

유통 3사 10조 투자...쇼핑·여가 어우러져 삶의 질 'UP'

‘더현대 광주’ 옛 전방·일신방직 부지서 2027년 하반기부터 영업
신세계, 백화점 확장·어등산관광단지 ‘그랜드 스타필드 광주’ 조성
롯데 수완 아울렛, 프리미엄 복합쇼핑몰 전환...럭셔리 브랜드 대거 입점

광주에 복합쇼핑몰이 없다는 사실은 광주 낙후의 대명사가 되어 지난 2022년 대선에서 화제가 되기도 했다. 그랬던 광주에 초현대적 시설에 신개념 복합쇼핑몰들이 들어선다.

2027년 하반기에는 ‘더현대 광주’ 옛 전방·일신방직 부지에서 영업을 시작한다.

정지영 현대백화점 대표는 “더현대 서울보다 1.5배 큰 연면적 30만㎡ 규모로, 세계적 건축가 ‘헤르초크&드비롱’이 설계를 맡아 광주의 전통문화를 현대적으로 재해석했다”고 밝혔다. 49층 규모의 랜드마크 타워와 특급호텔도 함께 들어설 예정이다. 현대백화점 측은 “시장, 도심 가로, 공공회관, 마을을 수직으로 쌓아올린 독특한 구조로 설계했다”며 “단순한 쇼핑공간이 아닌 광주의 새로운 랜드마크가 될 것”이라고 강조했다.

신세계그룹은 두 개의 대형 프로젝트를 동시에 추진한다. 먼저 기존 광주신세계백화점을 ‘Art &

Culture Park’로 탈바꿈시킨다. 신세계백화점 관계자는 “현재 530개인 입점 브랜드를 1000개로 확대하고, 에르메스·루이비통·샤넬 등 럭셔리 브랜드를 대거 유치할 계획”이라며 “강남점의 고품격과 센텀시티점의 매머드급 규모를 동시에 구현할 것”이라고 설명했다. 특히 갤러리와 대형 서점, 옥상 공원 등 문화시설을 대폭 확충해 단순한 쇼핑공간을 넘어선 복합문화공간으로 조성할 예정이다.

신세계는 또 어등산관광단지에는 1조3400억원을 투자해 ‘그랜드 스타필드 광주’를 조성한다. 임영복 신세계프라퍼티 사장은 “41만7000㎡ 부지에 스타필드와 콘도, 별첨도서관 등을 갖춘 체류형 복합공간을 조성하겠다”며 “2027년 착공해 2030년 1차 개장, 2033년 레저타운과 부대시설 준공을 목표로 하고 있다”고 밝혔다. 연간 2830만명의 방문객이 찾을 것으로 예상되며, 20조3000억원의 경제적 파급효과와 11만5000명의 고용유발효과가 기대된다.



광주의 옛 전방방직·일신방직 공장터에 들어서게 될 신개념 복합쇼핑몰 ‘더현대 광주’ 조감도.

가장 먼저 문을 여는 곳은 롯데의 ‘타임빌라스’다. 롯데쇼핑 관계자는 “2026년까지 수완 아울렛을 프리미엄 복합쇼핑몰로 전환하겠다”며 “연면적 12만4275㎡, 지하 1층, 지상 8층 규모의 공간을 최적 활용할 것”이라고 설명했다. 특히 고층 아파트와 타운

하우스가 밀집한 수완지구의 프리미엄 입지를 활용해 차별화된 쇼핑 경험을 제공할 계획이다. 롯데 측은 “기존 아울렛 개념을 넘어 럭셔리 브랜드와 프리미엄 F&B를 대거 유치할 것”이라고 덧붙였다. 하지만 우려의 목소리도 있다. 광주시상인연합

회는 “1995년 광주신세계 입점으로 지역 백화점들이 문을 닫았던 전철을 밟을 수 있다”며 반대 입장을 분명히 했다. 이에 광주광역시시는 ‘복합쇼핑몰 입점 대응 상권영향평가 연구용역’을 실시 중이다. 복합쇼핑몰 입점 예정지 반경 3·5·10km로 나눠 소상공인 현황과 상권 특성을 파악하고, 이를 바탕으로 맞춤형 상생방안을 마련할 계획이다.

또한 법적 의무시기보다 3년 앞당겨 ‘광주 복합쇼핑몰 상생발전협의회’를 올 하반기에 구성하고, 특례 보증 지원 규모를 1,500억원으로 확대하기로 했다. 아울러 2,700개 소상공인의 디지털 전환을 지원하고, 지역화폐와 온누리상품권을 활용한 판촉도 지원할 예정이다.

광주광역시시는 4대 복합쇼핑몰의 성공적인 안착을 위해 교통 인프라 확충에도 나선다. 도시철도 2호선 광천선 지선 신설과 BRT 노선 확대를 검토 중이다. 특히 신세계 복합쇼핑몰이 들어서는 광천 터미널 일대는 터미널 지하화와 함께 대중교통 환승센터로서의 기능도 강화될 전망이다.

광주광역시 도시계획과는 “4대 쇼핑몰은 단순한 소비공간이 아닌 새로운 문화를 만드는 곳이 될 것”이라며 “교통 혼잡 해소를 위한 인프라 확충에도 만전을 기하겠다”고 강조했다. /김태훈 학생기자

강기정 시장 “광주 쇼핑 명소 거듭날 것”

옛 전방·일신방직 부지에 들어서는 광주 최대 규모 복합쇼핑몰이자 랜드마크가 될 ‘더현대 광주’의 건축디자인이 전격 공개됐다. 또 광주시와 사업 주체인 현대백화점은 ‘더현대 광주’ 조성사업의 원활한 추진과 소상공인의 상생, 지역 경제·문화·관광 활성화에 뜻을 함께 하기로 했다.

협약에 따라 광주시는 복합쇼핑몰 ‘더현대 광주’의 조성이 계획대로 추진되도록 신속·공정·투명한 절차에 따라 행정적 사항을 적극 지원한다. 현대백화점은 ‘더현대 광주’를 광주의 고유성과 문화적 정체성을 담아 랜드마크로 조성하고, 경제·문화·관광 등 지역 발전을 위해 적극 노력한다.

특히 광주시와 현대백화점은 소상공인과의 상생을 위해 운영되는 ‘광주 복합쇼핑몰 상생발전협의회’에 적극 참여하기로 했다.

‘복합쇼핑몰 상생발전협의회’는 소상공인, 사업자, 광주시가 모두 참여해 상생방안을 도출하는 협의기구로, 유통산업발전법 상 유통업상생발전



지난 5월 22일 강기정 광주시장과 정지영 현대백화점 대표이사간 광주복합쇼핑몰 협약식을 체결했다.

협의회를 중운한 협의체이다. 유통법에는 준공을 앞둔 대규모점포 등록 때 운영하도록 규정하고 있다.

‘숙원사업’ 시내 면세점 유치 언제쯤

광주시의 지역관광 활성화를 위한 숙원사업인 시내 면세점 유치는 언제쯤 가능할까.

관세청이 지난 2022년 광주와 전남·전북지역 시내 면세점 특화신청을 접수한 결과 한 곳도 신청서 접수업체가 없었다. 중소·중견기업 제한경쟁으로 진행된 당시 시내 면세점 신청의 경우 광주지역에선 면세점 운영 경험이 있는 중견업체 한 곳이 참여를 적극 검토했지만 코로나 여파로 관광산업 활성화 여부를 확인할 수 없다는 판단에 따라 참여 의사를 접은 것으로 알려졌다.

그러나 광주가 수년 내에 국내 최고수준의 복합쇼핑몰 집합도시가 되고 대중관계 개선에 따라 중국인 관광객의 입국이 다시 늘 것으로 예상됨에 따라 광주 시내면세점에 대한 필요성이 다시 대두되고 있다. 유통업계에선 광주의 신속 복합쇼핑몰

내에 시내 면세점 설치가 자연스럽다는 견해도 내놓고 있다.

광주시는 기획재정부 보세판매장(면세점) 제도 운영위원회로부터 대기업 면세점 특허를 받은 뒤 유통기업들을 대상으로 투자유치를 추진해 왔다. 시내 면세점은 한 때 ‘황금알을 낳는 거위’로 불리며 유통업체간 치열한 경쟁을 벌였지만 중국 관광객 급감으로 적자가 쌓이면서 기업들의 면세점 투자열기는 옛 같지 않은 실정이다.

그러나 그동안 광주시는 아시아문화중심도시 활성화를 위해 막대한 예산을 들여 관광 인프라를 구축해 왔고 광주공항의 이전으로 무안공항이 활성화 된다면 그 수혜도시는 광주가 될 것이 확실한 만큼 광주 시내 면세점 설치 움직임은 광주시의 포기할 수 없는 숙제인 셈이다. /김태훈 학생기자

‘몽키 터미널’ 충장로 상권 부활 구원투수 등판

와이즈 파크, 복합 문화공간 변신
지하3층·지상9층...내년 5월 개장
엔터·패션·잡화·식음료 한곳에

백악이 무효라는 구도심 활성화, 그중에서도 광주상권 1번지였던 충장로의 활성화의 새로운 기대가 나타났다.

광주광역시 동구 충장로 옛 가든백화점 건물인 와이즈 파크가 2025년 5월, ‘몽키터미널(조감도)’이라는 새로운 복합 문화공간으로 개장할 예정이다. 지하 3층, 지상 9층에 달하는 이 대형 공간은 약 5천300평의 연면적을 자랑하며, 엔터테인먼트, 패션, 잡화, 식음료까지 한곳에 어우러진 복합 쇼핑 공간으로 조성된다.

충장로의 대표적인 공간으로서, 과거와 현재의 충장로를 잇고, 상권에 새로운 활기를 불어넣는 랜드마크가 될지 주목된다.

몽키터미널이 들어설 와이즈 파크 건물은 과거 광주 지역의 대표 백화점이었던 가든백화점이었던 만큼 광주상권의 상징적 장소다. 이 자리에 다시 대규모 복합 문화시설이 들어선다는 점에서, 지역 주민과 충장로 방문객들은 높은 기대감을 보이고 있다.

‘몽키터미널’이라는 이름은 발랄한 원숭이의 이미지에서 착안 되었으며, 터미널이 가진 ‘연결’의 의미를 더해 충장로가 과거의 영광을 되찾고, 방문객과 지역 상권을 잇는 중심지 역할을 할 것이라는 포부를 담고 있다.

특히, 이번 프로젝트는 기존 상업시설과 차별화된 ‘엔터마켓’ 콘셉트를 도입해, 방문객들에게 새로운 경험과 즐거움을 제공할 목적으로 설계되었다. 다양한 패션 브랜드와 잡화 매장, 감각적인 식음료 공간은 물론이고 체험과 놀이 요소를 결합한 엔터테인먼트 시설이 마련되어, 쇼핑을 넘어 일상에서 벗어난 특별한 경험을 선사할 계획이라고 한다.



몽키터미널은 이전에 충장로에 조성된 상업시설인 시너지타워보다 더 발전된 형태의 문화·쇼핑 복합 공간으로 기획되었다. 이번 프로젝트는 단순한 상업시설을 넘어, 지역 상권의 지형을 바꾸는 계기가 될 것으로 기대를 모은다. 충장로는 물론 인근 지역의 방문객 유입을 더욱 촉진하여 지역 경제에 긍정적인 파급 효과를 미칠 것으로 보인다.

내부 공간 설계는 상권의 시너지 효과를 극대화할 수 있도록 ‘로드맵 구조’를 적용했다. 이는 방문객들이 각층의 다양한 상점과 체험 공간을 효율적

으로 돌아볼 수 있도록 동선을 고려한 배치로, 자연스럽게 충장로 중심 상권 내에서 쇼핑과 문화 활동을 이어갈 수 있도록 설계되었다. 이와 더불어, 충장로뿐만 아니라 예술의 거리, 동명동 상권, 국립 아시아문화전당 등 주변의 주요 문화 거점들과도 유기적으로 연결해, 충장로를 찾는 방문객들이 한층 풍성한 예술과 문화 경험을 즐길 수 있도록 했다.

개장을 앞두고 몽키터미널은 충장로를 활성화 하는 다양한 이벤트도 선보였다. /김태훈 학생기자

매력도시 광주

발행처	호남대학교 미디어커뮤니케이션학과
제작처	광주일보
지도교수	조경완

본지는 호남대학교 미디어커뮤니케이션학과와 2024년 전공교과 신문제작실습 수강생들이 제작한 실습 신문입니다. 2000부가 인쇄되어 광주일보 구독 세대에 배포되었습니다. 광주광역시는 즐길거리가 부족한 도시라는 세간의 인식에 대해 수강생들은 변화하는 광주지역 도시환경과 문화에 주목하여 광주의 예술 스포츠 관광 쇼핑 음식문화를 재점검하는 취재를 하였습니다. 이 신문이 광주의 즐거움을 재인식하는데 도움이 되길 바랍니다. 모든 기사의 책임은 호남대학교 미디어커뮤니케이션학과(062-940-5266)에 있습니다. 본지는 호남대학교 실습실습비로 제작되었습니다.

