

알던 동네 다른 동네

SE3

GANGNAM

2025년 알던 동네, 다른 동네 SE3 강남편
6대 상권 빅데이터로 풀어보는 상권 인사이트



CUSHMAN &
WAKEFIELD

알던 동네 다른 동네

SE3



- 01** General | 권역의 설정
리테일의 기준은 여전히 강남
- 02** Footfall & Visitor | 유동인구 및 관광객 추이
다시, 중심이 되다
- 03** Revenue | 매출 추이
브랜드가 빛내고, 개발이 채우다
- 04** Number of Retailers | 매장 수 추이
회복의 끝, 강남의 힘
- 05** Consumer | 시간대별, 연령별 소비 비중
낮의 주인공이 바뀌었다
- 06** Top Players | 시기별 상위 매출 브랜드
Medical, 그 자체가 브랜드

01

General | 권역의 설정

리테일의 기준은 여전히 강남



GANGNAM

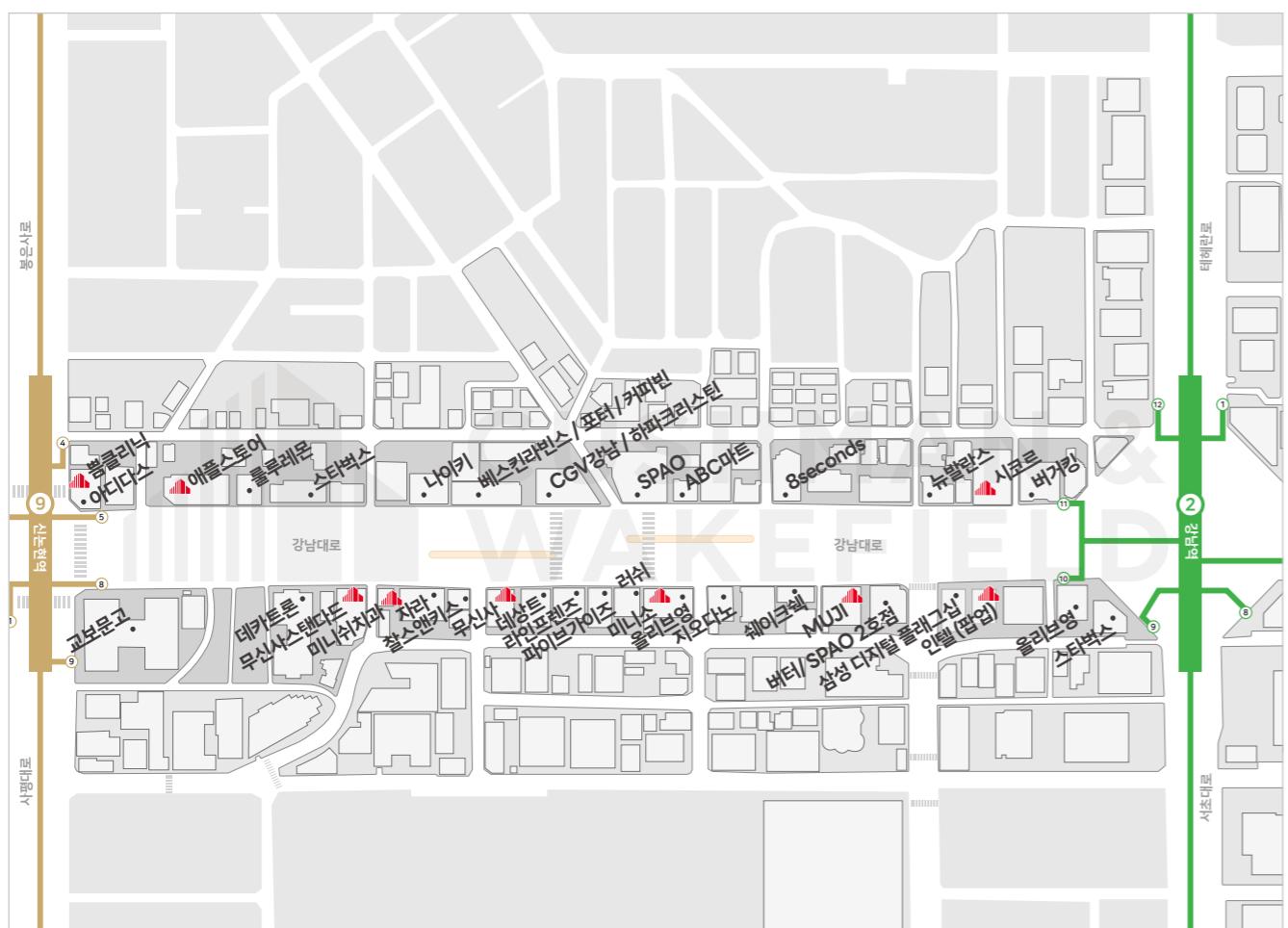
강남

강남 상권은 여전히 국내 리테일 시장의 절대 강자로, 타 상권이 쉽게 따라올 수 없는 매출 규모와 브랜드 집객력을 보유하고 있습니다.

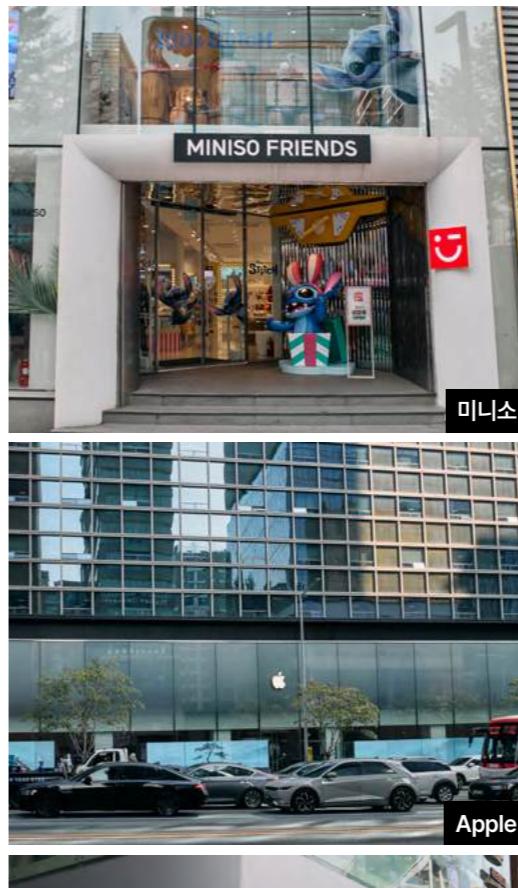
최근에는 메디컬 업종이 상권의 중심축으로 자리 잡으며, 메디컬과 리테일이 공존하는 독보적인 소비 거점으로 진화하고 있습니다.



I 강남 상권지도



I 강남 주요 및 신규 상업시설



미니소



Apple



인텔(팝업)



시코르

I C&W 담당자 인터뷰



Retail EBG팀
이상원 이사

최근 1년간 강남 상권은 어떤 변화가 있었나요?



강남 상권은 지하철 2호선과 신분당선이 만나는 환승 허브로서, 안정적인 유동 인구를 바탕으로 여전히 상권의 중심지로 유지되고 있습니다. 팬데믹 이후 온라인 쇼핑 확산과 소비 패턴 변화로 일부 로드숍과 패션 매장의 매출이 감소하며 공실률이 일시적으로 상승했으나, 최근에는 상당히 회복된 상황입니다.

또한 의료·헬스케어 등 비상품형 업종이 꾸준히 늘어나며 가시성 높은 입지를 선점하기 시작하였으며, 강남 상권의 전반적인 임대료 상승을 견인하고 있습니다.

02

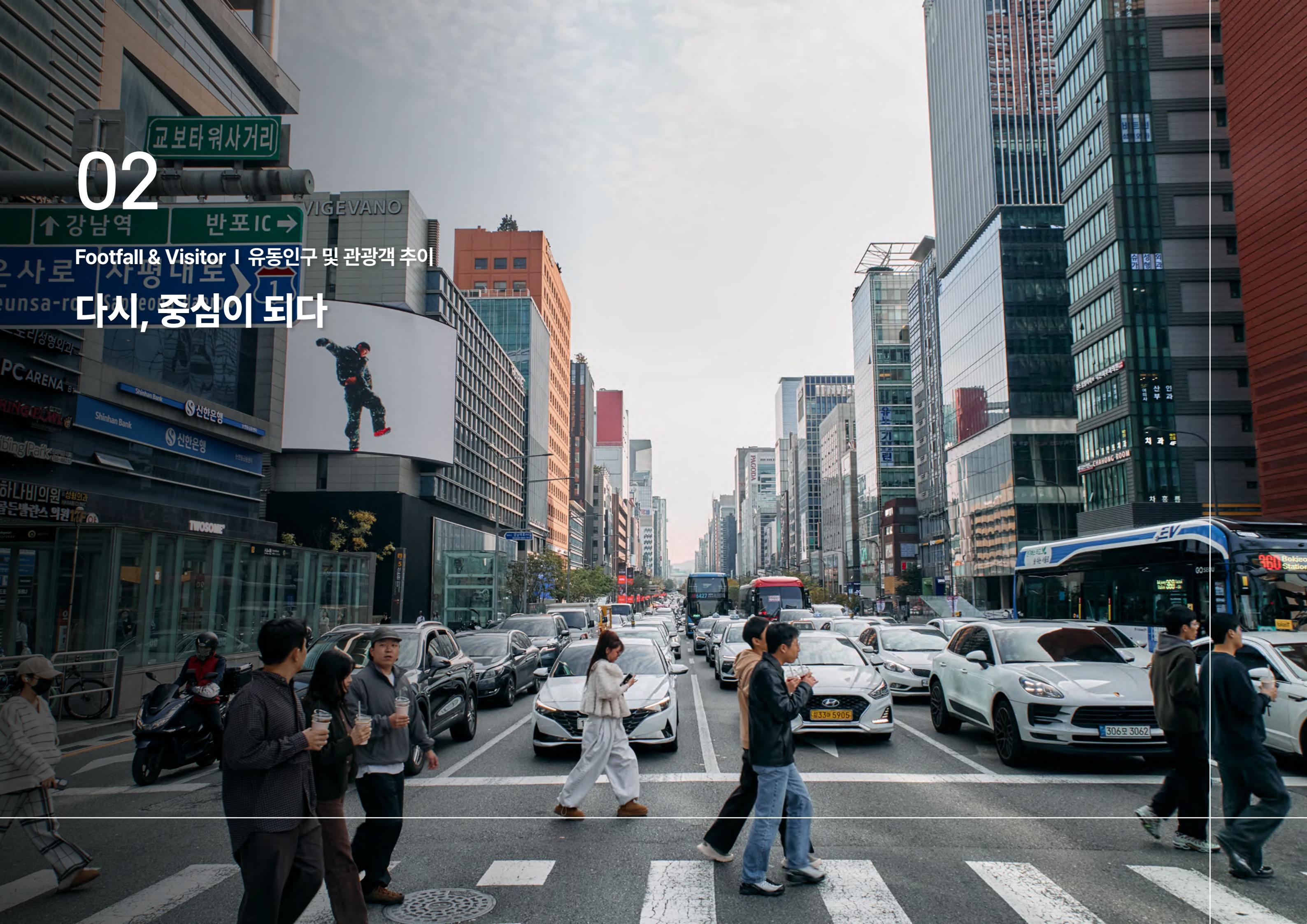
교보타워사거리

↑ 강남역

반포IC →

Footfall & Visitor | 유동인구 및 관광객 추이

다시, 중심이 되다





2. Footfall & Visitor | 유동인구 및 관광객 추이

일평균 유동인구 추이

강남 상권은 국내 주요 상권 중 가장 높은 일평균 유동인구를 기록하며, '24.12월을 제외하고 부동의 1위를 유지하고 있습니다.

탄탄한 오피스 집적도와 Retail·F&B 수요가 결합되어 안정적인 방문 흐름을 형성하고 있으며, 특히 단위 면적당 일평균 유동인구는 2위 상권 대비 2배 이상 높아 절대적 밀도와 집객력 측면에서 독보적인 우위를 보이고 있습니다.

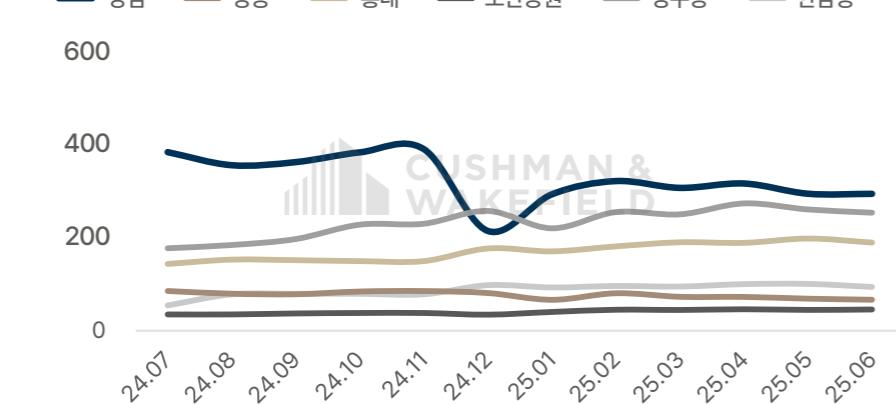
유동인구

1위

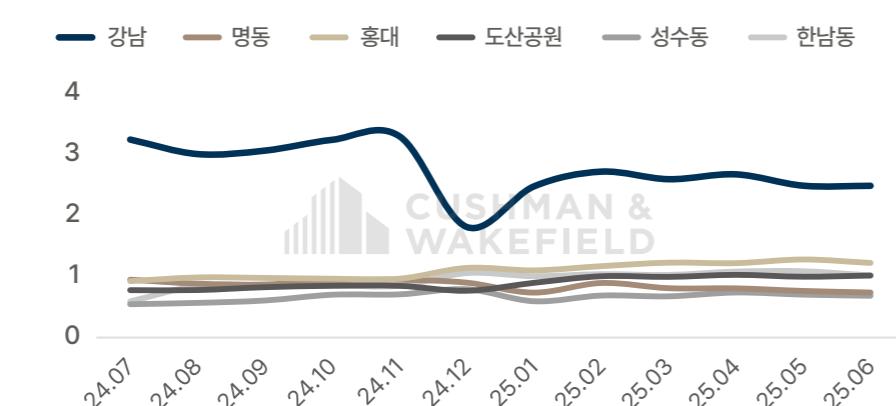
평당 유동인구

1위

일평균 유동인구 추이
(Unit: 천명)



단위 면적당 일평균 유동인구
(Unit: 천명)

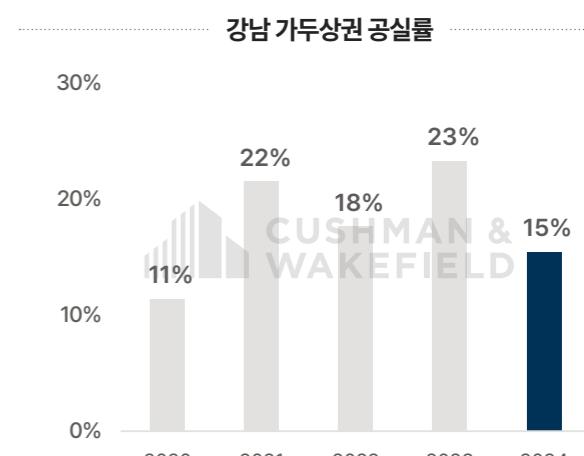


회복을 넘어, 부활의 무대로

강남 상권의 외국인 방문객은 '22년 하반기부터 입국 제한 해제와 K-콘텐츠 확산 효과에 힘입어 급격한 증가세를 보이며, 코로나 이전 수준을 크게 상회했습니다. **'24년 12월 기준 최근 2년간 연평균 약 76%의 증가율을 기록하며 뚜렷한 우상향 흐름을 이어가고 있습니다.**

일평균 유동인구 부동의 1위 상권으로서의 입지에 더해, 외국인 방문객 급증과 대형 리테일 브랜드의 재진입이 맞물리며 공실률 또한 완만한 회복세를 보이고 있습니다.

신흥 상권 대비 임대료 경쟁력과 대로변 노출 효과가 높아 플래그십 및 대형 매장 중심의 입점 수요가 지속 확대되고 있으며, 이에 따라 강남은 다시 한 번 국내 리테일 시장의 핵심 스팟으로 자리매김하고 있습니다.



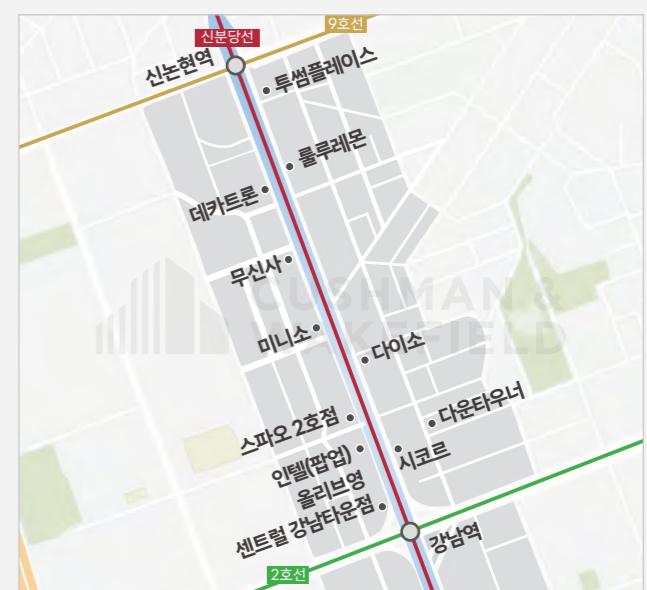
* 강남 상권의 성장 및 확장에 따라, 이전에 발간된 리포트 대비 확대된 조사 범위 소급 적용

브랜드가 다시 모이는 곳

강남 상권은 작년 하반기부터 회복세를 보이며, 대형 브랜드들의 신규 진입이 활발히 이어지고 있습니다. 패션·코스메틱·라이프스타일 등 주요 브랜드들이 최근 1년간 연이어 계약을 체결하며, 신규 오픈 또는 오픈을 앞두고 있습니다.

특히 100평 이상 중대형 매장 비중이 높아, 브랜드 인지도 제고를 위한 '홍보형 플래그십 입지'로 주목받고 있습니다. 이에 따라 강남 상권은 홍보 효과와 집객력을 겸비한 대표적 상권으로 다시 부상하고 있습니다.

*강남 상권 내 최근 1년간 오픈(예정) 주요 브랜드 현황



03

Revenue | 매출 추이

브랜드가 빛내고,
개발이 채우다

11월 12일 극장 대개봉

LOTTE ENTERTAINMENT

LIONSGATE

MUJI
無印良品

MUJI
無印良品

419

25%
25%
25%

서초대로 교통통제 안내
2025. 11.2.(일) 04:00 ~ 3.(월) 04:00
서초대로7500, 7700, 8000번지 / 대교로8610, 8500번지

PAGODA ONE
PAGODA 어학원
PAGODA 안강
원진성형외과의원
진료과목 피부과·이비인후과
김영플러스 10/11F
원더풀성형외과의원





멈쳤던 시간, 다시 흐르다

강남 상권은 '21년 하반기 이후 뚜렷한 회복세를 보이며, 꾸준한 매출 성장 흐름을 이어가고 있습니다.

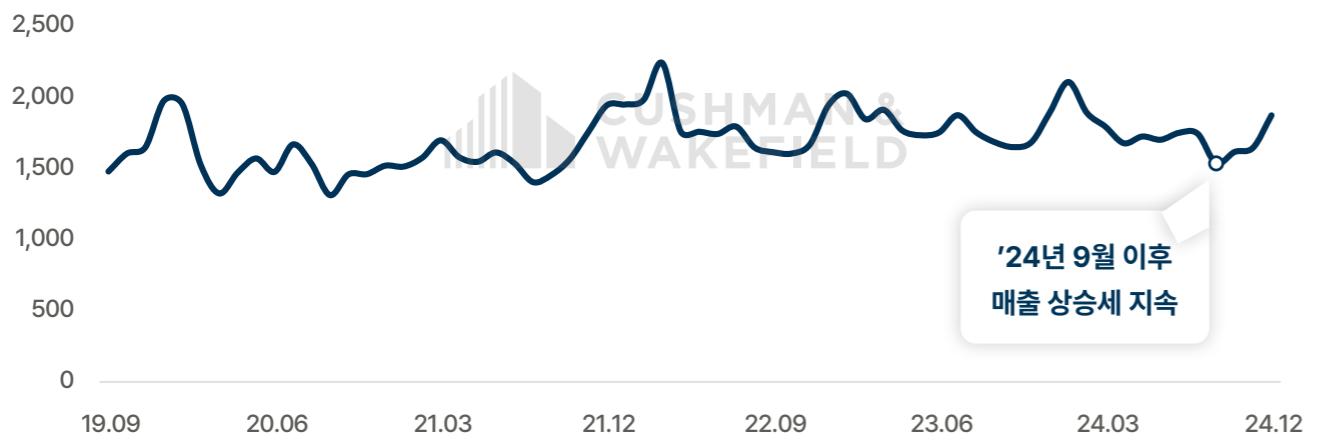
'22년 초 매출이 정점을 찍은 이후 완만한 조정을 거쳤지만, 전반적인 소비 수준은 팬데믹 이전 대비 높은 수준을 유지하고 있습니다.

최근 대형 리테일 브랜드의 복귀와 신규 입점이 이어지면서 상권 내 소비 활력이 점차 확대되는 추세입니다.



강남 상권 매출 추이

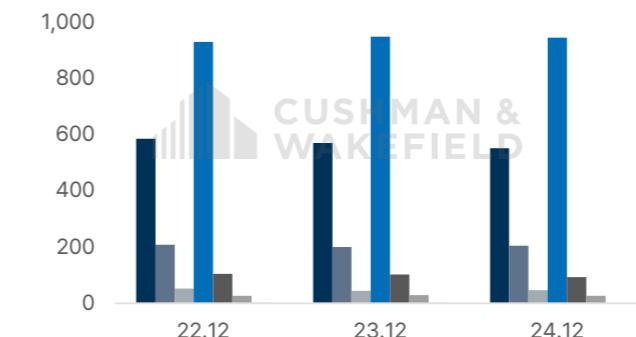
(Unit: 억원)



업종별 매출 변화

(Unit : 억원)

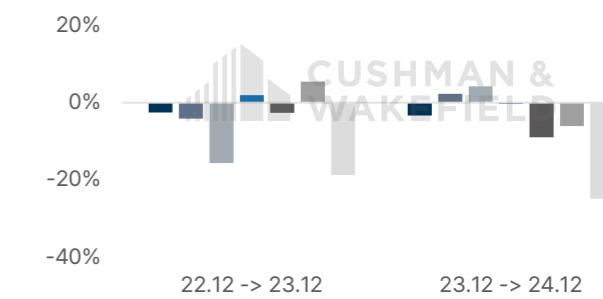
F&B
Retail
Service
Medical
Education
Entertainment
Hospitality



업종별 매출 증감률

(Unit : %)

F&B
Retail
Service
Medical
Education
Entertainment
Hospitality



강남, K-Medical의 심장부

Medical은 강남 상권 전체 매출의 50% 이상을 안정적으로 차지하며, 타 주요 상권 대비 압도적인 매출 규모를 기록하고 있습니다.

특히 강남역 일대는 병원 간 경쟁이 치열함에도 불구하고 공간 확장 및 신규 진입 수요가 꾸준히 증가하고 있어, 향후에도 높은 성장 잠재력을 보유한 상권으로 평가됩니다.

관측 기간	Retail	Service	Medical
22.12 → 23.12	▼	▼	▲
23.12 → 24.12	▲	▲	-

외국인이 찾는, 시술 후 쇼핑의 거리

Retail은 Medical과 F&B에 이어 높은 매출 비중을 차지하며, 안정적인 상승세를 이어가고 있습니다.

외국인 관광객의 증가와 의료관광 방문 확대에 힘입어, 강남 상권의 주요 쇼핑 거점으로서의 위상이 더욱 강화되고 있으며, 이에 따라 패션·뷰티 중심으로 한 리테일 관련 수요 또한 지속 확대되는 추세를 보이고 있습니다.

관측 기간	Retail	Service	Entertainment
22.12 → 23.12	-4%	-16%	5%
23.12 → 24.12	2%	4%	-6%

개발의 축, 상권의 무대를 넓히다

서울 서초대로 일대는 삼성전자·롯데칠성음료·코오롱 등 대기업이 보유한 부지가 맞닿아 있는 강남권 핵심 미개발 지역으로, 서울시의 국제 업무·상업 중심지 조성 계획 이후 본격적인 개발 궤도에 올랐습니다. 최근 SK D&D가 인근 부지를 매입하여 프라임급 오피스빌딩 개발을 추진하는 것으로 알려졌습니다.

이처럼 주요 대기업들이 강남권 미개발 용지를 지속적으로 확보함에 따라, 대규모 오피스 개발이 가속화되고 강남 상권의 위상이 한층 강화될 전망입니다.

*강남권역 내 대기업 보유 부지 및 사옥



04

Number of Retailers | 매장 수 추이

회복의 끝, 강남의 힘



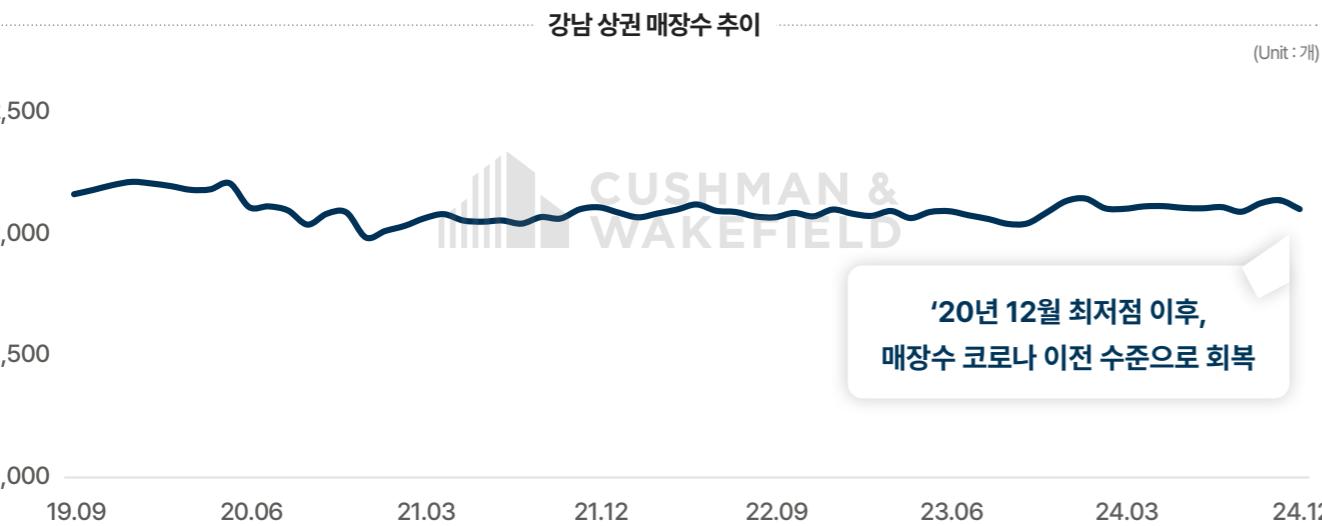


4. Number of Retailers | 매장 수 추이

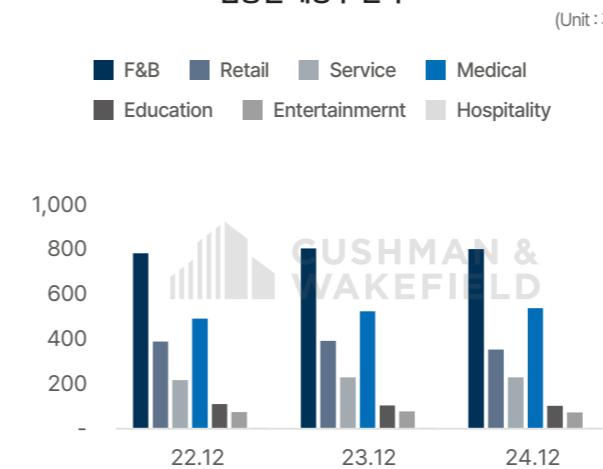
위기 후에도 중심은 변하지 않는다

강남 상권은 코로나 영향으로 '20년 말 매장 수가 일시적으로 감소했으나, 이후 빠른 회복세를 보였습니다. '21년 이후 안정적인 증가세를 이어가며, 약 2,100개 내외의 매장 수를 꾸준히 유지하고 있습니다.

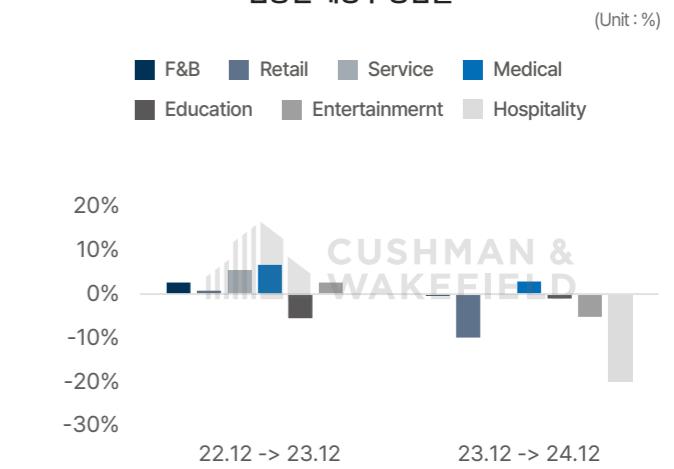
'24년 12월 기준으로는 코로나 이전 수준을 완전히 회복, 강남 상권의 견고한 회복력과 시장 지배력을 입증했습니다. 이는 강남 상권이 지속 가능한 수요와 브랜드 선호도를 기반으로 한 불변의 핵심 상권임을 보여줍니다.



업종별 매장수 변화



업종별 매장수 증감률



먹을 곳 많고, 사람은 더 많다

F&B는 강남 상권을 대표하는 핵심 업종으로, 지속적으로 가장 높은 매장 비중을 보이고 있습니다.

대형 오피스와 학원 밀집 지역인 강남역 일대를 중심으로 직장인·학생 수요가 꾸준히 유입되고, 여기에 외국인 관광객 증가까지 더해지며 평일과 주말 모두 견조한 집객력과 안정적인 소비 흐름을 형성하고 있습니다.

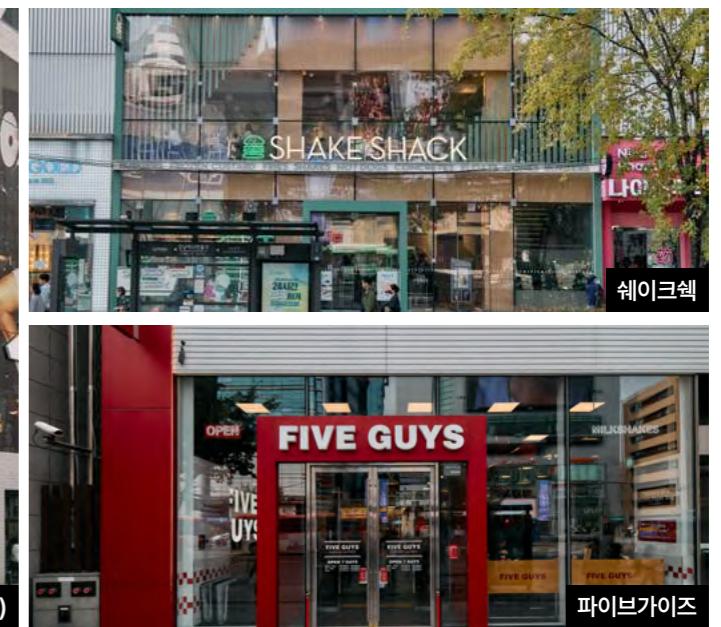
두 축의 성장, F&B와 Medical

Medical은 꾸준한 상승세를 보이며 F&B 다음으로 높은 매장 비중을 차지하고 있으며, 매출과 매장수 모두에서 뚜렷한 성장세를 이어가고 있습니다.

반면, Education과 Hospitality의 경우 지속적인 감소세를 보이고 있으며, 코로나 이후에도 회복세가 제한적인 수준에 머물고 있습니다.

관측 기간	F&B	Service	Medical
22.12 → 23.12	▲	▲	▲
23.12 → 24.12	-	-	▲

관측 기간	F&B	Service	Medical
22.12 → 23.12	3%	6%	7%
23.12 → 24.12	-	-	3%



05

Consumer | 시간대별, 연령별 소비 비중

낮의 주인공이 바뀌었다



5. Consumer | 시간대별, 연령별 소비 비중



강남의 낮이 길어졌다

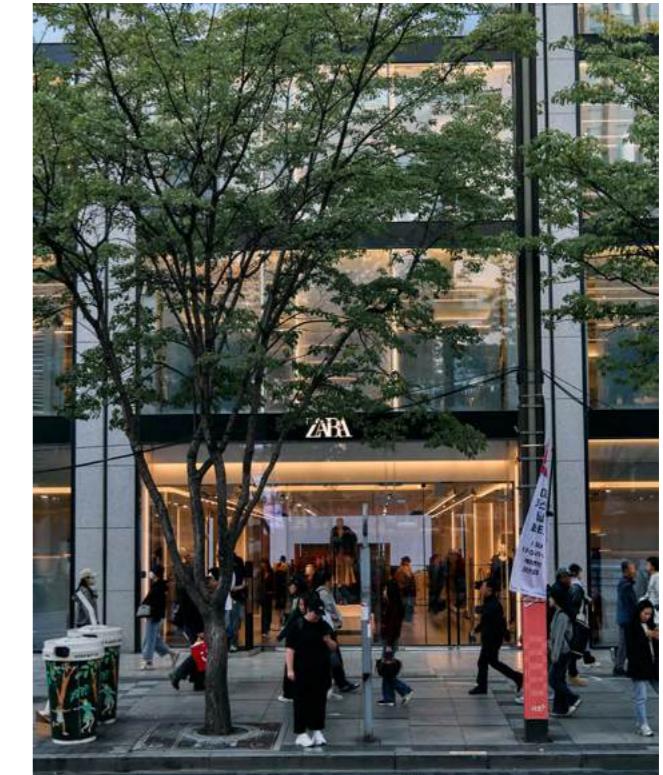
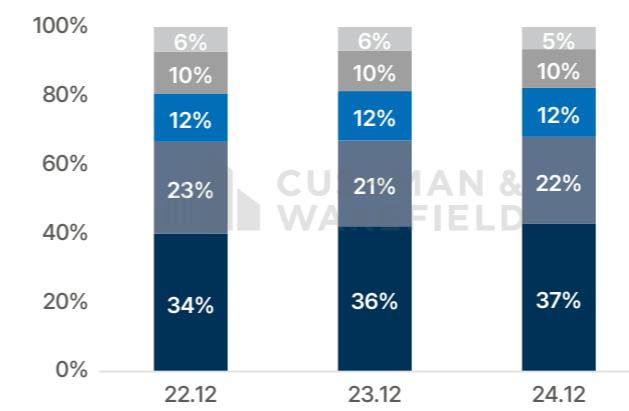
강남 상권의 소비비중은 점심 및 오후 시간대 중심으로 꾸준히 확대되는 추세를 보이고 있습니다.

'22년 대비 '24년에는 점심 시간대 소비 비중이 34%에서 37%로 상승하며, 낮 시간대 수요가 확실히 강화되었습니다.

이는 직장인·학생 등 상주 인구의 높은 밀집도와 더불어, 외국인 관광객 및 의료·쇼핑 방문객의 낮 시간대 활동 증가가 복합적으로 작용한 결과로 분석됩니다.

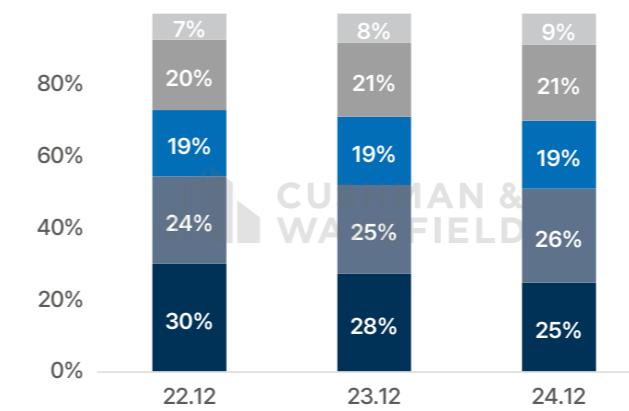
시간대별 소비 비중

■ 점심(11-15) ■ 오후(15-18) ■ 저녁(18-20)
■ 밤(20-22) ■ 심야(22-01)



연령대별 소비 비중

■ 20s ■ 30s ■ 40s ■ 50s ■ 60s



From MZ to Multi-Gen

강남 상권은 20대 및 30대가 전체 소비의 절반 이상을 차지하며, 여전히 MZ세대 중심의 소비 구조를 유지하고 있습니다.

최근 2년간 20대 비중은 지속적 감소한 반면, 30대와 60대 이상 비중은 완만한 상승세를 보이고 있습니다.

이는 의료·미용·리테일 등 프리미엄 소비의 확대와 함께, 강남 상권이 젊은층의 트렌드 소비와 중장년층의 고급 수요가 공존하는 복합 상권으로 진화하고 있음을 시사합니다.

06

Top Players | 시기별 상위 매출 브랜드

Medical, 그 자체가 브랜드

예쁨주의
쁨의원

힐링
안과의원

밴스
모자이너의원

2D
치과의원

라라
성형외과의원

강남
유앤아이의원

OLIVE YOUNG

OLIVE YOUNG

PAGODA
BODY



Medical01

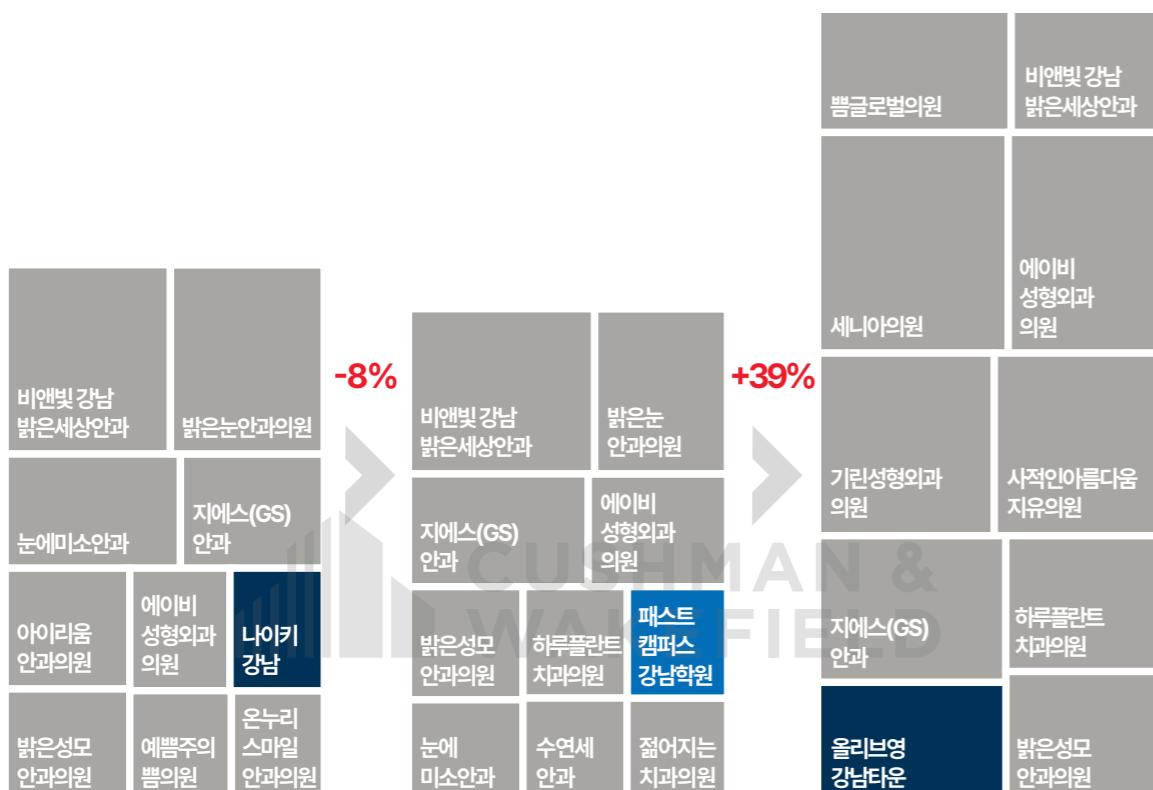
만든 상권, 강남

강남 상권은 매출 Top 10 브랜드 중 90%가 Medical 업종에 속할 정도로, Medical 중심의 소비 구조가 뚜렷하게 형성된 상권입니다.

특히 안과·피부과·성형외과 등 전문 클리닉이 밀집하며, 지속적인 확장과 신규 진입이 활발하게 이루어지고 있습니다.

주목할 점은 '24년 12월 기준 뽐글로벌의원이 매출 Top 10 진입과 동시에 매출 1위를 기록하며, 강남이 외국인 관광객에게도 확고히 자리 잡은 Medical 중심 상권으로 성장했음을 보여줍니다.

Retail
Education
Medical



2022.12

2023.12

2024.12

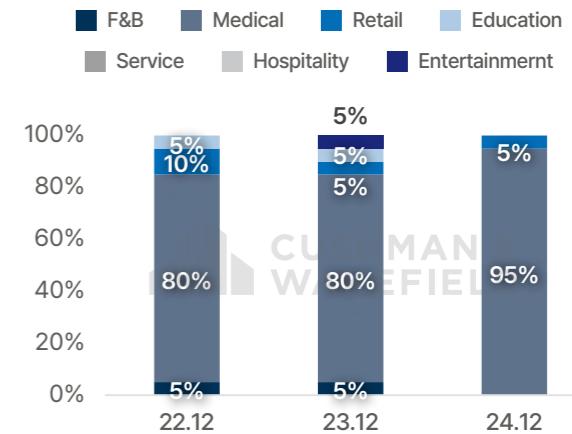
*일부 매장은 집계에서 제외될 수 있습니다.

모든 길은 Medical로 통한다

강남 상권 내 매출 Top 20 브랜드의 업종 비중은 '24년 12월 기준 Medical이 약 95%로 압도적인 비중을 차지하고 있습니다. '23년 12월에는 F&B와 Retail 등 기타 업종이 약 20%를 차지했으나, 분산되어 있던 소비 구조가 Medical 중심으로 재편되며 집중도가 더욱 높아진 모습입니다.

강남 상권 내 Medical 시장의 확장세가 지속되고 있어, 향후 국내외 메디컬 트렌드를 선도하는 핵심 상권으로 성장할 것으로 예상됩니다.

Top 20 Brand 업종별 비중



강남 상권은 팬데믹 시기 일시적인 공실 증가와 매출 하락을 겪었으나, 최근 대형 브랜드의 복귀와 신규 플래그십 오픈으로 빠른 회복세를 보이고 있습니다.

특히 외국인 방문객이 급격히 증가하며, 강남은 K-콘텐츠와 메디컬 서비스를 동시에 체험할 수 있는 대표적 글로벌 소비지로 자리잡고 있습니다.

신흥상권 대비 높은 노출 효과와 안정적 임대 수요를 기반으로

강남은 지금, 다시 한번 국내 리테일 시장의 핵심 중심지로 부상하고 있습니다.

무신사 스토어 강남

강남대로 중심 입지에 자리한 무신사 스토어 강남은 2025년 8월 문을 연 MZ세대 패션·문화의 새로운 중심지입니다.

지하 1층부터 지상 2층까지 약 1,170m²(약 354평) 규모로 조성된 이 공간은, 단순한 리테일 매장이 아닌 브랜드 세계관을 체험하는 콘텐츠형 플래그십 스토어로 설계되었습니다.

'입는 브랜드'에서 '경험하는 브랜드'로 진화하며, 강남 상권 내 최고 수준의 트래픽과 브랜드 파워를 확보하고 있습니다.

세니아의원 セニア 4F

별 성형외과의원

준오헤어 JUNO HAIR

JUNO HAIR

21성형외과의원

브이엔 VN 성형외과의원

엣지라인의원 6F

MUSINSA

쿠시먼앤드웨이크필드는 강남을 비롯하여 명동, 홍대, 성수, 한남, 도산공원 등 국내 주요 상권 내 플래그십스토어 임대차 자문 및 팝업 등 다양한 형태의 자문 서비스를 제공합니다.

스토어 출점과 관련하여 문의 사항이 있으신 경우,
본 알던동네 다른동네 13p Contact 담당자에게 언제든 연락주시기를 바랍니다.



10월 28



Stronger Than Ever, Gangnam

강남 상권은 과거 서울의 대표적 오피스·쇼핑 중심지로 성장하며,
대한민국 소비 트렌드를 선도해 왔습니다.

한때 팬데믹과 온라인 소비 확산으로 잠시 침체를 겪었으나, 최근 글로벌 브랜드의 재진입과
신규 플래그십 스토어의 연이은 오픈으로 대표 상권으로서의 활력을 다시금 회복하고
있습니다.

더불어 성형·피부·안과 등 전문 클리닉의 확장과 글로벌 환자 유입이 맞물려,
메디컬과 리테일이 어우러진 새로운 형태의 소비 중심지로 거듭나고 있습니다.

이처럼 끊임없이 변모하는 시장에서
쿠시먼앤드웨이크필드가 언제나 함께 하겠습니다.

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

편집인 (Editor)

리테일 전략팀 | 최유진 이사
eugene.choi@cushwake.com

취재 (Editorial)

리테일 전략팀 | 최지원 차장
jiwon.choi@cushwake.com

기획 (Planning)

리테일 전략팀 | 김진형 과장
jerry.kim@cushwake.com

편집 (Art)

비지니스 솔루션팀 | 장보인 과장
boin.jang@cushwake.com

비지니스 솔루션팀 | 정혜윤 대리
selena.jeong@cushwake.com

임대차 자문 문의 (Leasing Services)

임대자문팀 | 임재홍 상무
josh.lim@cushwake.com

임차자문팀 | 남신구 이사
kelly.nam@ap.cushwake.com

사진 촬영 (Photo)

존메이킹 스튜디오 | 김한종 작가
Onevell@hanmail.net



**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.

2024년에 부동산 임대, 투자자문, 밸류에이션 등 핵심 서비스 부문에서 94억 달러의 매출을 기록했습니다. 또한 Better never settles 기업 문화를 통해 수많은 업계 및 비즈니스 표창을 받았습니다.

자세한 정보는 본사 웹사이트 (www.cushmanwakefield.com)에서 확인하시기 바랍니다.

Better never settles