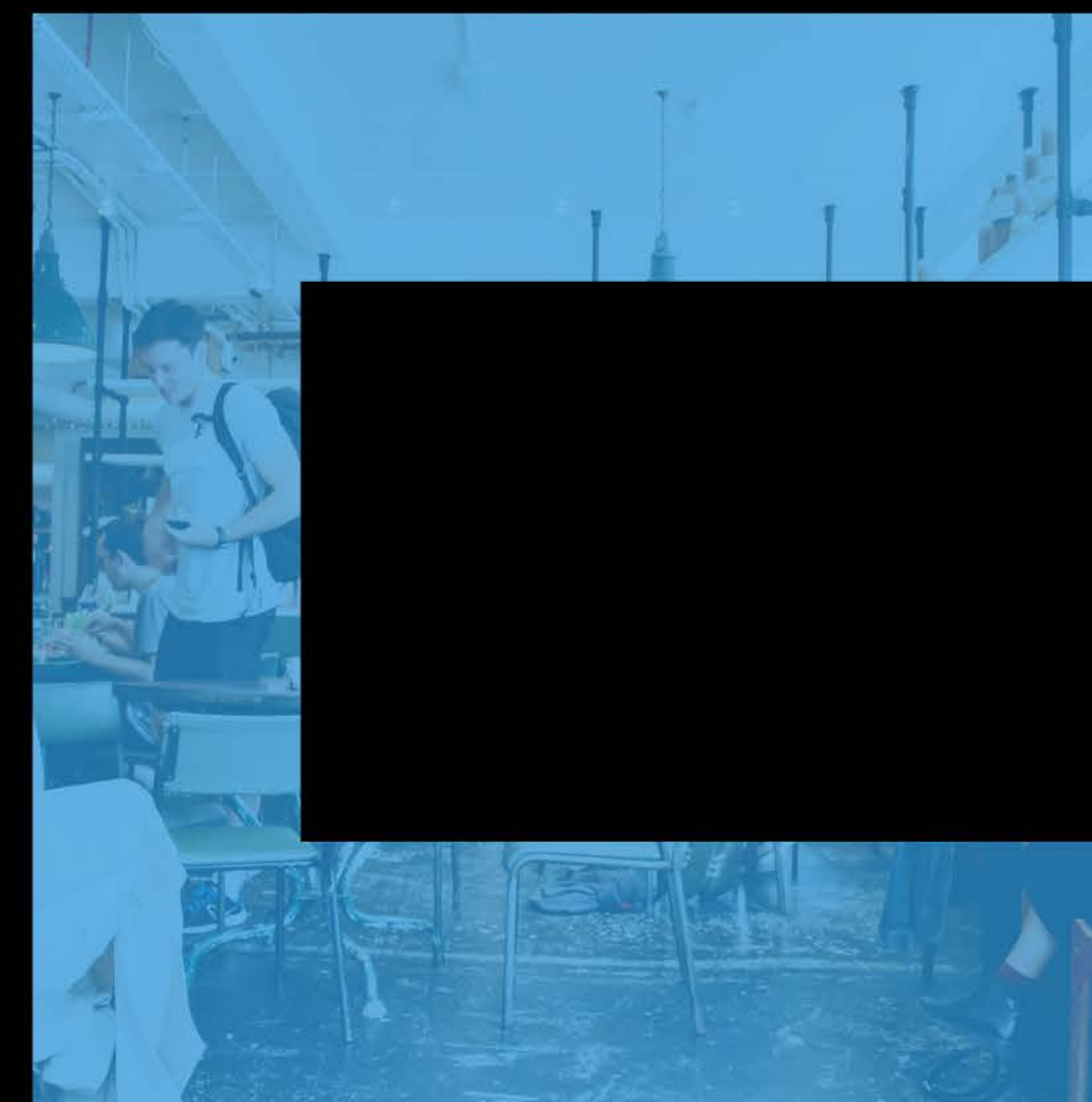


알던동네 다른동네 시즌4

#2 오피스 리뉴얼편

소비자는 말하고, 공간은 빛어진다.

Social Big Data × Card Big Data × Real Estate Data



잘 나가는 오피스 아케이드, 자산의 가치를 바꿉니다.

신축은 늘어나고, 선택의 기준은 높아지고 있습니다.

리뉴얼은 공간을 바꾸고 자산의 경쟁력을 높이는 전략입니다.



+257만m²

신규 오피스 공급



+43%

리뉴얼 후 리테일 매출 증가



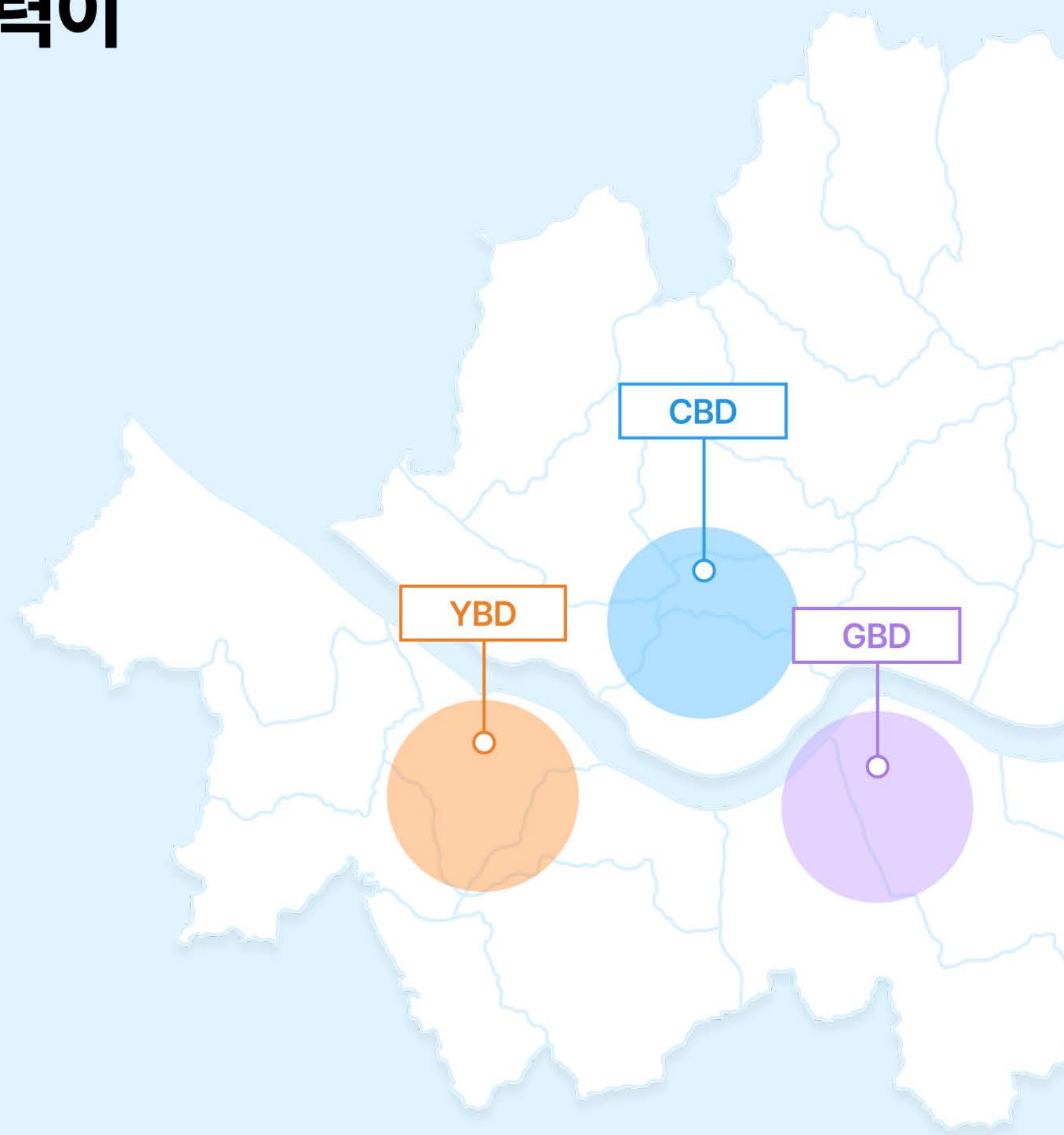
+322%

리뉴얼 후 온라인 관심도 증가

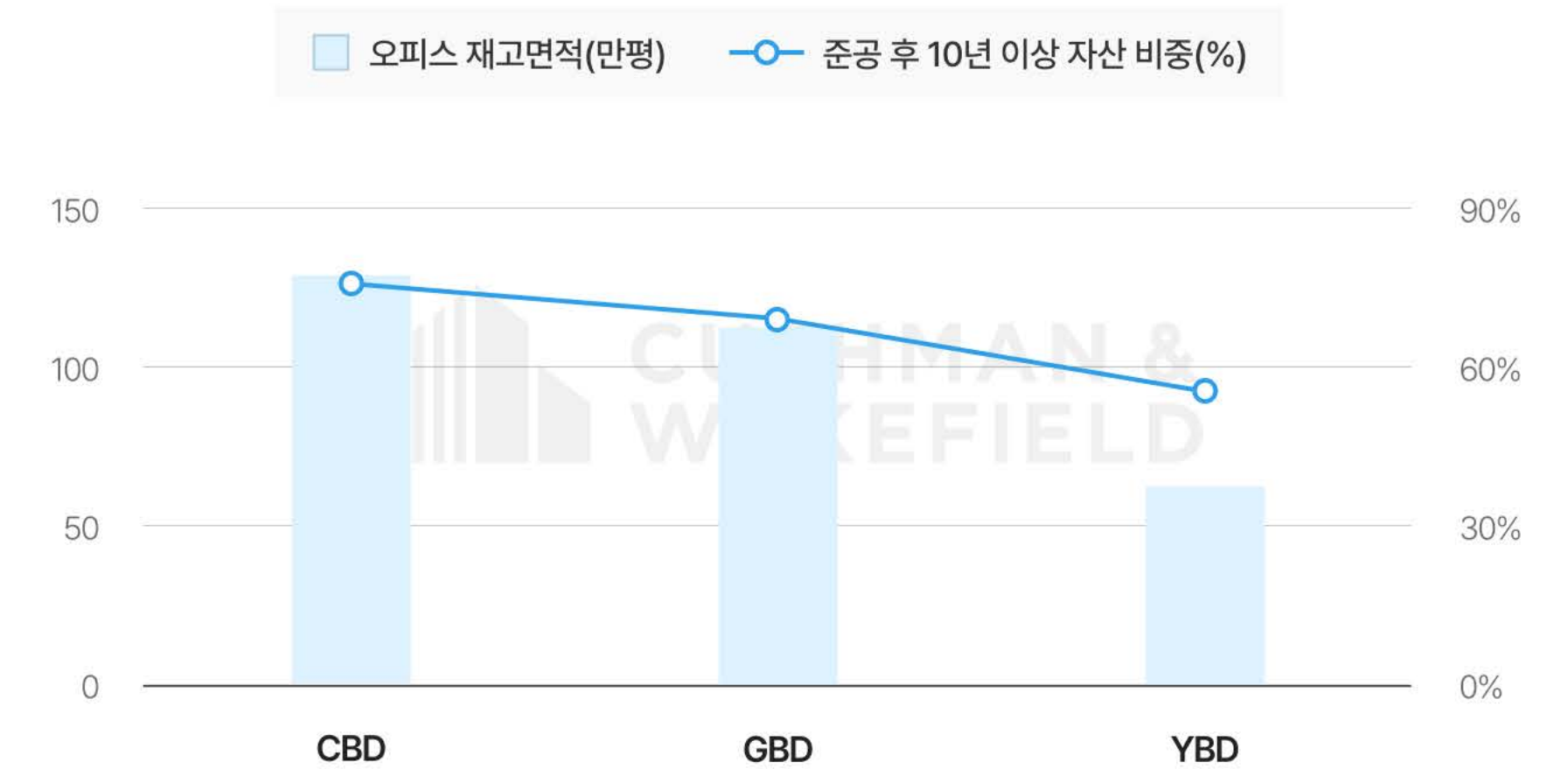
노후화된 오피스, 이제는 새로운 경쟁력이 필요합니다

서울의 주요 오피스 권역 (CBD, GBD, YBD)은 1970~1980년대를 중심으로 개발되어 현재 서울 오피스 시장의 핵심 업무권역으로 자리 잡고 있으며, 개발 후 40~50년이 경과하면서 노후화가 본격화되고 있습니다.

특히 CBD는 약 134만 평의 오피스 재고와 준공 후 10년 이상 자산 비중이 약 78%에 달해 기존 자산의 경쟁력 확보가 가장 중요한 권역입니다.



권역별 오피스 시장 현황 ('26.1Q 기준)



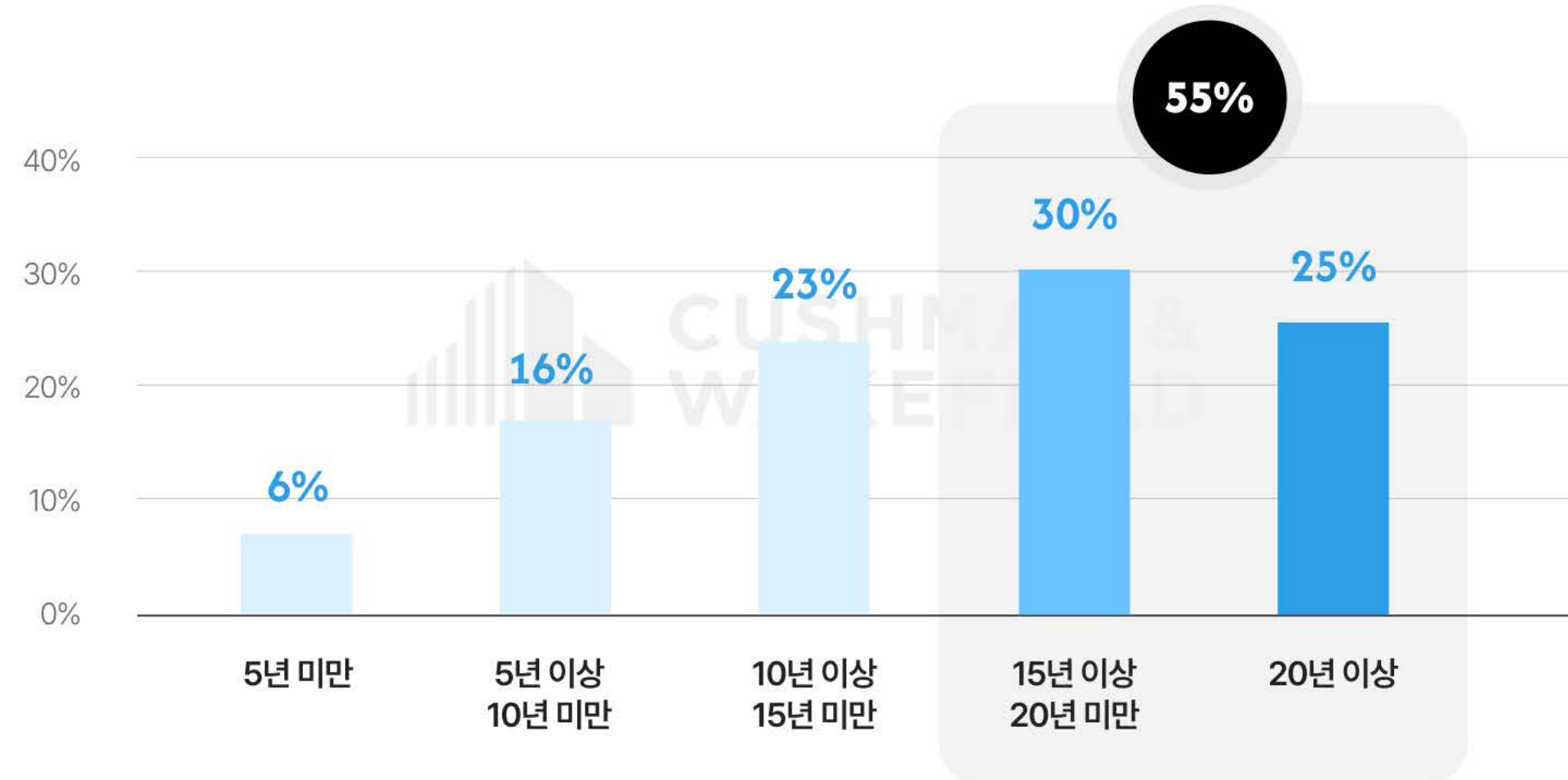
권역	개발시점	오피스 재고 면적	준공 후 10년 이상 자산 비중 (리모델링 연도 반영)
CBD	1970년대 ~ 1980년대	약 134만평	78%
GBD	1980년대 이후	약 115만평	75%
YBD	1970년대 후반 ~ 1980년대	약 62만평	58%

*표본 기준 : A급 이상 오피스/ 리모델링 완료 자산은 최근 리모델링 완료연도를 준공연도로 적용

노후화 속, 오피스 자산 간 경쟁력 격차 확대

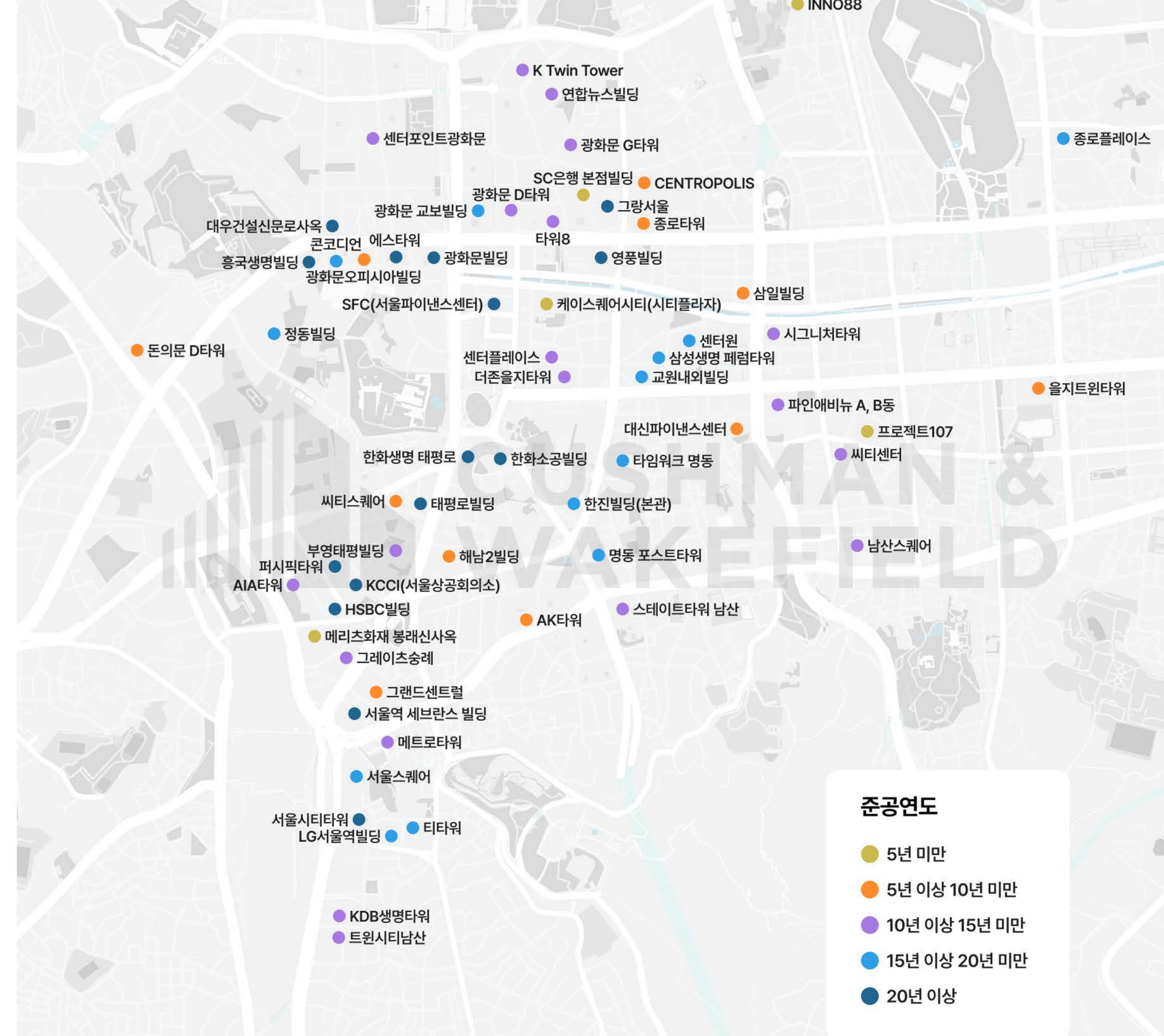
CBD는 노후 자산 비중이 빠르게 증가하고 있으며,
향후 5년 내 오피스의 절반 이상이 준공 20년 이상 자산에 진입할 것으로 예상됩니다.
이에 따라 리뉴얼 여부에 따른 자산 간 경쟁력 격차는 더욱 확대될 전망입니다.

CBD 오피스 준공연도별 비중



“향후 5년 내 CBD 오피스의 55%가
준공 후 20년 이상에 도달”

CBD 오피스 준공연도 현황



오피스 경쟁력은 어떻게 만들어지는가?

01

오피스 경쟁력의 새로운 패러다임

Revenue Generator 에서 Value Generator로

오피스 경쟁력은 이제 단순한 건물 스펙이 아닌, 오피스 아케이드의 역할 변화와 함께 새롭게 정의되고 있습니다.
오피스 아케이드는 단순한 수익 창출 시설을 넘어, 건물의 브랜드와 자산가치를 높이는 핵심 경쟁력으로 자리잡고 있습니다.

1.0



역할

Support Facility
지원 시설

특징

- 빌딩 상주인구의 일상적인 편의와 식음 수요 지원
- 식당·카페·편의점 등 기본 편의시설 중심의 리테일 구성

대표 사례

일반 오피스 (2000년대 이전 개발 자산)



2.0



역할

Revenue Generator
수익 창출 시설

특징

- 오피스 NOI 내 리테일 비중 확대 및 핵심 수익시설로 자리매김
- MD 고도화와 리테일 업사이징을 통해 NOI 및 임대수익 극대화

대표 사례

센터원, 타워8, 그랑서울(리뉴얼 전) 등



3.0 (현재)



역할

Value Generator
자산가치 창출 시설

특징

- 코로나 이후 리테일 다운사이징에 대응해 차별화된 공간과 MD를 통해 자산 경쟁력 강화
- 건물의 브랜드 이미지를 높여 오피스 전체의 수익성과 자산가치 제고

대표 사례

광화문 D타워, KT 광화문 West, 그랑서울(리뉴얼 후) 등

Value Generator를 완성하는 오피스 자산 경쟁력의 3대 요소

오피스의 자산 경쟁력은 물리적 경쟁력(Hardware), 콘텐츠 경쟁력(Software), 운영 경쟁력(Operation)을 종합적으로 개선해야 극대화할 수 있습니다.

물리적 경쟁력(Hardware)

입지·빌딩 스펙·공간 및 시설 경쟁력



연결 동선 파사드 공용부

건축 스펙 주차 엘리베이터 친환경 인증 입지 및 접근성

콘텐츠 경쟁력(Software)

공간을 채우는 콘텐츠와 브랜드 경쟁력



리테일 MD 앵커 테넌트 브랜드 경쟁력

테넌트 Mix 업종 포트폴리오 공간 브랜딩 Amenity 구성 특화시설

운영 경쟁력(Operation)

전문적인 운영을 통한 자산 운영 경쟁력



운영 전략 PM / FM 마케팅

테넌트 관리 운영 이벤트 임대 전략 ESG 운영 안전·시설 관리

오피스 리뉴얼은 공간을 넘어, 경쟁력을 변화시키고 있습니다

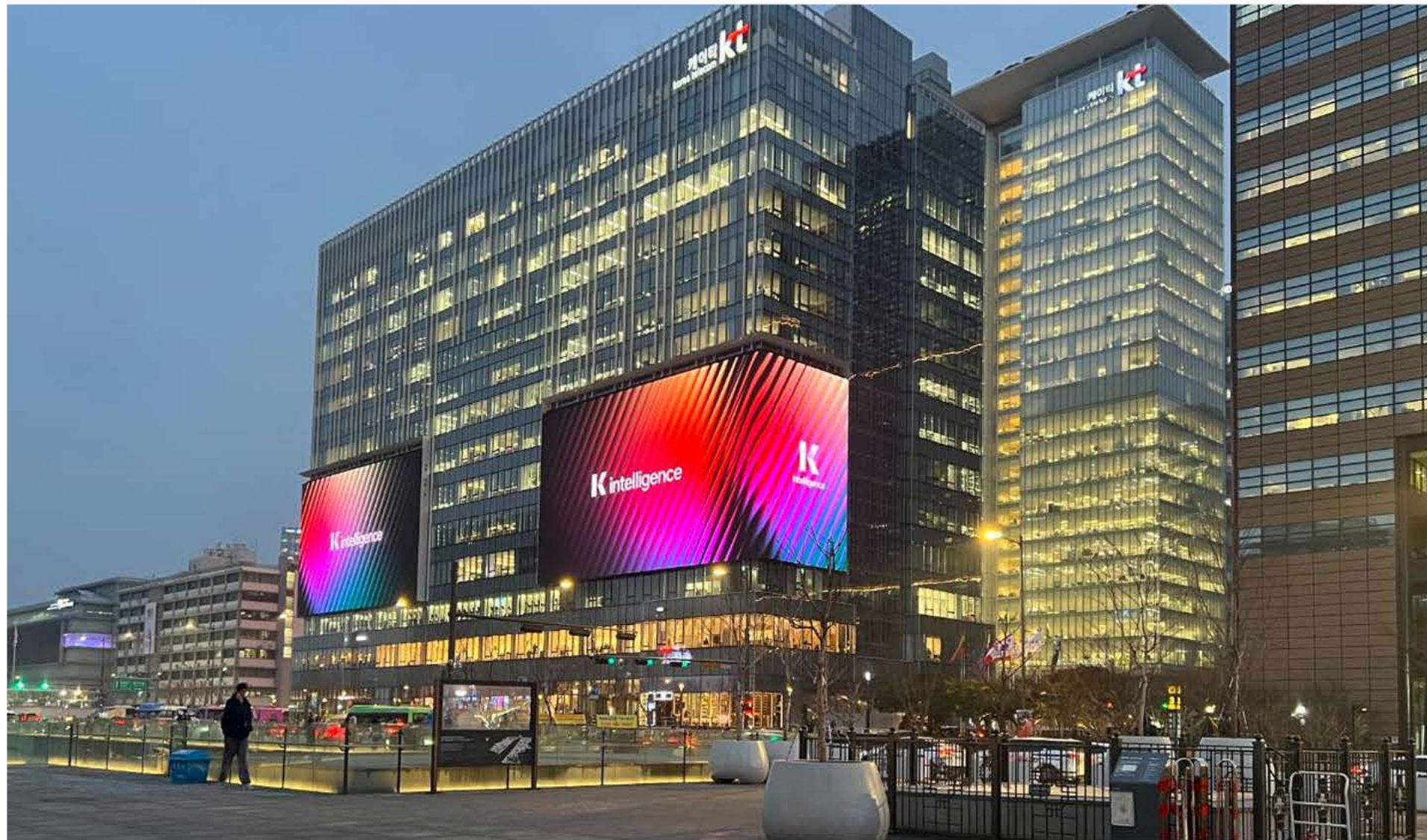
최근 주요 오피스는 공간 리뉴얼, 전략적인 MD 개편, 운영 고도화를 함께 추진하며 오피스 전체의 경쟁력과 자산가치를 높이고 있습니다.



KT 광화문 West

: 닫힌 업무공간에서, 도시와 연결되는 공간으로

KT 광화문 WEST는 광화문광장과 연결되는 개방형 공간, 전면 유리 커튼월, 대형 미디어 파사드를 통해 도시와 소통하는 랜드마크 오피스로 탈바꿈했습니다. 광화문의 입지와 조망을 활용한 F&B와 체험형 콘텐츠를 도입해, 오피스 상주인구는 물론 관광객과 비즈니스 방문객까지 머무는 공간으로 변화했습니다.



#Hardware

개방성과 접근성을 높인
공간 설계

- 개방형 출입공간 및 유리 커튼월을 적용하여 접근성과 개방감 향상
- 대형 미디어 파사드를 통해 랜드마크성과 건물 인지도 강화

#Software

입지 가치를 활용한
F&B MD구성

- 광화문 입지와 조망 특성을 살린 F&B MD를 통해 차별화된 다이닝 경험 제공
: TWG Tea, 오츠커피, 더 플라자 다이닝 등을 통해 오피스 상주인구, 관광객, 비즈니스 수요를 아우르는 다양한 F&B 콘텐츠 구성

#Operation

브랜드 경험 중심
운영 전략

- 브랜드 협업 및 팝업 운영이 가능한 플래그십 스토어를 통해 지속적인 콘텐츠 제공
- KT 온마루 등 체험형 콘텐츠를 통해 방문객 유입과 공간 활성화



대형 미디어 파사드



더 플라자 다이닝



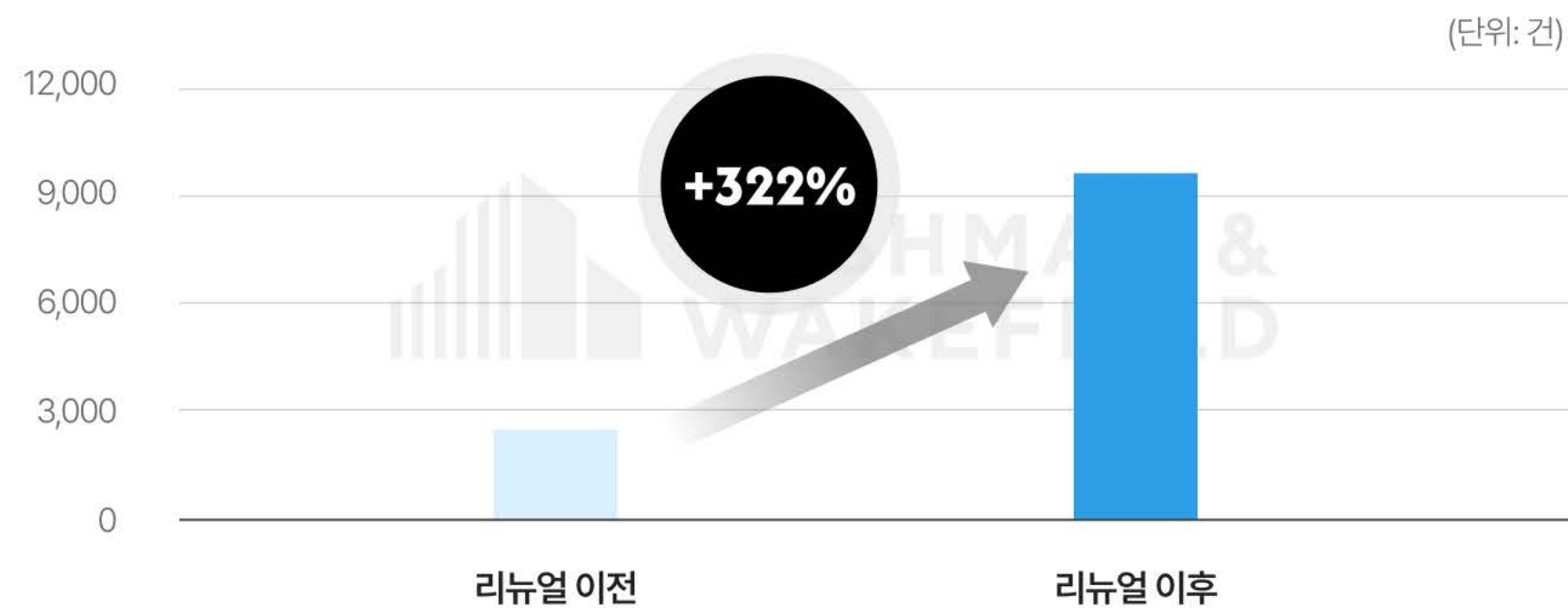
KT 온마루

그랑서울 "스타필드 애비뉴"

: 일하는 공간을 머무는 공간으로 바꾸다

그랑서울은 스타필드 애비뉴 리뉴얼, 입주사 전용 컨시어지 라운지(YISUN), 전문 운영체계를 결합해 기존 프라임 오피스의 경쟁력을 재정의했습니다. 목적형 리테일과 차별화된 서비스를 통해 입주사는 물론 외부 방문객까지 유입을 확대했으며, 리뉴얼 이후 온라인 언급량이 약 322% 증가하는 등 리테일·서비스·운영을 통합적으로 구현한 CBD 대표 리뉴얼 사례로 자리매김했습니다.

I 그랑서울 리뉴얼 전·후 언급량



*리뉴얼 이전·이후 동일기간(8개월) 기준

*Source: 소셜빅데이터 분석 (2025.01-2026.06) | 전체 채널 통합 |

#Hardware

CBD 핵심 보행축을
연결하는 뛰어난 접근성

- 종로·청계천과 연계된 다방향 접근 체계로 직장인 뿐만 아니라 관광객과 일반 방문객까지 유입
- 종각역과 직접 연결되어 출퇴근 및 점심시간 유동인구 자연스럽게 흡수

#Software

공간 가치를 높이는
MD 및 어메니티

- 프리미엄 다이닝과 트렌디한 F&B 브랜드 유치를 통한 목적형 방문 수요 창출
- 입주사 전용 컨시어지 라운지(YISUN)를 조성을 통한 프리미엄 어메니티 제공 및 입주사 만족도 제고

#Operation

지속적인 고객 유입
운영 전략

- 신세계프라퍼티 위탁운영을 통한 체계적인 MD 기획 및 브랜드 운영
- 브랜드 협업 및 시즌별 팝업 콘텐츠를 통해 지속적인 방문 수요 창출



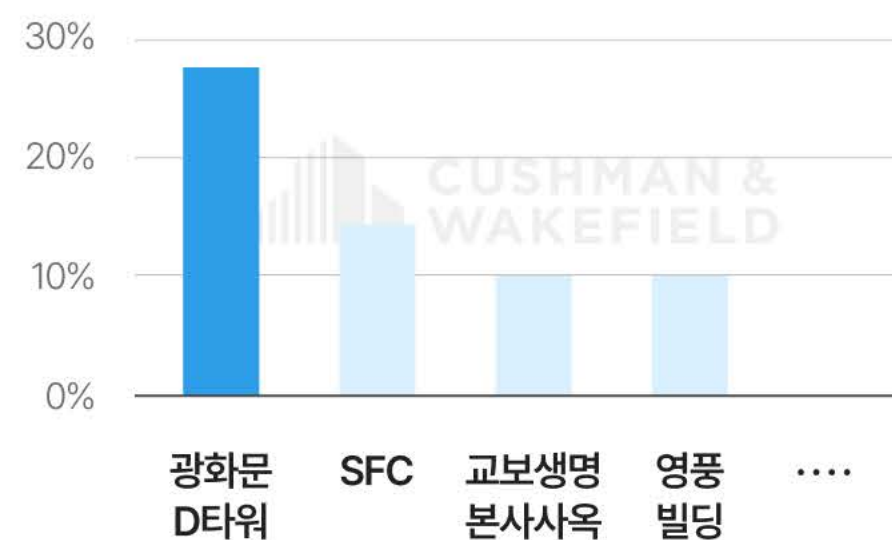
광화문 D타워 "리플레이스"

: 광화문 오피스 아케이드의 정석

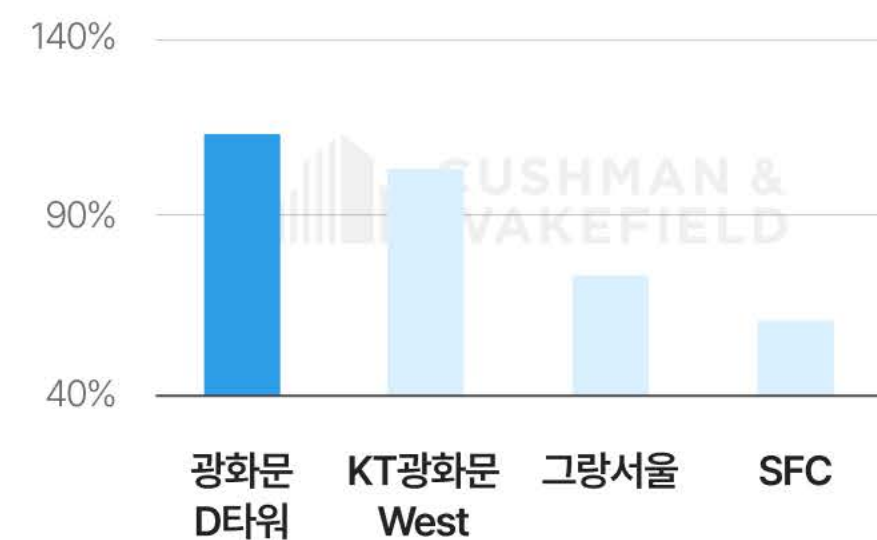
MD Consulting·Leasing by Cushman&wakefield

광화문 D타워는 리테일을 중심으로 공간을 기획하고, 고객 수요를 반영한 F&B·라이프스타일 MD와 전략적인 테넌트 운영을 통해 '찾아오는 공간'을 구현했습니다. 그 결과 광화문 오피스빌딩 리테일 매출 Top20 브랜드의 약 30%를 차지했으며, 평일은 물론 주말과 공휴일까지 가장 높은 집객력을 기록하며 광화문 대표 No.1 리테일 명소로 자리잡았습니다.

광화문 오피스빌딩별
리테일 매출 Top 20 매장 비중(%)
(25.06~26.05)



평일 대비 공휴일 일평균 매출(%)
(26.05 기준)



#Hardware

리테일 경험 중심의
공간 기획

- 중앙 보이드와 실내 테라스를 조성하여 자연채광과 개방감 확보 및 층간 시인성 향상
- 오피스 로비를 지하로 이전하여 저층부를 리테일 중심 공간으로 재구성 및 고객 동선 극대화

#Software

F&B와 라이프스타일
MD 결합

- 캐주얼 다이닝부터 프리미엄 다이닝까지 다양한 고객 니즈를 반영한 F&B MD 구성
- 라이프스타일 브랜드(유니클로 등)를 유치하여 평일은 물론 주말·야간 방문 수요 확대

#Operation

소비 흐름을 만드는
테넌트 전략

- 시장 변화에 맞춘 브랜드 리뉴얼과 기능 보완을 통해 새로운 방문 수요와 지속적인 소비 활성화
- : 쌤쌤, 올리브 베러 1호점



오피스 자산 브랜딩이 만드는 차이, 광화문의 랜드마크가 된 오피스

오피스 자산 중 가장 많은 관심을 받고 있는 광화문 D타워와 그랑서울은 단순한 업무시설을 넘어 광화문을 대표하는 랜드마크로 자리매김하고 있습니다. 광화문 D타워는 광화문 직장인 맛집을 넘어 모임과 데이트 명소로, 그랑서울은 주말에도 멀리서도 찾아오는 브랜드 상업시설로 인식되고 있습니다.



광화문 D타워

광화문의 대표 미식 공간으로 자리매김하며, 데이트·모임 수요와 함께 디저트·파스타·와인 등 다이닝에 대한 관심이 지속됨



그랑서울

스타필드 애비뉴 리뉴얼과 함께, 신규 베이커리·코스 다이닝 등 새로운 F&B 명소로 부상



광화문 D타워 맛집, 분위기 좋은 룸 있는 식당 고청담 데이트, 그리고 맛있는 음식까지 더해지니 오랜만에 즐기는 데이트였어요. 제가 다녀온 광화문 D타워 맛집 고청담 후기 보시죠!



I 광화문 D타워 연관어

1	광화문	14053
2	종로	10065
3	서울	9737
4	광화문역	9168
5	맛집	7168
6	주차	4104
7	디저트	2676
8	메뉴	2667
9	파스타	2335
10	영업시간	2241
11	샐러드	1958
12	브레이크타임	1927
13	지하	1883
14	데이트	1858
15	종각	1780
16	밥	1761
17	영업	1735
18	점심	1684
19	음식	1681
20	위치	1652
21	웨이팅	1405
22	모임	1344
23	예약	1330
24	시그니처	1324
25	와인	1307

I 그랑서울 연관어

1	서울	12245
2	종로	9245
3	광화문	7732
4	종각	6213
5	스타필드	5507
6	종각역	5353
7	맛집	4507
8	메뉴	4164
9	주차	4157
10	지하	2748
11	디저트	2634
12	점심	2263
13	매장	2100
14	위치	2003
15	테이블	1907
16	주말	1867
17	밥	1769
18	빵	1653
19	분위기	1639
20	카페	1581
21	영업	1545
22	영업시간	1506
23	웨이팅	1496
24	코스	1418
25	데이트	1393



서울 종로 종각 그랑서울 스타필드 애비뉴 빵집 : 프랑스로브르바게트 주말인데 사람이 진짜 많아요. 멀리서도 찾아오는 것 같아요 핫한 MZ빵집 느낌이네요 ㅎㅎ



*Source: 소셜빅데이터 분석 (2025.01-2026.06) | 전체 채널 통합 |

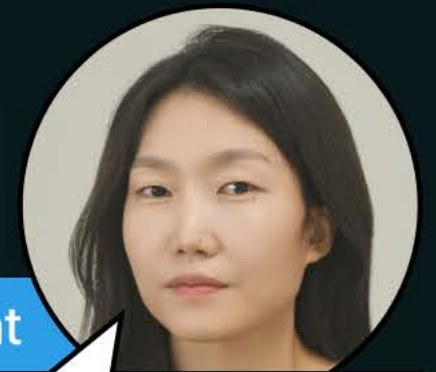
02

사람들이 찾는 오피스의 새로운 기준

Office Worker Lifestyle Framework

일하는 사람들이 가장 중요하게 생각하는 요소

일하는 사람들의 니즈는 환경, 식음, 정체성, 신체, 몰입과 회복의 프레임으로 나타납니다.



Lina's Comment

소셜데이터 분석을 통해 실제 사람들의 니즈와 라이프스타일 변화 속에서 우리 공간만의 차별화 포인트를 고민해 볼 수 있습니다.

앞으로는 리테일 뿐 아니라 오피스와 오피스 아케이드 역시 **일하는 사람들의 행동과 가치관의 변화를 이해하는 것이** 중요합니다.

좋은 입지를 넘어, 일하는 사람들이 일과 삶 속에서 무엇을 중요하게 생각하고, 어떤 경험을 기대하는 지를 이해하고 이를 공간에 반영하는 것이 새로운 경쟁력이 될 것 입니다.

*Source: 소셜빅데이터 분석 (2025.01-2026.03) | 전체 채널 통합 | 주제어: 일하다

해외 선진 사례 ①

신체

몰입

회복

Takanawa Gateway City

: 업무와 일상의 경계를 확장하는 Lifestyle Workplace

Takanawa Gateway City는 '100 Year Life Base'를 비전으로

업무·상업·문화·웰니스 기능을 결합한 복합 업무환경입니다.

러닝, 사우나 등 다양한 Lifestyle Amenity를 통해 근무자의 체류와 휴식을

지원하고, 업무와 일상이 자연스럽게 연결되는 새로운 Workplace를 구현하고 있습니다.

개발주제	JR East (East Japan Railway Company)
위치	2-21 Takanawa, Minato-ku, Tokyo, Japan
연면적	약 139,200평 (THE LINKPILLAR 1 기준)
준공시기	2025년 3월 (1차 오픈)
특화 공간 및 프로그램	Takanawa SAUNAS (도시 속 회복을 위한 웰니스 리트리트) Gateway Park (체류와 교류를 유도하는 대규모 광장) Bunkitsu Tokyo (장시간 체류를 지원하는 라이프스타일 서점) MoN Takanawa (문화·예술 프로그램을 위한 창조 플랫폼) Luftbaum (도심 속 자연을 경험하는 루프탑 다이닝)



Gateway Park



Bunkitsu Tokyo



Takanawa SAUNAS

해외 선진 사례 ②

환경

식음

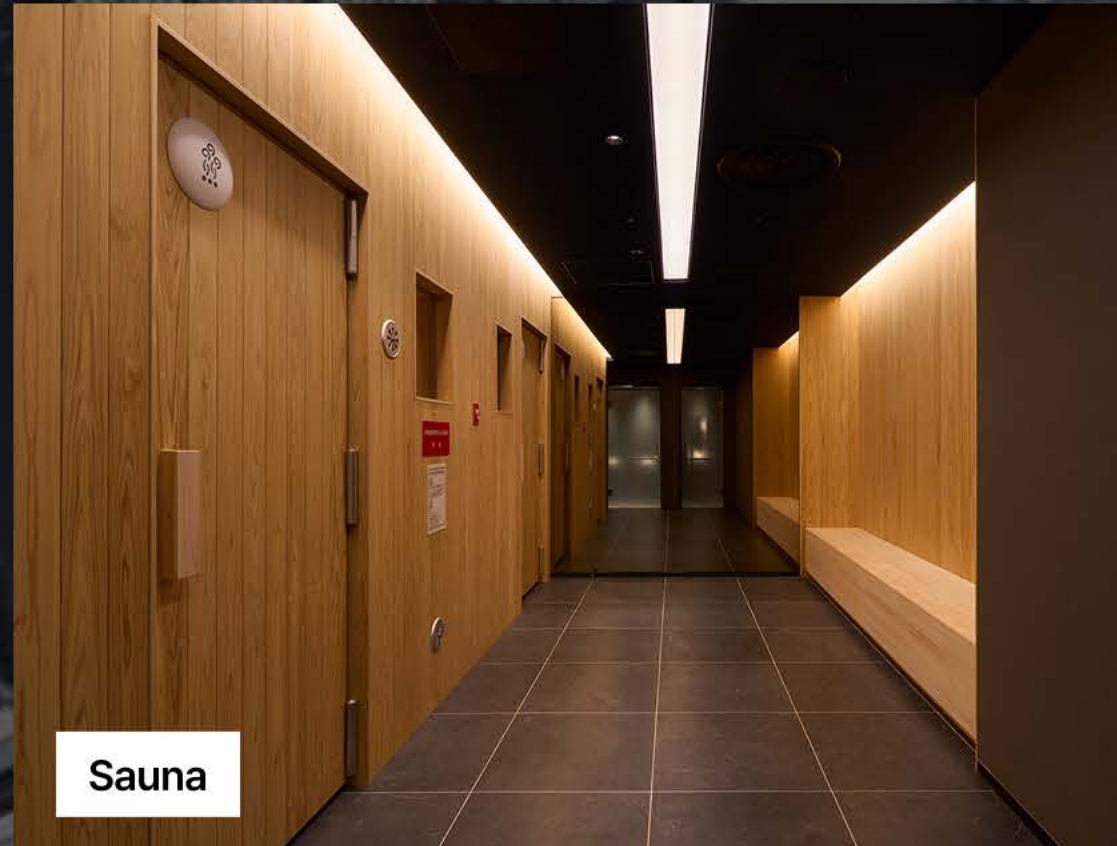
회복

JP Tower Osaka

: 업무와 휴식을 지원하는 Office Amenity Hub

JP Tower Osaka는 저층부 상업시설(KITTE Osaka)과 입주사 전용 Office Support Floor를 결합하여 외부 방문객과 오피스 근무자의 이용 목적을 균형 있게 반영한 복합 오피스입니다.

입주사 전용 식음·라운지·피트니스 등 다양한 Amenity를 통해 근무자의 업무와 휴식 경험을 지원하고 있습니다.



Sauna



Dining & Cafeteria



Club Lounge

개발주제

Japan Post Real Estate, JR West, JTB

위치

3-2-2 Umeda, Kita-ku, Osaka, Japan

연면적

약 68,700 평

준공시기

2024년 7월

특화 공간 및 프로그램

Club Lounge (교류·휴식을 위한 입주사 전용 라운지)

Dining & Cafeteria (입주사 전용 식당·카페)

Fitness Area (사우나를 갖춘 입주사 전용 피트니스)

Common Conference Rooms (공용 회의·세미나 시설)

KITTE Osaka (지역 특화 리테일·F&B 공간)

해외 선진 사례 ③

신체

환경

Tokyo Midtown Yaesu

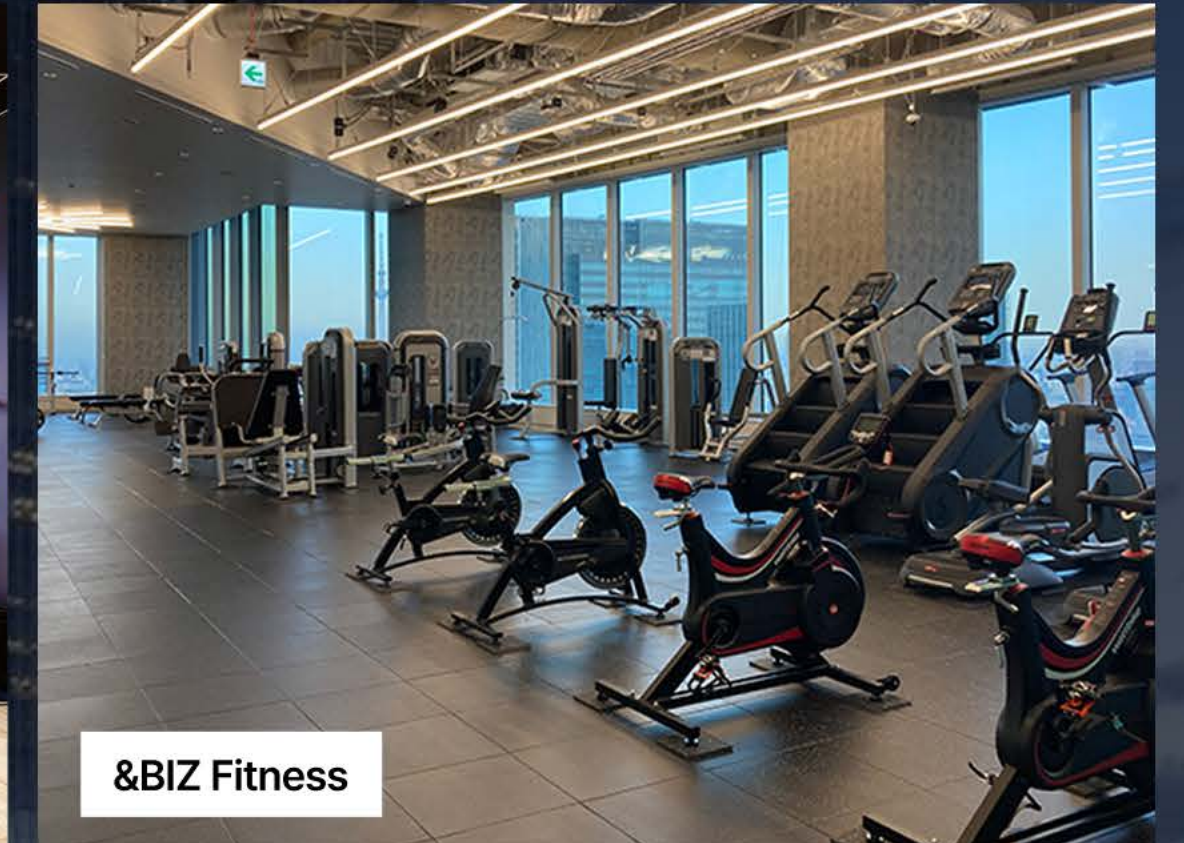
: 업무와 교류가 연결되는 Business Hub

Tokyo Midtown Yaesu는 도쿄역과 직접 연결된 입지를 기반으로 공유오피스, 컨퍼런스, 공용 라운지, 피트니스 등 다양한 입주사Amenity를 갖춘 Business Hub입니다. 업무와 교류를 지원하는 공간, Well-being 프로그램을 결합해 협업과 네트워킹을 활성화하고, 근무자의 업무 효율과 만족도를 높이는 새로운 오피스 환경을 제공합니다.

개발주제	Mitsui Fudosan (미쓰이 부동산)
위치	2-2-1 Yaesu, Chuo-ku, Tokyo, Japan
연면적	약 85,900 평
준공시기	2023년 3월
특화 공간 및 프로그램	WORK STYLING (기업 멤버십 기반 공유오피스) &BIZ Conference (세미나·이벤트를 위한 컨퍼런스 시설) YAESU PUBLIC (식음·휴식·교류를 위한 개방형 라운지) &well (입주사 전용 건강 관리 지원 서비스) &BIZ Fitness (입주사 전용 피트니스)



WORK STYLING



&BIZ Fitness



YAESU PUBLIC

구축 오피스, 신규 공급 과잉 시대에도 경쟁력을 가질 수 있을까?

CBD를 중심으로 이어질 신축 오피스 공급 과잉시대,
오피스 아케이드 리뉴얼이 "경쟁력" 강화의
중요한 열쇠가 될 것입니다.



CBD

+175만m²

GBD

+73만m²

YBD

+9만m²

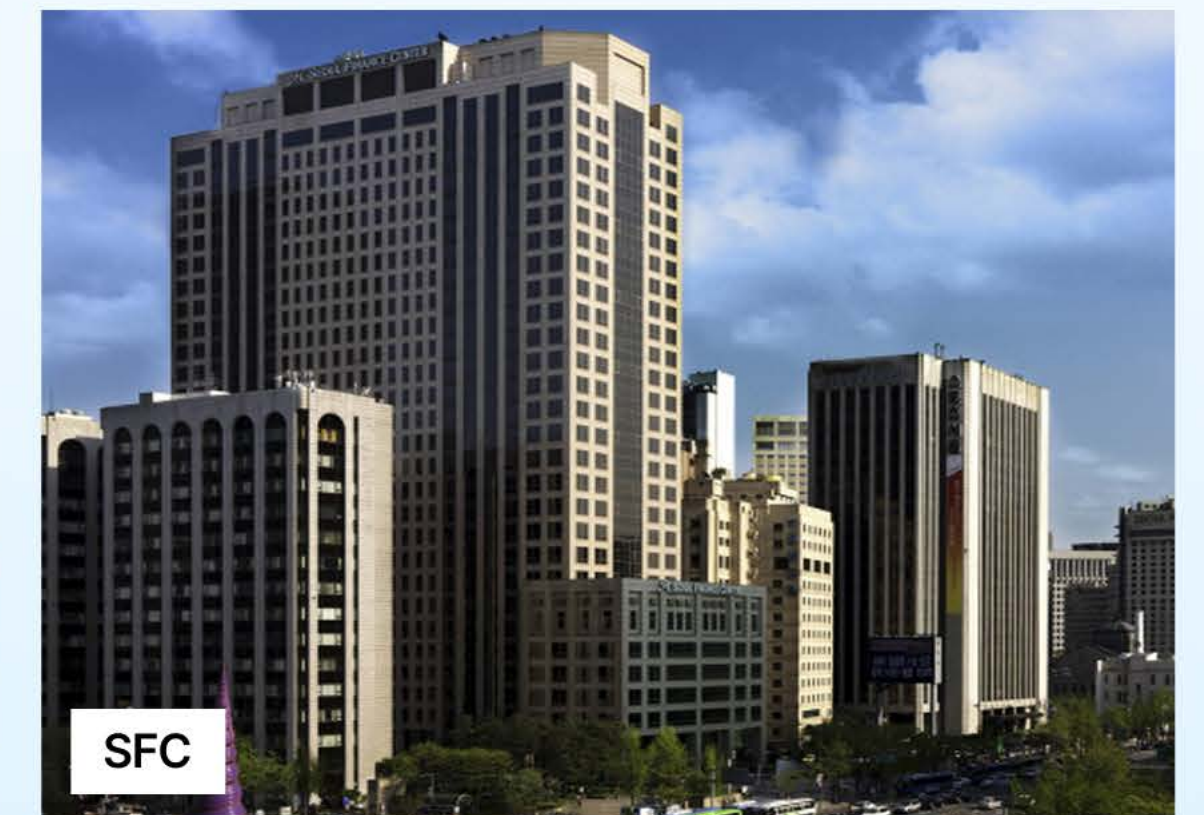
*Note: 2026-2030년 신규 공급 예정 오피스

주요 오피스는 이미 경쟁력을 바꾸고 있습니다

최근 주요 오피스들은 준공 연차와 관계없이 MD 개편, 공간 환경 개선, 저층부 리뉴얼 등을 통해 자산 경쟁력 강화에 나서고 있습니다.

아케이드 경쟁력 강화는 이제 일부 자산만의 선택이 아니라, 주요 오피스 전반의 새로운 경쟁 전략으로 자리잡고 있습니다.

| 최근 주요 오피스 리뉴얼 사례



THE TIME TO CHANGE IS NOW.

좋은 오피스는 만들어집니다.
하지만, 좋은 오피스 아케이드는 설계되어야 합니다.

시장이 바뀌고 있습니다.
사람이 일하는 방식이 바뀌고,
건물이 선택받는 기준도 바뀌고 있습니다.

무엇을 바꿀 것인가가 중요하지만, 더 중요한 것은,
언제 바꿀 것인가입니다.
그리고 그 변화는 누구나 할 수 있는 일이 아닙니다.

오피스 아케이드를 만드는 일은
부동산을 아는 것만으로는 충분하지 않습니다.

공간을 읽고,
사람을 이해하고,
시장을 예측하고,
그 모든 것을 하나의 전략으로 연결해야 합니다.

CUSHMAN & WAKEFIELD KOREA RETAIL

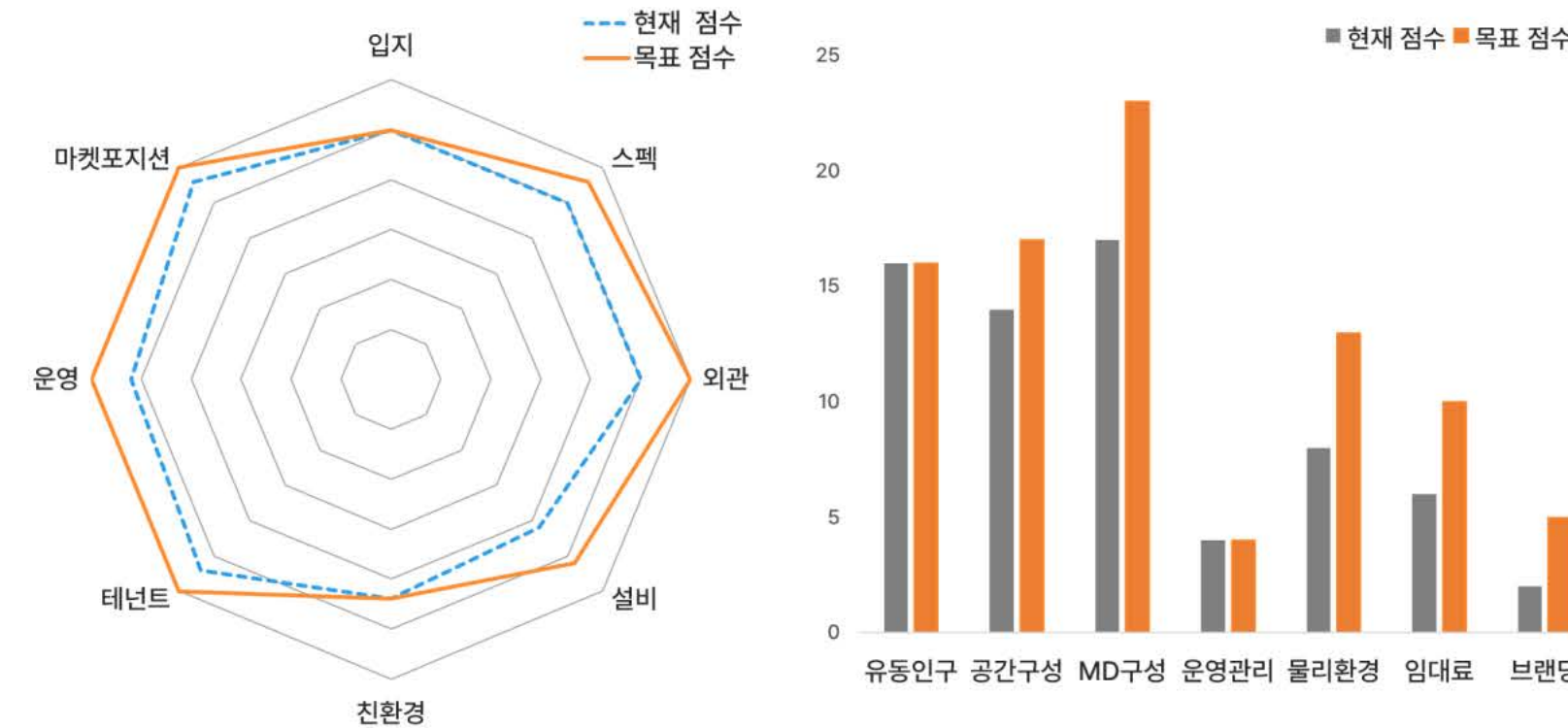
오피스 자산 경쟁력 진단 서비스

C&W에서는 국내외 선진 사례와 데이터 기반 분석을 통해 오피스 자산의 Hardware·Software·Operation 경쟁력을 종합 진단합니다. 입지·공간·MD·브랜드·운영 등 세부 항목별 강점과 개선 과제를 도출하고, 자산 특성에 맞는 리뉴얼 및 Value-up 전략 수립부터 실행까지 **One-Stop** 통합 자문 서비스를 제공합니다.

“당신의 자산은 다음 경쟁을 준비하고 있습니까? 변화는 기다리지 않습니다.

지금, 전문가와 함께 자산의 경쟁력을 진단해 보시기 바랍니다.”

자산 경쟁력 진단 결과 예시



임대료 상승
+8~12%
권역 평균 대비

공실률 개선
3%→0.5%
리뉴얼 후 예상

방문객 증가
+10~20%
외부 유동인구 유입

01

브랜딩 전략 컨설팅

Branding Solution Service

- 라이프스타일 트렌드 이해
- 자산 브랜드 포지셔닝
- 자산 브랜드 컨셉 및 value proposition
- 자산 브랜드 네이밍 전략

02

MD 및 상환경 컨설팅

MD Consulting · Retail Space Solution

- 테넌트 믹스 전략 수립
- MD최고최유효 방안 제시
- 동선 최적화 계획
- 시설 내외부 주요 공용부 디자인

03

임대 자문 (오피스·리테일)

Leasing Advisory

- 임대료 포지셔닝 전략
- 신규 테넌트 소싱
- 임대차 계약 협상
- 공실 해소 액션플랜

04

프로젝트 관리 서비스

Project & Development Services

- 업무환경 진단 및 분석
- 공간 전략 및 컨셉 수립
- 공간구축 방향성 제시
- 변화에 따른 리스크 최소화

05

자산관리

Asset Services

- 임대 운영 및 테넌트 관리
- 시설·재무 통합 관리
- 건물 활성화 이벤트
- 운영 전략 수립

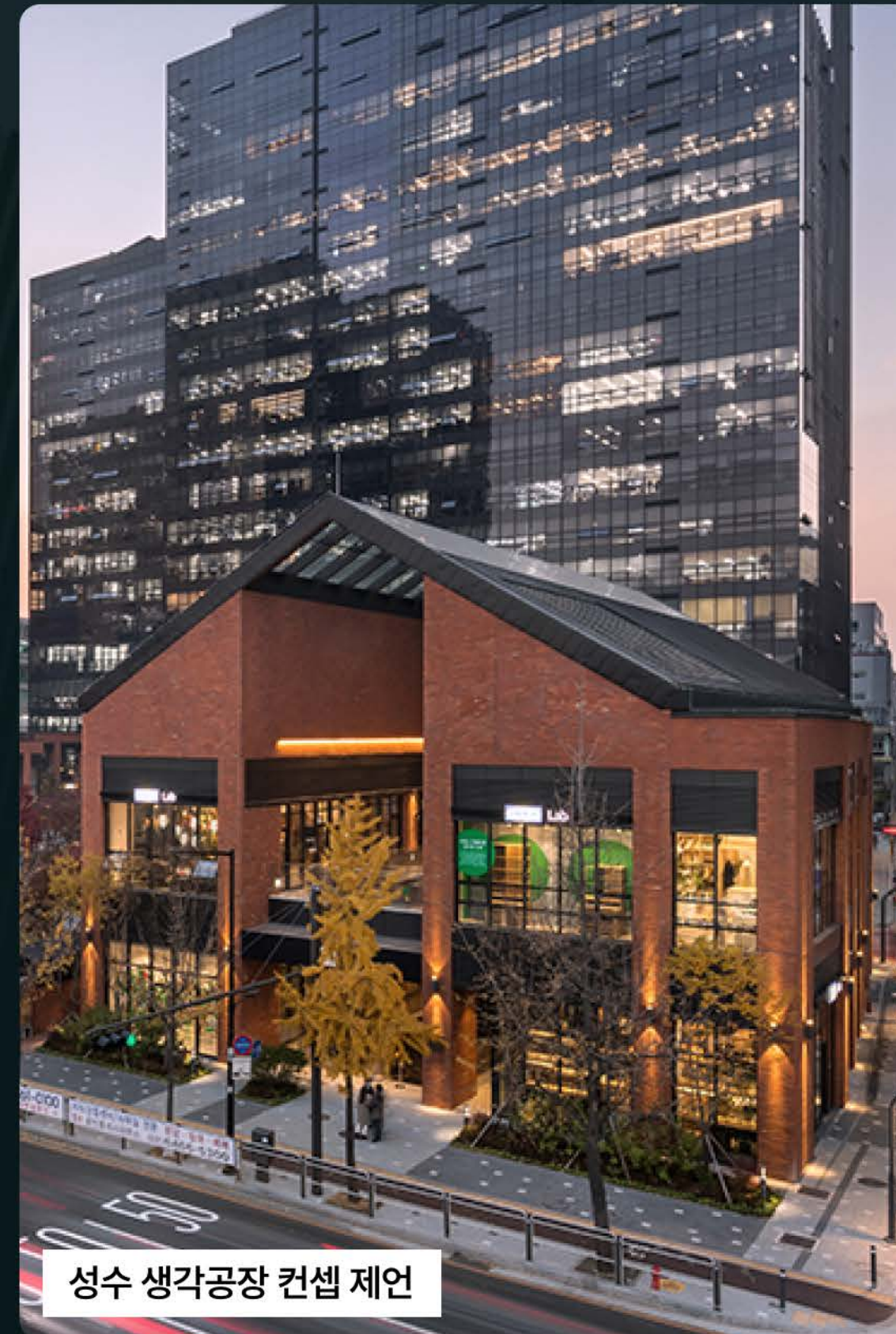
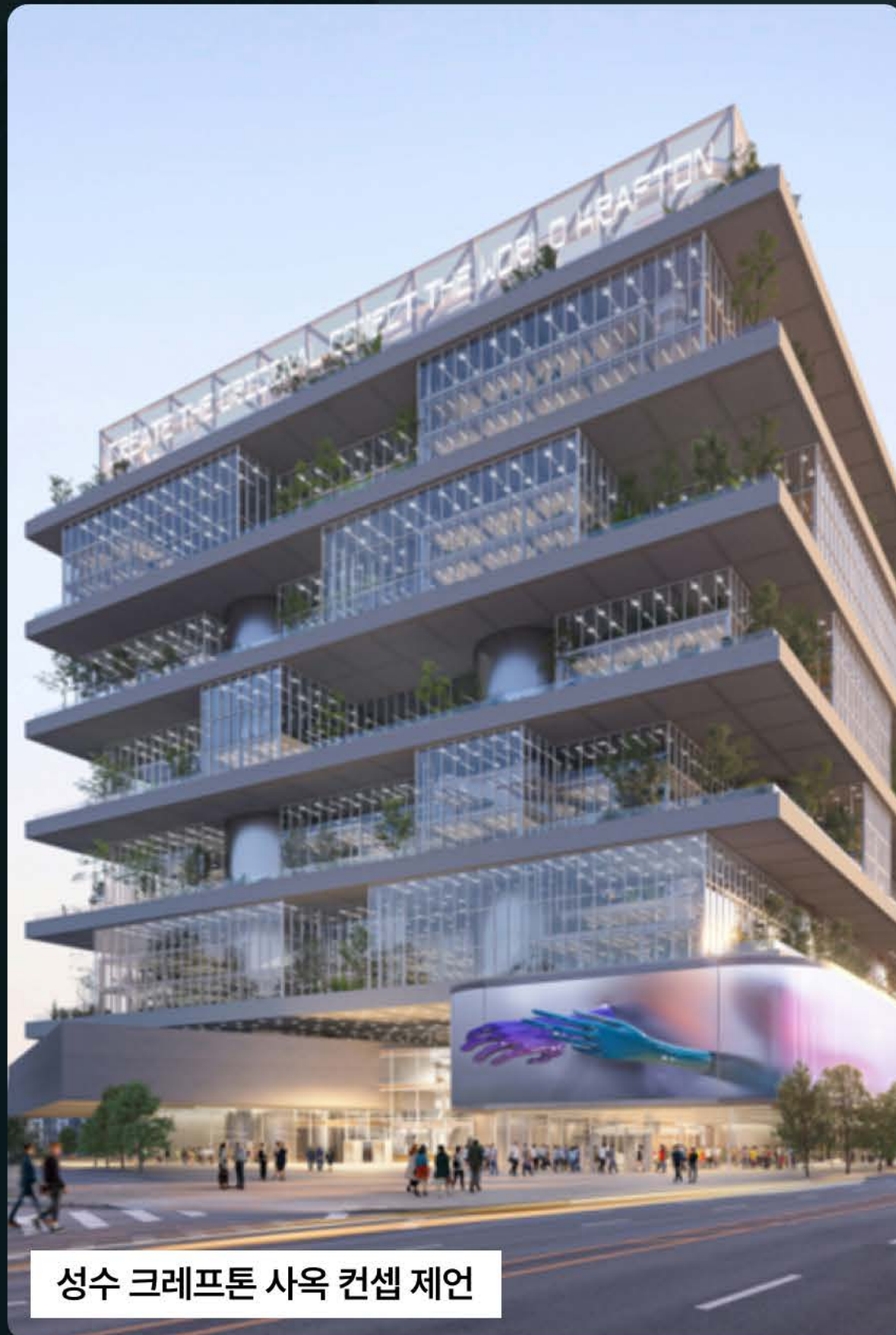
오피스 자산 경쟁력 진단 서비스 관련하여 문의 사항이 있으시면 본 알동동네 다른동네 26p Contact 담당자에게 언제든지 연락주시기를 바랍니다.

Branding Solution Service (BSS)

부동산 자산도 브랜딩 전략이 필요한 시대입니다.

소비자 관점의 라이프스타일 트렌드 분석과 리테일 부동산 전문성을 결합해 오프라인 공간을 더욱 매력적인 자산으로 만드는 전략을 제안합니다.

| Key Track Record



*본 프로젝트는 구성원 개인 프로젝트임.

MD Consulting · Retail Space Solution (RSS)

자산 및 입지 특성에 맞는 컨셉·MD·동선·공간 전략을 통합 설계하여, 오피스 저층부 아케이드를 차별화된 집객형 리테일로 특화합니다.

고객 동선과 공간 경험을 최적화하여, 새로운 이미지와 장소성을 구축할 수 있는 방향을 제시합니다.

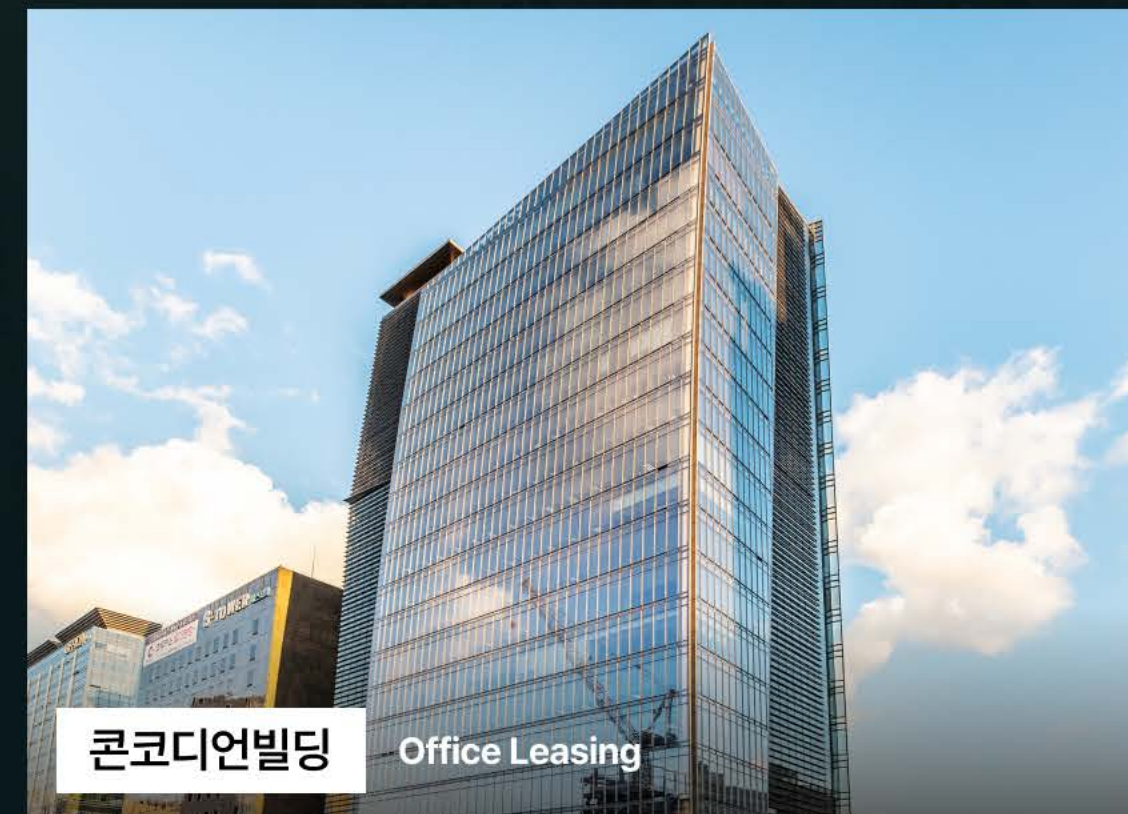
| Key Track Record



Leasing Advisory

풍부한 임대자문 경험과 시장 데이터를 바탕으로 자산 특성에 최적화된 임대 전략을 수립하고 실행합니다.
오피스 이용객과 방문객, 경쟁시설 분석을 기반으로 최적의 MD 구성과 테넌트 유치 전략을 제안합니다.

| Key Track Record



리테일 #1인 쿠시먼앤드웨이크필드는
 독보적인 **Card Big Data** **Social Big Data** **Real Estate Data** 의
 결합을 통해, 인사이트를 전달해오고 있습니다.

| 쿠시먼앤드웨이크필드 리테일 <알던동네, 다른동네> 시리즈

Season 1 (2023)



Season 2 (2024)



Season 3 (2025)



Season 4 (2026)



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 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

Office Arcade Renewal TF

임대차자문 총괄

윤화섭 선임상무 | jason.yun@ap.cushwake.com

소셜 빅데이터 분석

이원희 이사 | lina.lee@cushwake.com

오피스아케이드·리테일전략

최지원 차장 | jiwon.choi@cushwake.com

상업용 부동산 데이터 분석

김수경 이사 | suki.kim@cushwake.com

OCDD

알던 동네 다른 동네 시즌 4

소비자는 말하고, 공간은 빛어진다.

Social Big Data × Card Big Data × Real Estate Data