

사업제안서

광주광역시 복합쇼핑몰

본 제안서는 광주광역시의 새로운 랜드마크이자, **미래형 복합쇼핑타운을 제안**하기 위해 작성하였습니다.



* 본 개발 개요와 조감도 등은 사업 제안을 위한 당사의 계획이며, 실제 설계 단계에서 외국 설계사 협업을 통해 더욱 개선될 예정입니다.
* 본 제안서에 사용된 사례 이미지는 이해를 돕기 위한 예시 이미지입니다.

전방·일신방직 부지가 광주광역시의 위상을 더욱 강화할 “챔피언스시티”로 다시 태어납니다.



“챔피언스시티”는 랜드마크타워, 더현대 광주, 역사문화공원, 챔피언스몰, 야구의 거리가
융합된 국내 최대·최고 수준의 복합쇼핑타운입니다.

챔피언스시티는 국내 최대, 최고 수준의 복합쇼핑타운으로
랜드마크타워(특급호텔, 업무시설 등), 더현대 광주, 역사문화공원, 스트리트몰, 야구의 거리가
유기적으로 연결된 하나의 공간을 지칭합니다.



챔피언스시티 앵커별 면적표

총 연면적	약 151,000평
더현대 광주	약 90,000평
랜드마크타워	약 18,000평
챔피언스몰	약 25,000평
야구의 거리	약 15,000평
역사문화공원	약 3,000평

* 시설별 세부 면적은 향후 개발 계획에 따라 일부 변동 가능

챔피언스시티의 핵심 앵커시설인 **“더현대 광주”**는 문화복합몰로서 가장 진화된 **미래형 리테일 플랫폼**입니다.



미래형 리테일 모델 구현을 위한 소비자 핵심가치를 선정

LOCAL COMMUNITY



로컬리티(Locality)를 기반으로
지역의 스토리를 담는 커뮤니티 활성화

RETAIL THERAPY



엔터테인먼트, 여가, 휴식을 원스탑으로
경험하는 도심 속 웰니스 공간의 확대

TECH PLAY



인공지능(AI), 확장현실(XR) 등
첨단 디지털 기술과 오프라인 공간의 융합



미래형 리테일 = 다양한 방식으로 존재(젠더, 나이, 라이프스타일 등) 하는 소비자 취향의 **복합적 문화 큐레이션 공간**



광주광역시가 제시한 "Meta N-Complex"를 경험하는 "Another City"

Necto

「Ageless」

전 세대를 아우르는
문화 공간과 콘텐츠



모든 세대에 걸쳐 새로움과
만족을 줄 수 있는 경험



Next & New

Another City

광주 속 또 다른 도시

“새로운 차원의 공간과 경험이 펼쳐지는 곳”



Neck

「Timeless」

변하지 않는
프리미엄 리테일의 본질



최고 수준의 공간·MD·콘텐츠로
연결된 최신 리테일 경험



[Into The Next]

“Another City”에서 경험하는 진화된 라이프스타일

⋮

광주의 NEXT

문화와 디지털을 융합한
랜드마크의 특성을 활용하여
도시의 새로운 정체성 확보

문화의 NEXT

다양한 문화가 조화를 이루고
소통과 참여를 통한 새로운
문화 유입 및 창조 환경 조성

자족도시의 NEXT

쇼핑과 외식, 문화생활 등
다양한 즐거움을 한 곳에서 누리는
지속가능 인프라 구현

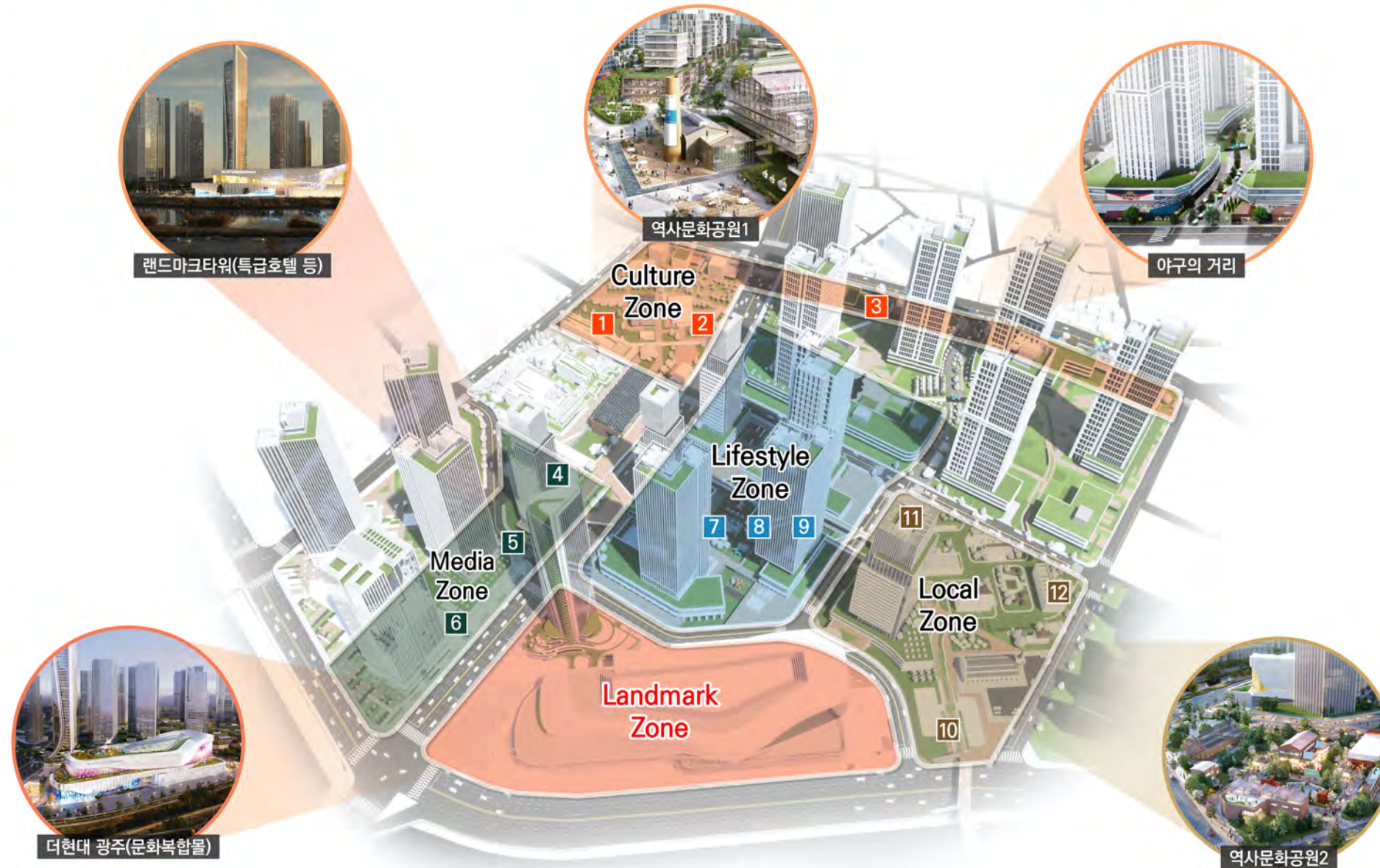
더현대 광주를 중심으로, 문화·최첨단 기술·로컬 요소가 복합적으로 어우러지며
전 세대를 아우르는 문화 공간과 다양한 경험 가치 제공

Culture Zone

1 갤러리형 카페
아티스트 콜라보레이션 등 예술 작품 결합

2 복합문화공간
컬처 콘텐츠가 결합된 취향 소비 공간

3 야구의 거리
야외 야구 타격장
기아타이거즈 기념관 등과 연계



Local Zone

10 역사문화관
역사성을 담은 문화재를 활용한
아트·전시 등 복합문화시설

11 창고형 카페
공장을 개조해 만든 특별한 공간

12 아틀리에(공방)
특별한 체험이 가능한
다양한 컨셉의 작업 공간

Media Zone

4 미디어파사드
보행통로, 광장 등 주요 공간 연출

5 미디어 제작 공간
디지털 콘텐츠 제작 및 체험 공간

6 대한민국 대표 문화콘텐츠
"K-Pop, e-스포츠" 콘텐츠 스토어 도입

Lifestyle Zone

7 판매시설
글로벌 SPA, 스포츠전문점 등 대형샵

8 컬처 테넌트
영화관, 대형서점, 키자니아 등

9 체험형 전문관
기아자동차 협업
(체험 전시장 + F&B + 멤버십 라운지 등)

조닝별 특화요소 ①

1 랜드마크타워



1 최고급 특급호텔

대규모 행사 개최시 주요 역할 수행



2 실내스파 & 인피니티풀

광주 일대가 한눈에 들어오는 전망과 특급 호텔 서비스 제공



실내스파



인피니티풀

2 더현대 광주(문화복합물)



더현대 광주는 현대백화점그룹에서 운영하는 점포 중 최대 규모로 개발 예정

구분	더현대 광주	현대백화점 판교점	더현대 서울	S사 광주
대지면적(평)	10,000	6,900	8,000	4,500
연면적(평)	90,000	68,000	59,000	18,000
대비율(연면적)	100%	76%	66%	20%

* 더현대 광주 연적은 향후 개발 계획에 따라 일부 변동 가능

1 랜드마크 전략

유명 설계사와 협업, 독창적인 건물 기획



2 차별화 경험 전략

최신 라이프스타일 트렌드와 차별화 경험을 완성하는 콘텐츠



3 미래형 MD 전략

새로운 시도와 혁신적인 카테고리 전문관 구성



조닝별 특화요소 ②

3 역사문화공원 1



1 미디어 폰드

미디어 폰드에 조성한 미디어아트를 감상하면서 힐링할 수 있는 휴식 공간



2 예술 발전소

광주시민과 작가들을 위한 예술 발전소



3 야경 명소

독특한 구조의 고가수조에 미디어아트를 적용한 야경 명소

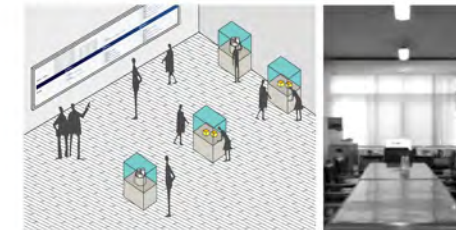


4 역사문화공원 2



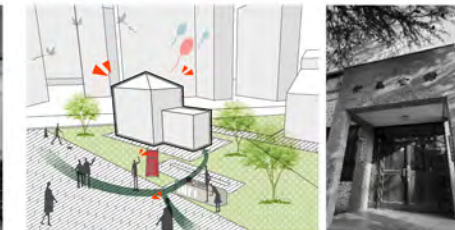
1 기록 전시 공간

방직공장의 기록물을 보존하고 전시하는 공간



2 웰컴 센터

관광객들을 위한 안내자료와 휴식공간이 있는 웰컴 센터



3 복합 임동 스테이

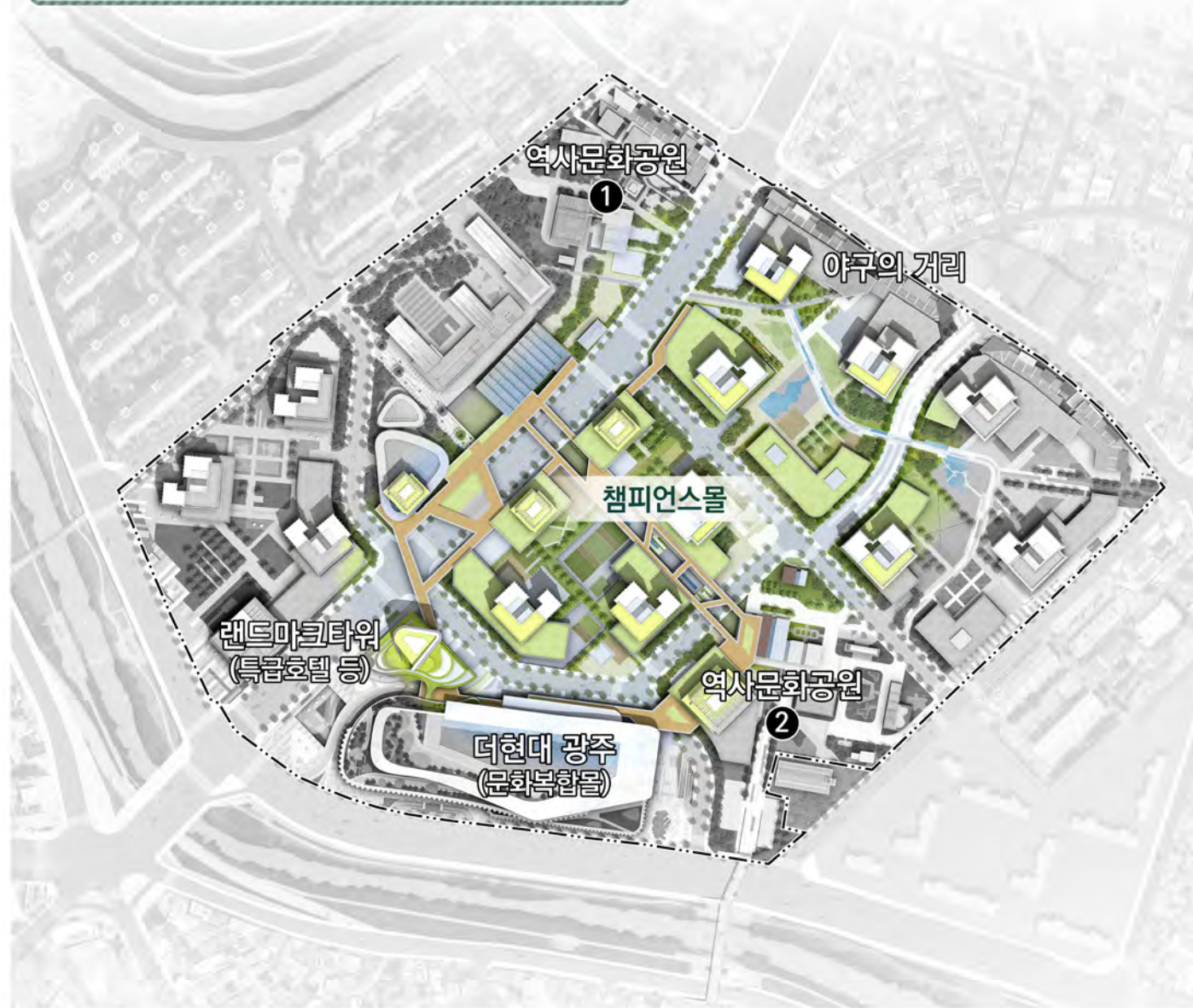
기숙사 구조를 재 활용하여 숙박·카페·갤러리 관람을 즐길 수 있는 임동 스테이



조닝별 특화요소 ③

5 챔피언스몰(스트리트몰)

생활·업무 편의 제공을 위한 상업기능에 충실,
폭넓은 업종의 **다양한 편의 시설 개발**



1 대형 SPA, 카테고리 전문점



2 서비스, 편의시설



3 엔터테인먼트



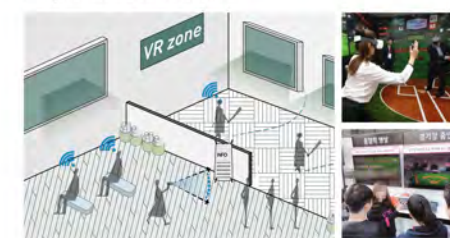
6 야구의 거리

챔피언스필드와 연계된
광주시민들을 위한 **추억의 공간**



1 체험의 거리

디지털 콘텐츠와 첨단 장비를 활용한
Experience Street



2 축제의 거리

야구의 모든 것을 즐길 수 있는 축제의 장

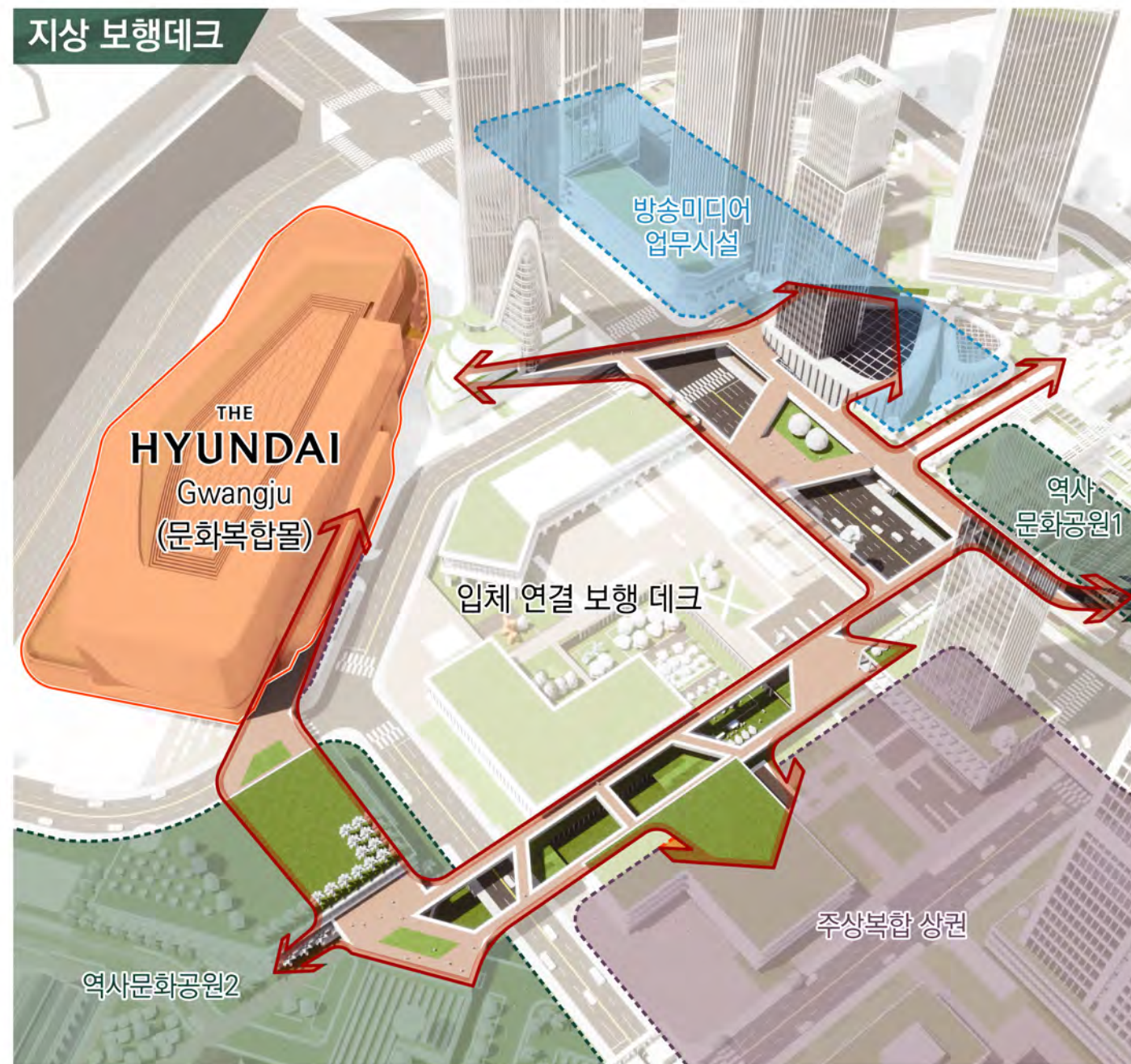


3 승리의 거리

우승 순간을 벽면에 기념하는
'Moment of Glory' Street



지상 보행데크, 지하 연결통로라는 순환형 공간을 통해 단지 내 다양한 콘텐츠의 유기적 연결 및 시설 간의 시너지 효과 도모



- ✓ 도로 계획에 의해 단절된 지상 보행을 데크로 연결하고,
토지의 입체적 활용을 통해 시설 간 연계성 강화

- ✓ 지하 연결통로를 통해 건물 간 연결성을 확대하는 대규모 쇼핑공간,
더 라이브러리(The Library)를 조성하여 효과적인 고객 순환을 유도

[The Iconics]

기존에 경험하지 못한 최신의 트렌드와 최첨단의 쇼핑 환경을 통해
럭셔리 컬처 코드가 라이프스타일 범주로 확장되는 **광주의 상징적인 공간**

•
•
•

Walk with Architecture

새로운 차원의 플랫폼으로 들어오는 순간,
세계적 건축가들의 철학을 느끼며 새로운 공간이 주는 **궁극의 가치**를 경험한다.



Little Island (Thomas Heatherwick, New York)



The Exchange (Kuma Kengo, Sydney)



Amore HQ (David Chipperfield, Seoul)

5가지 키워드를 중심으로 최신 **최신 라이프스타일 트렌드**와
새로운 경험을 완성하는 핵심 공간 콘텐츠 기획

Eco
Player

도심 속 자연과 조화를 이루고,
힐링을 경험하는 녹지 공간 구현

그리너리한 자연친화적
공간과 함께 **지속가능한**
라이프를 경험하는 공간



Tech
Innovator

역동적인 하이테크 미디어와
함께 경험에 몰입 할 수 있는
공간 구현

최첨단 디지털 테크가
결합된 생동감 넘치는
체험형 리테일 공간



Hyper
Local

다채로운 모습과 자유로운
분위기 속 다양한 경험이 있는
공간 구현

경험의 현지화를 통해
지역의 가치를 나누고
공유하는 **소통의 장**



Culture
Maker

예술과 문화적 콘텐츠를
생산하고 소비하는
크리에이티브한 공간 구현

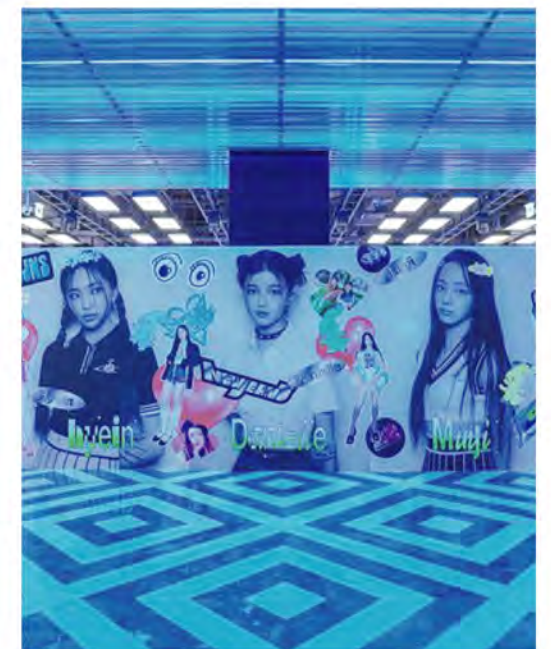
문화도시의 위상에
걸맞게 끊임 없이
일상에서 **문화·예술**을
발신하는 **플랫폼**



Pop
Entertainer

시선을 압도하는 비주얼과
테마별 강렬한 이미지가 있는
실감형 공간 구현

럭셔리·MZ·패밀리 등
다양한 취향의 고객들이 즐기는
엔터테인먼트의 집합



컨셉 구현 방안 : ① URBAN ECO PARK

The Hyundai Gwangju

더현대 광주



[해외사례]

이탈리아 "그린피" - 세계 최초 "Green Retail Park" 지향

- 태양열, 재활용 재료 활용한 환경 인증 건물
- 지역 "녹색 서비스" 기업 및 지속가능성 추구 MD 입점



[콘텐츠]

자연 친화적 그리너리 공간에서 즐기는 지속가능한 라이프스타일 콘텐츠





* 본 이미지는 이해를 돕기 위한 가상 이미지로 개발 과정에서 실제 모습과 다를 수 있음.

[해외사례]

봉 마르쉐 백화점 "빅 메 시크" 팝업

- 80여개 글로벌 브랜드와 테크놀로지가 결합된 쇼핑 제안
- 나스(메이크업 특수거울), 랄프로렌(인터랙티브 스크린) 등



[콘텐츠]

최첨단 디지털 테크가 결합되어 편의, 재미, 새로운 경험이 넘치는 체험형 콘텐츠





[해외사례]

나카가와 마사시치 복합 문화공간

- 로컬 기반 비즈니스 공유 오피스, 역사 아카이브 전시
- 공예, 다도 등 전통 콘텐츠 체험 공간



[콘텐츠]

경험의 현지화를 통해 지역의 가치를 공유하는 소통 콘텐츠



압도적인 규모에 다양한 체험 공간과 콘텐츠가 담겨 있는 **미래형 리테일 공간**



No.1 Landmark

지역 랜드마크로서
차별화된 규모와 하드웨어



Curation

세분화된 취향 중심의
카테고리 전문관



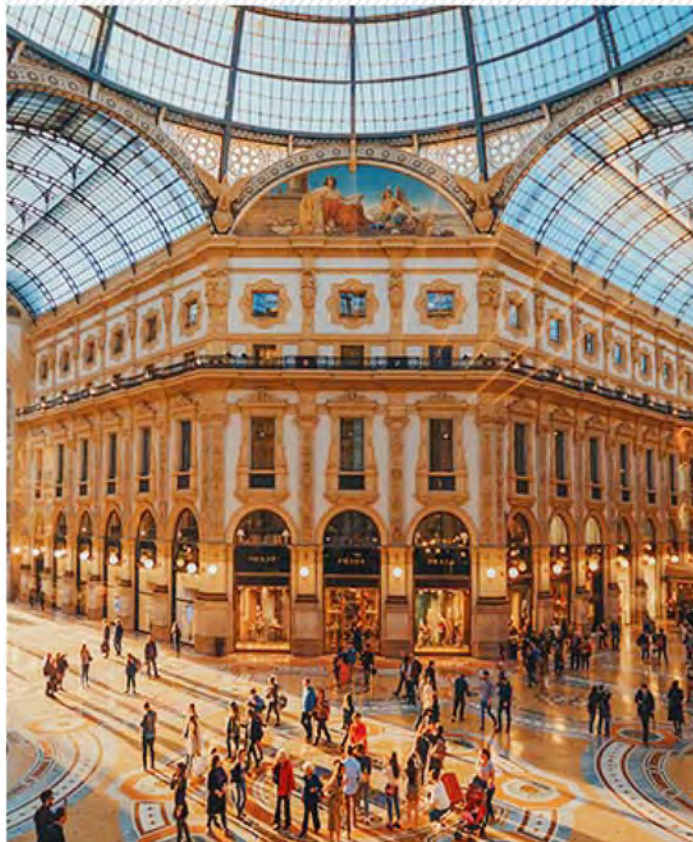
Futuristic

디지털 기술과 문화 콘텐츠가 결합된
전에 없던 새로운 소비 여정

국내 최대

Luxury 전문관

압도적인 하드웨어
최다 명품MD 구성



국내 최고

MZ Ground

스트리트·온라인 인기 브랜드
SNS 이슈 콘텐츠 유치



국내 No.1

Tasty 광주

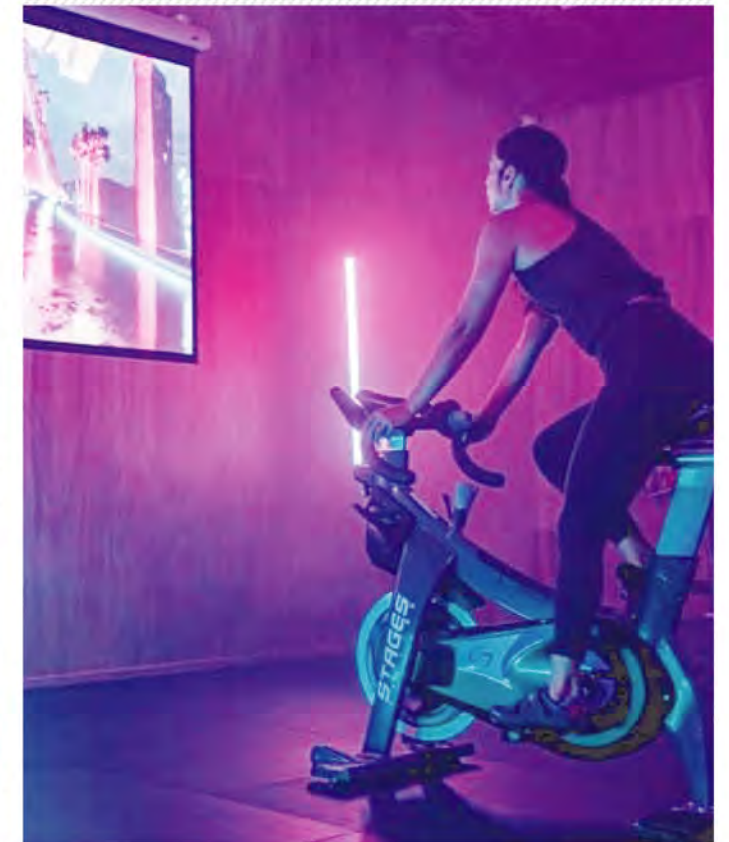
현대식품관, 트렌디 F&B
최고급 다이닝 구현



업계 최초

Digital Wellness

디지털 라이프스타일 제안
헬스·뷰티 케어 전문관 구성



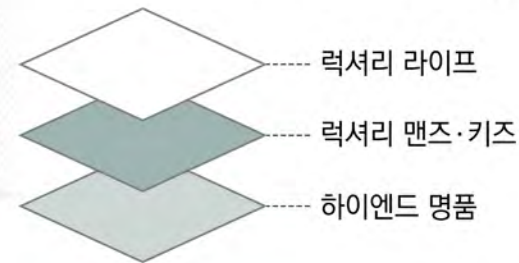
세부 MD 계획 1

The Hyundai Gwangju

더현대 광주

압도적 규모와
차별화된 브랜드를 경험할 수 있는
“국내 최대 규모의 명품관”

Luxury 전문관



POINT 1 국내 최대 규모 구현

- ✓ 국내 최고 수준 Luxury Floor : 3개 층, 총 1만평 이상
- ✓ 브랜드별 국내 최대 크기 매장 및 상권 최초·최대 브랜드 유치

POINT 2 New 카테고리, New MD

- ✓ 세분화된 고객 취향에 맞춘 상품 카테고리 중심 전문관 구성 : 슈즈, 맨즈, 키즈 등
- ✓ 리빙·아트 등 확장된 영역의 럭셔리 라이프스타일 제안

POINT 3 New 럭셔리, 선제적 도입

- ✓ ‘新명품’이라 불리는 글로벌 이미징 브랜드 선제적 유치
- ✓ 계열사(한섬) Co-work으로 글로벌 트렌드 실시간 수용 및 소싱 역량 발휘

현시대
최신 트렌드를 발신하는
“국내 최고의 MZ전문관”

MZ GROUND

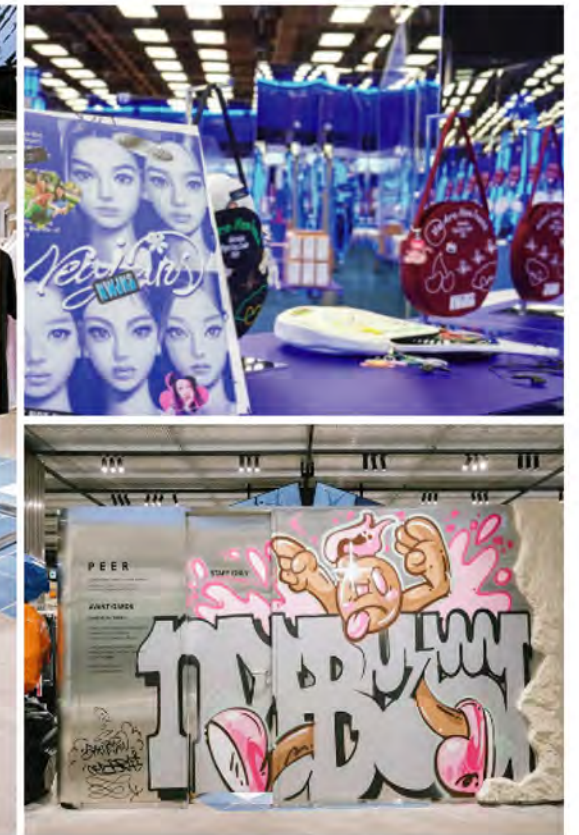


POINT 1 더현대 서울의 성공 DNA 이식

- ✓ ‘국내 최초’, ‘오프라인 최초’, ‘업계 최초’ 등 최신 브랜드가 집결된 패셔니스타들의 성지
- ✓ The First(지역 최초 전개 브랜드) The New(로컬 신진 디자이너 브랜드) 등 차별화 조닝 구성

POINT 2 매일 매일 새로운 더현대 유니버스 구현

- ✓ 인스타그램머블 콘텐츠 및 공간으로 MZ들의 ‘오픈런’을 부르는 ‘핫플레이스’
- ✓ K-Pop, 캐릭터 굿즈, NFT 아트 등 다양한 카테고리의 트렌디 콘텐츠 유치



세부 MD 계획 2

The Hyundai Gwangju

더현대 광주

글로벌 푸드 트렌드를 제안하고
고품격 식문화를 경험할 수 있는
“국내 No.1 미식 문화 공간”

Tasty 광주

현대식품관

프리미엄
다이닝

지역별
트렌디 맛집

POINT 1 더현대만의 미식 콘텐츠

- ✓ 국내 최고의 그로서리
‘현대식품관’과 HMR 전문샵 등
특화 코너 전개
- ✓ 당사 운영 브랜드로
고급스러운 식문화 제안
: 이탈리아, 와인웍스 등

POINT 2 글로벌 이슈브랜드 총망라

- ✓ 전국구 트렌드 맛집 유치로
MZ세대들의 필수 방문 공간
- ✓ 국내 최초 미술관 스타 셰프들의
레스토랑이 밀집한 프리미엄
미식 공간 구현

POINT 3 로컬브랜드 발굴

- ✓ 지역 F&B 브랜드 발굴 및
인큐베이팅 팝업 전개
- ✓ 지역 식재료를 활용한
그로서란트 및 산지 특화샵
‘명인명촌’ 확대 구성

첨단 기술을 통해
건강한 삶을 제안하는
“업계 최초 디지털 웰니스 전문관”

Digital Wellness

AI

라이프스타일

빅데이터

헬스케어

AR·VR

뷰티

POINT 1 디지털 라이프스타일

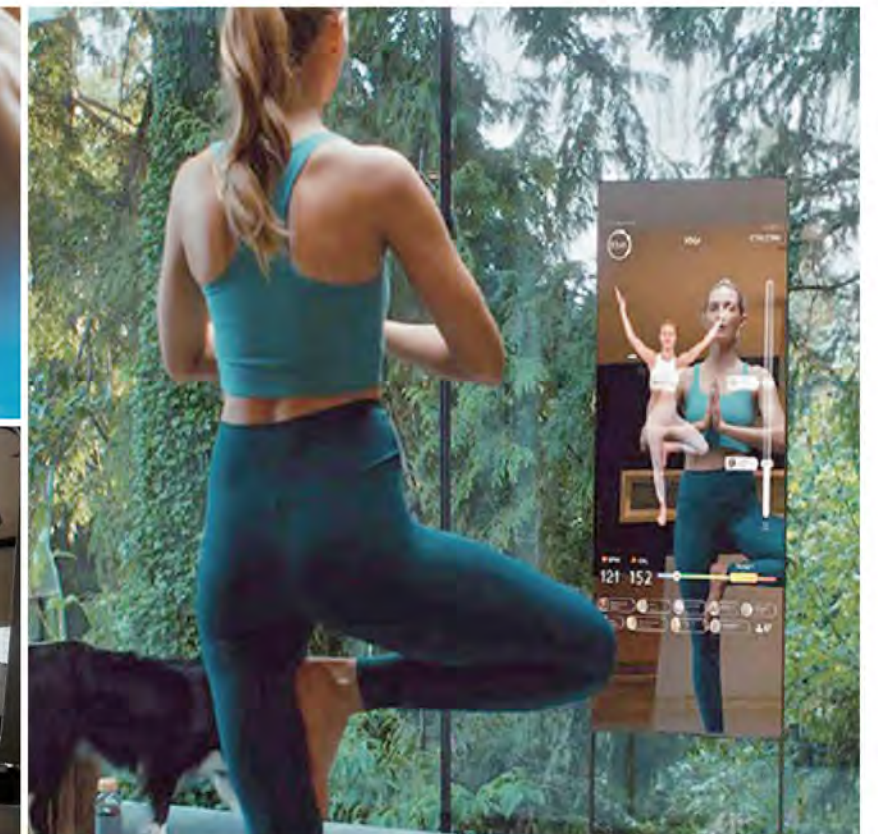
- ✓ AI 기술-IoT(사물인터넷) 결합
: AIoT 스마트홈 쇼룸 구현
- ✓ 빅데이터 접목 라이프 테크 매장
: 슬립테크(수면캡슐),
펫테크(자동급식기) 등

POINT 2 디지털 헬스케어

- ✓ 스포츠 디지털 플래그십 스토어
: 메타버스 러닝 체험 등
- ✓ 스마트 피트니스 특화샵
: 실시간 바디 체크 및
원격 클래스 코칭

POINT 3 스마트 뷰티 케어

- ✓ 초개인화 뷰티 스토어
: AI 컬러 진단 + AR 메이크업
- ✓ 디지털 영양 큐레이션 서비스
: 맞춤형 건기식 및 식단 제공



협력사 및 지역사회와의 동반성장을 최우선 가치로 실효성 있는 사회공헌활동을 지속 추진

주요 사회공헌 활동

아동 복지



소방·경찰관 자녀 장학금 지원
중소협력사 임직원자녀 장학금 지원
사업소별 지역 아동센터 연계 지원

사회 복지



취약 계층·독거노인
식품 지원
연탄 나눔 봉사 시무식
(2011년~)

공익 사업



365리사이클·기부 캠페인
(고객참여)
종이 영수증 제로화,
친환경 쇼핑백
유기견 돌봄 프로그램 운영·기부

지역 사회 협력·공헌



기존 사업소
미사용 집기 지원
소상공인 역량강화
워크샵·연수 지원
전통시장 마케팅 및 시설 지원

현대백화점그룹 미션 및 ESG 경영철학

고객을 행복하게, 세상을 풍요롭게

풍요로운 미래

사회 및 국가에 대한
경제적, 사회적,
문화적 기여 약속

고객의 행복

기업의 모든 이해관계자와의
동반성장과 행복추구

기업성장과 사회적 가치 창출의 선순환 구조 확립

Environmental

환경

미래세대에 희망적
환경조성

지속 가능한 생태환경
조성을 위한
경영 전반의
친환경 가치 창출
(상품·서비스 개발)

Social

사회

미래의 삶에 희망을
더하는 회사

사회문제 해결에
기여하는
관련 사업 추진

Governance

지배구조

투명하고 신뢰받는
지배구조 구축

주주 친화 정책 추진 및
투명한 정보 공개를
통한 신뢰도 제고

주요 실적

사회공헌 실적 (최근 5년간 기부금 708억원)



[현대백화점그룹 사회복지재단 주요사업 실적(5개년)]

소아 희귀병 환우 지원	중소협력사 장학사업	취약계층 아동생계지원	순직 경찰관, 소방관 등 자녀 학자금 지원	연탄 나눔, 배달
6억원 120명	12억원 800명	30억원 2,200명	30억원 1,600명	140만장

대외 수상 실적 (최근 5년간 표창·인증 32건)



2021	2021	2021	2021	2020
[국무총리] 대·중소기업 동반성장 유공 포상	[행정안전부] 순직 소방관 자녀 지원 공로 표창	[대통령] 친환경 유공 포상 탄소중립 생활실천부문	[보건복지부] 지역사회 공헌 인정제 획득	[고용노동부] 노사문화 우수기업 인증 및 장려상

중소기업, 소상공인들의 상품개발 및 브랜딩을 지원하여 브랜드 가치를 높이고, 다양한 판로지원을 통해 **매출 활성화 유도**

브랜딩 강화

차별화 브랜드 육성 「명인명촌」



숨은 名人

전통의 방식을
고수하며, 상품
본연의 가치를 유지



價値 배양

브랜딩 및 패키지
지원을 통한
명품화 전략 추진



面町村村

현대백화점 채널
(온라인·소 사업소)
통한 판로 확대

- ☑ 차별화된 방식으로 전통의 맛을 유지해 온 지역 장인들을 발굴하여 하나의 브랜드로 통합하고 패키지 및 마케팅 지원을 통해 단독 브랜드로 육성
- 지역 상품 발굴 및 매출 증진·고용 확대를 통한 사회적 가치 제고
- (사례) 호남지역 - 장흥 장인 '김영삼' 매실
- 보성 장인 '이성래' 토종꿀 진육
- 신안 장인 '박성춘' 토판 천일염

2009년 12개 지역, 50개 상품 약 4억원 매출 → 2021년 45개 지역, 240여개 상품 약 100억원 매출

플랫폼 지원

판로 및 사업비 지원을 통한 협력



더현대 서울 등 5개점

위마켓(당사 운영 마켓형 플랫폼)

소상공인들의 상품을 재구성하여 가치를 높이고 판로 기회 제공



인테리어 지원 사례 (나이스웨더 등)

하모니(중소협력사 협업 사업)

상품 개발 및 차별화된 공간 구현 활동을 지원함으로써 매출 확대 유도

네트워킹 활용

중소기업 해외 판로 지원



- ☑ 경쟁력을 갖춘 중소 식품 브랜드의 해외 판로 지원(박람회 및 전시회 참가)
- 비용 지원과 현대백화점 인프라를 활용하여 현지 바이어 및 소비자 대상 홍보

2018~2019년

해외 수출 실적 약 20억원

지역 구성원(전통시장, 소상공인 등)과 **함께 성장** 할 수 있는 **협력체계 구축 및 지역 맞춤형 상생 전략** 추진

PLAN 1 상생 공간(로컬빌리지) 제공을 통한 판로 확대 지원

- ☑ 집객 요소를 갖춘 실내·외 판매 특화 공간
- ☑ 지역 상품 개발·브랜딩 지원을 위한 협업 공간
- ☑ 로컬 문화 및 지역상품 인지도 제고를 위한 체험 공간
- ☑ 지역 구성원간의 네트워킹이 가능한 공유 공간



PLAN 2 현지법인 운영을 통한 지역경제 활성화

- ☑ 일자리 창출 및 지역사회 환원을 위한 현지법인 운영
 - 역외 소비유출 방지 및 지역경제 활성화
 - 지역 인재 육성 및 지역 업체 우선 기회 제공
- ☑ 차별화된 영업전략 추진을 통해 상생문화 확산
 - 구매 적립 포인트를 지역 화폐로 전환하여 지역 내 사용 활성화
 - 온누리 상품권 등을 활용한 판촉활동 진행



PLAN 3 구도심과 연계한 지속가능한 상생방안 추진

- ☑ 광주지역 구도심과 연계한 상권활성화 지원
 - 지역특성(역사·문화)을 고려한 앵커시설 운영
 - 더현대 광주 연계 마케팅을 통한 집객 활성화
- ☑ 중소상인 피해가 큰 대형마트·창고형 할인점 미운영으로 실질적인 상생 추구
- ☑ 상생 사업의 지속성 확보를 위한 운영 프로세스 제안
 - 유기적 협업을 통해 창출된 수익을 지역사업에 재투자하는 선순환 구조 정착
- ☑ 지자체가 추진 중인 특화사업 경쟁력 강화
 - 지역 음식 브랜드화 사업·전통시장 상권 활성화 등



상생 공간 제공

“광주다움 (상품, 콘텐츠, 문화)”을 경험하고 공유할 수 있는 최대 규모의 로컬 빌리지 조성

판매 공간

집객 요소를 갖춘 특화 공간으로 상품 소개



영국 안데일 마켓과 같은 실내 판로 공간 조성

체험 공간

광주의 상품·서비스를 경험할 수 있는 매장



지역 기업 상품 및 콘텐츠 전시 공간

지역 장인 소개 및 전시·판매공간

협업 공간

상품 개발 및 브랜딩을 위한 시설·장비 지원



신제품(메뉴) 및 레시피 개발을 위한 공유 주방

영상제작·라이브 커머스를 위한 전용공간

공유 공간

지역 구성원 간의 네트워킹·공감대 형성



로컬 크리에이터(사회적기업 등) 공유 오피스

커뮤니티 라운지

현지 법인 운영을 통한 지역 경제 활성화

현지 법인 설립 및 차별화된 영업전략 추진을 통해
광주광역시와 함께 성장하고 지역사회에 보탬이 될 수 있는 모범 기업으로 육성

■ (주)더현대광주 법인 설립

지역 경제 활성화	고용 기회 창출	지역 사회 환원
매출액 약 1조원 이상의 광주광역시를 대표하는 기업으로 육성 역외 소비 유출 방지 및 역외 유입 촉진을 통해 세수 증대 효과 지역은행과 금융거래 파트너십(주거래은행)으로 지역 자금 선순환 구조 구축 및 협력	직·간접 약 5천명 규모 고용 (정규직·용역직·협력사원 등) 광주 소재 대학(전남대·조선대 등)과의 산학협력을 통한 지역 인재 우선 채용 기회 확대 공사기간(약 30개월) 일평균 약 500명 건설 일자리 창출(전체 약 50만명 규모)	지역에서 조달 가능한 제품과 외부 용역 등 지역 업체에 우선 기회 제공 로컬 브랜드 입점 지원 및 투자 등을 통한 대형 체인화 사업 지원 점포 수익 일정액을 조성하여 지역 중소기업 및 취약계층 대상 상생활동을 추진할 수 있는 재원으로 활용 (사회환원, 기부, 인재육성 등)

■ 광주광역시 차별화 영업전략 추진

상품 구매 적립 포인트 & 지역 화폐 연계한 지역 활성화 지원	온누리상품권 등을 활용한 내·외부 상생형 판촉행사 지원	실효성 있는 상생활동 추진을 위한 맞춤형 연계 마케팅 추진	협력사원 고용 안정을 위한 지원 활동 추진
h point 현대백화점그룹 지역 화폐 포인트 전환 및 사용 ☑ 더현대 광주 구매에 따른 적립 포인트 (h-point) 발생 → 지역 화폐 포인트 전환 → 전통시장 및 상점가(가맹점) 사용을 통한 지역상권 활성화	온누리상품권 등을 활용한 내·외부 상생형 판촉행사 지원 ☑ 더현대 광주 고객 대상 판촉 프로모션 진행시 온누리상품권 등을 활용하여 지역내 사용 활성화 ☑ 인근 전통시장 및 상점가 자체 판촉활동 지원 (시장 상품 활용한 사은행사 전개 등)	실효성 있는 상생활동 추진을 위한 맞춤형 연계 마케팅 추진 ☑ 상생기금 조성을 통한 다양한 사업 지원 · 소상공인 및 전통시장 구매 고객 대상 사은품 제작 지원 · 전통시장별 특화상품 개발 지원 및 기존 제도권 브랜드와 연계한 마케팅 협업 ☑ 소상공인 연계 마케팅 · 광주 소재 기업과 협업을 통한 특화 기프트 개발(상생기금 활용) → 더현대 광주 구매고객 대상 지급 (브랜드 및 상품 인지도 제고)	협력사원 고용 안정을 위한 지원 활동 추진 ☑ 협력사 경영환경 악화, 외부 환경 이슈 등으로 임금 지급 제한 상황 발생 시, 협력사원(근로자)의 임금 지급 보장을 위한 보증보험 도입 추진 ※ 보증보험 가입비용 지원 및 기타 고용 안전 프로그램 도입

지속가능한 상생 방안 추진

광주광역시 및 산하기관과 유기적으로 협업하여,
지속가능하고 실질적인 상생방안(광주 특화 사업 등) 추진을 통한 선순환 구조 정착

주체별 역할과 미션

광주광역시 및 지자체 산하기관



- ✓ 판로공간 운영에 대한 적극적 협력 (운영 콘텐츠, 대상 및 기간 등)
- ✓ 소상공인 브랜드 육성, 수익 창출
- ✓ 지속적인 사업 추진 및 신규사업 발굴

더현대 광주

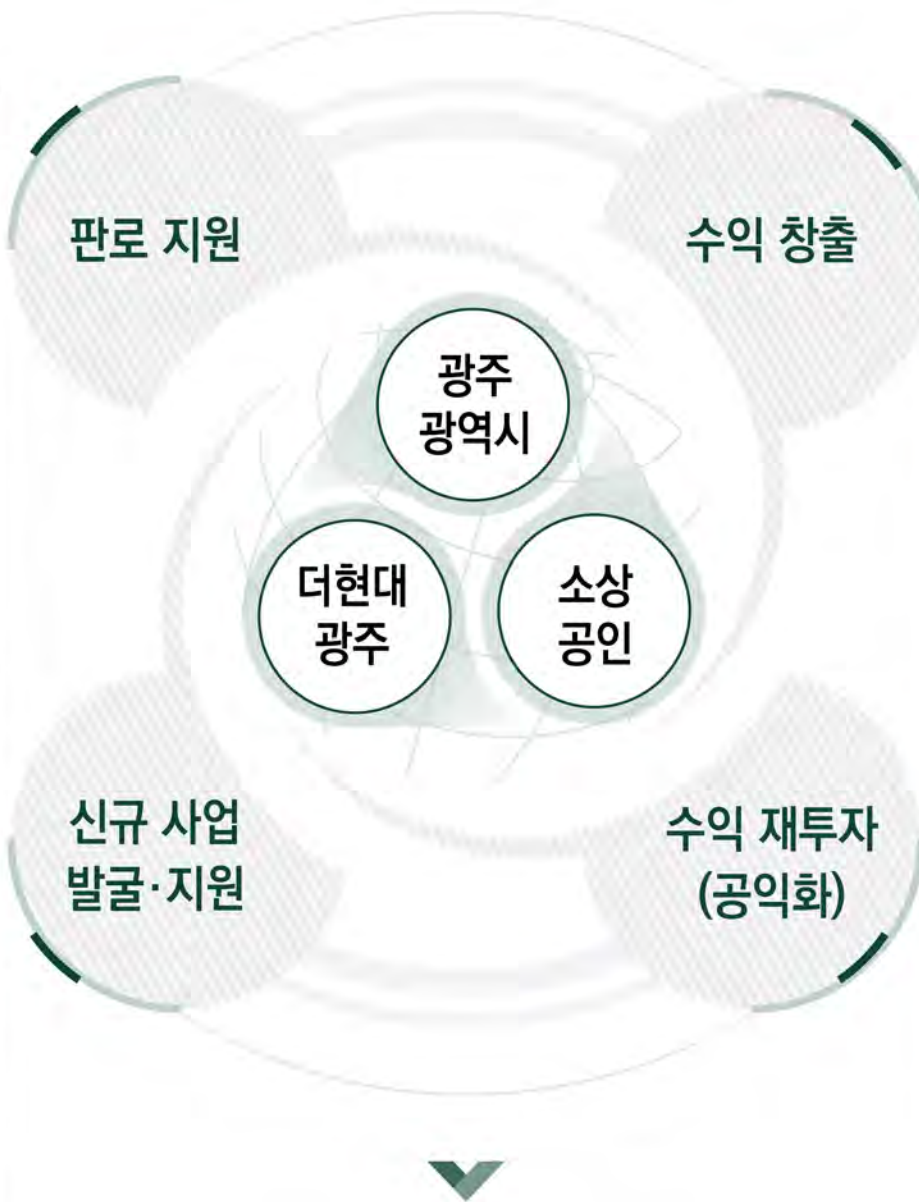


- ✓ 중소상인 피해가 큰 대형마트, 창고형 할인점 미운영으로 실질적인 상생 추구
- ✓ 맞춤형 판로공간 조성 및 집객 콘텐츠 운영
- ✓ 광주 특색화 사업 육성 및 경쟁력 강화 활동 지원 (각 사업별 맞춤형 프로그램 제안)

소상공인



- ✓ 상품 진정성 확보 및 자생력 강화 노력
→ 상품개발 노력 및 트렌드 반영
→ 정부 및 지자체 사업 적극 참여
- ✓ 상인인식 변화를 통한 책임감 있는 공간 운영



“



광주광역시



THE

HYUNDAI

산하기관 등과 연계한 업무협약·상생협의체 운영

”

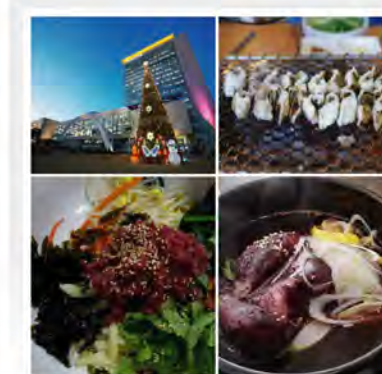
광주 특화 사업 활성화

구도심 활성화를 통한 광주광역시 신활력 제고



- ✓ 금남로·충장로 등 지역 특성을 고려한 활성화 사업 추진
→ 문화·예술(미술관 등) 및 판매공간 (위마켓 등)이 결합된 앵커 시설 운영
→ 더현대 광주 연계 마케팅을 통한 집객 확대
- ✓ 거점별 전통시장 경쟁력 강화 활동 지원
→ 전통시장 집하장 현대화 지원 사업 (환경개선, 전표 및 상품 출고 관리 시스템 등)
→ 특화상품 개발을 통해 핵심점포 육성

지역 대표음식 브랜드화 사업 지원



- ✓ 판로 및 브랜드화 사업 지원을 통한 경쟁력 강화 활동
→ 신 메뉴(HMR 상품 등) 및 디자인, 패키지 개발 지원
→ 우수 브랜드 투자 및 경영활동 지원 (컨설팅, 자금 등)
→ 당사 특화 MD(명인명촌 등)와 협업상품 개발

광주광역시 소재 기업 육성 및 지원



- ✓ 광주 고유의 상품 및 기업 대상 엑셀레이팅 프로그램 추진(상품개발, 경영관리 등)
- ✓ 지역 생산품 공동 브랜드 운영 제언 (예시) GIEL(광주 가전 공동브랜드)의 소비재 버전
→ 광주 및 호남지역 상품 발굴 및 육성을 통한 통합 브랜드 운영
→ 당사 채널을 활용한 전국 단위 판로 지원

인허가 행정지원, 인프라 확충 및 개선, 민관 시너지 협력 요청

인허가 행정지원



- ☑ **전방·일신방직 전체 부지 관련 사전 협상 기간 단축 및 인허가 지원**
- 지구단위계획 입안·결정·고시 등 인허가 절차 신속 진행

인프라 확충 및 개선



- ☑ **대중교통 인프라 확충 및 개선**
- 주요 거점을 연결하는 트램 개발을 통해 시설 간 시너지 확대
(예시) 양동시장~챔피언스시티~챔피언스필드
- 버스 노선 확충을 통해 광역 접근성 개선

민관 시너지 협력



- ☑ **광주광역시와 연계한 대형 랜드마크 행사 기획**
- 광주 비엔날레, 세계김치축제, 비어페스트 광주 등 국내 대표 행사로 업그레이드 협력
- 소상공인 플리 마켓 기획 운영

☑ **더현대 광주 인허가 지원**

- 통합 심의(건축·교통·환경 등)를 통한 인허가 기간 단축
- 시차원에서 유통상생협의 지원 및 협력 (대규모점포개설 등록 등)



☑ **광주천 환경 개선 사업 추진**

- 수변 환경(산책로, 조명 등) 정비를 통해 시민들이 안전하게 즐겨 찾는 공간으로 개선
- 광주천 보행 다리 신설



☑ **역사문화공원 내 존치 문화재 건물 (화력발전소, 고가수조 등) 보존·운영 협력**

- 시민 모두가 즐기는 문화·체험공간으로 개발 (미디어아트 전시, 문화재 카페, 방직체험 등)



대한민국 근현대 역사를 간직한 전방·일신방직 부지가
국내 최대 규모의 복합쇼핑타운 **“챔피언스시티”**로 다시 태어납니다.

“챔피언스시티”는 쇼핑·문화·관광·예술·여가 등의 시설이 유기적으로 연결된 도시 속의 또 다른 도시로,
대한민국을 대표하는 No.1 랜드마크로서 자리매김 할 것입니다.

“챔피언스시티”의 핵심 시설인 **“더현대 광주”**는 세계적인 건축·설계와 국내 최고 수준의 MD 운영을 통해
미래형 상업시설의 새로운 표준을 제시하고, 광주시민 모두에게 무한한 자긍심을 선사할 예정입니다.

또한, 독창적이고 실질적인 상생 방안을 통해 **지역사회와 함께 성장**하고
광주시민 모두가 환영하는 모범적인 개발 사례가 될 수 있도록 노력하겠습니다.

