

알던 동네 다른 동네

Our Neighborhoods Entering a New Era

Bigger & Bigger

홍대

강남

이대

내곡역

한남동

성수

6대 상권 소비 빅데이터 분석
2024



CUSHMAN &
WAKEFIELD

HONGD E



필름부착전문점
폰케이스·악세사리

인생네컷

성신부동산

코코머플리

TAXI FREE

유라거울

三丁目

PHOTO

LEEJOOHEE HENNA

henna

니컷네컷

중평
필름부착
전문

니컷네컷

Self photo studio
1+1
₩4,000

알던 동네
다른 동네

알던 동네, 다른 동네

Our Neighborhoods Entering *a New Era*



홍대상권 = 홍대 + 합정 + 연남 + 경의선 책거리 + Who's Next?

Bigger & Bigger

무료 배포용 | For Public Viewing

CONTENTS



General
권역의 설정

01

· 아직 끝나지 않은 홍대 상권의 2차 성장



Footfall & Visitor
유동인구 및 관광객 추이

02

· 걸어서 홍대속으로



Revenue
매출 추이

03

· 전통 강자의 약진, 신규 강자의 등장



Number of Retailer
매장 수 추이

04

· 홍대 상권에 다시 돌아오는 활기



Consumer
시간대별, 연령별 소비비중

05

· From Z to M, 성장하는 홍대 상권의 소비력



Top Players
시기별 Top Player 매출

06

· 홍대상권 새옹지마

무료 배포용 | For Public Viewing

아직 끝나지 않은 홍대 상권의 2차 성장



HONGDAE

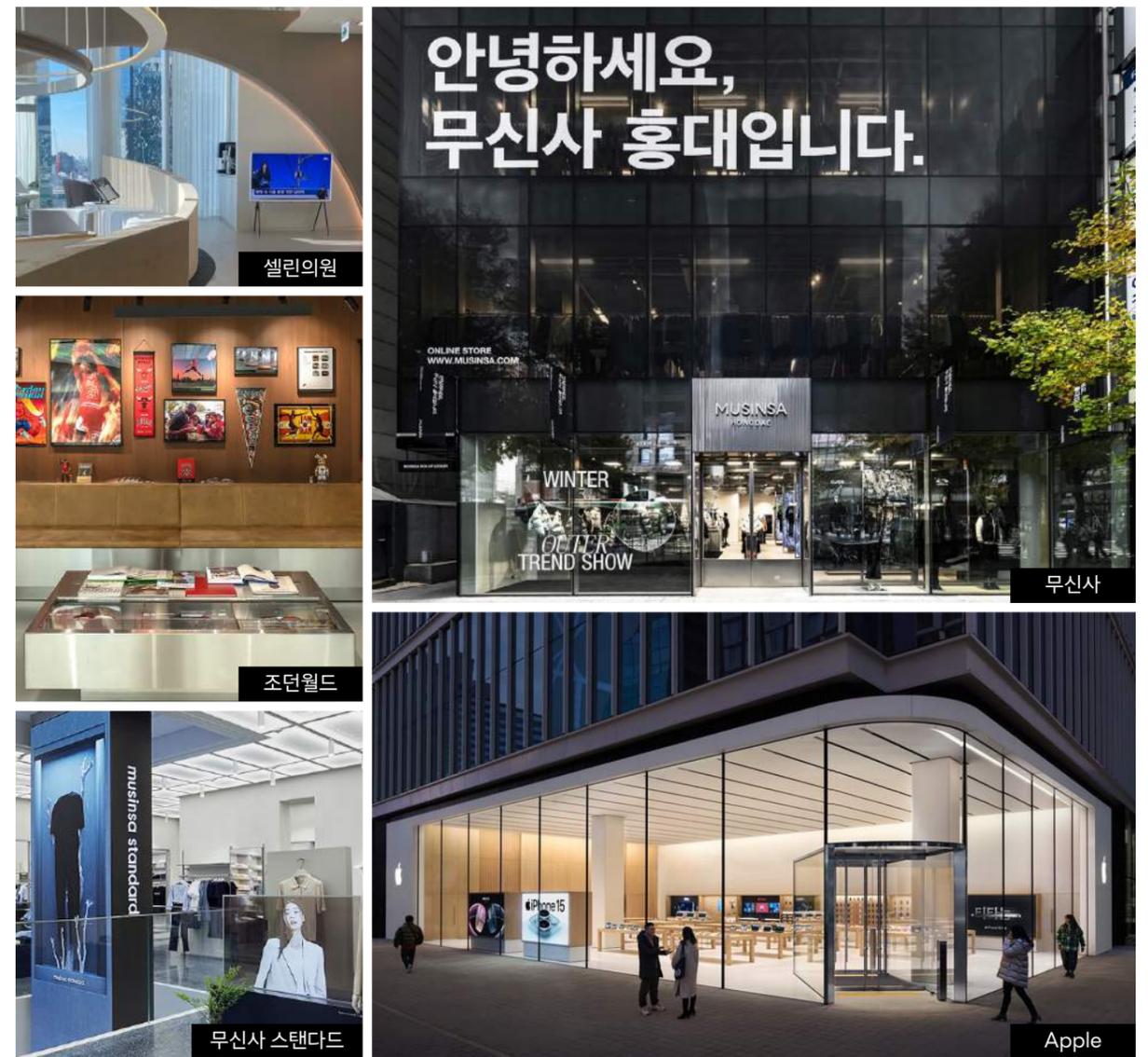
홍대

젊은 고객층이 전통적으로 상권을 주도하는 홍대는 강남 다음으로 국내에서 2번째로 매출 규모가 큰 상권입니다.

'22년에 이어서 '23년에도 양화대로 인근으로 개발 및 임대차가 활발하게 이루어지며, 홍대 상권의 확장과 성장을 보여주고 있습니다.



I 홍대 주요 및 신규 상업시설



Q&A



Retail 임대차자문팀 정병춘 부장



최근 1년간 홍대 상권은 어떤 변화가 있었나요?

홍대 상권은 과거 홍익대학교 정문 앞, 삼거리 포차 중심으로 활성화가 되었으나, 현재는 **홍대입구역 주변과 양화로** 중심으로 상권의 중심지가 이동하였습니다.

엔데믹 이후 홍대입구역 공항철도를 통해 외국인들의 유입이 폭발적으로 증가하고 있으며, 이러한 수요를 기반으로 양화로 내 무신사, 애플, 올리브영 플래그십들이 연달아 오픈하고 있습니다.

최근 홍대 상권은 국내 주요 상권 중 가장 낮은 공실률을 기록하고 있는 상권 중 하나입니다.

걸어서 홍대속으로



유동인구 및 관광객 추이

홍대 상권은 상권의 규모 만큼이나 높은 일평균 유동인구를 보유하고 있으며, **국내 주요 상권 중 일평균 유동인구 2위, 평당 일평균 유동인구 3위**를 기록하고 있습니다.

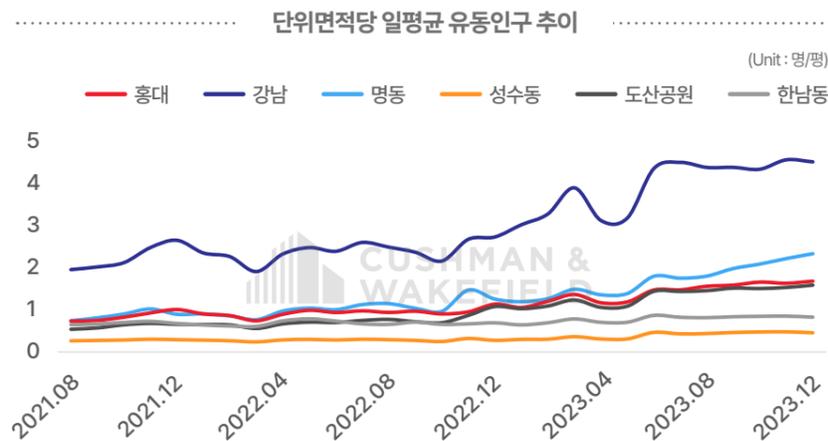
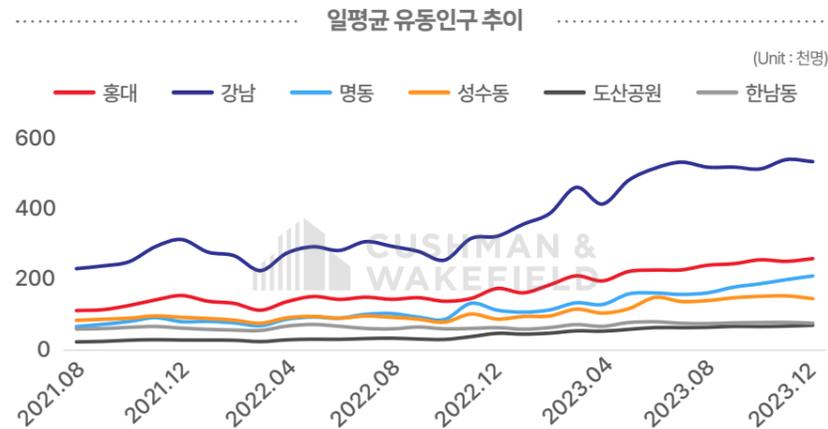
'22년 3월부터 지속적인 상승을 이어 가며, **현재 코로나시점 대비 약 2배의 유동인구 규모**를 보유하고 있습니다.

유동인구

2위

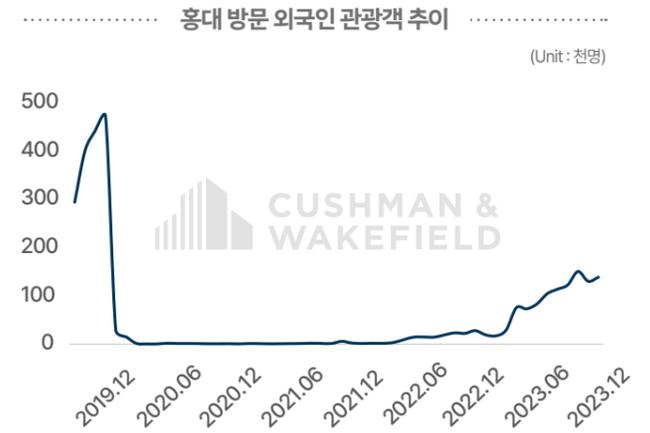
평당 유동인구

3위



다시 고개드는 관광 상권 홍대

- 국내 여느 주요 상권과 마찬가지로 코로나 인한 외국인 방문객 감소 현상은 홍대 상권에서도 관측 이래 최저점이라는 형태로 나타났습니다.
- 하지만, 홍대를 방문하는 외국인 관광객 수는 '22년 6월부터 본격적으로 회복세로 접어들었으며, '23년 12월에는 코로나 이전 대비 **약 30%**까지 회복하며 청신호를 띄웠습니다.



홍대 상권 차 없는 거리 '레드로드' 확대한다

서울 서교동은 홍대 상권의 중심가로 매일 많은 사람들의 방문이 이루어지고 있습니다.

'23년 상반기에는 방문객의 편의를 위하여 주차장길을 없애고 차 없는 거리로 만들었으며, 이로 인하여 방문객 및 매출이 급증하였습니다.

이에 따라 마포구는 '24년부터 주말 간 중심 거리 전체를 차 없는 거리로 확대할 예정이며, 유동인구 및 매출이 더욱 증가할 것으로 기대됩니다.



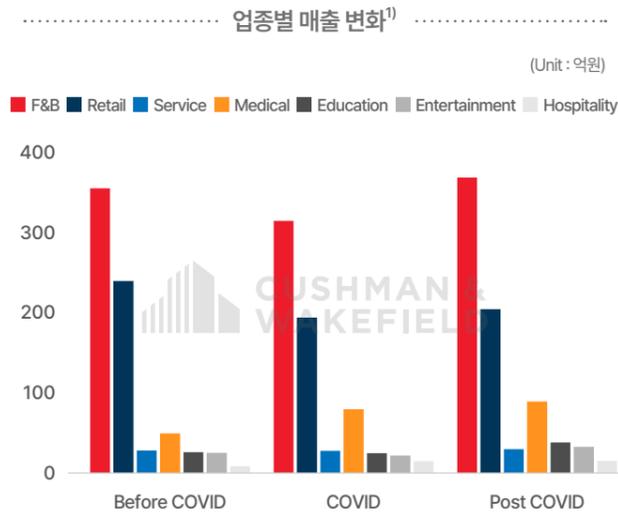


3. Revenue / 매출 추이

전통 강자의 약진, 신규 강자의 등장

홍대 상권에 찾아온 두번의 타격

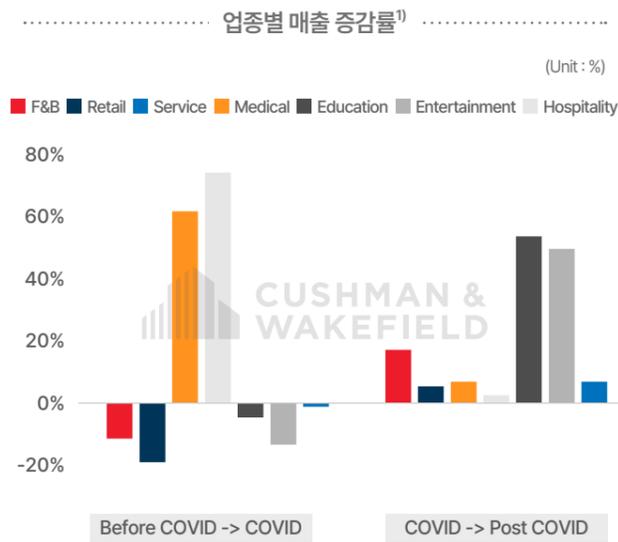
- 국내 모든 주요 상권들은 코로나로 인하여 '19년 12월 이후 급격한 매출 하락을 경험하였습니다.
- 특히, 홍대의 경우는 '20년 12월 대학가의 비대면 수업 활성화 및 방학 개시로 인하여 타 상권 대비 한차례 더 매출이 감소하는 상황을 겪어야만 했습니다.
- 하지만 이후, 지속적인 매출 상승을 기록하며, 현재는 **코로나 이전의 최대 매출을 상회**하였습니다.



F&B의 귀환, Medical의 태동

- 홍대 상권의 **F&B 업종**은 코로나 기간 일시적으로 매출이 감소하였으나, 이후 큰 폭으로 상승하며 **코로나 이전 매출을 상회**하였습니다.
- Medical 업종의 경우, 코로나 이전 전체 매출 대비 소규모의 매출 비중을 보여주고 있었으나, 이후 **꾸준하게 상승하며, 홍대 상권의 신규 강자**로 떠올랐습니다.

	F&B	Retail	Medical
Before COVID → COVID	▼	▼	▲
COVID → Post COVID	▲	▲	▲

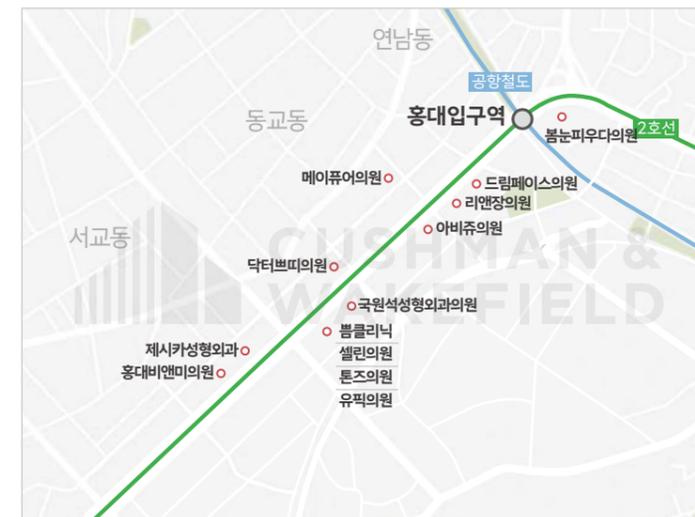


Let's Get Back to New Normal

- F&B 및 Retail 업종은 코로나 이후 발생한 상승폭이 **코로나로 인한 매출 감소폭을 상회**하며, 홍대 상권 전통 강자의 귀환을 알렸습니다.
- 코로나 기간을 관통하며 꾸준한 상승을 보여준 **Medical 업종**과 외국인 및 관광 산업 재개로 인한 **Hospitality 업종의 매출 상승**이 두드러졌습니다.

	F&B	Retail	Medical	Hospitality
Before COVID → COVID	-11%	-19%	-62%	74%
COVID → Post COVID	17%	5%	7%	2%

Note 1 : Before COVID: 19.12 / COVID: 22.06 / Post COVID: 23.12 시점을 의미



Veni Vidi Vici, 홍대 Medical

홍대 상권의 신규 중심지로 떠오르고 있는 양화대로의 양측을 중심으로 **Medical 업종이 꾸준히 성장**하고 있습니다.

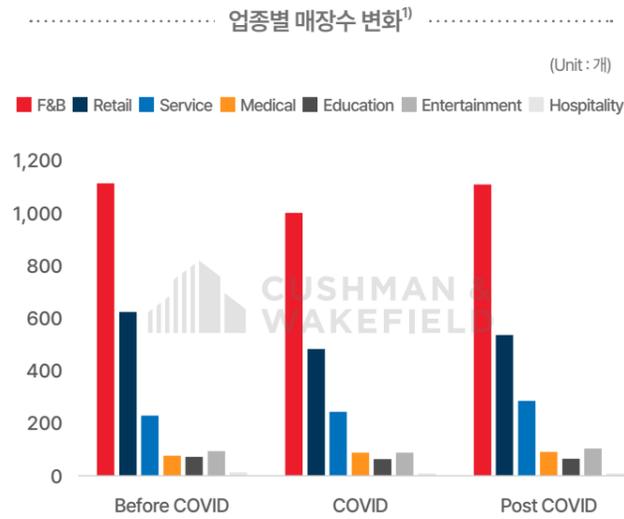
'23년 C&W Korea에서도 홍대를 포함하여, **주요 6대 상권 내 약 12건의 계약을 체결**하였으며, 앞으로도 국내 주요 상권 내 Medical 업종의 지속적인 성장이 예상됩니다.

홍대 상권에 다시 돌아오는 활기



다시 돌아오는 방문객과 학생들

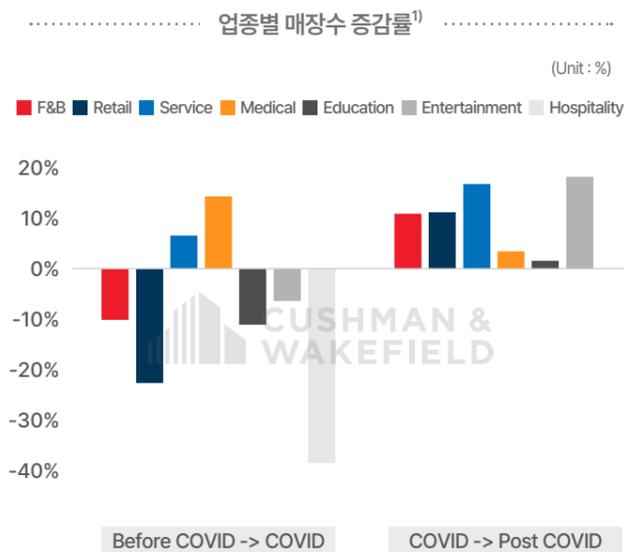
- 홍대 상권 권역의 매장수는 코로나 이전 최대 약 2,200개 수준의 매장수를 유지하고 있었으나, 코로나를 겪으며, 약 1,700여 개까지 감소하였습니다.
- 특히 홍대는 방문 관광객의 감소와 함께 대학교의 본격적인 비대면 수업으로 상권 내 수요 감소로 이어졌고, 상대적으로 낮은 수준의 매장수가 장기간 유지되었습니다.
- 현재 홍대 상권은 **해외여행과 대면수업 재개, 양화대로의 개발 활성화**로 인하여 코로나 이전 수준의 매장수로 가파르게 회복하고 있습니다.



위기를 성장의 기회로

- 홍대상권을 이끄는 업종인 F&B의 매장수는 코로나 기간 동안 소폭 감소하였으나, 다시 점진적으로 상승하며, **코로나이전 수준에 근접하게 회복하였습니다.**
- 특이점으로는 홍대 상권 내 **Service 업종이 코로나 기간 동안에도 지속적으로 상승하여, 상권 내 3번째로 많은 매장수를 기록하였습니다.**

	F&B	Retail	Service
Before COVID → COVID	▼	▼	▲
COVID → Post COVID	▲	▲	▲



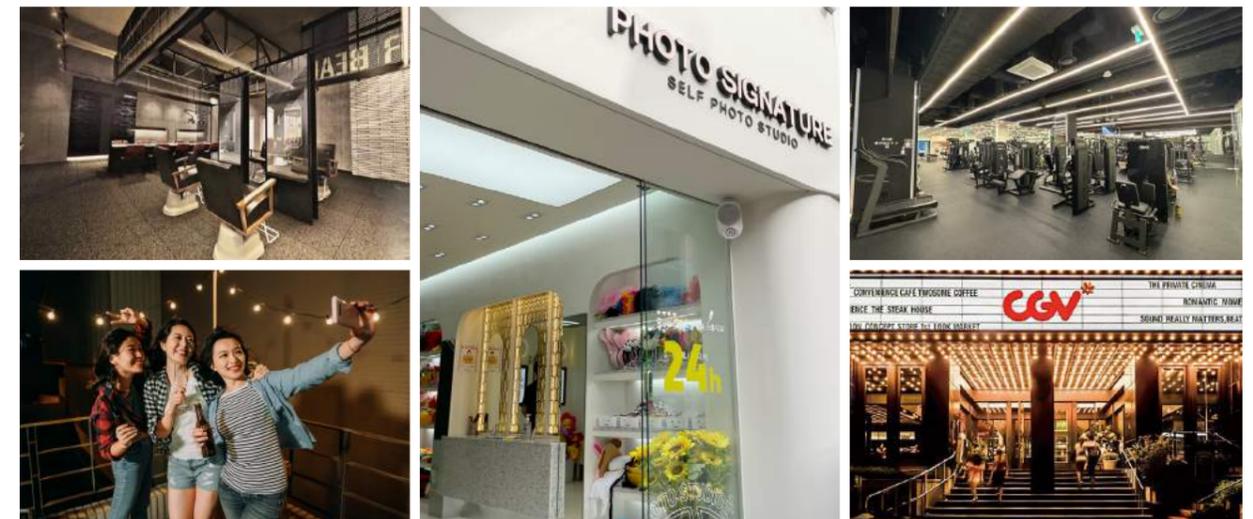
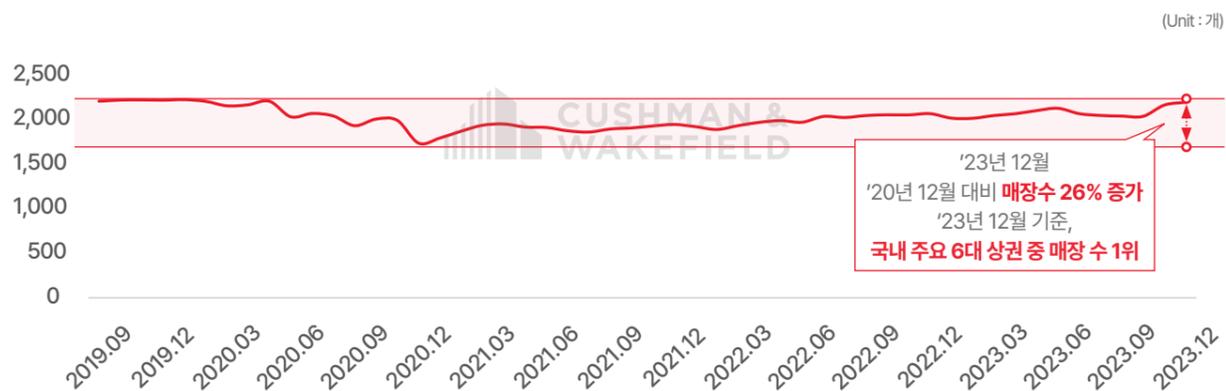
돌아온 MZ 들의 놀이터

- 타 상권과 달리, **Service 및 Entertainment 중심**으로 높은 증가율을 보였습니다.
- Service 업종은 미용실과 스티커 사진, Entertainment 업종은 헬스, 영화관, 노래방, 북카페, 게임방 등 다양한 오락거리 위주로 성장하며, **MZ세대의 놀이터로서의 정체성을 더욱 뚜렷하게 만들었습니다.**

	F&B	Retail	Service	Entertainment
Before COVID → COVID	-10%	-23%	7%	-6%
COVID → Post COVID	11%	11%	17%	18%

Note 1 : Before COVID: 19.12 / COVID: 22.06 / Post COVID: 23.12 시점을 의미

전체 매장수 변화

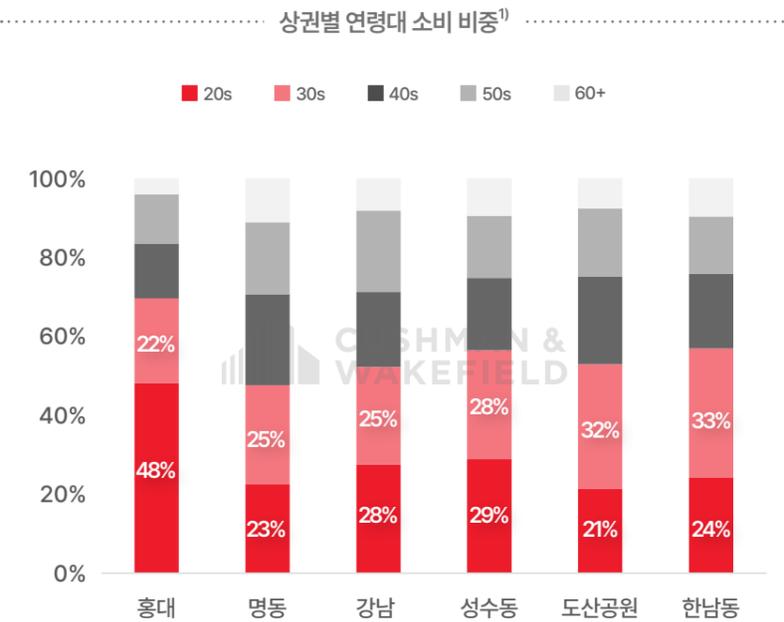




From Z to M, 성장하는 홍대 상권의 소비력

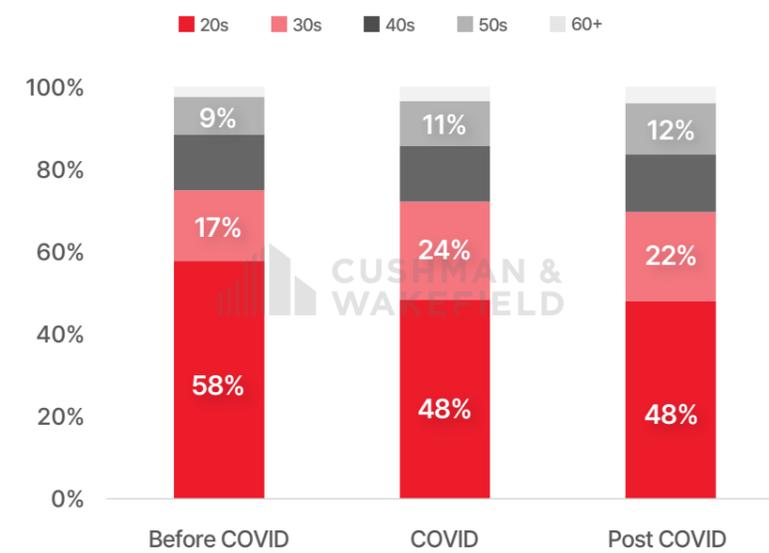
젊음의 대명사, 홍대 상권

- 홍대 상권은 주요 상권 중 MZ세대의 소비가 가장 뚜렷하게 나타나는 상권입니다.
- 여타 주요 상권 내 20·30대 매출 비중은 평균 53%를 차지하는 반면, 홍대 상권 내 20·30대의 소비 비중은 **약 70% 이상**을 차지하고 있습니다.
- 하지만, 이렇게 젊은 층의 소비를 대표하는 홍대 상권 내에서도 최근 연령대가 조금씩 높아지는 현상이 나타나고 있습니다.



Note 1 : Before COVID: 19.12 / COVID: 22.06 / Post COVID: 23.12 시점을 의미

홍대 상권 연령대별 소비 비중¹⁾



Note 1 : Before COVID: 19.12 / COVID: 22.06 / Post COVID: 23.12 시점을 의미

From Z to M 높아지는 홍대 상권 소비 연령대

- 홍대 상권은 20대를 중심으로 소비가 이루어지는 국내 주요 상권 중 가장 소비자 연령이 낮은 상권입니다.
- 하지만 코로나 이전, **전체 매출의 50% 이상을 차지하던 20대 중심 소비 현상은 코로나를 겪으며 비중이 축소된 반면, 30대 및 50대의 소비 비중은 확대**되었습니다.
- 이러한 연령별 소비 비중 변화에 따라, 젊은의 상징이던 홍대 상권의 소비력도 강화될 것으로 판단됩니다.

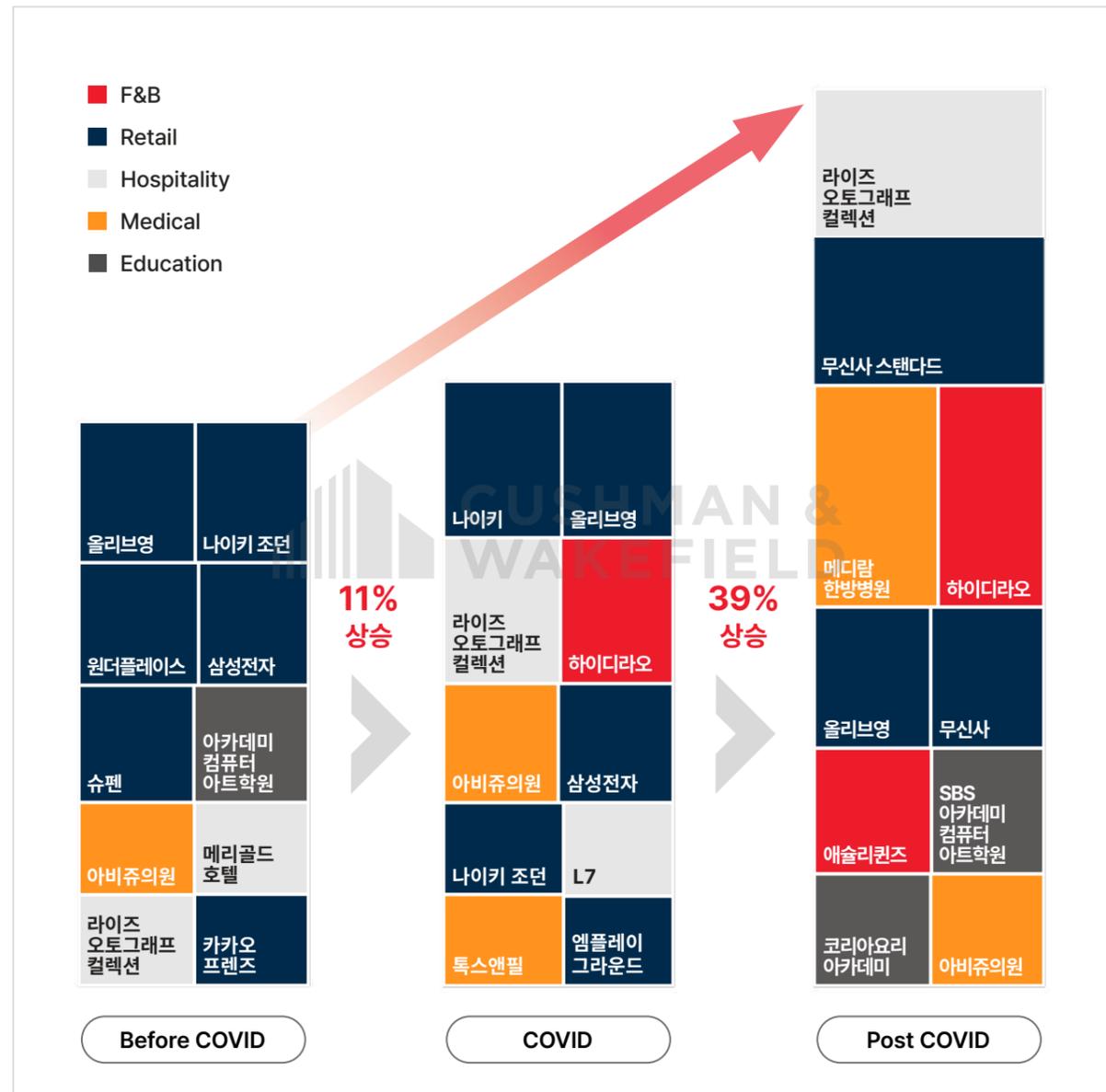
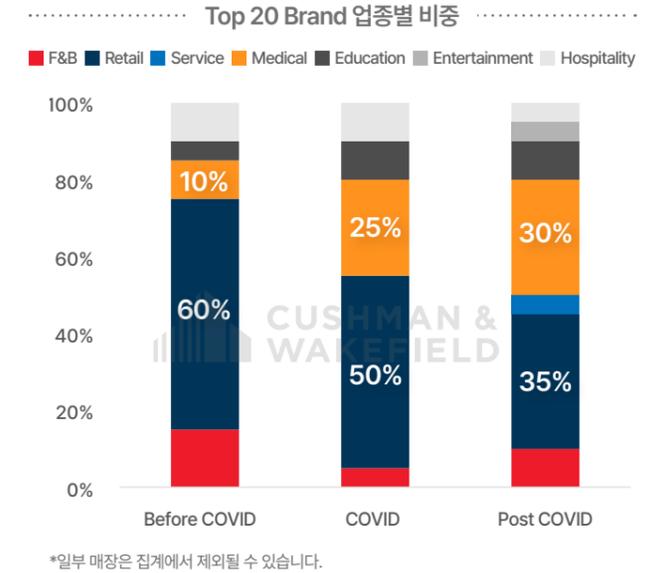
홍대상권 새용지마

홍대상권의 지각 변동

- 코로나 이전, 홍대 상권 내 상위 매출 브랜드 업종은 Retail > Hospitality > Medical 순서로 높은 비중을 차지하고 있었습니다.
- 코로나 기간을 지나며, Hospitality의 매출 증대가 이루어졌으며, Education, F&B 업종 브랜드들의 약진이 도드라졌습니다.
- 또한, 기존 상위 매출 내 포함되었던 Retail 브랜드들은 무신사 스탠다드, 무신사 등 신규 브랜드로 대체되었습니다.

홍대상권의 신형 강자, Medical의 약진

- 코로나 이전, 홍대 상권의 상위 매출 20개 브랜드 중 Retail 업종의 비중은 약 60%로 압도적인 수치를 보유하고 있었습니다.
- 하지만 코로나 이후, 이러한 Retail 업종의 비중은 지속적으로 감소하였으며, 반면 Medical 업종의 경우 지속적으로 상승하여 약 30%까지 비중을 확대하였습니다.



홍대 상권에서는 뷰티 업종이 활발하게 매출 성장을 이뤄내고 있으며, 특히 올리브영의 평당 매출액은 모든 리테일 브랜드를 통틀어 가장 높은 수준을 기록하고 있습니다.

또한, K 패션에 대한 외국인들의 관심이 높아지며, 커버넌트, 왓잇이즌, LMC, 에이랜드 등이 안정적인 매출을 달성하고 있습니다.

특히, 무신사 홍대의 경우 전국에 있는 무신사 오프라인 스토어 중 가장 높은 매출을 보이며 지속 성장 중에 있으며, 이러한 트렌드에 따라 최근 여타 스트리트 캐주얼 브랜드들의 홍대 상권 입점 문의가 늘고 있습니다.



*일부 매장은 집계에서 제외될 수 있습니다.



Bigger & Bigger

OUR NEIGHBORHOODS ENTERING

A NEW ERA

C&W LEASING OPPORTUNITY

홍대의 마지막 Flagship Site

최근 다양한 브랜드들의 Flagship이 입점한 홍대 상권 내 양화대로변 프라임급 건물들은 빠르게 임대료가 완료되었습니다.

현재 C&W Korea에서 임대중인 **홍대의 마지막 남은 Flagship Site**를 소개드립니다.

건물명	The Korner	
위치	서울특별시 마포구 양화로 136	
전용면적	2061.81py	
층수	6F~12F	🏢 오피스
	4F~5F	🏥 클리닉
	B1~3F	🛍 리테일
담당자	김경규 과장 (010-8871-5978)	

기존 홍익대학교를 중심으로 연남동, 경의선 책거리, 합정 등으로 상권을 확장한 홍대 상권은 최근 양화대로의 본격적인 활성화를 통하여 또 다른 성장 가능성을 보이고 있습니다.

또한, 차 없는 거리의 확대, 관광객의 증가, 대학교의 대면수업 재개 등으로 홍대를 방문하는 유동인구의 규모는 점진적으로 증가하고 있습니다.

이처럼 빠르게 변하는 외부 환경에 대응하여 변모하는 시장에서 **쿠시먼앤드웨이크필드가 앞으로의 성공을 약속하겠습니다.**

HONGDAE

보드게임카페
Red Button

02-333-5799

고가라

레드로드
사 없는거리
길은 편 바깥이다. 마포가 행복합니다.
운영시간
금, 토, 일요일 12:00~23:00
소방차의 연기를 피하여 차량의 통행량 제한하고 있습니다.
마포구청장/마포경찰서장

홈즈 & 루팡
보드게임카페
5F

KATA
안전여행상품
SAFETY TRAVEL PRODUCT
여행을 준비할 때는 여행지 보안을 확인하세요.

INTENSE CARE
Gold 24K Snail Cream
TONYMOLY

TONYMOLY
Snail Hy

\$
¥
€
元
홍대환전
MONEY EXCHANGE
兩替·換錢

일면 동네
다른 동네

Disclaimer

분석에 활용된 데이터는, A 금융사의 소비자 소비 빅데이터를 기반으로 산출되어 분석되었으며, Cushman & Wakefield와는 Exclusive MOU를 통한 배타적 상호 협약이 되어 있음에 따라, 타 사에서는 이용할 수 없는 원천 데이터입니다. 데이터 관련 문의 사항 있으시면 하단 Contact을 통해 문의하시기 바랍니다.

또한 본 보고서는 참고 목적으로 작성되었으며, 참고 목적 이외의 다른 목적으로 사용될 수 없습니다. C&W의 서면에 의한 사전 동의 없이는 그 전부, 일부 또는 요약이 복사되거나 제3자에게 공개 또는 인용될 수 없습니다.

C&W는 본 보고서와 관련하여 명시적으로든 묵시적으로든 어떠한 보증이나 보장도 제공하지 아니하며, 모든 의사결정은 귀사의 책임과 합리적인 판단에 따라 이루어져야 합니다.

따라서 본 보고서에 근거한 의사결정에 따른 모든 책임은 귀사에게 있으며, 본 자료를 이용함에 따라 발생하는 어떠한 종류의 피해나 손해에 대하여 C&W는 책임이나 의무를 부담하지 않습니다. 따라서, 모든 의사결정은 본 보고서를 수령한 귀사의 합리적인 판단에 따라 이루어져야 함을 다시 한번 알려 드립니다.

CONTACT

Report · Data

Retail Strategy
리테일 전략팀

최유진 부장 | 팀장

eugene.choi@cushwake.com

Report · Data

Retail Strategy
리테일 전략팀

김진형 대리

jerry.kim@cushwake.com

WE MAKE COMMUNITIES COME ALIVE



About Cushman & Wakefield

쿠시먼앤드웨이크필드(뉴욕증권거래소: CWK)는 전세계 60개국 400여 개 지사에서 약 52,000명의 전문가들을 둔 부동산 소유주들과 임차인들을 위한 선도적인 글로벌 상업용 부동산 서비스 회사입니다.

부동산의 매입, 매각, 임대차, 자산관리, 가치평가 등 부동산 거래와 관련된 전문 서비스를 폭넓게 제공하고 있으며, 그 외에도 시장 조사, 전략 수립, 포트폴리오 분석, 공간 설계 등 다양한 자문 서비스를 함께 제공하고 있습니다.

C&W는 전 세계 유수의 기업, 연기금, 리츠, 부동산 개발사, 정부 기관, 중소기업들과 함께하며 가장 신뢰받는 부동산 서비스 회사로 자리매김 하였습니다.