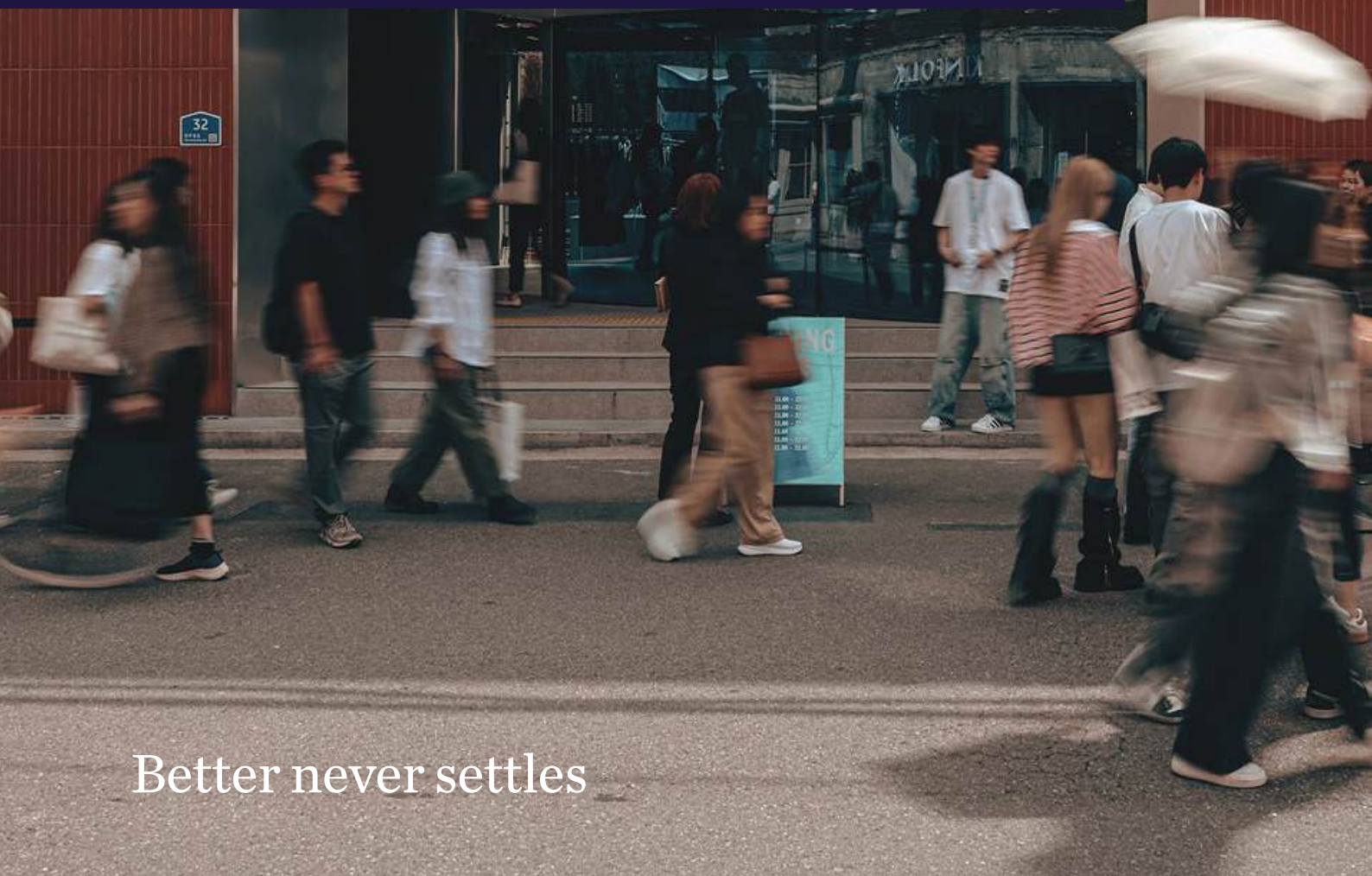


2025 SEOUL HIGH STREET RETAIL

2025 DEC



Better never settles

CONTENTS

01

ECONOMIC OVERVIEW

02

RETAIL SALES

03

**SPOTLIGHT:
INBOUND TOURISM TRENDS**

04

SEOUL HIGH STREETS

05

MARKET SNAPSHOT





EXECUTIVE SUMMARY

2025년 서울 가두상권은 미국발 관세 정책과 내수 침체, 인구 구조 변화 등 복합적인 불확실성을 겪고 있다. 저성장 기조 속에서, 외국인 관광객의 유입이 시장 성장을 견인하고 있다. 특히 K-콘텐츠와 K-뷰티, 의료 관광의 인기가 높아지며, 리테일 시장의 새로운 성장 동력으로 작용하고 있다.

본 보고서는 서울 가두상권 리테일 시장의 전반적인 현황과 주요 트렌드를 다룬다. 대내외 경제 환경, 리테일 시장의 성장과 구조 변화, 외국인 관광객의 영향, 서울 주요 상권별 시장 특성 등 다양한 요소를 종합적으로 분석하고, 서울 리테일 시장의 현재와 미래를 입체적으로 조망한다.

KEY FIGURES

- 1 2024년 국내 리테일 시장 규모는 전년 대비 0.8% 증가해, 물가상승률을 감안하면 실질 역성장으로 평가된다.
- 2 전문소매점의 매출은 전년 대비 2% 감소한 반면, 무점포 소매(온라인)는 5% 증가하며 성장세를 지속했다.
- 3 2024년 외국인 입국자는 1,637만 명으로 전년 대비 48.4% 증가하였고, 2019년 대비 94% 수준까지 회복했다.
- 4 성수는 외국인 관광객 방문 증가율이 110%로 서울 주요 상권 중 가장 높은 성장세를 기록했다.
- 5 외국인 대상 메디컬 관광은 2024년 117만 명으로 역대 최대치를 기록했고, 전체 환자의 85%가 서울에서 진료를 받은 것으로 조사되었다.
- 6 2025년 서울 주요 가두상권 평균 공실률은 15.2%로, 완만한 회복 국면을 이어갔지만 성장 속도는 다소 둔화되었다.
- 7 상권별로 회복 속도는 차이를 보였으며, 외국인 관광 수요 및 업종 재편 수요가 주요 변수로 작용하고 있다.
- 8 명동은 외국인 관광 수요의 핵심 수혜 상권으로 견조한 성장을 보였으며, 홍대는 내국인 1020 세대와 젊은 외국인 관광객의 방문이 이어지고 있다.
- 9 가로수길은 구조적 조정 국면이 심화되며 침체를 피하지 못했으나, 청담은 럭셔리 브랜드의 잇따른 개점으로 공실률이 하락했다.
- 10 성수는 팝업스토어 중심에서 플래그십 상권으로 진화하면서 서울 주요 상권 중 가장 낮은 공실률을 기록하고 있다.



1. ECONOMIC OVERVIEW

미국발 관세 정책이 촉발한 글로벌 경기 둔화

2025년 세계 경제는 복합적인 불확실성 속에서 점차 성장 둔화 국면에 접어들고 있다. 특히 미국발 관세 정책의 영향이 확대되면서 글로벌 무역 환경 전반에 부담을 주고 있다. 일부 국가에서는 관세 인상예 앞서 선제적으로 수입을 확대하는 움직임이 나타나기도 했다. 인플레이션은 전반적으로 안정세를 보이고 있으나, 원자재, 에너지 등의 가격 변동과 무역 규제 강화, 지정학적 긴장 등은 여전히 위험 요소로 남아 있다.

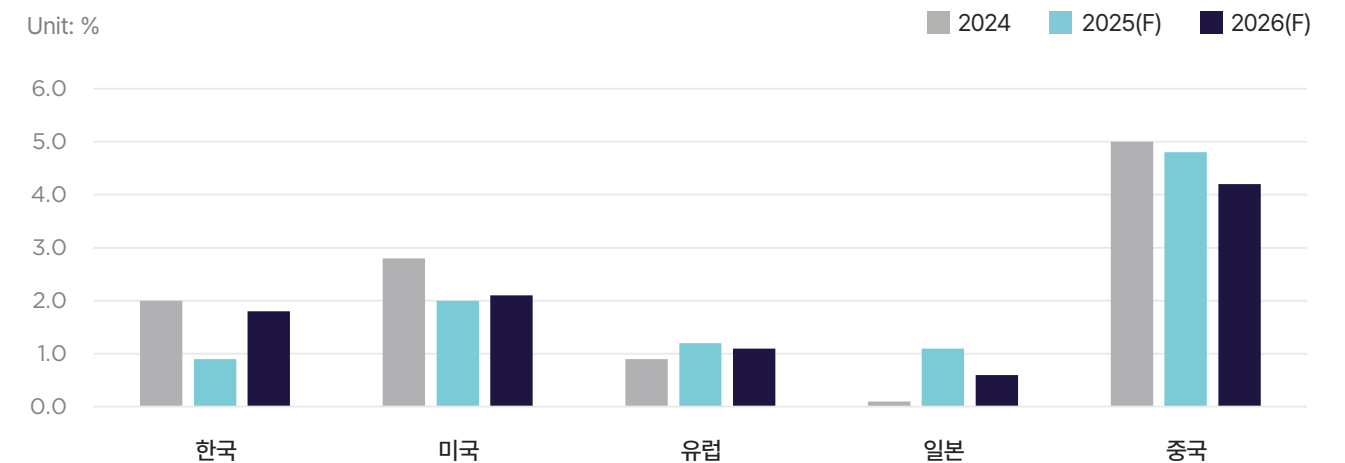
한국 경제는 글로벌 경기 둔화와 대내외 환경 부담으로 성장세 둔화가 이어지고 있다. 건설 경기 부진이 장기화되고 민간 소비가 위축되면서, 내수 회복 속도가 더디게 나타나고 경기 전반의 활력이 제한된 상황이다. 다만 최근에는 시장금리 하락과 정부의 소비 부양 정책이 맞물리면서 소비 여건이 점진적으로 개선되고 있다. 그동안 위축되었던 소비자심리도 뚜렷한 회복세를 보이고 있다.

우리나라 경제의 핵심 축인 수출은 반도체 경기가 호조를 이어가며 무역수지 흑자 기조를 유지하고 있다. 그러나 미국의 관세 정책 강화로 글로벌 교역 환경의 불확실성이 확대되고 있으며, 향후 수출 중심 산업 전반에 부담으로 작용할 가능성이 크다.

물가 상승률은 전반적으로 안정적인 흐름을 유지하고 있지만, 장비구니 물가와 외식 물가가 올라 소비자들이 체감하는 생활물가 부담은 잔존한다. 한편, 전반적인

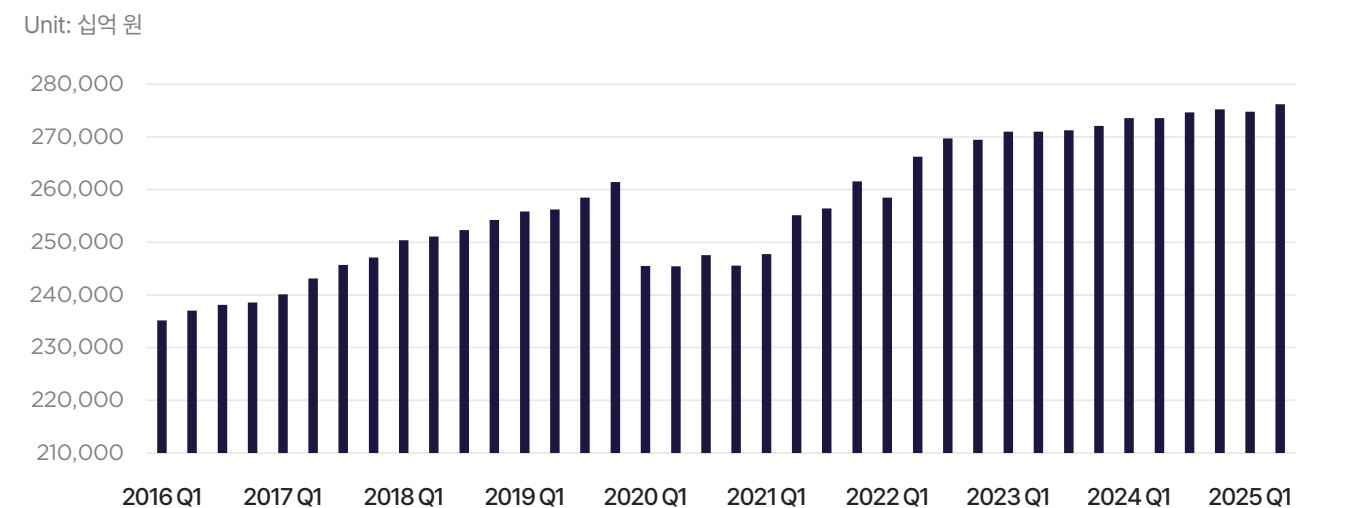
실업률은 낮은 수준을 유지하고 있으나, 청년 실업률은 여전히 높은 상태이다. 청년 실업자와 고령 은퇴자의 비중이 높아지는 우리나라의 인구 구조적 변화는 소비 위축으로 이어지며, 이는 기업의 매출 감소와 경제 성장 둔화로 연결될 수 있다.

주요국 경제성장률



Source: IMF

국내 민간소비



Source: 통계청

2. RETAIL SALES

경기 불확실성 속 국내 리테일 시장 부진

국내 리테일 시장은 2023년 511조 원에서 2024년 515조 원으로 약 0.8% 성장했다. 전년 성장률(3.4%) 대비 매우 낮은 수치로, 물가상승률을 고려하면 역성장했다고 볼 수 있다. 이는 지속적인 내수 침체와 경기 불확실성에서 기인한 것으로 파악된다. 더불어 인구 구조의 변화로 내수 경기는 구조적 장기 침체에 돌입해, 리테일 업계는 경쟁이 치열한 국내 시장에 의존하기보다는 해외로 눈을 돌리는 경우가 늘어나고 있다.

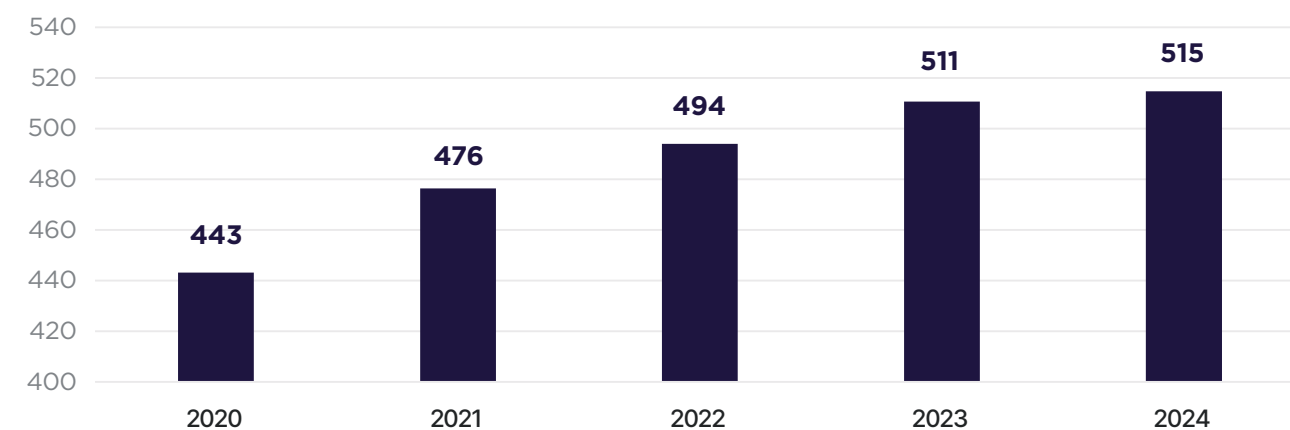
유통 채널별로는, 2024년 기준 전문소매점의 판매 비중이 36%로 가장 높게 나타났고, 뒤이어 무점포 소매(온라인)가 26.8%를 기록했다. 전문소매점의 매출은 전년 대비 2% 감소하고 대형마트와 편의점 등도 1~2% 성장에 그친 반면, 무점포 소매의 매출은 1년간 5%가 증가하며 성장세를 이어갔다. 코로나19를 기점으로 급격히 성장해 온 이커머스 시장은 오프라인 시장과의 격차를 계속해서 줄이고 있다.

팬데믹 기간 럭셔리 브랜드의 인기에 힘입어 높은 성장률을 기록했던 백화점은 지난해 0%대 성장에 그쳤다. 2023년 매출이 큰 폭으로 감소했던 면세점은 2024년 매출이 일부 회복되었다. 그러나 이는 급상승한 환율로 인한 일시적인 효과로 분석되며, 면세업계의 전반적인 부진은 여전히 지속되고 있다. 면세업계의 큰손인 중국 보따리상을 상대로 한 매출이 줄고, 중국 단체관광객이 회복되지 않은 점이 문제로 꼽힌다. 젊은 관광객을 중심으로 면세점 대신 올리브영, 다이소 등에서 저렴한 한국 제품을 찾는 경향이 두드러지는 것도 영향을 미친 것으로 보인다. 다만 2025년 하반기 중국인 단체 관광객 무비자 입국이 허용되어, 면세점 매출도 반등을 이룰 수 있을지 주목된다.



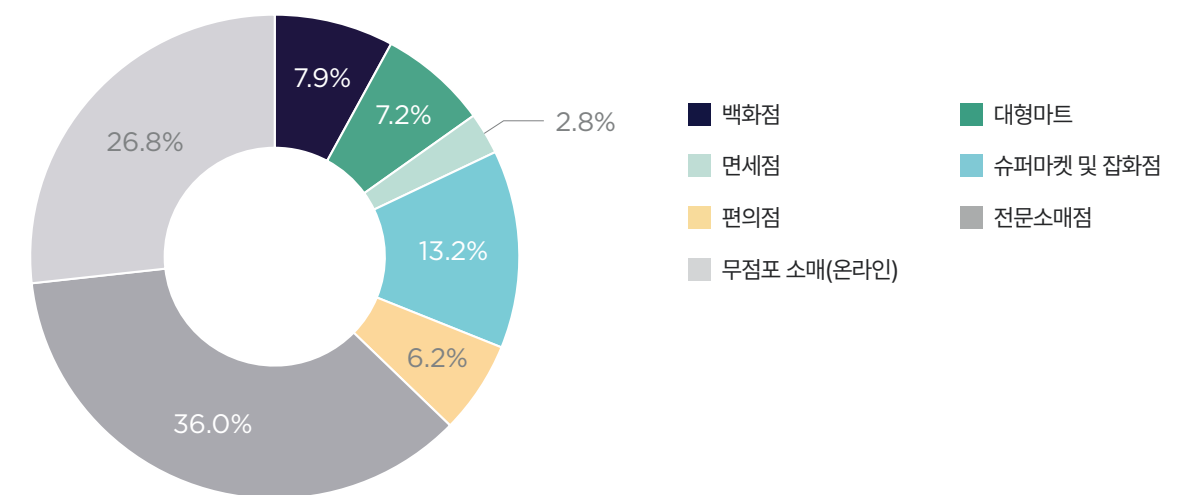
한국 리테일 시장 규모

Unit: 조 원



Source: 통계청, Cushman & Wakefield

유통 채널별 점유율



Source: 통계청, Cushman & Wakefield

3. SPOTLIGHT: INBOUND TOURISM TRENDS

외국인 관광객 유입 이끄는 K-컨텐츠

K-POP 아이돌 문화의 꾸준한 인기에 더해, 글로벌 OTT 플랫폼을 중심으로 '케이팝 데몬 헌터스' 등 한류 콘텐츠가 주목받으면서 한국 관광 산업에도 긍정적 영향이 나타나고 있다.

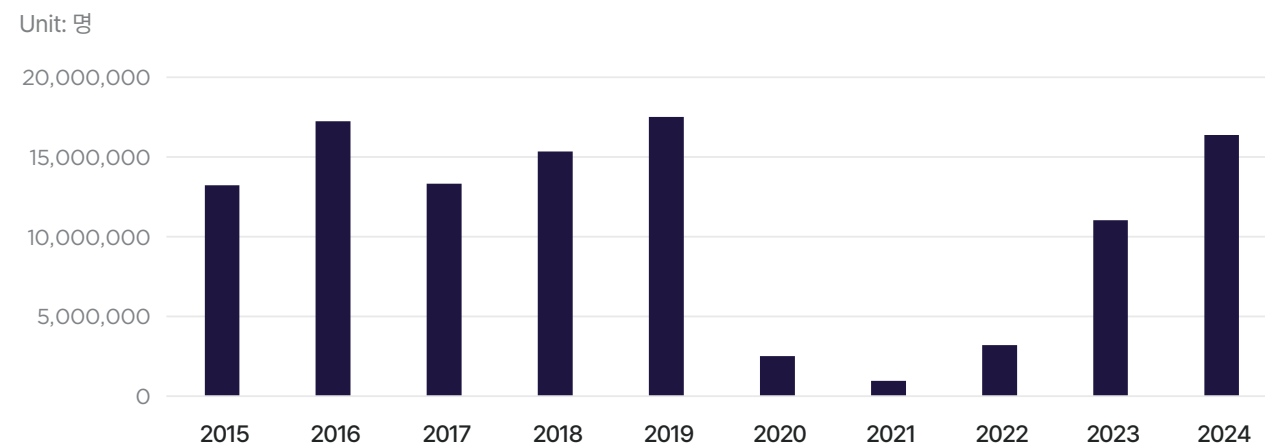
2024년 한국을 방문한 외국인 입국자 수는 약 1,637만 명으로 전년 대비 48.4% 증가했으며, 이는 코로나 19 직전인 2019년 대비 약 94% 수준까지 회복한 수치다. 대부분의 국가에서 입국자 수가 증가한 가운데, 중국, 대만, 필리핀 등의 국가에서 입국자 증가 폭이 컸다.

외래 방문객 수가 늘어나며 주요 상권도 관광객들로 붐비고 있다. 문화체육관광부의 '2024 외래관광객조사'에 따르면, 외국인 관광객들의 방문 만족도가 높은 관광지는 '명동', '경복궁', '홍대', '강남' 순으로 조사되었

다. 대한민국의 대표 상권인 명동은 외국인 관광객 유입 회복에 따라 빠르게 활기를 되찾았다. 성수동의 순위는 전년 대비 급상승한 5위로, 내국인뿐만 아니라 외국인에게도 인기가 높아지고 있음을 실감케 했다.

쇼핑 트렌드에서도 변화가 관찰된다. 외국인 관광객이 한국에서 주로 구매하는 품목은 향수·화장품, 식료품, 의류 순으로 나타났는데, 특히 향수·화장품의 비중이 크게 늘어 K-뷰티의 글로벌 인기를 입증했다. 이와 함께 올리브영은 외국인 관광객의 필수 방문지로 자리 잡으며, 외국인 밀집 상권에 대형 플래그십 매장을 오픈하고 전문 대응 인력을 배치하는 등 적극적인 전략을 펼치고 있다. SNS와 OTT 콘텐츠를 통해 한국 음식이 노출되면서 K-푸드에 대한 관심도 상승해, 외국인의 식료품 쇼핑 비중이 증가한 것으로 조사되었다.

외래객 입국자 수



Source: 한국관광공사

글로벌 메디컬 관광 허브로 부상하는 한국

한국 방문 외국인을 대상으로 한 메디컬 관광이 가파른 성장세를 보이며, 리테일 시장의 새로운 성장 축으로 부상하고 있다. 한국보건산업진흥원에 따르면, 2024년 한국 의료기관을 이용한 외국인 환자는 약 117만 명으로 역대 최대 규모를 기록했다. 팬데믹 기간 급감했던 외국인 환자 수가 빠르게 반등한 것으로, 고도화된 의료 기술과 한류 콘텐츠 확산이 회복세를 이끌고 있는 것으로 평가된다. 의료관광 수요가 계속해서 성장하면서, 한국관광공사는 2025년 외국인의 의료·약국 소비가 2조 원을 넘길 것으로 전망했다.

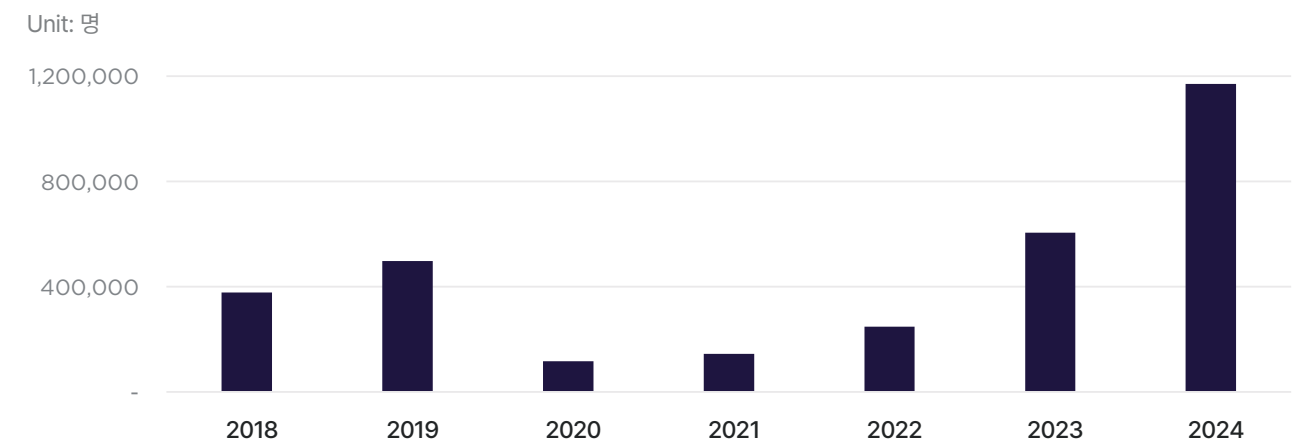
진료 과목별로는 피부과(57%)와 성형외과(11%)가 핵심을 차지했다. 특히 K-뷰티를 중심으로 한 한국 의료 서비스에 대한 글로벌 선호가 높아지면서, 단시간 시술 후 쇼핑과 관광을 병행할 수 있는 여행이 인기를 끌고

있다. 외국인 환자 수는 국적별로 일본 44만 명, 중국 26만 명, 미국 10만 명, 대만 8만 명 순으로 나타났다.

전체 외국인 환자 중 약 85%인 100만 명이 서울에서 진료를 받은 것으로 집계되었으며, 특히 명동, 역삼1동, 서초4동, 서교동, 신사동 등 미용 의료시설이 밀집한 지역에 집중되었다. 의료 방문객 증가가 숙박·F&B·쇼핑 등 인근 상권 소비로 파급되며, 의료와 관광 간 선순환 효과를 창출하고 있다.

한국이 글로벌 메디컬 관광 중심지로 부상한 배경에는 우수한 뷰티·의료 기술력, K-콘텐츠 기반의 높은 인지도, 신속하고 효율적인 의료 서비스 등이 차별화 요인으로 작용하고 있다. 이와 더불어 의료기관들은 환자 전용 통역 서비스, 간편 결제 서비스 등 외국인 고객에게 맞춤 편의를 제공하며 시장 확장에 대응하고 있다.

외국인 환자 수



Source: 한국보건산업진흥원

중국인 무비자 입국 재개로 관광객 유입 기대하는 리테일 업계

팬데믹으로 장기간 이어진 이동 제한과 중국 내 경기가 둔화된 영향으로, 한국 관광업의 핵심 수요층이었던 중국인 방문객 회복세는 제한적인 흐름을 보여왔다. 이에 따라 국내 관광·유통업은 중국인 대상으로 하는 시장의 부진이 장기화되며 매출 침체를 겪어왔다.

이러한 가운데, 정부는 2025년 9월부터 중국인 단체 관광객을 대상으로 무비자 입국을 한시적으로 재개하였다. 팬데믹 이후 위축된 한중 관광 교류를 개선하고 내수 경기 진작을 도모하려는 조치로, 명동·제주·부산 등 주요 관광지와 면세·K-뷰티·패션 업종 전반에 긍정적 파급 효과를 염두에 두고 있다.

관광업계와 유통기업들은 중국 관광객 유입 확대를 대비해 빠르게 움직이고 있다. 무비자 시행에 맞춰 중국 간편결제 인프라 확대, 중국어 안내 서비스 강화, 중국인 선호 브랜드 중심의 마케팅 등 고객 편의 개선에 속도를 내고 있다.

정책 발표 시점이 늦어 초기 유입은 제한적이었으나, 업계는 연말부터 내년 상반기 사이 정책 효과가 본격화될 것으로 기대하고 있다. 실제로 면세 업계에서는 회복 신호가 가시화되고 있는데, 신세계 면세점 명동점은 무비자 시행 직후 중국인 방문객 수가 약 90% 증가한 것으로 나타났다. 중국인 관광객 의존도가 높아 침체를 겪었던 면세 시장이 회복될 가능성에 기대감이 커지고 있다.

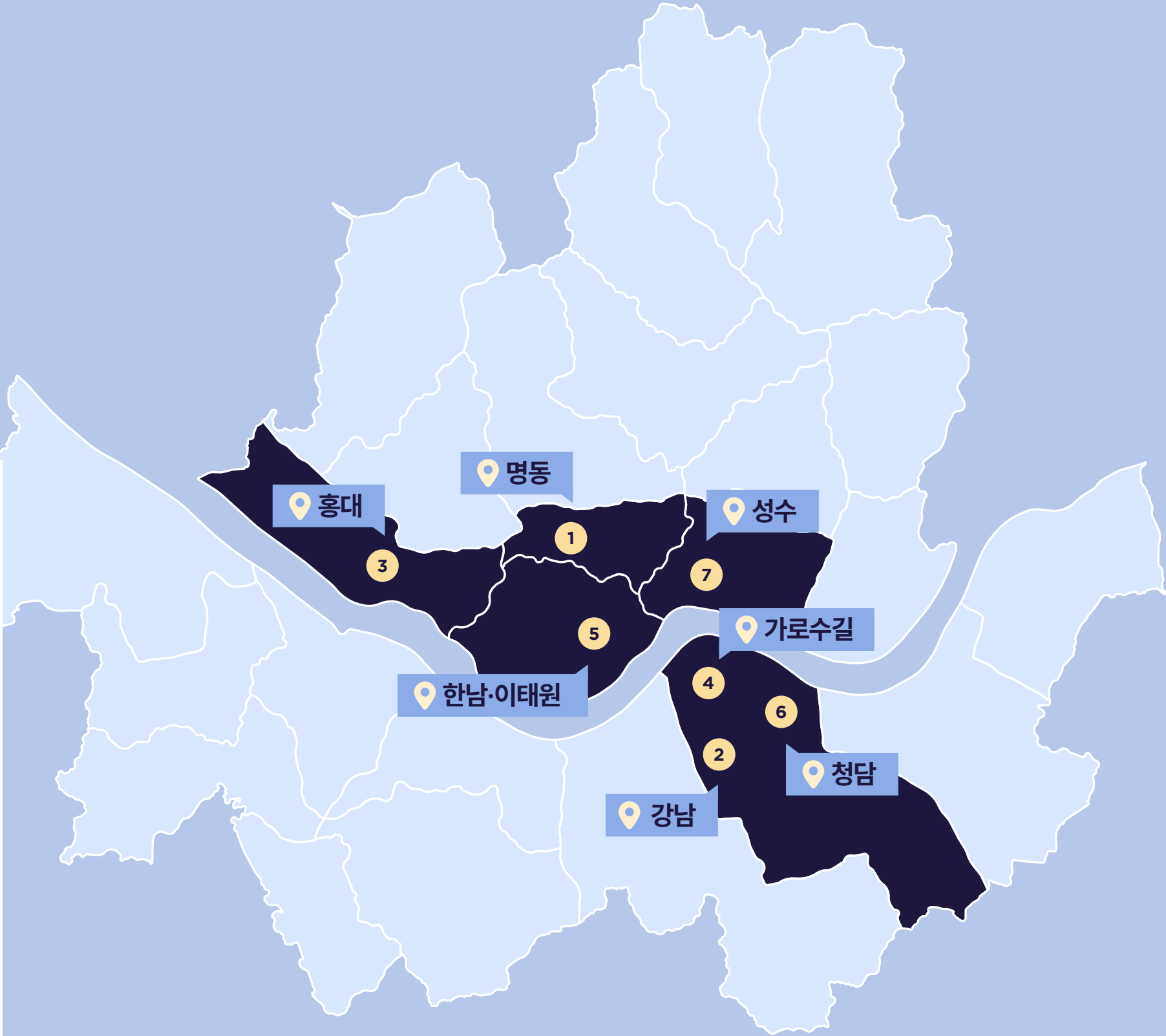
국내 관광 업계에는 장기적인 경쟁력 확보를 위한 과제가 남아 있다. 기존에 중국 시장에 치우친 의존도를 완화하고, 동남아·일본·중동 등 다국가 전략을 병행할 필요성이 커졌다. 또한 전 세계적으로 관광 트렌드가 변하고 있는 만큼, 업계는 저가 단체관광객을 대상으로 한 쇼핑 유도를 지양하고 체류형 소비를 확대시키는 방안을 고민하고 있다.



4. SEOUL HIGH STREETS

| 서울 7대 상권 공실률 추이

	2024	2025	Y-O-Y
1 명동	6.8%	4.9%	-1.9%
2 강남	20.0%	18.9%	-1.1%
3 홍대	14.4%	10.4%	-4.0%
4 가로수길	39.4%	43.9%	4.5%
5 한남·이태원	11.5%	11.2%	-0.3%
6 청담	17.4%	13.4%	-4.0%
7 성수	2.3%	3.4%	1.2%





내수 부진 속 외국인 관광 수요가 견인하는 서울 가두상권

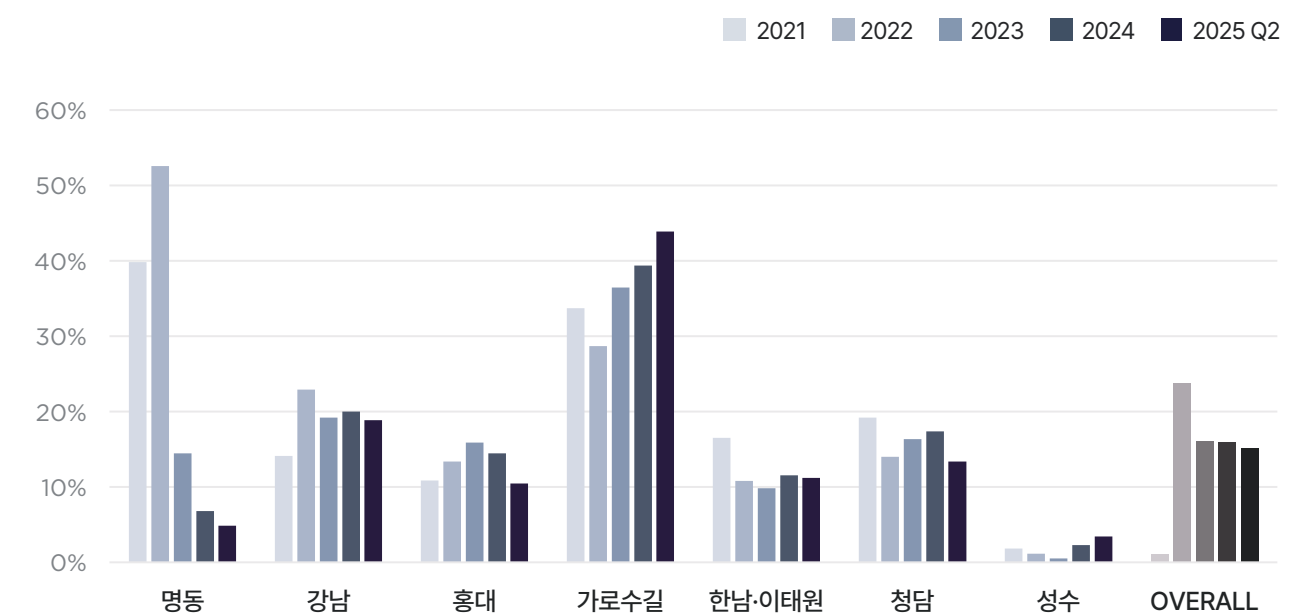
2025년 한국 리테일 시장은 내수 소비 회복이 더딘 가운데 외국인 관광 수요가 회복을 견인하고 있다. 글로벌 경기 불확실성과 높은 생활물가 부담 등으로 인해 내국인 소비는 개선 폭이 제한됐지만, 외국인 관광객은 꾸준히 증가하며 이들의 소비 규모가 확대되고 있다.

서울 가두상권은 2024년에 이어 2025년에도 완만한 회복 국면을 이어갔지만, 성장 속도는 다소 둔화되었다. 2025년 2분기 서울 주요 가두상권의 평균 공실률은 15.2%로 전년 동기 대비 0.8 pp 하락했다. 팬데믹 이후 가장 빠르게 회복했던 2023년과 비교하면 공실률 감소 폭은 축소되고 있어, 시장은 빠른 회복 국면에서 선별적 회복 단계로 전환된 것으로 보인다. 상권별로 회복 속도는 차이를 보였으며, 외국인 관광 수요와 업종 재편 수요가 주요 변수로 작용하고 있다. 또한 단

순 유동 인구에 의존하는 상권보다는 경험형 소비가 이루어지는 상권이 우위를 확보하는 경향을 보인다.

명동은 외국인 관광 수요의 핵심 수혜 상권으로 가장 견조한 성장을 보였다. 공실률은 2024년 2분기 6.8%에서 2025년 2분기 4.9%까지 하락하며, 서울 주요 상권 중 가장 안정적인 수준을 보이고 있다. 홍대는 내국인 1020 세대와 외국인 개별 관광객의 선호도를 바탕으로, 공실률은 14.4%에서 10.4%로 큰 폭으로 개선되었다. 청담 또한 럭셔리 브랜드의 잇따른 개점으로 공실률이 뚜렷하게 하락했다. 반면, 가로수길은 구조적 조정 국면이 심화되며 침체를 피하지 못했다. 공실률은 39.4%에서 43.9%로 상승하여 서울 주요 상권 중 가장 높은 수준을 기록하고 있다.

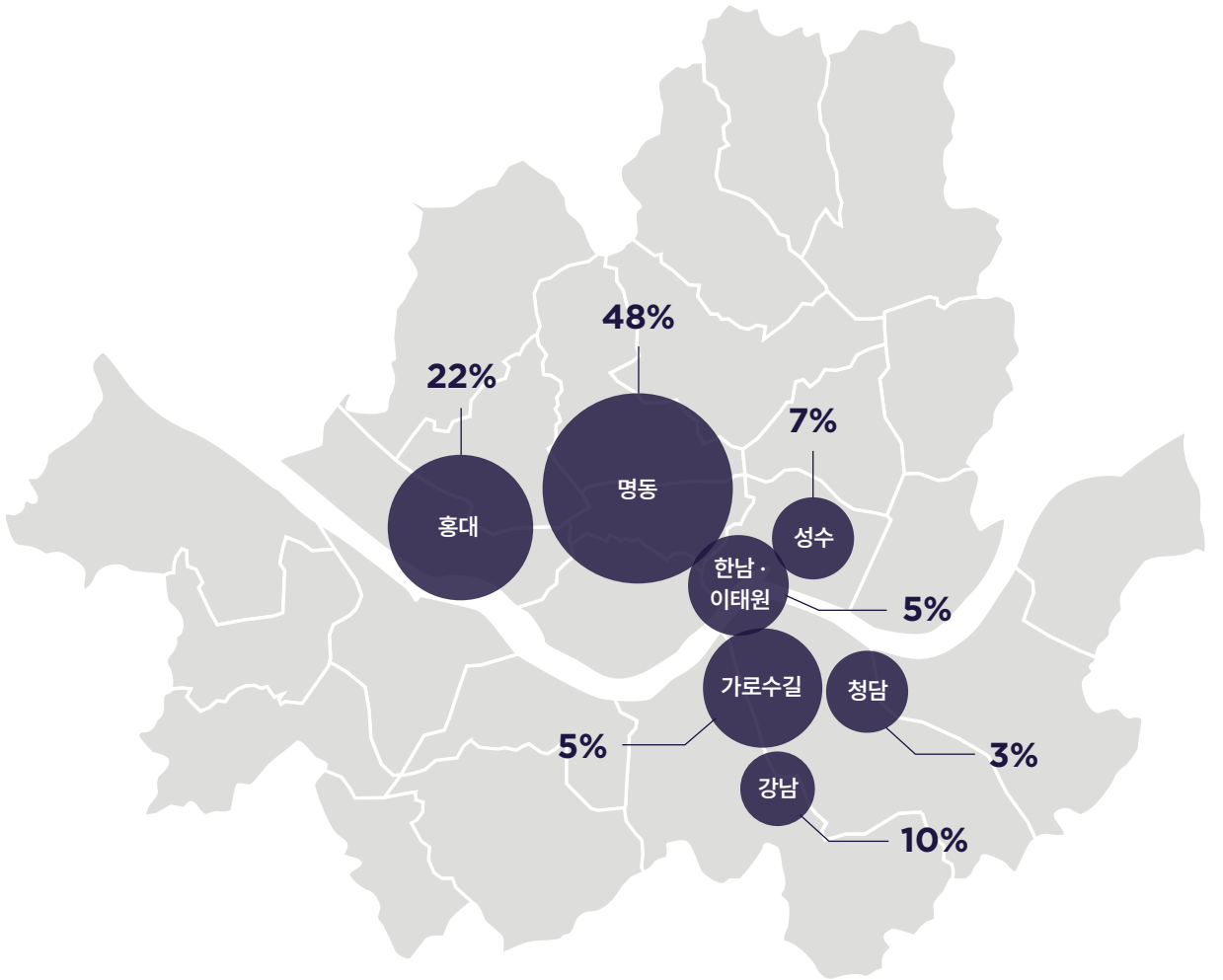
서울 7대 상권 공실률



Source: Cushman & Wakefield



상권별 외국인 관광객 방문 규모 비교



Note: 각 괄호 안의 비율은 7대 상권 전체 외국인 관광객 방문수 대비 해당 상권이 차지하는 비중을 의미함.
 Source: 한국관광공사, Cushman & Wakefield

외국인 관광객 방문지: 명동은 굳건한 1위, 성수는 핫플레이스로 부상

서울을 방문한 외국인 관광객들이 가장 많이 찾는 지역은 명동으로 나타났다. 한국관광공사 자료에 따르면, 명동은 2023년에 이어 2024년에도 서울 외국인 방문 규모 1위 지역으로 확고한 우위를 유지했으며, 방문객 수는 전년 대비 32% 증가했다. 관광 수요 정상화와 함께 K-뷰티 및 K-패션, 면세 쇼핑을 중심으로 상권의 활기가 유지되었다. 명동은 글로벌 호텔 체인과 백화점, 면세점 등 대형 유통시설이 밀집해 있어 숙박객의 유입이 상권 방문으로 이어지는 특징이 있다.

명동의 뒤를 잇는 홍대는 방문 규모 2위 상권으로, 연간 방문객이 34% 증가하며 젊은 층의 개별 관광 수요를 가장 탄탄하게 흡수하는 지역으로 나타났다. K-팝 관련 공간, 캐릭터 IP 기반 체험 콘텐츠, 스트리트 퍼포먼스 등 청년문화의 집약도가 높아 젊은 관광객의 자유여행 수요가 확대되고 있다. 또한 최근 외국인 의료 관광, 특히 피부과·에스텍 등 뷰티 서비스 이용 목적의 방문이 증가하고 있다.

최근 서울에서 가장 두각을 나타내는 상권은 단연 성수이다. 성수는 방문 규모에서는 아직 중상위권에 해당하지만, 연간 외국인 방문객 증가율은 110%로 서울 주요 상권 중 가장 높은 성장세를 나타냈다. 성수는 팝업스토어와 국내외 패션·뷰티 브랜드의 대형 플래그십 스토어가 즐비하고, 창고·공장지대를 기반으로 한 문화·예술·갤러리 공간과 F&B의 결합이 성수만의 독자적 맥락을 형성하고 있다. 외국인 관광객에게 성수는

K-라이프스타일을 경험할 수 있는 상권으로 알려지며, 서울 관광의 차세대 핵심 상권으로 성장하고 있다.

이외에도 강남(31%), 한남·이태원(37%), 가로수길(16%), 청담(29%) 등 주요 상권들이 모두 전년 대비 외국인 방문 증가세를 기록하였다. 외국인 관광객들은 럭셔리 쇼핑, 팬덤 문화, 로컬 브랜드 체험 등 목적에 따라 다양한 상권을 방문하고 있다.

5. MARKET SNAPSHOT

명동

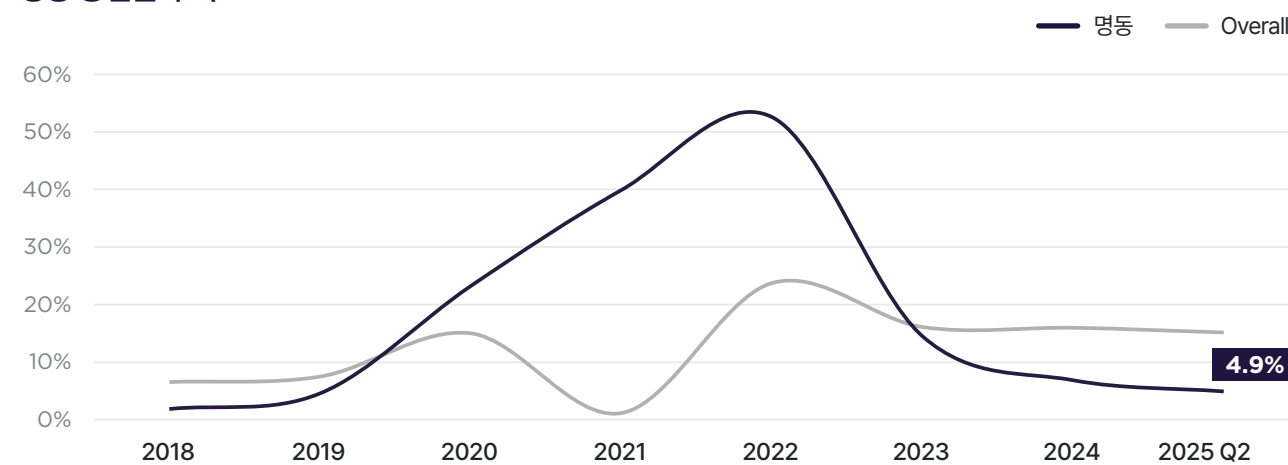
명동은 외국인 관광객 의존도가 높은 서울 대표 관광·쇼핑 상권으로, 팬데믹 이후 회복세가 뚜렷한 지역 중 하나이다. 글로벌 브랜드 및 K-패션·K-뷰티 브랜드의 대형 입점이 활발히 이루어지며, 공실률은 2025년 2분기 약 4.9%로 안정적인 수준을 보이고 있다.

명동 상권에서 가장 많은 업종은 화장품으로 28%의 비중을 차지했으며, 의류점, 패션잡화 등이 뒤를 이었다. 화장품 부문은 코로나19 이전에는 소규모 로드숍이 주를 이루었으나, 현재는 올리브영이 상권 내에서 플래그십 매장을 다수 운영하며 관광객을 적극적으로 유치하고 있다.

올해 명동에는 세터, 락피쉬웨더웨어, 티르티르 등 여러 국내 브랜드가 새롭게 매장을 오픈했다. 신규 매장은 단순 판매 중심에서 벗어나 체험형 매장이 늘어나면서 매장 포맷이 다각화되고 있다. 또한 외국인 고객을 대상으로 한 언어 지원, 결제 편의 제공, 맞춤형 서비스 강화 등 다양한 방식을 통해 상권 경쟁력을 높이고 있다.

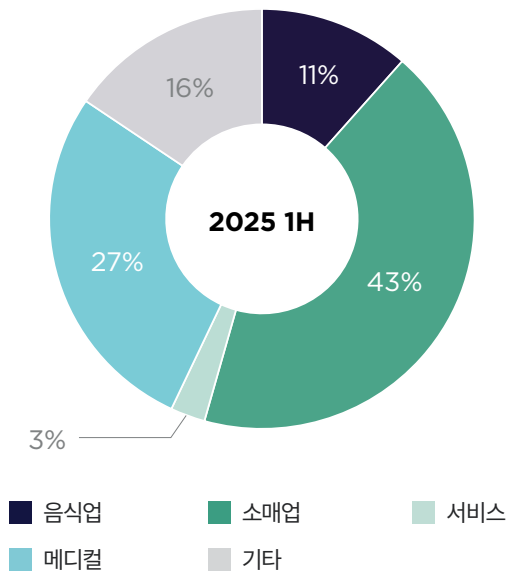
관광객 국적도 다양해지고 있다. 중국인 관광객 비중이 높았던 과거와 달리, 최근에는 동남아시아·서구권·중동 등 국적이 다변화되고 있다. 또한 외국인 관광객이 국내 피부과 등에서 의료 서비스를 체험하는 사례가 늘면서 명동 인근 메디컬 업체가 증가하고 있으며, 메디컬 관련 매출이 전체의 약 27%를 차지하고 있다. 노후 건물의 리모델링 및 재개발도 이어지면서 투자 선호도 역시 지속되고 있다.

명동 공실률 추이



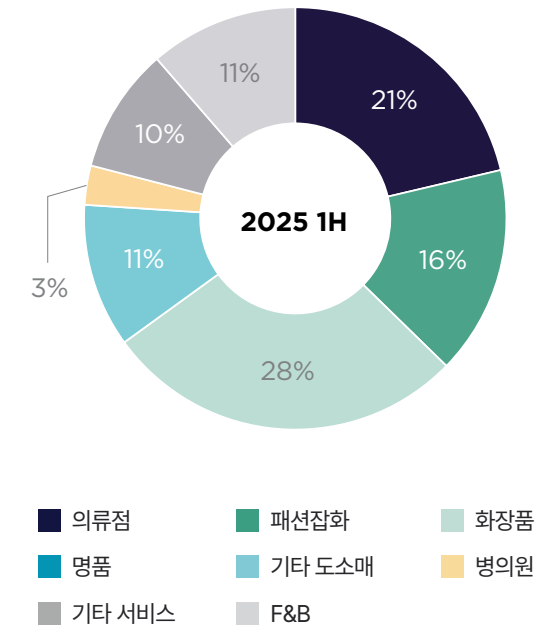
Source: Cushman & Wakefield

명동 업종별 매출



Source: 신용카드사, Cushman & Wakefield

명동 테넌트 업종비



Source: Cushman & Wakefield



티르티르



락피쉬웨더웨어

사진 출처: 각 사

5. MARKET SNAPSHOT

강남

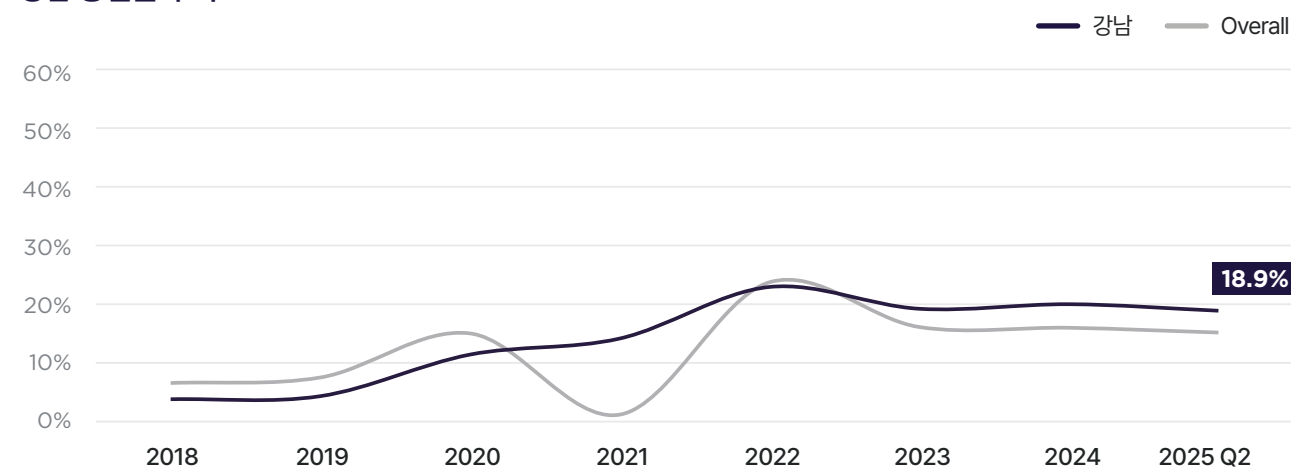
강남은 서울의 대표적인 상업·업무 복합 상권으로, 지하철 2호선·신분당선과 다수의 광역버스 노선이 통과하는 교통 요충지이다. 강남역 일대를 중심으로 유동 인구가 풍부하고 상권 밀집도가 높으며, 인근의 대형 오피스 밀집지와 연계되어 직장인·소비자 유입이 활발하다.

2025년 2분기 기준 공실률은 약 18.9%로, 전년 동기 대비 1.1 pp 하락하며 점진적 회복세를 보이고 있다. 팬데믹 이후 회복 속도는 타 상권과 비교해 다소 느린 편이었으나, 최근 공실률이 점차 개선되고 있다. 올해에는 미니소, 무신사 스토어, 올리브영 등이 신규 매장을 열었으며, 시코르는 상권 내 이전을 마쳤다.

강남 상권에서는 메디컬 업종이 전체 매출 중 약 76%를 차지하며, 이는 서울 주요 상권 중 가장 높은 수준이다. 고층 빌딩이 많은 지역 특성상, 다수 빌딩은 중층부 이상에 병원과 클리닉이 입점해 있다. 최근 뽀띠 시술처럼 부담이 적은 의료 서비스 수요가 크게 늘면서, 내국인뿐만 아니라 외국인 관광객들의 이용도 증가하고 있다. 이에 따라 강남은 의료 관광 중심지로서의 입지가 더욱 확고해지고 있다.

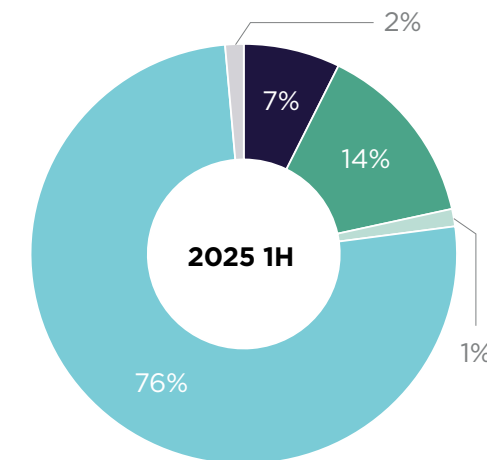
업종 구성은 뷰티·패션·F&B 외에도 병의원 매장의 비중이 높으며, 상권 전반이 '쇼핑+체험+의료' 기능이 결합된 복합형 구조로 변화하고 있다. 일부 빌딩에서는 노후 건물의 리모델링과 중층부 리테일 리포지셔닝이 이루어지고 있다.

강남 공실률 추이



Source: Cushman & Wakefield

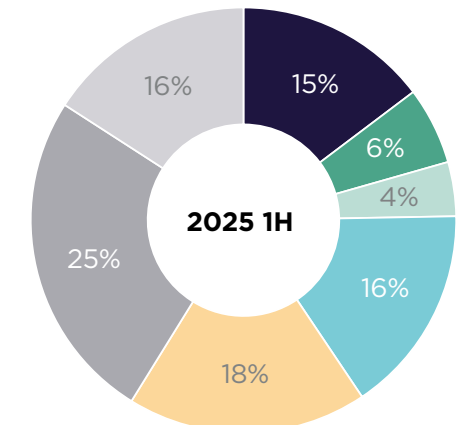
강남 업종별 매출



음식업, 소매업, 서비스, 메디컬, 기타

Source: 신용카드사, Cushman & Wakefield

강남 테넌트 업종비

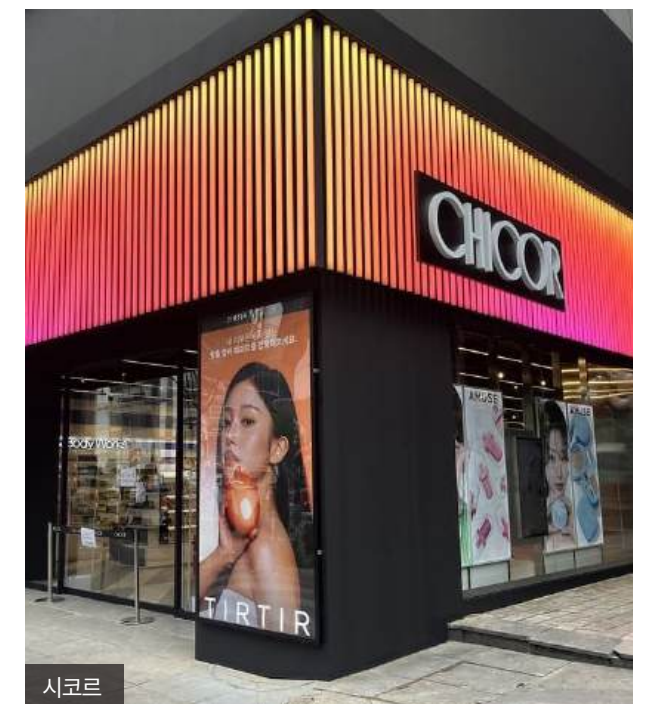


의류점, 패션잡화, 화장품, 명품, 기타 도소매, 병의원, 기타 서비스, F&B

Source: Cushman & Wakefield



무신사



시코르

사진 출처: 각 사

5. MARKET SNAPSHOT

홍대

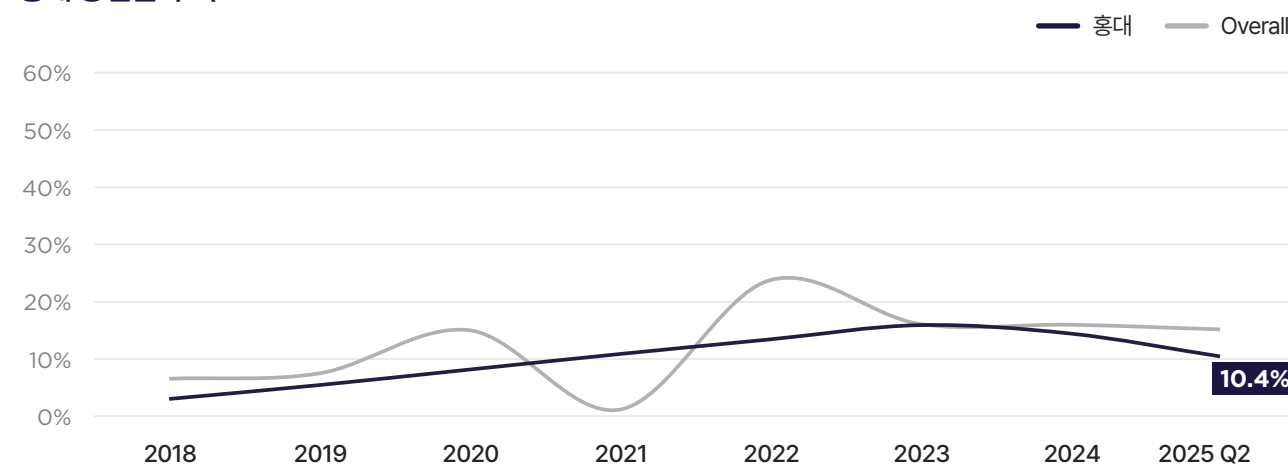
홍대는 10~20대 젊은 층과 외국인 관광객이 함께 형성하는 복합 소비 상권으로, 서울 내에서도 소비 트렌드 변화에 민감한 지역 중 하나이다. 거리 문화와 예술적 감성이 공존하는 특성상, 패션·뷰티·F&B 업종뿐 아니라 공연·전시·버스킹 등 문화 콘텐츠가 결합된 상업 구조를 이루고 있다. 이러한 문화 체험 요소는 외국인 방문객들에게 색다른 경험으로 작용하고 있다.

홍대 상권의 공실률은 전년 동기 대비 4.0 pp 하락한 10.4%를 기록했다. 젊은 소비층의 안정적인 유입과 외국인 관광객의 증가에 힘입어 상권은 건조한 흐름을 보이고 있다. 주요 매장은 스트리트 패션 브랜드, K-콘텐츠와 캐릭터 IP를 활용한 테마형 매장, 유명 F&B 브랜드 등으로 구성되어 있다.

최근 몇 년 사이 홍대 대로변의 주요 건물들이 리모델링을 거치며 대형화된 프라임급 리테일 공간이 새롭게 공급되었으며, 글로벌 브랜드의 플래그십 매장과 체험형 콘텐츠 매장이 속속 들어서고 있다. MZ세대 비중이 높은 상권인 점을 고려해, 브랜드들은 오프라인 체험과 SNS 활용을 결합한 마케팅 전략을 강화하고 있다.

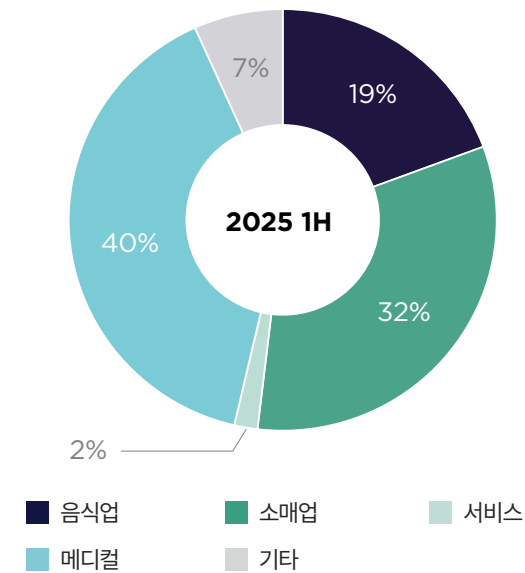
주요 업종은 의류를 비롯한 도소매, 병원 등 고루 분포하고 있다. 올해 홍대에는 팔라스, 마크곤잘레스, 코닥 등 젊은 층을 타겟으로 하는 브랜드의 진출이 돋보였다. 또한 최근 미용·피부 관련 시술 수요가 증가함에 따라, 양화로 일대를 중심으로 메디컬 업종이 확장되고 있다.

홍대 공실률 추이



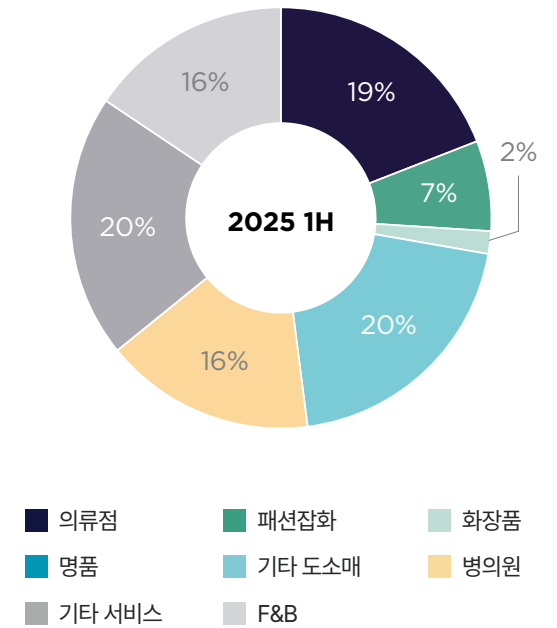
Source: Cushman & Wakefield

홍대 업종별 매출



Source: 신용카드사, Cushman & Wakefield

홍대 테넌트 업종비



Source: Cushman & Wakefield



팔라스



마크곤잘레스

사진 출처: 각 사

5. MARKET SNAPSHOT

가로수길

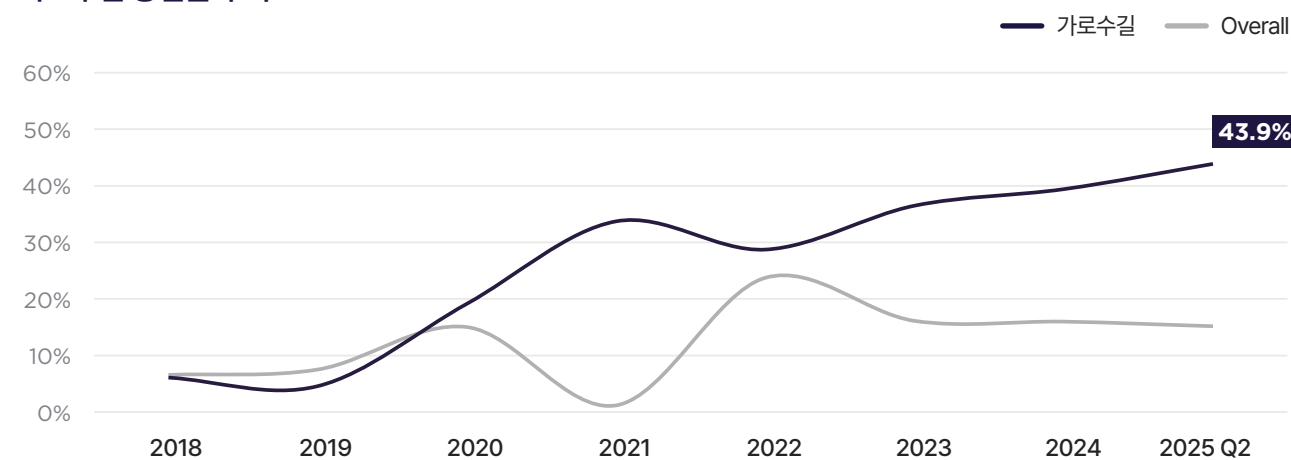
가로수길은 서울의 대표적 패션-라이프스타일 거리로, 컨템포러리 브랜드와 글로벌 브랜드의 플래그십 스토어, 감도 높은 F&B 매장이 조화를 이루는 상권이다. 이면에는 개성 있는 소규모 카페, 레스토랑, 라이프스타일 숍이 밀집해 있다. 가로수길의 주요 방문객층은 내국인 중심에서 외국인, 특히 중국인 관광객으로 이동했으나, 코로나19 동안 이들의 발길이 급감하면서 상권은 큰 타격을 입었다. 이로 인해 팬데믹이 끝난 후에도 여전히 회복은 더딘 상황이다.

2025년 2분기 가로수길의 공실률은 43.9%로, 서울 주요 상권 중 가장 높은 수준을 기록했다. 높은 임대료 부담과 유동 인구 감소가 맞물리며 구조적 조정 국면이 장기화되고 있다. 2010년대 가로수길은 트렌디한 브랜

드의 집결지로 임대 수요가 강했으나, 이후 임대료 상승과 성수, 한남 등 경쟁 상권으로의 소비 이동이 이어지면서 메인 스트리트의 활력이 눈에 띄게 약화되었다. 다만 이면의 세로수길에서는 새로운 시도가 나타나고 있으며, 디자이너 브랜드, 소형 편집숍, F&B 브랜드가 신규 출점하고 있다.

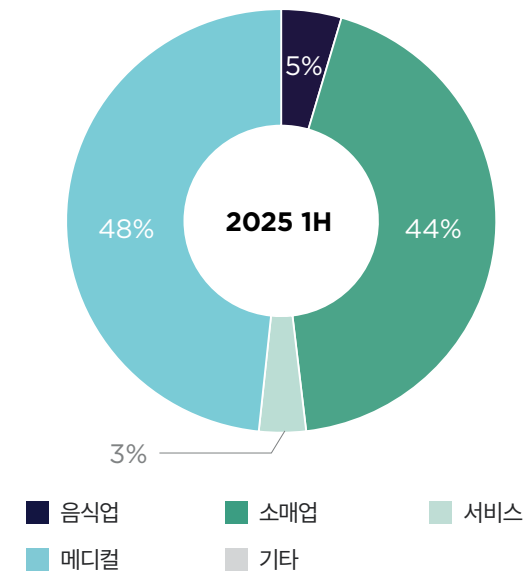
업종 구성은 의류점 비중이 여전히 높으며, 보세 의류와 디자이너 브랜드 매장이 공존하고 있다. 과거 상권을 주도하던 화장품 브랜드의 철수 사례가 늘면서 뷰티 업종 비중은 점차 축소되는 추세이다. 일부 공실 점포는 팝업 스토어 등으로 활용되며 임시 수요가 형성되고 있으나, 전반적인 회복세는 제한적이다.

가로수길 공실률 추이



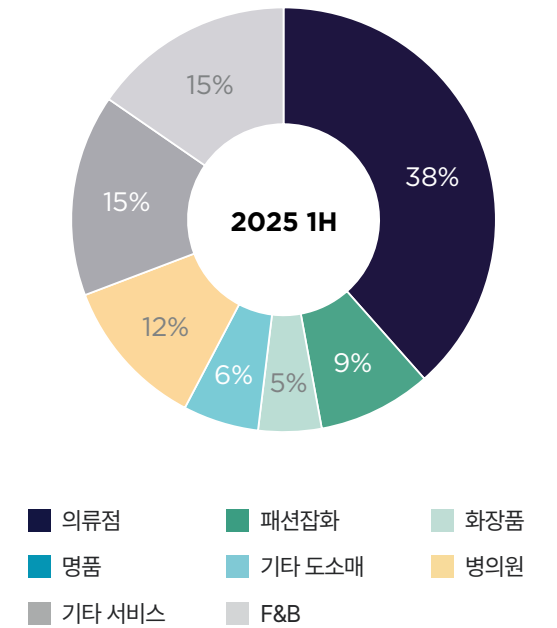
Source: Cushman & Wakefield

가로수길 업종별 매출



Source: 신용카드사, Cushman & Wakefield

가로수길 테넌트 업종비



Source: Cushman & Wakefield



오니츠카타이거



시몬스그로서리스토어

사진 출처: 각 사

5. MARKET SNAPSHOT

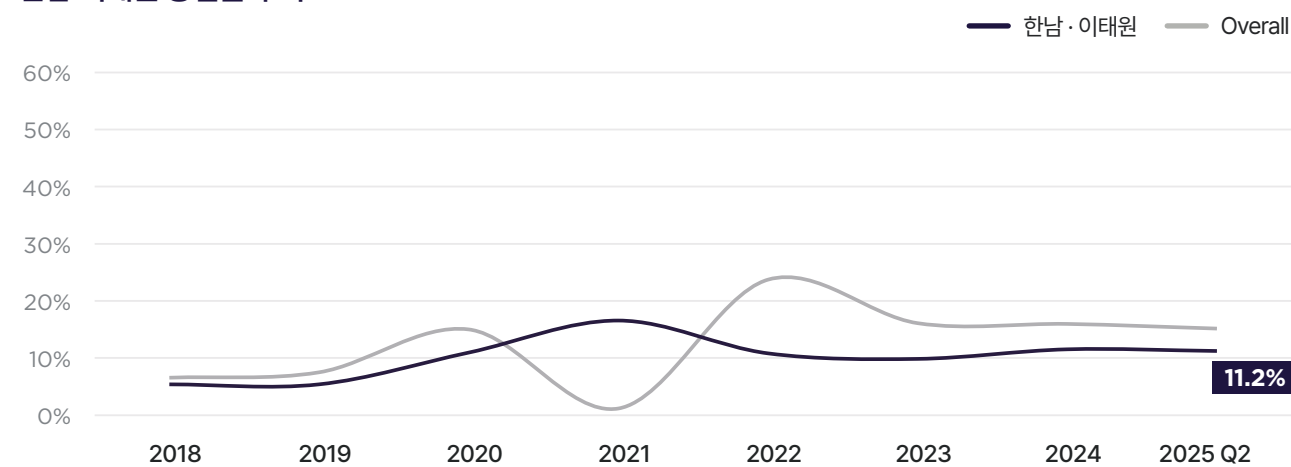
한남·이태원

한남·이태원 상권은 문화예술, 패션, F&B가 결합된 복합 라이프스타일 상권으로, 최근 서울 내에서 가장 감도 높은 소비 거점 중 하나로 평가된다. 프리미엄 주거지와 인접해 구매력 높은 소비 기반을 확보하고 있으며, 글로벌 관광객, 특히 K-패션과 K-뷰티 브랜드를 직접 체험하려는 외국인 방문객 유입이 꾸준히 이어지고 있다.

2025년 2분기 공실률은 11.2%로 안정적인 수준을 유지하고 있다. 한남·이태원 상권에 위치한 리테일 공간은 신명품 브랜드, 신진 디자이너 브랜드, 뷰티 브랜드의 쇼룸 중심으로 구성되어 있으며 고급스러운 이미지를 갖추고 있다. 신규 테넌트의 진입도 꾸준히 이어지며, 올해 비샵, 알로 요가, 루에브르, 타르틴 베이커리 등 젊은 소비층이 즐겨 찾는 트렌디한 매장이 잇따라 오픈했다.

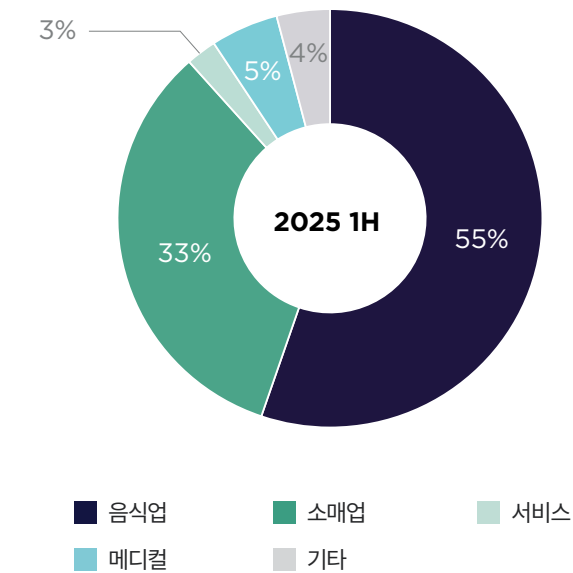
업종 구성에서는 F&B 비중이 약 33%로 타 상권 대비 높으며, 카페·레스토랑·팝·클럽 등이 밀집해 있다. 특히 고급 다이닝과 컨셉형 카페가 많아 상권의 체류 시간을 높이고 있다. 매출에서도 타 상권 대비 음식업이 차지하는 비중이 높게 나타나며, 식음과 여가, 쇼핑이 결합된 소비 패턴이 자리 잡고 있다. 젊은 소비층과 고급 소비층, 외국인 방문객을 모두 흡수하며, 특유의 복합적 상권 구조를 만들어내고 있다.

한남·이태원 공실률 추이



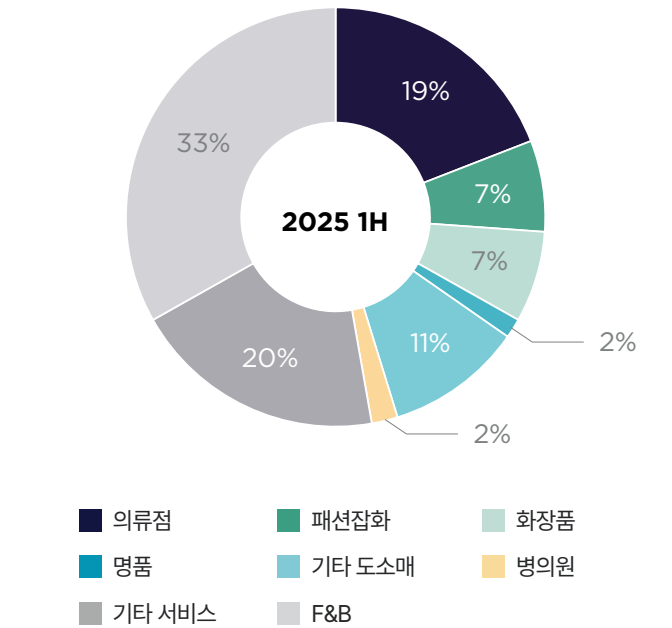
Source: Cushman & Wakefield

한남·이태원 업종별 매출



Source: 신용카드사, Cushman & Wakefield

한남·이태원 테넌트 업종비



Source: Cushman & Wakefield

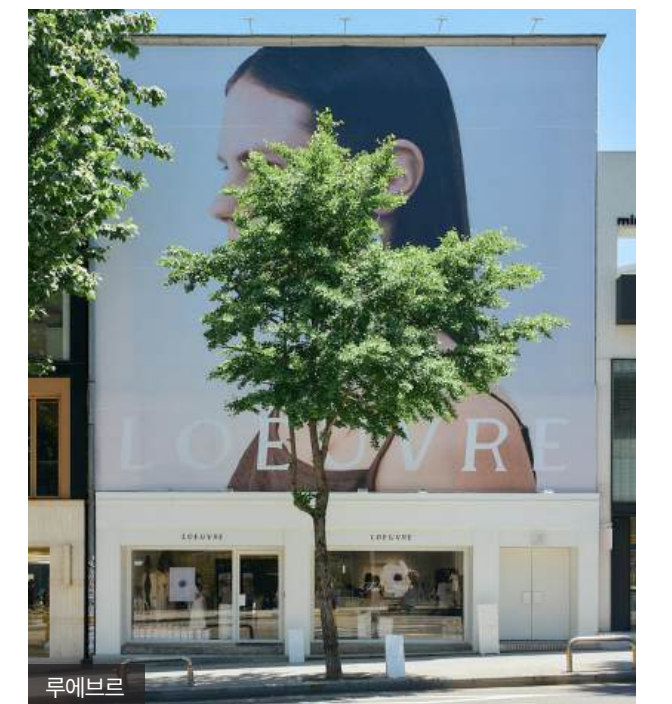


사진 출처: 각 사

5. MARKET SNAPSHOT

청담

청담은 서울을 대표하는 하이엔드 리테일 상권으로, 명품 패션과 고급 라이프스타일 브랜드가 밀집한 쇼핑 거점이다. '청담동 명품 거리'로 불리는 대로변에는 루이비통, 샤넬, 디올 등 글로벌 럭셔리 브랜드의 플래그십 스토어가 줄지어 있으며, 이면에는 파인 다이닝, 라운지 바, 아트 갤러리 등 고급 F&B와 문화공간이 조화를 이루고 있다.

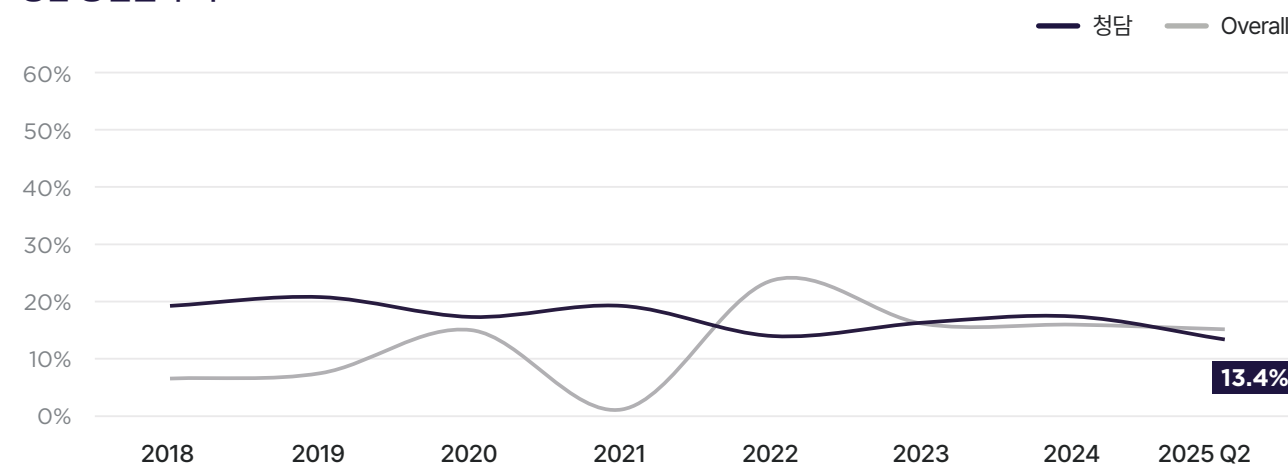
팬데믹 기간에도 청담은 다른 상권과 달리 견조한 성장세를 보였다. 사회적 거리 두기와 여행 제한으로 인한 소비 대체 심리가 보복 소비로 이어지며, 명품 소비가 집중되었기 때문이다.

현재 청담 상권 내 테넌트의 약 49%가 명품 브랜드로 구성되어 있다. 특히 최근 몇 년 사이에는 명품 패션 중

심에서 하이엔드 주얼리·워치로 브랜드 구성이 확장되는 흐름이 뚜렷하다. 티파니앤코, 롤렉스 등이 신규 오픈을 준비 중이며, 기존 브랜드들도 리뉴얼 및 플래그십 확장을 마쳤다.

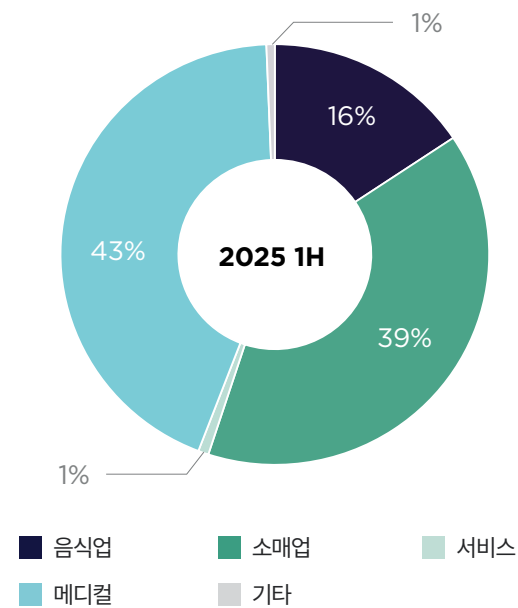
청담 상권의 공실률은 13.4%로, 전년 동기 대비 4.0 pp 하락했다. 청담은 올해 들어 바세론 콘스탄틴, 마이바흐, 제이린드버그 등 여러 신규 매장이 오픈하며 브랜드 포트폴리오가 다양해졌다. 일부 브랜드는 단순 판매 공간을 넘어 VIP 라운지, A/S 센터, 전시형 쇼룸 등 맞춤형 서비스를 제공하는 복합 공간으로 진화하고 있다. 안정적인 고급 소비층과 글로벌 브랜드의 지속적인 수요가 상권의 견조한 임차 수요를 뒷받침하고 있다.

청담 공실률 추이



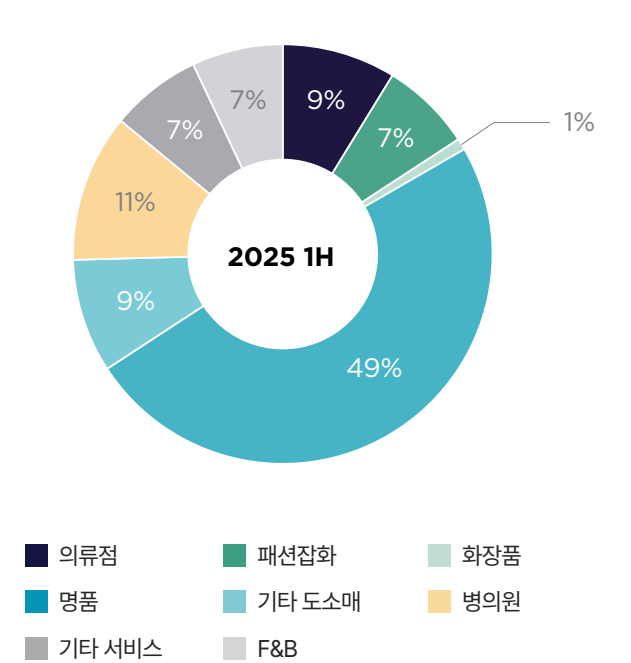
Source: Cushman & Wakefield

청담 업종별 매출



Source: 신용카드사, Cushman & Wakefield

청담 테넌트 업종비



Source: Cushman & Wakefield

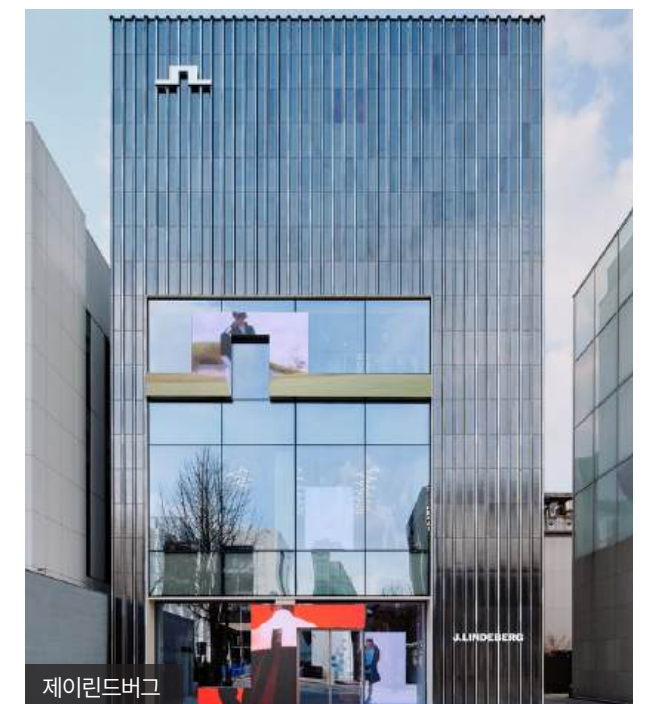


사진 출처: 각 사

5. MARKET SNAPSHOT

성수

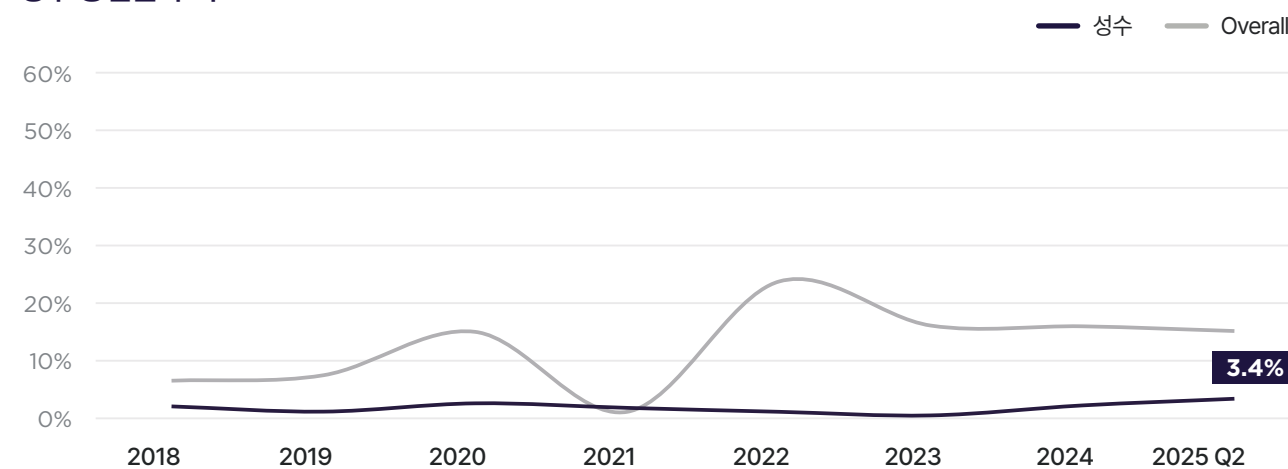
과거 공장 지대에서 출발한 성수는 최근 서울에서 가장 빠르게 변화한 상권으로 부상했다. 현재 성수는 서울 리테일의 성장 거점으로 평가되며, 팝업스토어 중심의 실험적 공간에서 브랜드 플래그십 상권으로 진화하고 있다.

2025년 2분기 기준 성수의 공실률은 3.4%로 여전히 매우 낮은 수준을 유지하고 있다. 다만 전년 동기 대비 1.1pp 상승했는데, 이는 신규 수요 유입과 팝업스토어에서 정규 매장으로 전환되는 과정에서 나타난 일시적 조정으로 해석된다. 성수는 서울 내 어느 상권보다도 신규 매장 오픈이 활발하며, 올해에도 딥티크, 셰이크썬, 29홈, 어뮤즈 등 국내외 브랜드가 플래그십 스토어를 잇달아 선보였다. 업종별로는 의류와 F&B가 높은 비중을 차지하며, 매출 역시 음식과 소매업에서 대부분 발생하고 있다.

성수는 외국인 방문 증가율이 서울 주요 상권 중 가장 높은 것으로 알려졌다. 외국인들이 K-라이프스타일을 경험하기 위해 방문하는 곳으로, SNS에서는 외국인들이 성수 편집숍을 찾아쇼핑하거나 한국 특유의 분위기를 가진 카페를 투어하는 콘텐츠가 큰 인기를 끌고 있다. 외국인 고객 비중이 늘면서 외국인 특화 오프라인 매장이 성수에 진출하는 사례도 관찰된다.

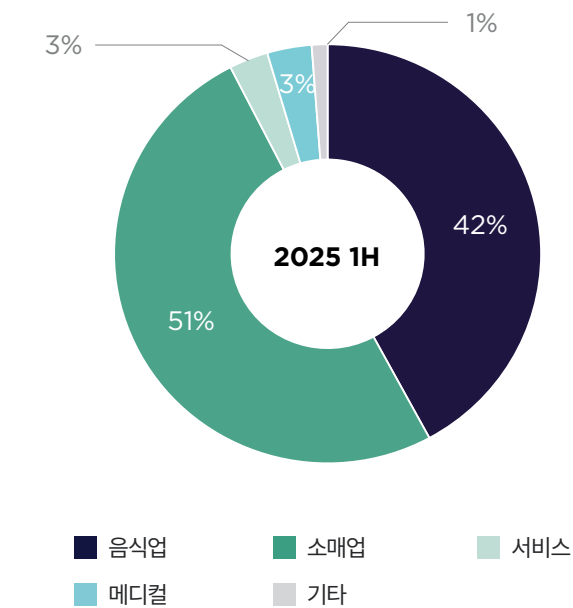
성수는 초기에는 오래된 공장과 창고를 카페와 쇼룸으로 리모델링하는 흐름이 강했으나, 최근에는 대형 오피스 개발이 활발히 진행되고 있다. 스타트업과 크리에이티브 기업의 상주인구가 지속적으로 증가해, 향후 성수 상권의 지속적인 수요를 뒷받침하면서 또다른 성장 국면을 열 것으로 보인다.

성수 공실률 추이



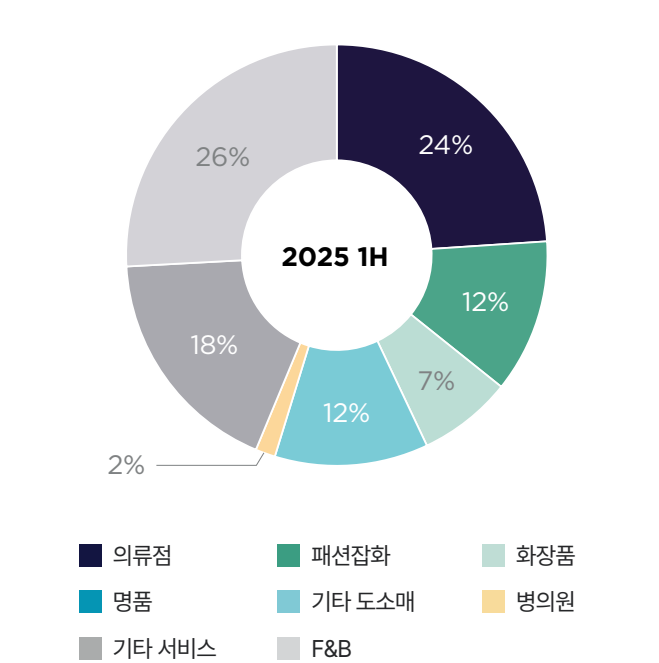
Source: Cushman & Wakefield

성수 업종별 매출



Source: 신용카드사, Cushman & Wakefield

성수 테넌트 업종비



Source: Cushman & Wakefield



사진 출처: 각 사



AUTHORS:

김수경 팀장

Head of Research
010 7153 0867
suki.kim@cushwake.com

소진 과장

Research Manager
010 9186 1816
jin.so@cushwake.com

CONTACTS:

윤화섭 상무

Head of Retail Leasing Services
010 7740 7887
jason.yun@cushwake.com

남신구 이사

Head of Tenant Representation
010 5656 3048
kelly.nam@cushwake.com

ABOUT CUSHMAN & WAKEFIELD

Cushman & Wakefield (NYSE: CWK) is a leading global commercial real estate services firm for property owners and occupiers with approximately 52,000 employees in nearly 400 offices and 60 countries. In 2024, the firm reported revenue of \$9.4 billion across its core service lines of Services, Leasing, Capital markets, and Valuation and other. Built around the belief that Better never settles, the firm receives numerous industry and business accolades for its award-winning culture. For additional information, visit www.cushmanwakefield.com.

©2025 Cushman & Wakefield. All rights reserved. The information contained within this report is gathered from multiple sources believed to be reliable, including reports commissioned by Cushman & Wakefield ("CWK"). This report is for informational purposes only and may contain errors or omissions; the report is presented without any warranty or representations as to its accuracy.

Better never settles