눈에 띄는 획기적인 성과를 기대하겠습니까마는 한 걸음 한 걸음 내딛다보면 작은 내가 모여서 강을 이루듯 우리가 지향하는 목표점에 다다를 수 있지 않을까 합니다.
호남신문은 후원 회원들의 자발적 후원으로 운영되는 시스템을 차차 정착시켜 나갈 것입니다.
호남신문의 작지만 큰 변화의 몸부림에 시도민 여러분의 적극적인 동참을 기대합니다.

