

KOREA

코리아
아트
마켓
2025

ART 2025

MARKET

2025 ART

MARKET

KOREA



Index

Editor's Letter by Sang-Hoon Kim	4
Words of Congratulations by Elizabeth Chun	6
Key Findings	8
An Analysis of Korean Gallery Operations in First Half of 2025: Navigating Survival Through Strategic Transformation by Henna Yeonhwa Joo	12
Interview: Emma Son	48
Seeking Change Amid Market Correction: Korea's Evolving Art Fair Landscape by Jieon Shim	52
Interview: Yunha Cheong	74
Korea's Auction Market: Reassessing the Market from the Bottom by Sang-In Cho	78
Opinion: Jin-suk Suh	96
2024-2025: Exhibitions Steering the Contemporary Korean Art Scene by Seewon Hyun	100
Interview: Ayoung Kim	114
Korea Art Market Power 20	118
Contributors	126
Credits	128

The Korean art market has hit its nadir. That, in brief, is the conclusion of this report. The decline ran deeper than expected, and the anticipated recovery has been slower than hoped. And yet, signs of hope are emerging, such as the rebound seen in auction results in the first half of 2025. While the broader political and economic climate remains clouded - due to factors like the U.S.-driven tariff conflicts - the mood within the art market is cautiously optimistic.

In Fall 2024, Kiasf SEOUL and Frieze Seoul both expanded meaningfully in scale and quality, successfully navigating a landscape of competition and collaboration. Alongside the Gwangju and Busan Biennales, they helped create a nationwide celebration of art. In the first half of this year, a renewed and upgraded edition of Art Busan, followed by Loop Lab Busan - developed in partnership with Loop Barcelona - attracted new collectors. Boutique art fairs such as ART OnO and The Preview also carved out fresh ground in the market through innovation and transformation. After falling below pre-pandemic levels, the auction sector has begun to stir. Notably, eight of the top ten works sold over the past year were auctioned in the first half of 2025. Both sell-through rates and total sales are showing signs of gradual improvement.

Welcome to the fourth edition of the *Korea Art Market (KAM) Report*. This publication is the first English-language report dedicated to delivering insights about the Korean art market to a global art audience. This issue features four compelling and informative articles. The first, authored by Henna Yeonhwa Joo of Hongik University, presents survey results from 26 major galleries. She offers a nuanced analysis not only of gallery sales but also of shifts in distribution and operational strategies. A particularly notable trend is the rise of millennial and Gen Z clients under the age of 50 - a demographic whose evolving tastes and behaviors are likely to shape the future success of galleries.

In a follow-up to last year's contribution, Jieon Shim, Editor-in-Chief of *Monthly Art*, offers an overview of Korean art fairs held in the latter half of 2024 and the first half of 2025. She explores the expanding role of art fairs as urban cultural platforms, the emergence of the "artsumer" generation, and the increasing polarization and diversification of art fair models. Sang-In Cho, Director of the Baeksang Art Policy Research Institute, provides a data-driven analy-

sis of Korea's auction market, highlighting emerging buyer segments based on price brackets and reviewing recent performance trends of blue-chip artists. Finally, Seewon Hyun of Yonsei University revisits the evolving role of "exhibition" in the art market and explores how curatorial practices have shifted in international exhibitions of Korean art. The move toward more solo exhibitions, as opposed to thematic group shows, has played a vital role in introducing both mid-career and rising Korean artists to global audiences.

For the first time, KAM 2025 includes a new section: *Korea Art Market Power 20*. This list features twenty influential figures who are currently shaping the direction of Korea's art market. Based on a survey of leading Korean galleries and refined in consultation with industry experts, the list is not exhaustive, yet those included are clearly making a positive impact on the ecosystem.

Just as art fairs are adjusting their schedules and strategies for survival and growth, this report, too, is being released earlier than in previous years - timed to coincide with Seoul Art Week. We hope it will provide fresh insight and inspiration to collectors and art professionals around the world. Special thanks are due to the authors who delivered their excellent contributions despite the editor's persistent reminders, and to the Paradise Culture Foundation for its unwavering support.



We extend our heartfelt congratulations on the publication of the 2025 Korea Art Market Report.

It is deeply meaningful that this report, which has provided an in-depth overview of trends in the Korean art market and summarized key issues each year, has now accumulated four years of history. I am also truly grateful to have been part of this significant journey.

This year, the sentiment of “K” has gone beyond content to create a sense of common understanding around the world. The Tony Award won by the musical *Maybe Happy Ending* and the global success of *KPop Demon Hunters* have demonstrated that Korean sensibility and imagination transcend language and genre.

The art world, too, was no exception. The remarkable achievements of artists across generations, including Kimsooja being awarded the French Order of Arts and Letters and Ayoung Kim winning the LG Guggenheim Award, heighten our anticipation for the present and future of K-art.

We hope that Korean art will continue to permeate the world more deeply and broadly as a “language of emotion.” We also hope that the Korea Art Market Report will continue to serve as a steadfast companion on this journey. Moving forward, we will continue to observe the ongoing growth and development of the Korean art scene with heartfelt respect and high expectations.

With sincere gratitude,

2025 코리아아트마켓 리포트의 발간을 진심으로 축하드립니다.

한국 미술시장의 흐름을 깊이 있게 조망하고, 매년 주요 이슈를 정리해 온 이 리포트가 어느덧 4년의 시간을 쌓아왔다는 사실이 참 뜻깊습니다. 저 역시 이 뜻깊은 여정에 함께하고 있음에 감사한 마음을 전합니다.

올해는 콘텐츠를 넘어 ‘K’라는 감성이 전 세계에 공감대를 형성한 한 해였습니다. 뮤지컬 <어쩌면 해피엔딩>의 토니상 수상, <케이팝 데몬 헌터스>의 글로벌 흥행은 한국적 감성과 상상력이 언어와 장르를 뛰어넘는다는 것을 보여주었습니다.

미술계 역시 예외가 아니었습니다. 김수자 작가의 프랑스 문화예술 공로 훈장 수훈, 김아영 작가의 LG구겐하임상 수상 등 세대를 넘나드는 예술가들의 활약은 K-art의 오늘과 내일을 더욱 기대하게 합니다.

한국의 예술이 세계 속에서 ‘감성의 언어’로 더 깊이, 더 넓게 스며들 수 있기를 바랍니다. 그리고 코리아아트마켓 리포트가 이 여정에 든든한 동반자가 되어 주시기를 응원합니다. 앞으로도 한국 예술계의 지속적인 발전과 성장을 진심 어린 존경과 기대의 마음으로 지켜보겠습니다.

감사합니다.



Key Findings

1



According to our survey, the proportion of galleries experiencing a sales decline in the first half of 2025 rose by 13.3% compared to the previous year, while those reporting an increase dropped by 19.7%. These figures indicate that market activity in early 2025 were even more sluggish than those of 2024. Nevertheless, expectations for year 2026 are cautiously optimistic, with 58% anticipating improvement. More than half of galleries experienced decline in average selling prices and the number of artworks sold. Demand for artworks by young artists increased, but international artists have little appeal to Korean art buyers. Collectors in their 50s and 40s still represent the core of Korean art market, but a shift is clearly underway: galleries are seeing a rise in clients under 50.

2



Although art fairs continue to be one of Korea's most significant sales channels, galleries are starting to withdraw from some fairs and only participate in a limited number of domestic, regional, and international fairs. One of the main causes is rising operating costs. Reductions in (1) participation in art fairs, (2) gallery shows, and (3) marketing and public relations expenditures were the most widely used cost-cutting measures.

3



Korea's art fairs innovated to defy unfavorable predictions. Due to the increasing number of millennial and Gen Z collectors, the 2025 Galleries Art Fair, which was completely made up of Korean galleries, was a success in terms of both visitor numbers and sales figures. The number of attendees to the fair increased by 30% on the VIP day, despite political and economic unrest. Positive evaluations were given to the 14th edition of Art Busan because of its better booth presentations and curatorial quality. A niche art fair, ART OnO succeeded in differentiating itself from others by focusing on quality. The Preview returned to its original schedule but rebranded and relocated. Urban Break, Art Asia, and ASIAF cater to popular tastes and emerging artists. Thanks to the increasing diversity, the market is expanding and attracting new collectors.

4



In the fall 2024, both Kiaf and Freize Seoul have expanded and improved. Seoul Art Week successfully drew international visitors thanks to synchronized opening schedules of Gwangju and Busan biennales. Kiaf strengthened its competitiveness as a global event. A total of 205 galleries from 22 countries participated, with over one-third hailing from outside Korea. On the other hand, Frieze presented a wide spectrum of Korean artists, such as Kimsooja, Anicka Yi, and Lee Ufan. Frieze launched its first permanent presence in Asia named "Frieze House Seoul" in September, suggesting its view of Seoul as a long-term platform in the Asian art ecosystem.

5



In 2025, Korea's art auction market entered its third consecutive year of decline. Total auction sales, from the second half of 2024 to the first half of 2025, amounted to approx. USD 74.1m, a 24.2% drop from the previous year. The market seems to have hit its lowest point ("nadir") in the second half of 2024. During that period, only two works surpassed KRW 1bn (USD 722,600), with the most expensive being Kusama Yayoi's Pumpkin (1990), which sold for KRW 2.9bn (USD 2.09m) at Seoul Auction.

6



Early 2025 numbers indicated a recovery of auction market. The success rate improved and sales rose. The Korean art market is more likely to experience a U-shaped revival than a protracted L-shaped stagnation, given its vitality and purchasing power. The most sought-after artists in the 2025 auction market were Lee Ufan and Lee Bae. Lee Bae, who was scarcely seen in the top 30 list before 2020, climbed to 2nd place in the first half of 2025 for the first time, narrowly trailing Lee Ufan with KRW 5.73bn (USD 4.14m) in total sales. Park Seo-Bo, in contrast, fell out of top rankings.

7



At important institutions worldwide, Korean art has kept gaining popularity. Notably, solo exhibitions have become more prevalent in 2025 as opposed to exhibitions arranged according to themes or movements. In Berlin, Ayoung Kim debuted a solo show called *Many Worlds Over* at Hamburger Bahnhof. In late 2025, she will have another solo show at MoMA PS1. Notable solo exhibitions by well-known Korean artists, such as Do Ho Suh and Haegue Yang, highlighted their unique techniques at Tate Modern and the Hayward Gallery in London, respectively.

8



Painting has made a pronounced return to the spotlight. There has been a noticeable rise in painting-focused exhibitions at major institutions. These shows collectively question the meaning of an "old medium" in a smartphone-saturated era and reconsider its relevance in contemporary visual culture. International artists also enriched Korea's exhibition scene in 2025. For example, Swiss artist Nicolas Party's *Dust* was presented at Hoam Museum of Art as the artist's largest survey to date.



Galleries

An Analysis of Korean Gallery Operations in First Half of 2025: Navigating Survival Through Strategic Transformation

Henna Yeonhwa Joo
Associate Professor, Hongik University

The prolonged economic downturn since 2022, compounded by volatile political and economic conditions at home and abroad through late 2024 and early 2025, has significantly impacted the Korean art market. While signs of recovery were noted in early 2024, a series of disruptive events - including the imposition of martial law in December 2024, subsequent political upheaval, and the weakening Korean won - ushered in a renewed period of contraction.

To assess the operational realities and strategic responses of galleries during this challenging period, a survey was conducted targeting 35 galleries active in Korea as of 2025. Eligible galleries met the following criteria: 1) regular exhibition programming, 2) exclusive or consistent collaboration with artists, and 3) active participation in domestic and international art fairs. The sample was selected to reflect a diverse range of gallery types - including established galleries with over 30 years of history, mid-career galleries with 10–30 years, and younger galleries under 10 years old - as well as international galleries with branches in Korea. A total of 26 galleries responded to the survey.

The findings are organized around key categories: sales performance, characteristics of sold works, client demographics, evolution of sales channels, and internal management. The report also includes galleries' perspectives on necessary policy reforms and market infrastructure to support the long-term growth of Korea's art market.

Changes in Sales Performance

When asked whether their sales in the first half of 2025 had increased compared to the same period in 2024, 15 out of 26 galleries (57.7%) reported a decline. Six galleries (23.1%) stated that their sales remained unchanged, while only five galleries (19.2%) saw an increase. The proportion of galleries experiencing a decline in sales rose by 13.3% compared to the previous year, while those reporting an increase dropped by 19.7%. These figures indicate that market conditions in early 2025 were even more sluggish than what had previously been considered the market's nadir in early 2024.

Looking ahead at annual performance, over half of the galleries (53.9%) anticipated a decrease in total sales for 2025 compared to 2024. Seven galleries (26.9%) expected results to remain consistent,

Q. Did gallery sales increase in the first half of the year compared to the previous year?

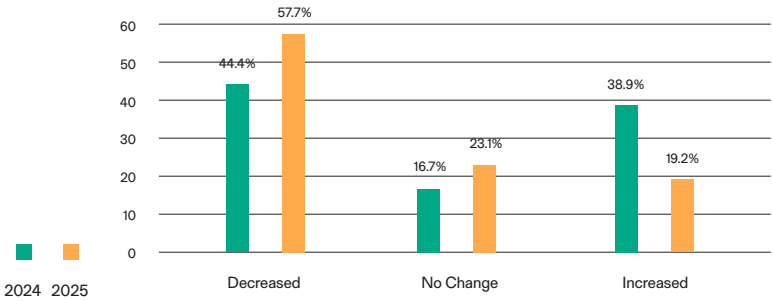


Fig 1. Sales in the first half of 2025

Q. Do you expect total sales this year to increase compared to last year?

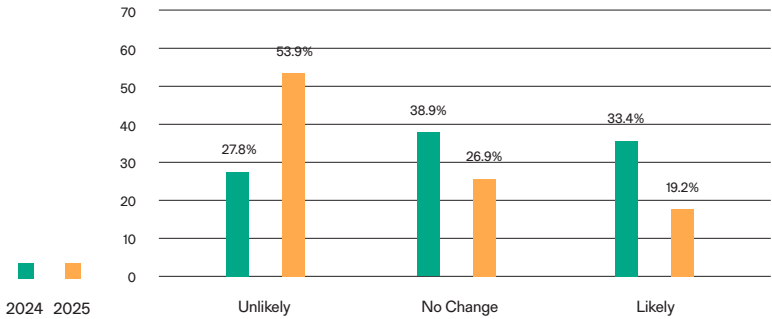


Fig 2. Estimated total sales for 2025

while only five (19.2%) predicted an increase. Among the five galleries forecasting growth, three were long-standing galleries with over 30 years of history and more than 20 artists under representation, one had operated for 10–20 years, and one was a young gallery established less than five years ago.

Regarding expectations for 2026 compared to 2025, a slight shift toward optimism was observed: 15 galleries (57.7%) projected increased sales, five (19.2%) expected no significant change, and six (23%) were pessimistic. Following the presidential election in May 2025, which brought a degree of political stabilization, galleries expressed cautious optimism that a reduction in market uncertainty might lead to revitalization.

Q. Will next year's sales increase compared to this year's?

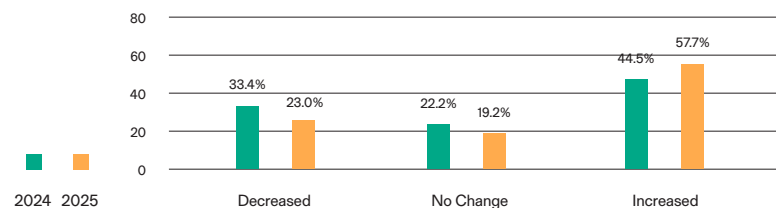


Fig 3. Estimated sales for 2026

In summary, while many galleries experienced a sense of recovery in 2024, this upward trend stalled in 2025 due to geopolitical instability and domestic economic uncertainty. Nevertheless, expectations for 2026 are cautiously optimistic, with 58% anticipating improvement. This suggests that while market conditions remain weak, mid- to long-term outlooks among galleries have regained a degree of confidence.

Shifts in Art Sales and Distribution Channels

Regarding price ranges of sold works, 16 galleries (61.5%) reported that their average selling prices had decreased compared to the previous year. Conversely, eight galleries (30.7%) reported an increase in prices, most of which were either actively participating in international art fairs or working with younger artists. Unlike the previous boom period, which supported a wide spectrum from ultra-low to ultra-high-priced artworks, the current market favors selective purchasing centered on reasonably priced works with strong artistic value. This trend aligns with global patterns that have seen a contraction in the ultra-high-end segment. Galleries dealing in high-priced works or operating on a larger scale tend to feel the brunt of the downturn more acutely. In contrast, galleries focused on affordable and mid-range works - especially newer or emerging spaces - appear to be more insulated from the current slump.

Interestingly, demand for more decorative and animation related works that once performed well during the boom has declined. In contrast, interest has remained steady - or even grown - for artists whose practices hold stronger conceptual depth, suggesting a longer-term growth trajectory.

When asked whether the number of artworks sold had increased

Q. Has the average price range of artworks increased compared to last year?

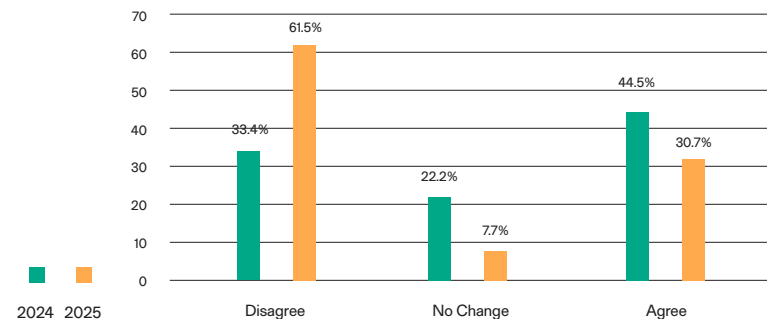


Fig 4. Average price range of artworks sold in 2025

Q. Has the number of artworks sold increased compared to last year?

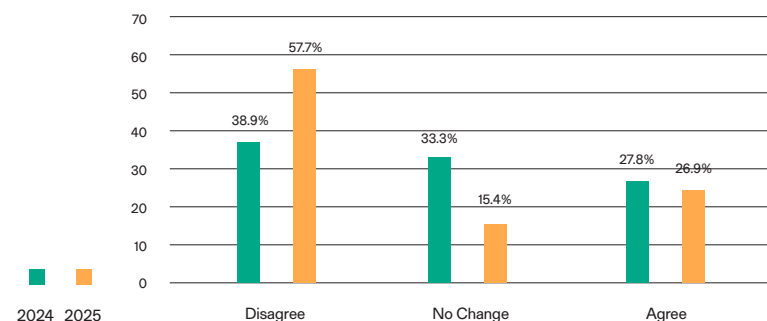


Fig 5. Number of artworks sold in 2025

compared to the previous year, 15 galleries (57.7%) answered no, four (15.4%) reported no change, and seven (26.9%) saw an increase, indicating a general decline in transaction volume.

Regarding demand for works by artists under 40, 12 galleries (46.2%) reported an increase, six (23.1%) saw no change, and eight (30.8%) reported a decline. While interest in young artists remains relatively strong, it appears to have moderated compared to the previous year—likely reflecting broader sluggish sales.

When asked whether demand for international artists had increased relative to domestic artists, 17 galleries (65.4%) answered no, five (19.2%) responded neutrally, and only four (15.3%) said yes. This

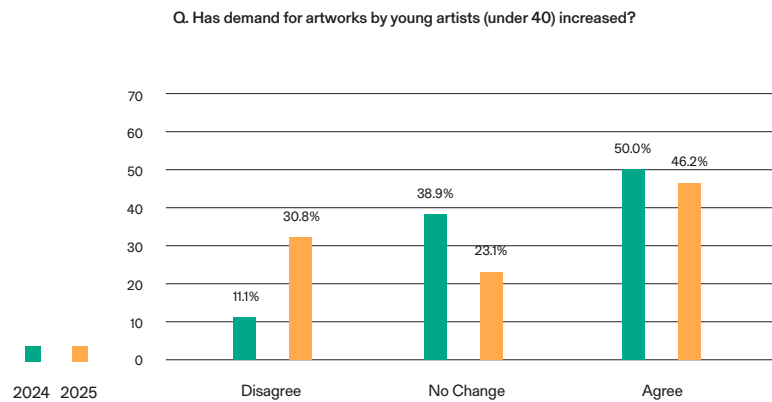


Fig 6. Demand for artworks by young artists

suggests that during a market downturn, collectors tend to favor domestic artists whose works are generally more affordable. Still, galleries reporting increased demand for overseas artists were typically those actively participating in international fairs or sourcing foreign artists for their domestic programs.

In terms of distribution channels, most galleries identified art fairs and in-gallery exhibitions as their primary sales venues. However, some expressed the need to develop alternative platforms. Notably, one gallery reported success by offering community-based services—such as book clubs, learning groups, and membership programs—that created meaningful engagement and contributed significantly to sales. These approaches hint at a broader strategic shift toward education and experience-based engagement, particularly with younger and first-time collectors, helping to build trust and long-term relationships. This reflects a key generational change in the market.

While art fairs remained the most important sales channel in 2024 and early 2025, it is worth noting that, moving forward, galleries intend to place less emphasis on fairs and more on online platforms and other methods. Rising operational costs are likely a factor: among the 14 galleries that reported increased sales through art fairs in 2025 (53.9%), 60% also experienced a noticeable rise in associated expenses. This underscores the dual nature of art fairs as both an opportunity and a financial burden.

Many galleries are reconsidering their participation in certain fairs, with a growing focus on fewer but more strategically significant events. Instead of committing to a wide array of global, regional, and domestic fairs, galleries are prioritizing participation in leading platforms—such as Frieze and Art Basel.

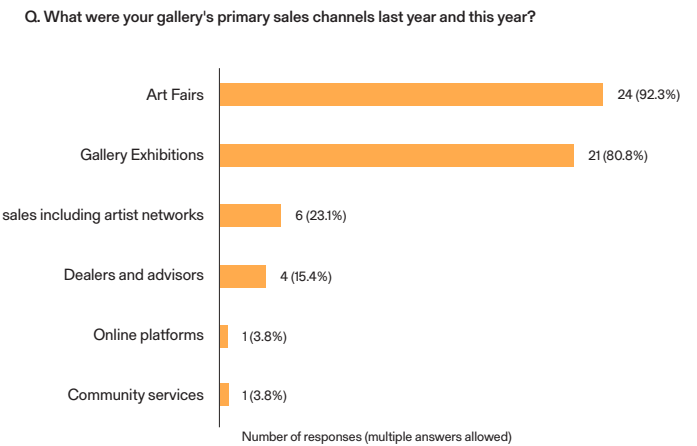


Fig 7. Important sales distribution channels

Q. Which sales channels are you planning to focus on going forward?

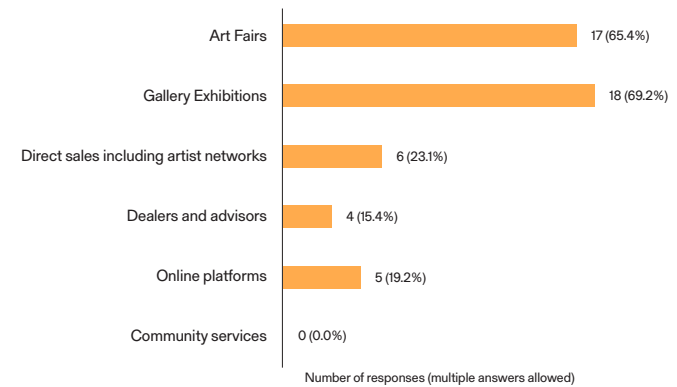


Fig 8. Distribution channels to focus on going forward

Changes in Buyer Demographics and Motivations

When asked whether the share of collectors under the age of 50 had increased in their overall sales, 15 galleries (57.7%) responded affirmatively, three (11.5%) said the proportion remained about the same, and eight (30.7%) answered negatively. A previous year's survey showed that the majority of buyers were in their 50s (67%), followed by those

in their 40s (61%), 60s (28%), and 30s (11%). While collectors in their 50s and 40s still represent the core of the Korean art market, a shift is clearly underway: galleries are seeing a rise in clients under 50.

Given that there has not been a significant influx of new collectors this year or last, this shift may also reflect a decreasing tendency for collectors aged 60 and above to make purchases. In other words, the market is being driven more and more by a younger generation—those born after 1975. In the Korean context, those born in 1975 belong to the first generation to take the national college entrance exam (CSAT, Suneung in Korean), the first to actively embrace the internet era, and the first to study abroad widely. These generational markers suggest that today's collectors have grown up with values shaped by diversity, globalization, and digital culture. Understanding the motivations, tastes, and needs of this demographic is now essential, as they are reshaping the Korean art market from the ground up.

Q. Has the proportion of young collectors (under 50) increased in sales over the last two years?

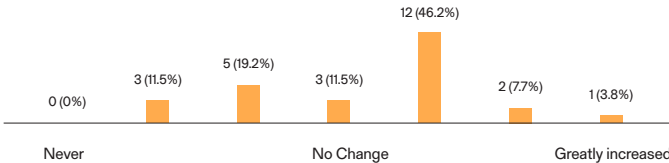


Fig 9. Proportion of young collectors

Regarding the proportion of overseas clients, nine galleries (34.6%) reported an increase, while seven (26.9%) reported a decline. Ten galleries (38.5%) said there was no notable change. This relative stability suggests that in the current downturn, sales are being sustained primarily by existing clients rather than new entrants. Those galleries that did see an uptick in overseas clientele were generally either newer spaces pursuing international outreach or those representing domestic artists with strong overseas demand.

A striking change was reported in collector motivations. When asked whether speculation had decreased among buyers, 17 galleries (65.4%) answered yes—up from 47% in 2024. Regarding whether collectors now prioritize personal taste over investment potential, an overwhelming 23 galleries (88.4%) agreed, compared to 61.1% in the previous year. Despite the economic slump, these results suggest that the market is evolving in a healthier direction, as collectors are driven less by speculative motivation.

Q. Has speculation as motivation of purchasing art declined compared to last year?

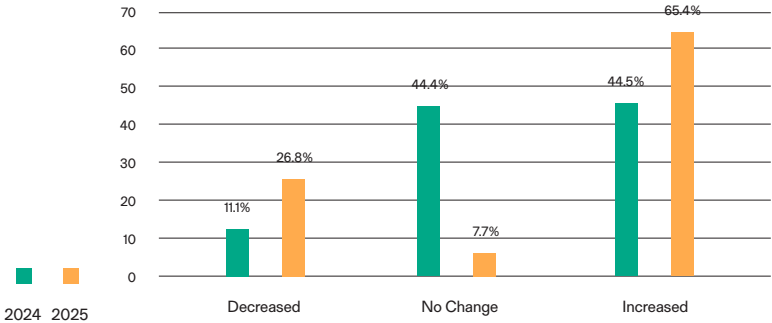


Fig 10. Decline in speculation as motivation

Q. Has personal taste as motivation of purchasing art become more important?

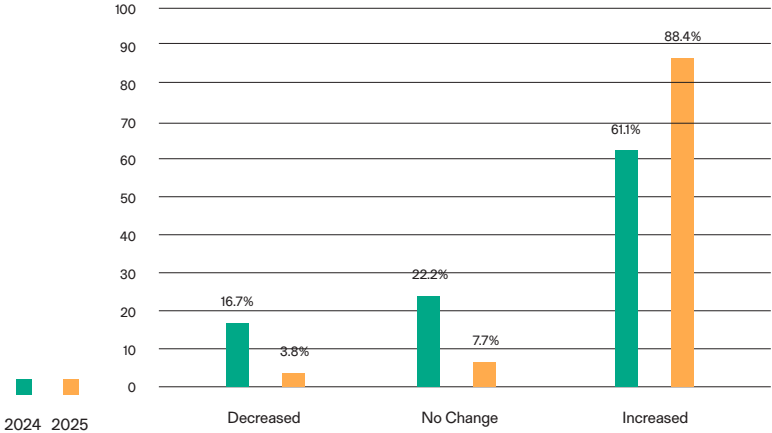


Fig 11. Personal taste as motivation

Gallery Operations

When asked to identify the greatest challenges facing gallery operations and growth in the current economic downturn, 17 galleries (65.4%) cited declining demand as the most pressing issue. Other responses included difficulties in acquiring new collectors (4 galleries, 15.4%), rising costs such as rent and labor (3 galleries, 11.5%), and market regulations (2 galleries, 7.7%).

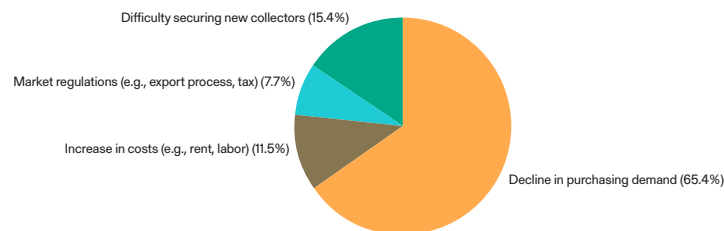


Fig 12. Main challenges to gallery operation and growth in 2025

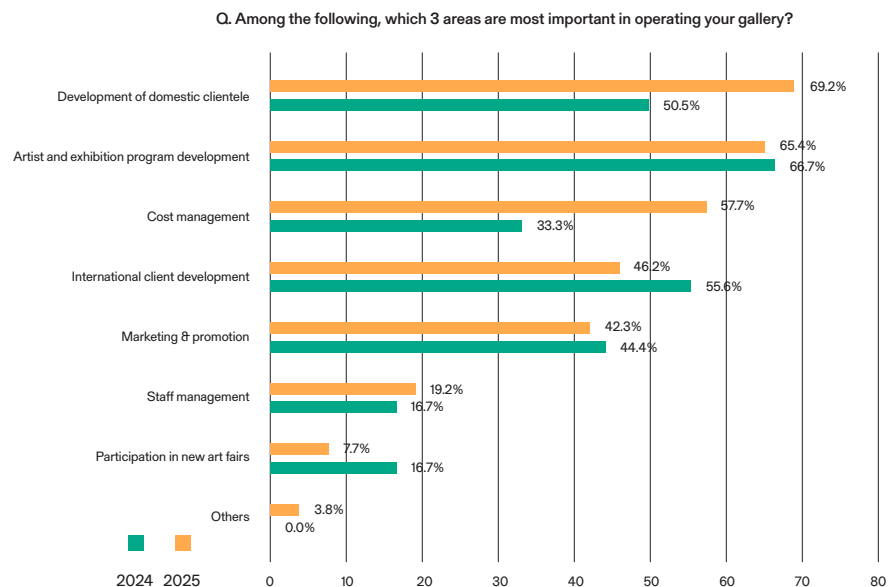


Fig 13. Factors of gallery operation

When asked to select the three most critical areas of focus for their operations in 2025, 18 galleries (69.2%) prioritized the development of domestic clientele, 17 (65.4%) emphasized artist and exhibition program development, and 15 (57.7%) pointed to cost management. Compared to responses from the previous year, interest in artist programming, international client development, and marketing has slightly declined, while attention to local client outreach and expense control has grown notably.

Regarding operational costs, 14 galleries (53.8%) reported an increase, four (15.4%) saw no change, and eight (30.7%) experienced a

decrease - figures that remain roughly consistent with the prior year. The most common cost-cutting measure, cited by 14 galleries (53.8%), was reducing participation in art fairs. Other strategies included scaling back exhibitions and promotional activities (8 galleries each, 30.8%), and reducing staff (6 galleries, 23.1%). Only three galleries reported reducing the number of artists under their management, and just one had relocated or downsized its physical space. These responses indicate that galleries are focusing on reducing budgets for

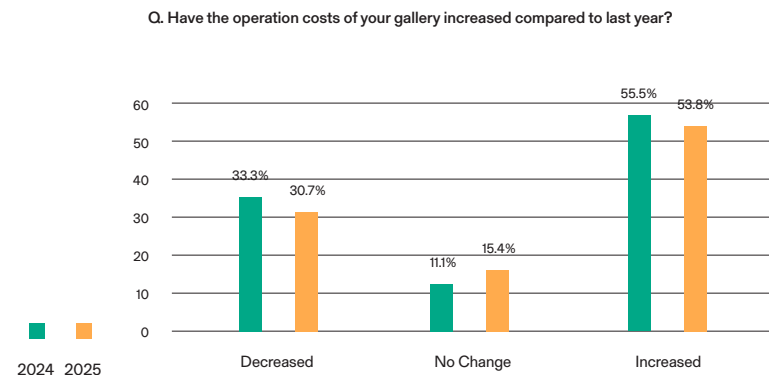


Fig 14. Operation Costs

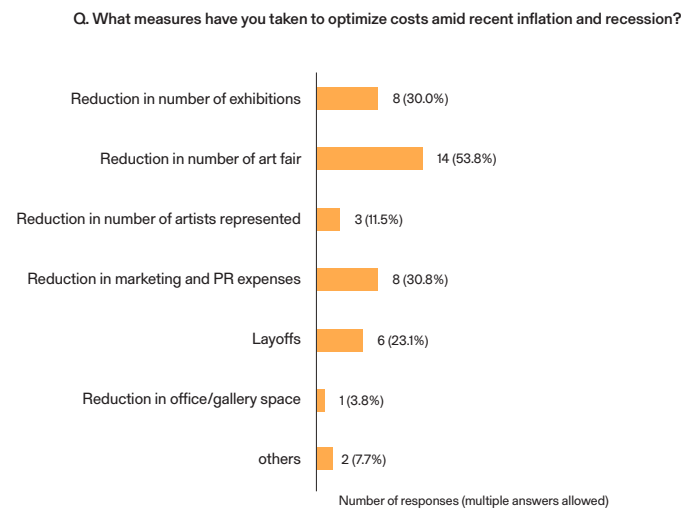


Fig 15 Cost Optimization Measures

art fairs, exhibitions, and marketing as a means of lowering operating costs. This, in turn, has impacted staffing levels - underscoring how the art market downturn is influencing employment across the arts sector.

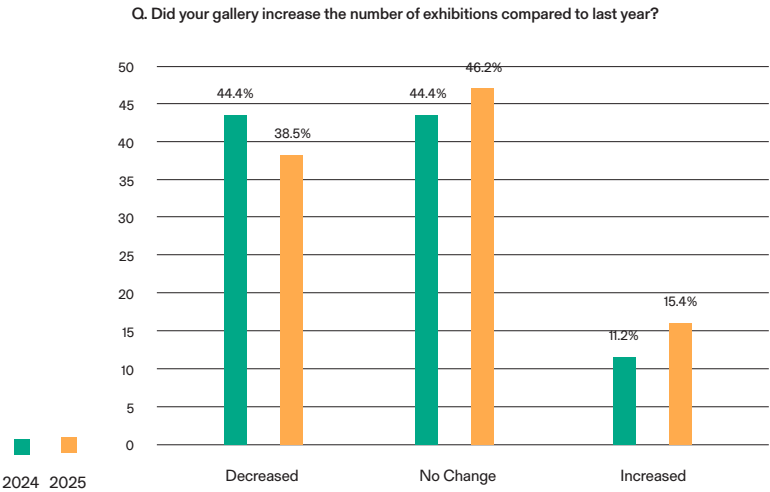


Fig 16. Number of Exhibitions

When asked whether their number of exhibitions had increased compared to the previous year, only 15.4% of galleries said yes. The remaining 84.7% either maintained or reduced their programming, further confirming that galleries are limiting exhibitions to reduce costs and labor.

Despite the economic slowdown, 16 galleries (61.5%) reported an increase in the number of artists under exclusive representation. In total, 20 galleries (76.9%) either maintained or increased their exclusive artist rosters. As the market transitions from boom to bust, buyer preferences are shifting away from speculation and toward personal taste and long-term potential. In response, galleries appear to be proactively investing in new artists they have not previously collaborated with. While artist development is clearly a core strategy, it is also resource intensive. Rapidly expanding an exclusive roster in line with market trends can hinder operational efficiency. A focused strategy of selective investment, support, and promotion for a carefully chosen group of artists is likely to yield stronger outcomes - for both galleries and their artists.

More galleries reported an increase (as opposed to a decrease)

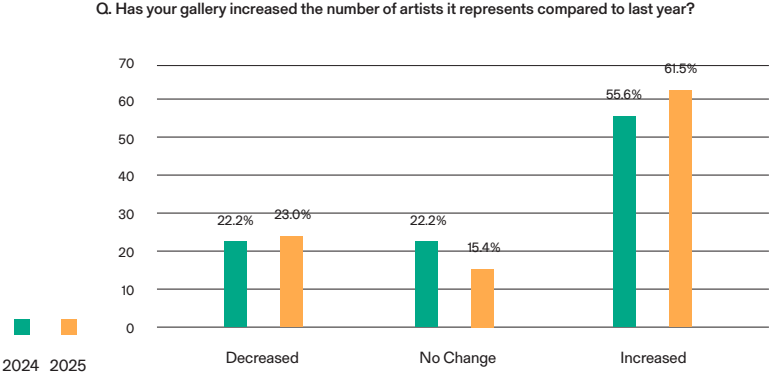


Fig 17. Number of Artists Represented

in the proportion of young artists among their collaborating artists, though a significant number (10 galleries, or 38.5%) reported no change. In practice, many galleries are expanding their programming to include not only young but also mid-career and senior artists, reflecting an effort to diversify both artist profiles and aesthetic directions.

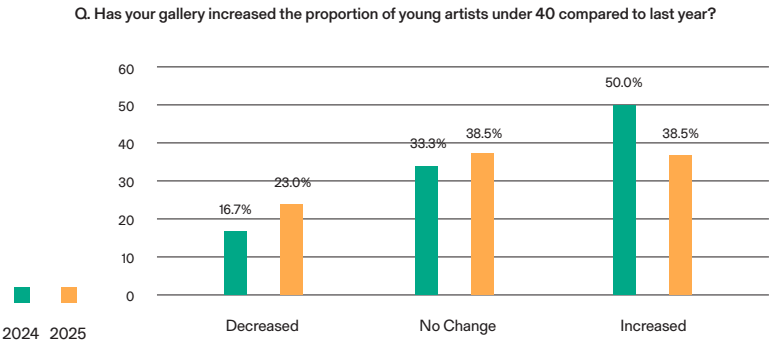


Fig 18. Proportion of Young Artists

One notable trend is the sharp decline in plans to participate in new art fairs. A substantial 17 galleries (67.4%) indicated that they intend to reduce their fair participation. This reflects a growing emphasis on efficiency - focusing resources on fairs that offer the greatest return on investment. Interestingly, the boundary between domestic and international fairs is also becoming less distinct. Many galleries

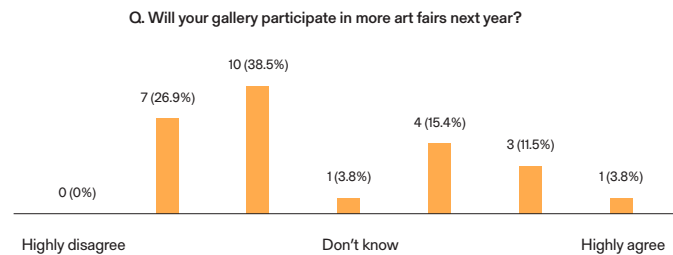


Fig 19. Art Fair Participation

now name major overseas fairs such as Art Basel (in Basel and Miami) and Art Qatar as top priorities, signaling that Korean fairs must now compete directly with global counterparts.

The primary reasons for discontinuing participation in past art fairs included low conversion rates among visitors and high costs relative to sales. When considering whether to join a new fair, galleries cited not cost but promotional value, diversity of visitors, and the overall quality of artworks as their main criteria. This suggests that galleries are increasingly using art fairs not just for transactional sales but as strategic tools for artist branding, client acquisition, and curatorial positioning.

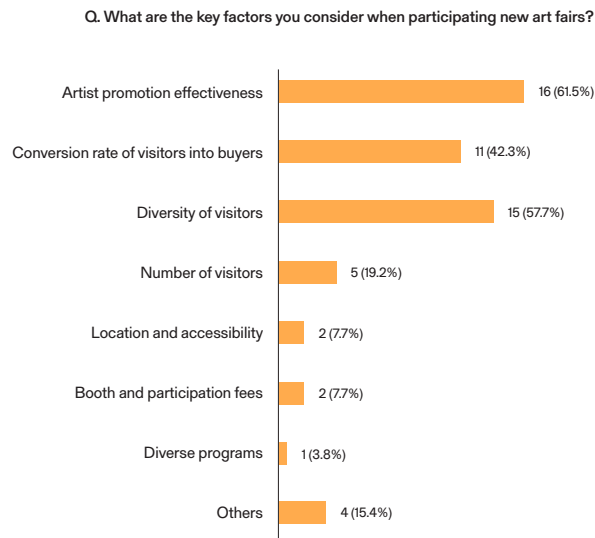


Fig 20. Factors Considered When Participating New Art Fairs

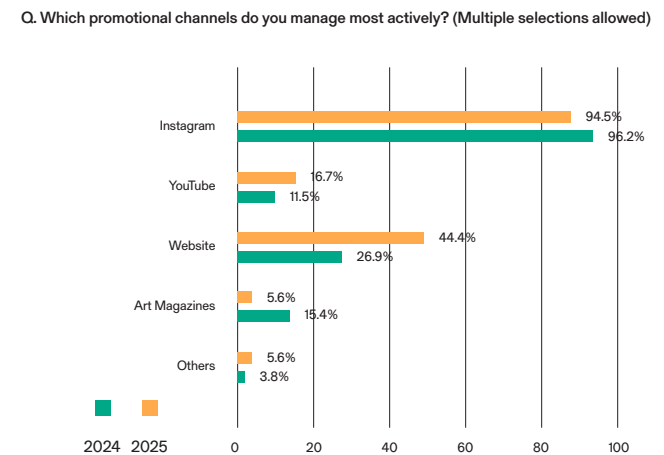


Fig 21. Major Promotion Channels

Lastly, in terms of promotional platforms, Instagram remained the top choice among 96.2% of galleries - similar to previous years - followed by gallery websites, art magazines, and YouTube. Compared to last year, the use of websites noticeably declined, while reliance on art publications increased.

Essential Factors for the Growth of Korea's Art Market

When asked what is most needed to ensure the quantitative and qualitative growth of Korea's art market as of 2025, respondents emphasized the importance of multifaceted efforts. These include strengthening art education, improving regulatory frameworks, expanding market infrastructure, enhancing content quality, and nurturing new collectors. The consensus was that sustainable advancement requires systemic support that addresses both supply- and demand-side challenges.

A summary of the identified priorities is as in the Table 1 below.

Category	Key Elements	Detailed Description
Education & Perception	Strengthening Art Education	Encouraging interest in art from an early age through enhanced art education
	Shifting Public Perception	Moving away from the perception of artworks as speculative or luxury items

Institutional Reform	Establishing Legal Infrastructure	Designing legal frameworks appropriate for the art market
	Engagement of Financial Sector	Recognizing artworks as financial assets and encouraging participation from banks
	Tax Reform	Providing tax benefits and raising deductible limits to encourage corporate purchases
Museums & Public Sector	Support for Domestic Artists	Enhancing programs and curated exhibitions for young and mid-career artists at national/public museums
	Expanding Collections	Actively acquiring works by both Korean and international artists (expansion of acquisition budget)
	Training Curators	Cultivating domestic curators having international competencies and networks.
Content & Curation	High-Quality Content	Elevating exhibition planning and content quality to foster public aesthetic literacy
Market Structure	Support for Diverse Galleries	Cultivating galleries that can introduce a wide range of artists and expand audiences
	Support for Regional Fairs	Investing in marketing for major regional art fairs beyond Kiaf and Frieze Seoul
Artist & Gallery Support	Nurturing Artists	Moving away from overreliance on secondary market sales
	Gallery Operations Support	Strengthening operational systems, marketing, and promotional capacities
	Reducing Foreign Platform Reliance	Lessening dependence on global platforms like Ocula and Artsy

Collector Development	Building Information Networks	Providing high-quality infrastructure and professional information to reduce reliance on (social media) influencers
	Enhancing Aesthetic Literacy	Encouraging continuous learning to foster personal taste and aesthetic judgment
Ecosystem Resilience	Ensuring Sustainability	Strengthening self-reliance and improving public perception rather than relying on government aid
Macro Environment	Economic Recovery	Improving the overall economic situation

Table 1. Essential Factors for the Growth of Korea's Art Market

Conclusion

This report has outlined the operational landscape and strategic directions of leading Korean galleries in the first half of 2025, based on direct survey responses. As seen, the Korean art market has faced considerable strain in the wake of prolonged macroeconomic uncertainty and political turbulence through late 2024 and early 2025.

During this difficult period, galleries have taken extensive measures to ensure survival -cutting staff, scaling back programs, and reducing art fair participation to manage expenses. At the same time, they have sought to revitalize revenue by diversifying sales channels and innovating business models.

What is critical, however, is that such innovation only proves effective when it is genuinely aligned with the needs of collectors. Galleries that have adopted a client-centered approach—actively identifying and targeting potential collectors for their artists—are seeing measurable success, even in adverse conditions.

Above all, the generational turnover among collectors - occurring both in Korea and globally - is transforming the market paradigm. Only those galleries that recognize, respond to, and strategically align with this shift will be able to not only survive but thrive amid the ongoing market downturn

[List of Galleries that Participated in the Survey]

Arario Gallery, BAIK Art, BHAK, Cylinder, Duruartspace, Gallery Chosun, Gallery FM, Gallery Hyundai, Gallery MEME, Gallery Shilla, Gallery Sklo, Gallery We, Gana Art, Hakgojae, Jason Haam Gallery, Keumsan Gallery, KIDARI Gallery, Kukje Gallery, P21, PKM Gallery, Sun Gallery, Thaddeus Ropac, ThisWeekendRoom, UM Gallery, Wooson Gallery

2025년 상반기 국내 갤러리 운영 현황 분석:

생존을 위한 변화의 모색

주연화

홍익대학교 문화예술경영대학원 부교수

2022년부터 시작된 경기 불황에 이어 2024년 하반기와 2025년 상반기로 이어진 국내외 정치·경제 상황의 격변은 한국 미술 시장에 상당히 부정적인 영향을 미쳤다. 특히, 2024년 저점을 지나 회복세에 들어갔다고 여겨졌던 국내 미술 시장은 2024년 12월 발생한 계엄 사태와 이어진 탄핵, 높아진 환율과 이로부터 타격을 받은 수출입 및 주식 시장 등으로 인하여 더 추운 빙하기를 맞게 되었다. 이에, 국내 갤러리들의 2024년 하반기~2025년 상반기 사업 현황을 살피고, 경기 불황기에 어떤 운영 전략들을 가지고 있는지 알아보기 위해 총 35개의 갤러리를 선정하여 설문을 진행했다. 설문 대상 갤러리는 2025년 현재 국내에서 영업하고 있는 갤러리로서 1. 주기적으로 전시를 운영하며, 2. 전속 작가 혹은 지속적으로 협업하는 작가를 보유하고 있고, 3. 국내외 아트페어에 활발히 참여하는 갤러리를 기준으로 선정했다. 응답자의 다양성을 위하여 30년 이상의 역사를 가진 중대형 갤러리, 10년에서 30년 미만의 역사를 가진 중견 갤러리, 10년 미만의 역사를 가진 신생 갤러리를 고루 포함하였으며, 국내 갤러리와 함께 국내에 지점을 가진 해외 갤러리 또한 포함하였다. 설문을 배포한 총 35개 갤러리 중 총 26개의 갤러리가 설문에 답하였다. 설문 결과는 매출 현황, 판매 작품 특성, 구매 고객 특성, 판매 채널 변화, 운영 및 관리 현황을 중심으로 요약 및 분석했다. 추가로, 향후 국내 미술 시장 발전을 위해 필요한 변화와 제도적 지원에 대한 갤러리들의 의견 또한 수렴했다.

매출 변화

2025년 상반기 갤러리 매출이 2024년 상반기 대비 늘었는지에 대한 질문에 대해서는 총 26곳의 갤러리 중 총 15곳(57.5%)의 갤러리가 줄었다고 답변하였고, 6개(23.1%)가 보통, 그리고 5개(19.2%)의 갤러리만이 늘었다고 답변하였다. 매출이 줄었다고 답한 갤러리의 비율은 전년 대비 13.3% 늘었으며, 매출이 늘었다고 답한 비율은 2024년 대비 19.7% 줄어 2025년 상반기 시장 상황은 저점이라 여겼던 2024년 상반기보다도 좋지 않음이 확인되었다.

2025년 전체 매출에 대한 예상으로는 전년 대비 감소할 것이라 답한 갤러리가 14곳(53.9%)으로 과반을 넘었으며, 전년과 비슷할 것이라 답한 갤러리는 7곳(26.9%), 그리고 5곳(19.2%)의 갤러리만이 전년 대비 상승할 것으로

Q. 금년 상반기 갤러리 매출이 전년 대비 늘었다.

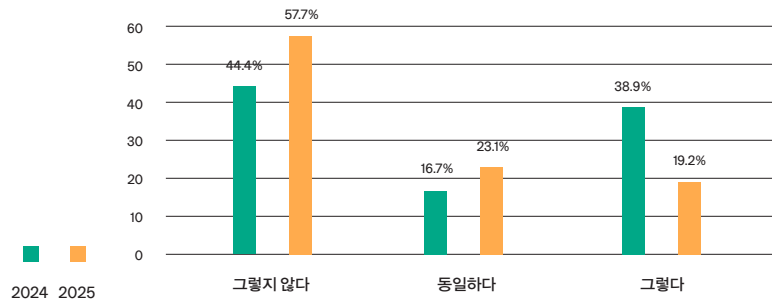


그림 1. 2025년 상반기 매출

Q. 올해 전체 매출은 전년보다 상승할 것으로 예상된다.

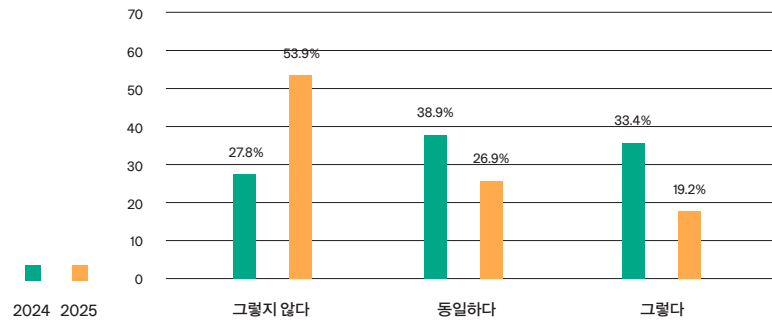


그림 2. 2025년 전체 매출 예상

예상했다. 전년 대비 매출이 상승할 것이라고 답한 5곳의 갤러리에는 30년 이상 역사와 20명 이상의 작가를 보유한 갤러리가 3곳, 10년 이상 20년 미만의 운영 역사를 가진 갤러리 한 곳, 5년 미만의 신생 갤러리 한 곳이 포함되어 있었다.

2025년 매출 대비 2026년 매출 상승 여부에 대해서는 과반 이상인 15 곳(57.7%)의 갤러리가 2026년도에는 매출이 좀 더 상승할 것이라 답변하였고, 보통이라 답변한 갤러리가 5곳(19.2%), 부정적으로 답변한 갤러리가 6곳(23%)이었다. 5월 대통령 선거를 마무리하며 국내 정치의 불안정성이 다소 해소되고 시장 리스크가 감소하면서 시장 활성화에 대한 기대가 다시 높아지는 듯하다.

Q. 내년 매출은 금년보다 상승할 것으로 예상된다.

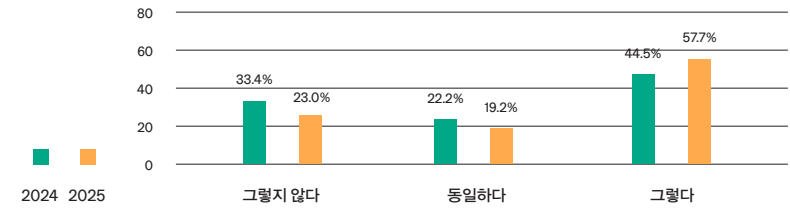


그림 3. 2026년도 매출 예상

2024년 대비 2025년 매출 상황을 요약해 보면, 2024년 과반의 갤러리가 매출 상황이 긍정적으로 변하며 회복세를 실감하고 있었으나, 2025년에는 2024년의 회복세가 이어지지 못하고 다시 단기적 둔화 상태로 들어갔다. 그 원인은 국제 정세와 경제 상황의 변화 및 국내의 정치적 불안정성으로 인한 경제 불안정 및 둔화로 분석된다. 하지만, 2026년 미술 시장에 대한 긍정 응답은 다시 56%로 중장기적으로는 낙관적 전망을 보여줌을 확인할 수 있다.

판매작품 및 판매채널 변화

판매 작품의 가격대 관련해서는, 61.5%(16곳)의 갤러리가 판매 작품 가격대가 전년보다 낮아졌다고 답했다. 판매 작품 가격대가 전년보다 높아졌다고 답한 갤러리가 총 8곳으로 30.7%를 차지했는데, 그 면모를 살펴보면 해외 아트페어에 적극적으로 참여하는 갤러리 혹은 젊은 작가를 다루는 갤러리였다. 초저가부터 초고가까지 다양하게 판매되던 시장 호황 상황과는 달리 작품성이 높지만 가격대 또한 합리적인 저가 작품 중심으로 판매 및 구매가 선별적으로 이루어지고 있는 상황임을 확인할 수 있었다. 이는 초고가 작품 거래가 줄어든 글로벌 시장 상황과도 궤를 함께 한다. 다만, 갤러리들과의 인터뷰에 따르면 글로벌 시장에서 거래되는 중저가 가격대는 40만불 미만 정도이나, 국내 시장에서 거래되는 중저가 가격대는 5만불 미만 정도로 언급되었다.

판매 작품 가격대가 낮아지며, 고가의 작품을 거래하는 갤러리, 운영 규모가 큰 갤러리들 중심으로 시장 불황에 대한 체감이 높아질 수밖에 없는 구조임을 확인할 수 있었다. 반면, 중저가 작품을 중심으로 다루는 갤러리 및 신진 갤러리들은 시장 불황에서 큰 타격을 받지 않을 가능성이 높았으며, 이는

갤러리들과의 인터뷰에서도 확인되었다. 하지만, 중저가 작품을 다루는 갤러리들의 시장 평가도 양분되었는데, 구상 회화 중심으로 마켓 호황기에 거래가 잘 이루어졌던 장식성이 강한 작품들에 대한 수요는 줄고, 서사와 개념성이 함께 하는 중장기적 성장 가능성이 높은 작가에 대한 수요는 유지 및 상승하는 것으로 파악되었다.

Q. 금년 판매 작품 가격대는 평균적으로 전년 보다 높아졌다.

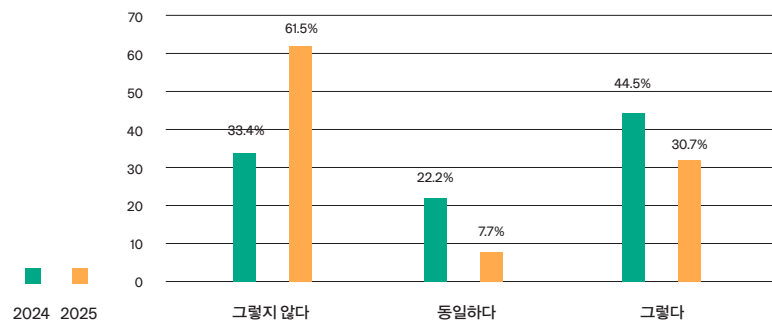


그림 4. 2025 판매 작품 가격대 상승

Q. 금년 판매 작품 수는 전년보다 많아졌다.

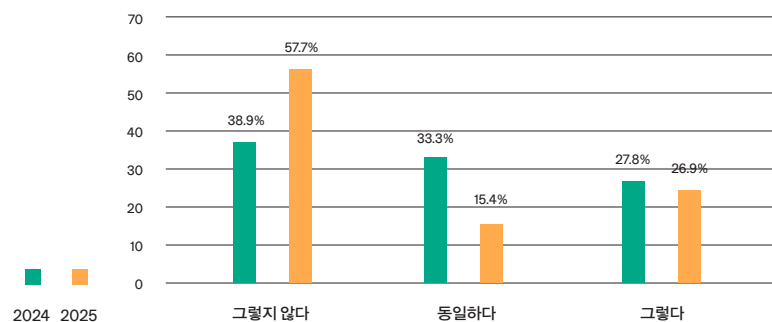


그림 5. 2025 판매 작품수 증대

2025년 판매 작품수가 전년보다 많아졌는지에 대한 질문에 대해서는 그렇지 않다고 답한 곳이 15곳(57%), 보통이다 4곳(15.4%), 그렇다고 답한 갤러리가 7곳(26.9%)으로 전년 대비 전반적으로 거래수 또한 줄었음이 확

인되었다. 판매 작품 가격대와 수량 간 상관 관계를 살펴본 바, 상관계수는 -0.016으로 거의 0에 가까웠다. 즉, 판매 가격대가 높다고 해서 판매 수량이 줄었다는 직접적인 경향성은 관찰되지 않았다. 이는 갤러리마다 다양한 가격 전략이나 고객층 특성이 존재하며, 단순히 가격 변화와 수량 변화가 함께 움직이지 않음을 시사한다.

40세 미만의 젊은 작가 작품에 대한 수요가 증가했는지에 대한 질문에는 긍정 답변이 12곳(46.2%), 보통이다 6곳(23.1%), 그렇지 않다가 8곳(30.8%)로, 젊은 작가 작품 수요가 증가했다는 답변이 많았다. 하지만, 전년과 대비해보면 젊은 작가 작품에 대한 수요의 증가폭은 다소 감소한 것으로 보인다. 이는 전반적 판매 저조의 영향일 수 있다.

Q. 젊은 작가(40세 미만) 작품에 대한 수요가 증가했다.

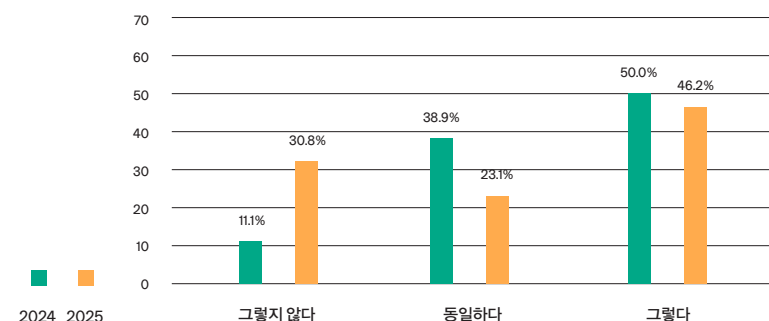


그림 6. 40대 미만 젊은 작가 수요 증가

해외 작가 작품에 대한 수요가 국내 작가 작품에 대한 수요보다 상승했는지 여부에 대한 질문에 대해서는 그렇지 않다고 답한 갤러리가 17곳(65.4%), 보통이다 5곳(19.2%), 그렇다 4곳(15.3%)이었다. 이는 시장 침체가 가격대가 높은 해외 작가 보다는 상대적으로 가격대가 낮은 국내 작가 작품 중심으로 거래가 이루어지고 있음에 그 원인이 있는 것으로 추정된다. 그럼에도 해외 작가 작품에 대한 수요가 늘었다고 답한 갤러리가 4곳으로, 답변 갤러리를 살펴보면 해외 아트페어에 참여하면서 해외 작가를 국내로 소싱하는 갤러리 등이 긍정적인 답변을 보여주었다.

판매 채널 관련해서는 대부분의 갤러리들이 아트페어 및 갤러리 전시를 가장 중요한 판매채널로 활용하고 있었다. 하지만, 갤러리들 답변 중에는 기존과 다른 새로운 형태의 판매 채널 개발이 필요하다는 답변들이 있었으며,

한 갤러리는 독서 스터디, 러닝 클럽, 멤버십 등과 같은 갤러리 커뮤니티 서비스를 운영하고 이를 세일즈로 연계하는 활동을 통해 신규 고객을 개발하고 상당한 매출을 올리고 있다 언급했다. 이는 갤러리들이 직접적 판매활동 이외 신규 고객이나 젊은 고객들을 중심으로 교육 및 기타 경험 기반의 행사를 통해 고객 관계 및 신뢰도를 형성할 수 있으며, 이는 판매 증대에 긍정적 영향을 미칠 수 있음을 시사한다. 그리고 이는 변화된 구매자, 즉 젊은 세대 구매자의 등장이 낳은 새로운 시장 특성으로 파악된다.

2024년과 2025년 상반기 주요 판매 채널은 첫번째가 아트페어였으나, 향후 중요도나 집중하고자 하는 판매 채널에서 아트페어와 갤러리의 비중은 줄고, 온라인 플랫폼 및 기타 비중은 늘었다는 점은 주목해야 한다. 이는 비용과 관련이 있다 보여지는데, 2025년 아트페어 매출이 증대했다고 답변한 갤러리 14곳(53.9%)의 60%는 운영비 증가 또한 체감하고 있었다. 이는 아트페어가 수익 기회이자 동시에 비용 부담 요인이기도 하다는 현실을 반영한다. 실제로 아트페어 참여 관련하여 상당수의 갤러리들이 기존에 참여하던 아트페어에 대한 재검토와 참여 아트페어 수의 절감을 고려하고 있었다. 글로벌, 아시아, 국내 등을 기준으로 가장 대표적 아트페어에 집중하고 상대적으로 중요도가 떨어지는 아트페어에 대한 참가 보류 결정이 이루어지고 있었다. 이를 통해 금년 하반기 키아프와 프리즈 서울, 내년 상반기의 타이페이, 싱가포르 아트페어, 아트 부산이나 디아프에 대한 참여 갤러리 구성이나 수에 큰 변화가 있을 수 있음을 예상해볼 수 있다. 실제로 프리즈 서울 2025년에 참여하는 서구 갤러리 수는 전년 대비 줄어들 것으로 예상되며, 관련하여 프리즈 서울의 참여 갤러리 구성이 아시아 갤러리 중심으로 재편될 가능성 또한 높다. 그리고, 이는 다시 키아프에 참여하는 갤러리 구성에 영향을 미칠 것이다.

구매자 및 구매동기의 변화

갤러리 매출에서 50세 미만의 젊은 컬렉터 구매 비중이 높아졌는지에 대한 질문에 대해서는 15곳(57.7%)이 긍정적으로 답변하였고, 보통이다가 3곳(11.5%), 그렇지 않다고 답한 갤러리가 8곳(30.7%)이었다. 전년도 조사에서 고객 연령대가 50대(67%), 40대(61%), 60대(28%), 30대(11%)순으로 많은 것으로 나타났는데, 현재 국내 미술시장의 주고객은 50대와 40대이며, 50대 미만의 고객 비중이 “높아지고 있음”을 확인할 수 있다. 전년도와 올해 신규 고객의 유입이 많지 않다는 점을 고려한다면, 60대 이상의 고객들이 작품을 구매하지 않는 경향이 높아지고 있다고도 해석해볼 수 있겠다. 결과적으로, 현재

Q. [판매채널]작년~금년 갤러리 주요 판매 채널은 어떻게 되십니까. (복수 선택 가능)

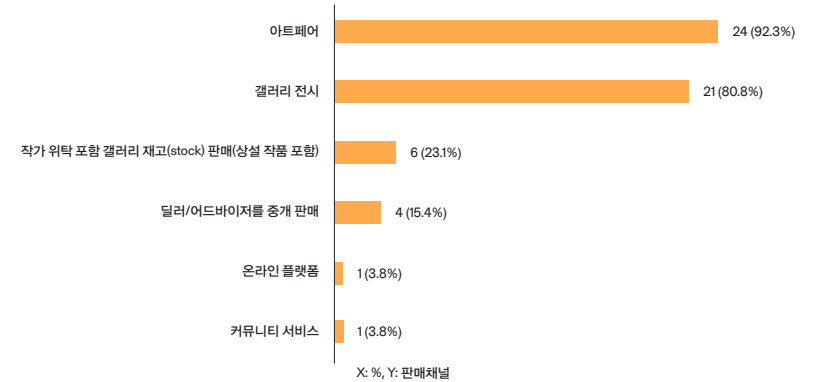


그림 7. 주요 판매 채널

Q. [판매 채널] 최근 혹은 앞으로 중요도가 커지고 있는, 그래서 앞으로 좀 더 집중하고자 하는 판매 채널이 있다면 무엇인가요. (복수 선택 가능)

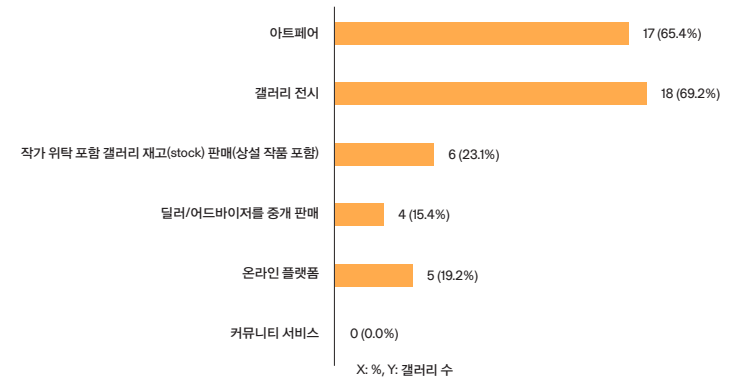


그림 8. 향후 집중 예상하는 판매 채널

시장은 50대 미만, 즉 75년도 이후 태생의 고객이 주도하는 시장으로 전환되고 있는 것이다. 한국에서 75년생은 수능1세대이자, 인터넷 도입1세대이며, 해외 어학연수1세대임을 상기할 필요가 있다. 즉, 현재 국내 미술 시장은 다양성, 글로벌, 디지털1세대에서 성장해 온 세대들이 주도하는 시장으로 재편되고 있으며, 이에 그들의 구매 동기, 취향, 니즈에 대한 파악과 분석이 요구된다.

Q. [구매자 변화] 작년~금년도 갤러리 매출에서 젊은 컬렉터(50세 미만)의 구매 비중이 높아졌다.

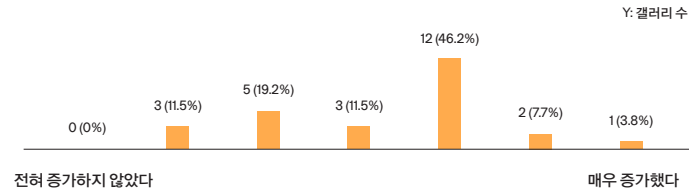


그림 9. 젊은 컬렉터 구매 비중 증대 여부

해외 고객 비중 증가 여부에 대해서는 총 9곳(34.6%) 갤러리가 긍정적으로 답변하였고, 7곳(26.9%)의 갤러리가 부정적으로 답변하였다. 보통이라 답변한 갤러리는 총 10곳(38.5%)으로, 고객의 국적 변화에 대해서는 주목할 만한 큰 변화가 없는데, 이는 시장 불황 속에서 신규 고객의 진입이 없이 기존 고객 중심으로 판매가 이루어지고 있음에 그 원인이 있다 보여진다. 해외 고객이 증가하고 있다 답변한 갤러리는 젊은 갤러리 중심으로 해외 진출을 시작한 갤러리, 혹은 작가 중 해외 수요가 높은 국내 작가를 보유한 갤러리들이었다.

Q. 전년 대비 고객의 투기성은 감소했는가?

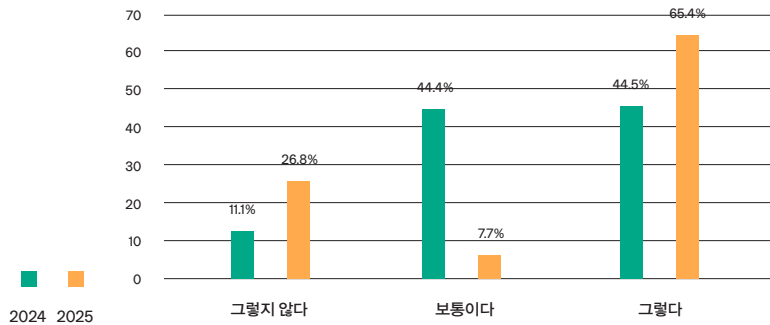


그림 10. 전년 대비 고객의 투기성 감소 여부

컬렉터들의 구매 특성, 즉 투기성 감소와 취향 중시 여부에 대해서는 총 17곳(65.4%) 갤러리가 전년 대비 컬렉터의 투기성이 감소했다고 답했다. 이는 2024년 동일 질문에 대한 긍정 평가 44.5%에 비하여 높아진 수치이다. 구매 시 본인 취향 중시 여부와 관련해서는 총 23곳(88.4%)의 갤러리가 컬렉터들

Q. 전년 대비 구매 동기 중 자신의 취향은 더욱 중요해지고 있다.

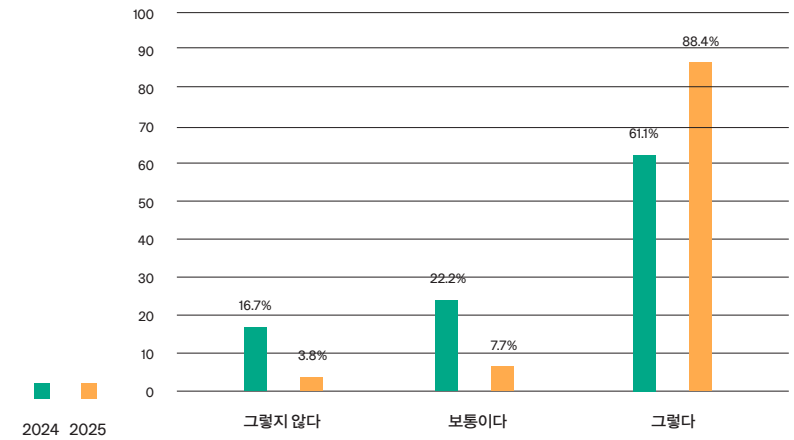


그림 11. 전년 대비 구매 동기 변화

이 전년 대비 자신의 취향을 더 중시하고 있다고 답했다. 이는 2024년 동일 질문에 대한 긍정 평가 61.1%와 비하여 월등히 높은 긍정 반응이다. 시장 침체에도 불구하고, 컬렉터들의 구매 동기가 긍정적으로 변하고 있다는 점에서 (혹은 투기성향의 구매자가 감소했다는 점에서) 불황에도 불구하고 시장은 건전한 상태라고 평가할 수 있다.

갤러리 운영

경기 불황 속에서 갤러리 운영 및 성장에 가장 큰 어려움이 무엇인지에 대한 질문에 대하여 총 17곳(65.4%)의 갤러리가 구매수요 감소를 가장 큰 어려움

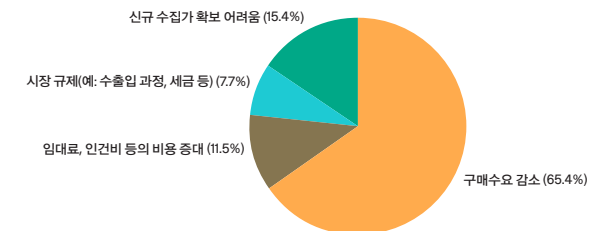


그림 12. 갤러리 운영 및 성장 저해 원인

으로 선택했다. 이외 4곳(15.4%)의 갤러리가 신규 수집가 확보의 어려움을, 3곳(11.5%)의 갤러리가 임대료, 인건비 등의 비용 증대를, 그리고 2곳(7.7%)의 갤러리가 시장 규제를 운영과 성장의 가장 큰 어려움으로 선택했다.

2025년 현재 갤러리 운영에 가장 신경을 기울이는 분야 3가지를 선택해 달라는 질문에는 18곳(69.2%)의 갤러리가 국내 고객 개발을, 17곳(65.4%)의 갤러리가 작가 및 전시 프로그램 발굴을, 그리고 15곳(57.7%)의 갤러리가 운영 비용 관리를 선택했다. 2024년 설문과 같은 질문에 대한 답변과 비교해보면, 올해 작가 및 전시 프로그램 발굴, 해외 고객 개발, 홍보 마케팅에 대한 관심보다는 국내 고객 개발, 운영 비용 관리에 대한 관심이 상대적으로 늘었다는 점을 확인할 수 있었다.

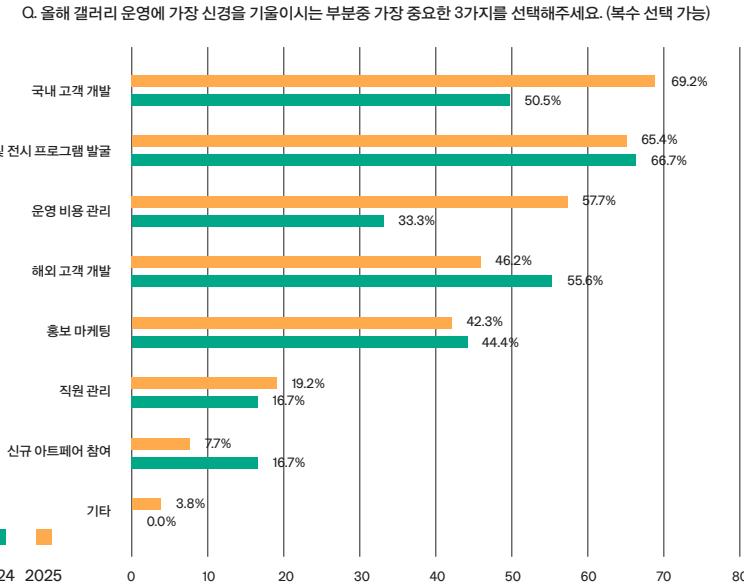


그림 13. 갤러리 운영 주안점

갤러리 운영 비용은 14곳(53.8%)이 증가했다고 답했고, 보통이다가 4곳(15.4%), 감소했다가 8곳(30.7%)으로 이는 전년과 거의 유사했다. 갤러리 운영 비용 절감을 위한 노력으로는 가장 많은 14곳(53.8%)의 갤러리가 참가 아트페어 수 축소를 선택했고, 이외 8곳(30.8%)의 갤러리가 전시 수 감소와 홍보 마케팅 비용 감소를 선택했다. 이외 인력 감축도 총 6곳(23.1%)의 갤러리가 선택했다. 관리하는 작가 수 감소를 선택한 갤러리는 3곳뿐이었으며, 사무실

Q. 갤러리 운영비는 전년 동기 대비 증가했다.

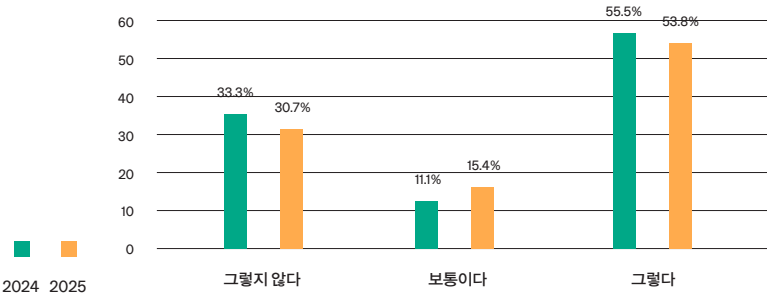


그림 14. 갤러리 운영비 증가 여부

Q. 최근 인플레이션과 불경기 여파로 비용을 효율화하기 위해 실행한 것은 다음 중 무엇인가요? (복수 응답)

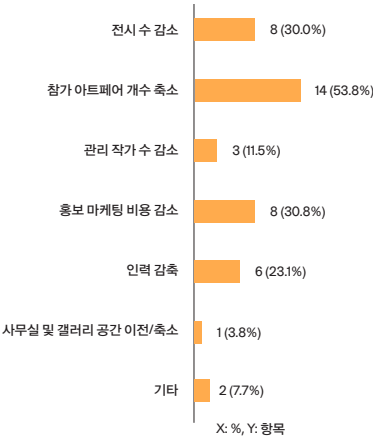


그림 15. 비용 효율화를 위한 노력

및 갤러리 공간 이전 및 축소를 선택한 갤러리는 1곳이었다. 이는, 갤러리들이 아트페어, 전시, 홍보 마케팅 예산을 절감해 운영 비용을 줄이고자 노력하고 있으며, 이는 운영 인력 감소로 이어져 시장 불황이 미술계 실업률에도 영향을 미침을 확인할 수 있었다.

전년대비 갤러리에서 운영하는 전시 회수가 늘었는지에 대한 응답은 그렇다가 15.4%에 머물렀으며 보통이다와 그렇지 않다가 합하여 총 84.7%로 갤러리들은 경기 불황 속에서 전시 회수를 줄임으로서 비용과 인력의 절감을

피하고 있었다.

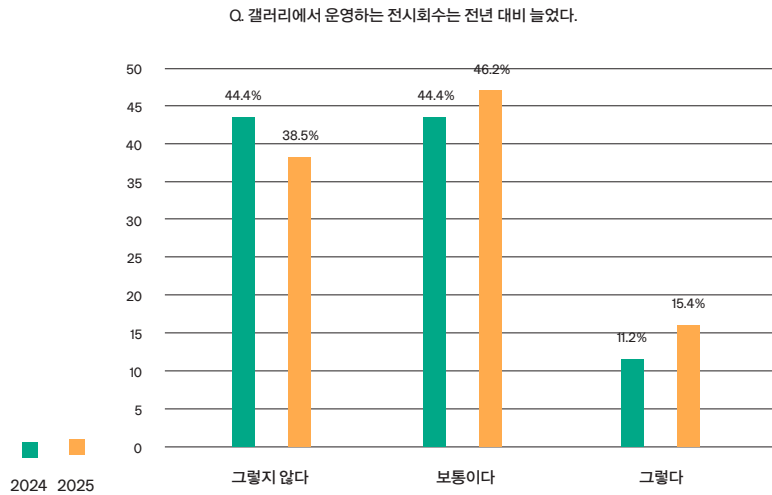


그림16. 전시회수 증대 여부

경기 침체에도 불구하고 전년 대비 전속 작가 수가 늘었다고 답한 갤러리가 총 16곳(61.5%)이었으며, 전속 작가수를 유지하거나 늘린 갤러리는 총 20곳(76.9%)에 달했다. 실제로, 호황기 시장에서 불황 시장으로 들어오며 구매자의 구매 특성 또한 투기성 감소, 취향 중시, 성장 가능한 작가 중심으로 변화하고 있다. 그리고 이와 같은 고객 소비 트렌드의 변화에 맞추어 갤러리들이 새로운 작가 발굴을 위해 노력하고 있는 것으로 보인다. 작가 발굴이 갤러리 운영에 있어 가장 중요한 전략적 요소임은 분명하나, 작가 관리를 위한 비용과 에너지가 상당하다는 점에서 트렌드에 따라 협업 작가나 전속 작가를 급격히 늘리는 것은 갤러리의 효율적 운영에 부정적 요소로 작용할 수 있다. 선택과 집중을 통한 작가의 집중적 관리 및 투자, 홍보 마케팅은 갤러리 뿐만 아니라 개별 작가에도 더 나은 성과를 줄 수 있다.

갤러리 협업 작가 비중에서 젊은 작가가 차지하는 비중이 전년 대비 늘었다고 답한 갤러리는 그렇지 않다고 답한 갤러리보다 더 많았다. 하지만, 보통이라 답한 갤러리 또한 10곳(38.5%)으로 상당했다. 실제 갤러리들은 새로운 협업 작가를 선택함에 있어 젊은 작가 이외에도 중견 및 원로 작가들을 고려함으로써 다루는 작가와 작품의 다양성을 확대하고자 하는 것으로 보인다.

한가지 주목할 점은 갤러리들의 신규 아트페어 참여에 대한 계획이 전

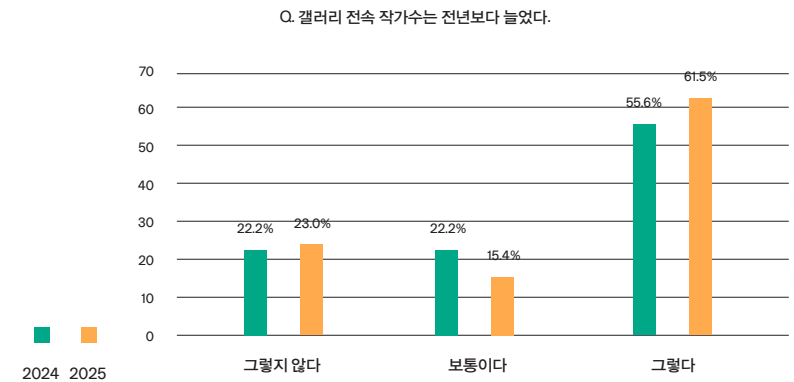


그림 17. 전속 작가수 증대 여부

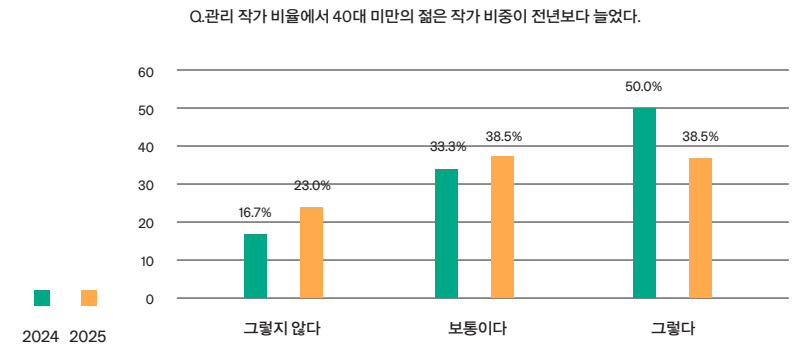


그림 18. 40대 미만 젊은 작가 비중 증대 여부

년 대비 상당히 줄었다는 것이다. 17곳(67.4%)의 갤러리가 아트페어 참여 비중을 낮출 계획이라 응답했다. 투자 대비 효율이 높은 아트페어에 대한 선택적 참여가 중요해지고 있는 것으로 해석된다. 그리고 선택과 집중의 대상이 되는 아트페어에 있어 국내와 해외 아트페어 사이의 경계가 사라지고 있다는 점도 관찰된다. 상당수의 갤러리가 참여 희망하는 페어로 아트 바젤, 프리즈 아트페어, 마이애미, 카타르 등 해외 아트페어를 언급했다는 점은 국내 아트페어가 해외 아트페어와 경쟁해야 하는 시대가 왔음을 의미한다.

그동안 참여했던 아트페어에 더 이상 참여하지 않는 이유로는 해당 아트페어 방문객의 실구매율 저조와 판매 대비 높은 참가비 등이 있었다. 한편, 새로운 아트페어에 참여하고자 할 때 판단 기준은 비용보다는 작가 홍보 효과, 방문객의 다양성 및 작품 수준 높음을 주요하게 꼽았다. 이는 갤러리들이

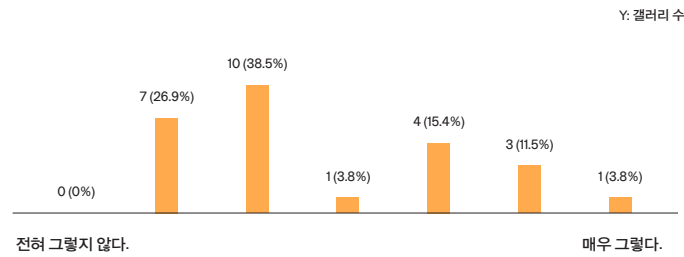


그림 19. 아트페어 참여 비중 증대

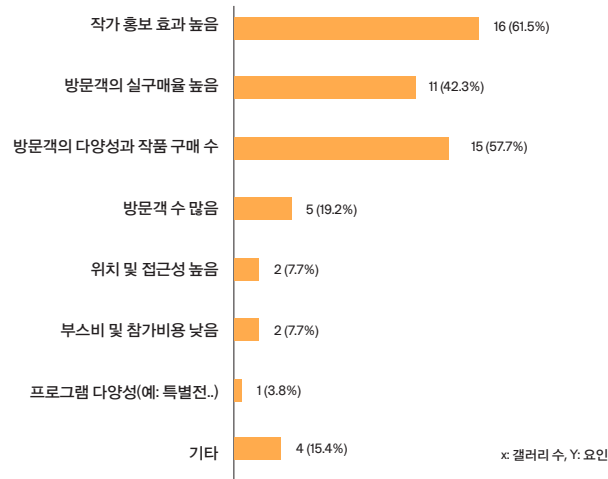


그림 20. 신규 참여 아트페어 고려 요인

아트페어를 단순히 작품 판매 수단보다는 작가 홍보, 고객 확보, 다루는 작가와 작품을 가능한 더 나은 맥락 속에 위치짓기(positioning) 위한 다양한 목적으로 활용하고 있음을 의미한다.

마지막으로, 주요 홍보 채널로는 예년과 동일하게 인스타그램을 대부분의 갤러리가(96.2%) 1순위로 선택했으며, 다음으로 홈페이지, 미술전문잡지, 유튜브 등을 선택했다. 전년과 비교하여 홈페이지의 비중은 줄고, 미술전문잡지의 비중은 늘었다.

Q. 가장 중요하게 관리하는 홍보 채널을 선택해주세요. (복수 선택 가능)

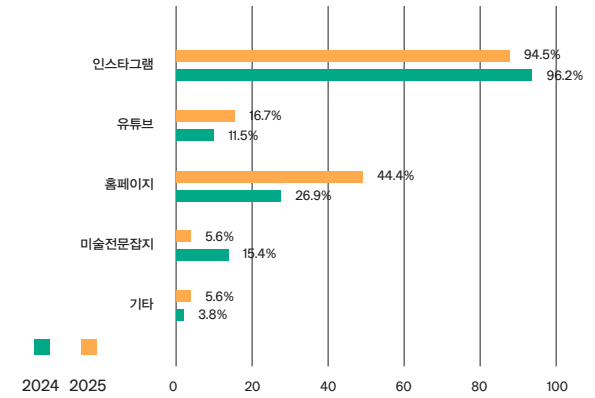


그림 21. 주요 홍보 채널

5. 한국 미술시장의 양적/질적 성장을 위한 필요 요소

2025년 현재 한국 미술 시장의 양적·질적 성장을 위해 필요한 것이 무엇인가라는 질문에 대하여 응답자들은 한국 미술 시장의 지속적 성장과 고도화를 위해 교육, 제도 개선, 시장 인프라 강화, 콘텐츠 질 향상, 컬렉터 육성 등 다각적인 노력이 필요하다고 보았다. 이를 표로 정리하면 아래와 같다.

구분	필요한 요소	세부 내용
교육 및 인식 개선	미술교육 강화	학창시절부터 미술에 대한 관심 고취 필요
	사회적 인식 전환	미술품에 대한 투가·사치 이미지 탈피
제도 및 정책 개선	제도적 기반 마련	미술시장에 적합한 제도 설계 필요
	금융권 관심 유도	미술품을 금융 자산으로 인정, 은행 등 참여 유도
	세법 개선	경비처리 한도 상향, 법인 구매 활성화 위한 세제 혜택 필요

미술관 및 공공기관 역할	국내 작가 지원	국립미술관의 젊은 작가 프로그램 및 기획전 강화
	소장품 확대	국내외 작가 작품 적극적 수집 필요
	큐레이터 양성	수준 높은 국내 큐레이터 부족 문제 지적
콘텐츠 및 기획력	질적 콘텐츠 필요	전시 기획과 콘텐츠 질 제고로 대중의 미적 시각 성장 유도
미술시장 구조 개선	다양한 갤러리 지원	다양한 작가 소개 가능한 갤러리 육성과 고객층 확대 필요
	지역 페어 지원	키아프·프리즈 외 지방 주요 아트페어 홍보 마케팅 필요
작가 및 갤러리 지원	작가 양성	세컨더리 작품 위주 운영 탈피 필요
	갤러리 운영 지원	운영 시스템, 마케팅, 홍보 역량 강화 필요
	해외 플랫폼 의존 문제	오컬라, 아트시 등 외국 플랫폼 의존 탈피 필요
컬렉터 육성	정보망 구축	고품질 인프라 및 전문 정보 제공, 인플루언서 의존 지양
	미적 감각 향상	독립적인 취향과 안목 형성을 위한 지속적 학습 필요
생태계 자생력 강화	지속 가능성 확보	정부 지원보다 이미지 개선 및 자생력 확보 필요
거시 환경 요소	경기 회복	전반적인 경제 상황 개선 필요

표 1. 한국 미술시장 성장을 위한 필요 요소

결론

이상 2025년 상반기 국내 대표 갤러리들의 운영 현황 및 주요 운영 전략, 국내 미술시장의 성장을 위한 필요 요소 등을 국내 갤러리 설문에 기반하여 정리

분석해 보았다. 살펴본 바와 같이, 2024년 하반기와 2025년 상반기 한국 미술 시장은 장기 시장 침체 속에서 매우 힘든 시기를 겪고 있음이 확인되었다. 그리고 이 고통의 시기에 갤러리들은 생존을 위하여 인력감축, 프로그램 감소, 아트페어 참여 감소 등 전방위에서 비용 절감을 위해 노력하고 있었다. 동시에 고객 확보 및 판매 증진을 위하여 판매 채널 다각화나 비즈니스 모델 혁신 등을 시도하고 있다. 중요한 것은, 이러한 혁신 노력이 시장에서 실효성을 거두고 있다는 것이다. 실제, 어려운 시장 상황 속에서도 작가들의 잠재 구매층을 적극적으로 타겟팅하고 공략하는, 즉 고객 중심으로 사고하는 갤러리들을 중심으로 판매 성과가 나고 있음에 주목해야 한다. 무엇보다, 현재 미술 시장에서는 구매자의 세대 교체가 국내외적으로 진행되고 있고, 이 새로운 세대를 중심으로 시장의 패러다임이 변하고 있다. 이와 같은 변화를 인식하고 이에 적극적으로 대응하고, 이를 기반으로 변화를 모색하는 갤러리만이 미술 시장 불황을 뚫고 생존하고 성장할 수 있을 것이다.

Emma Son

Partner, Lehmann Maupin



Portrait of Emma Son © Lee woo kyung

Lehmann Maupin currently operates galleries in New York, London, and Seoul, representing approximately 40 artists across the globe. Since its launch in 2017, Lehmann Maupin Seoul has been actively collaborating with leading Korean artists such as Do Ho Suh, Lee Bul, Kim Yun Shin, and Sung Neung Kyung. We sat down with Emma Son - newly promoted partner of Lehmann Maupin Seoul - to discuss the gallery's activities in Korea, its approach to working with Korean artists, and strategies for navigating the current art market downturn.

1. How did your relationship with Lehmann Maupin begin?

My journey with Lehmann Maupin began when the gallery I was running at the time participated in Art Basel Hong Kong. Some of our collectors were looking for works by Do Ho Suh, and since Lehmann Maupin already represented key Korean artists like Do Ho Suh and Lee Bul, our paths naturally crossed. Through that interaction, we developed mutual trust. When Lehmann Maupin opened its Seoul space in 2017, I officially joined the gallery.

2. What is the strategic importance of Lehmann Maupin Seoul, and how does the gallery distinguish itself?

Lehmann Maupin's co-founders, Rachel Lehmann and David Maupin, began working with Korean artists as early as 1996. That same year, Rachel was deeply moved by Do Ho Suh's MFA thesis exhibition at Yale School of Art and proposed his first solo show in New York. In 2007, they also began working with Lee Bul. In this sense, Lehmann Maupin was one of the first international galleries to support the global careers of pioneering Korean artists. The Seoul space is therefore a highly significant outpost for the gallery.

As for our distinctiveness, first, Lehmann Maupin has long championed women artists—our roster includes Cecilia Vicuña, Teresita Fernández, Liza Lou, Mandy El-Sayegh, Tammy Nguyen, Heidi Bucher, Calida Rawles and Kim Yun Shin to name a few from many important ones. Second, we place great emphasis on incubating talent. We often work with artists from the early stages of their careers, long before they achieve widespread recognition. Third, we are drawn to experimental, bold, and multi-disciplinary practices.

3. What criteria do you consider when selecting Korean artists, and how does the gallery support them?

Rather than focusing on nationality, we prioritize artists who have the potential to work and resonate internationally. One of the most meaningful ways we support Korean artists is by organizing their solo exhibitions abroad. For example, Kim Yun Shin had her first solo exhibition in New York through us, as did Sung Neung Kyung. These exhibitions have introduced their works beyond Korea to major museums and collectors in the U.S. and beyond. Today, Kim Yun Shin's works are in the collections of the Guggenheim New York, Harvard Art Museums, and the Singapore Art Museum, while Sung Neung Kyung's work has been acquired by MoMA in New York.

4. What are the strengths of the Korean art scene, and what is needed to sustain Seoul's position as a global art platform?

One of the key strengths of the Korean art scene lies in its museums, which are quite robust. Korean artists are also exceptional, and corporate support is extensive. Companies such as Hyundai Motor, LG, and Hyundai Card have supported institutions like Tate Modern, the Guggenheim, and MoMA, respectively. The government has also been proactive in promoting Korean art abroad.

For long-term impact, we must continue incubating artists and expanding their international exposure - especially through major biennials and museum exhibitions. These are crucial opportunities for artists seeking to build global recognition.

To establish Korea as a meaningful international art market platform, it's vital to operate globally respected art fairs. Art fairs bring together galleries from around the world in a condensed time frame, and the presence of serious collectors is essential. Organizers must work consistently to attract major international collectors and institutional buyers for the fairs to succeed.

5. The art market has been fluctuating in recent years. How do you assess the current situation in Korea and globally? What are Lehmann Maupin's strategies during this downturn?

It's true that Korea's art market experienced a significant boom in recent years. But historically, such booms have been rare. I don't see the current downturn as particularly unusual, nor do I think it is limited to Korea. On the contrary, the Korean collector

base has matured considerably. We are seeing more dedicated collectors in their 40s and 50s who are deeply engaged and well-informed.

That said, it is undeniably a slower market at the moment, so we are especially cautious with cost management and pricing. At the same time, we remain committed to discovering and supporting new artists. Markets are cyclical, and we believe the key to long-term success is to stay grounded and consistent. Supporting good artists and doing meaningful work must continue, regardless of market fluctuations.



Hernan Bas: The space between needful & needless, April 10 – May 31, 2025, Lehmann Maupin, Seoul. Photo: OnArt Studio.



Kim Yun Shin: Divide Two Divide One, April 3 – May 31, 2025. Lehmann Maupin, New York. Photo: Studio Kukla. Courtesy the artist, Lehmann Maupin, New York, Seoul, and London; and Kukje Gallery, Seoul and Busan.

(Interviewed by Henna Yeonhwa Joo)

Seeking Change Amid Market Correction: Korea's Evolving Art Fair Landscape

Jieon Shim
Editor-in-Chief, *Monthly Art*



1. Korea's Art Market and Art Fairs in a Time of Transition

From the second half of 2024 to the first half of 2025, Korea's art market has been undergoing a period of correction, affected by a global economic slowdown and a complex mix of domestic and international variables. After peaking at approximately KRW 800 bn (USD 578m)¹ in 2022, the market contracted by 15% in 2023 to KRW 692.9 bn (USD 500m). In 2024, it is expected to reach a four-year low of around KRW 540 bn (USD 390m). Notably, the auction sector saw the steepest decline: total hammer prices of Korea's top 10 auction houses dropped by 24.3% year-on-year in 2024 to approx. KRW 112.75 bn (USD 81m), with a sell-through rate of just 46.7%—the lowest in five years.

In contrast, art fairs have distinguished themselves by showing relatively strong performance, reaffirming their role as a vital engine of Korea's art market. Although precise statistics for 2024 remain elusive, the Korean Art Galleries Association estimates that over 100 art fairs were held nationwide. Despite concerns about oversupply, some fairs stood out with higher-than-expected visitor numbers and sales, generating a 'flash-boom' effect in an otherwise stagnant market.

This report analyzes trends in Korean art fairs from the second half of 2024 through the first half of 2025. It examines the characteristics, outcomes, and emerging developments of major events, and provides an outlook on Frieze Seoul and Kiaf (Korea International Art Fair) SEOUL—anticipated to be the leading art market highlights of late 2025.

2. Key Art Fair Trends in the First Half of 2025

Despite prevailing concerns about a market downturn, Korea's major art fairs in early 2025 defied expectations with resilience and innovation. Noteworthy developments include the unexpected success of the Galleries Art Fair, the growing presence of Millennial and Gen Z collectors, Art Busan's efforts to broaden its platform, and ART OnO carved out its niche as a refined boutique fair. While all these events experienced increased visitor numbers and a growing polarization in

sales performance, each adopted a distinct positioning strategy that contributed to the diversification of Korea's art ecosystem.



Fig 1. ZOOMIN special exhibition at 2025 Galleries Art Fair.
Courtesy of Galleries Association of Korea

2.1. Galleries Art Fair: Millennial and Gen Z Surge and Box Office Success
Now in its 43rd year, the Galleries Art Fair—comprised exclusively of Korean galleries—serves as a key barometer for the domestic art market. The 2025 edition marked a new record, with 168 participating galleries. Despite economic uncertainty and political turbulence, the fair attracted over 6,100 visitors on VIP day alone, a 30% increase from the previous year and drew approximately 60,000 attendees in total.

The fair delivered strong outcomes in both attendance and sales. A new “SOLO BOOTH” section spotlighted a single major artist from each gallery, while the “ZOOM IN” special exhibition aimed to discover and support emerging talents. These curated additions aligned with the preferences of younger collectors seeking fresh, affordable works—often resulting in complete sell-outs.

Meanwhile, mid-sized galleries featuring well-established artists targeted more conservative buyers looking for secure investment opportunities amid economic uncertainty and achieved notably strong sales.

¹ USD = 1,384 KRW, as of July 26, 2025.



Fig 2. *Digital Subculture* outdoor exhibition at Loop Lab Busan.
Courtesy of Busan Museum of Art

2.2. Expanding the Busan Art Market: Art Busan and Loop Lab Busan

In May 2025, Art Busan and the new media art platform Loop Lab Busan were held back-to-back, exploring fresh possibilities for the regional art market despite ongoing market stagnation. These two events leveraged Busan's cultural infrastructure to broaden the art ecosystem: while Art Busan catered to its existing collector base, Loop Lab Busan aimed to expand into the media art sector and attract new collectors.

The 14th edition of Art Busan featured 108 galleries from 17 countries. Compared to 145 galleries in 2023 and 129 in 2024, the fair saw a 25% decline in gallery participation over three years. This contraction was partly attributed to timing overlaps with other major fairs like Frieze New York and Taipei Dangdai, and the increasing cost of transportation. Despite this, Art Busan received favorable reviews for its higher curatorial quality and more refined booth presentations. The addition of a new design section, alongside its main and future sections, also reflected efforts to cater to diverse collector interests. However, Art Busan struggled to generate sales amid tighter spending. Visitor numbers dropped to 60,000 down from 102,000 in 2022 and 70,000 in 2024.

Rather than focusing solely on sales, Art Busan worked to position itself as a multifaceted cultural platform connecting art, people, and the city. Its flagship “Busan Art Week” program featured exhibi-

tions, outdoor installations, and artist studio visits, extending Art Busan's reach beyond the BEXCO convention center. Meanwhile, Loop Lab Busan—developed in collaboration with Loop Barcelona—partnered with local institutions like the Busan Museum of Art (BMA) to offer an integrated experience of forums, exhibitions, and fair activities. This signaled a strategic shift toward using Busan's technological and cultural strengths to cultivate a distinct, regionally grounded art market beyond the Seoul-centric model.



Fig 3. 2025 ART OnO. Courtesy of ART OnO

2.3. ART OnO: Establishing a Boutique Art Fair

Now in its second year, ART OnO has differentiated itself by focusing on quality, diversity, and a more curated viewing experience over scale. With 41 booths by invitation only, it embodied the spirit of a boutique fair. Though foot traffic was modest, participating galleries expressed satisfaction due to visits from highly motivated “true collectors” with purchasing intent and experience.

Over half of the participants were international galleries, including Esther Schipper from Germany and Duarte Sequeira from Portugal, lending the event an international character. The fair received praise for its curatorial approach—organizers requested booths feature artists not yet exposed in Korea, leading to refreshing and well-structured presentations. In 2025, ART OnO welcomed a dozen new participants including the Takashi Murakami-founded Kaikai Kiki Gallery.

Despite a sluggish economy, the fair exceeded its first-year performance and neared its break-even point. This success stemmed from a focus on more accessibly priced and scaled works, and a brand image that resonated with younger collectors.

2.3. ART OnO: Establishing a Boutique Art Fair

Now in its second year, ART OnO has differentiated itself by focusing on quality, diversity, and a more curated viewing experience over scale. With 41 booths by invitation only, it embodied the spirit of a boutique fair. Though foot traffic was modest, participating galleries expressed satisfaction due to visits from highly motivated “true collectors” with purchasing intent and experience.

Over half of the participants were international galleries, including Esther Schipper from Germany and Duarte Sequeira from Portugal, lending the event an international character. The fair received praise for its curatorial approach; organizers requested booths feature artists not yet exposed in Korea, leading to refreshing and well-structured presentations. In 2025, ART OnO welcomed a dozen new participants including the Takashi Murakami-founded Kaikai Kiki Gallery.

Despite a sluggish economy, the fair exceeded its first-year performance and neared its break-even point. This success stemmed from a focus on more accessibly priced and scaled works, and a brand image that resonated with younger collectors.

2.4. The Preview Seoul: Rescheduling and Identity Rebuilding

The Preview Seongsu initially moved its 2024 edition to late August to align with the Kiasa-Frieze week, hoping to benefit from the satellite fair effect. However, it failed to generate significant traction. Many collectors hesitated to make additional purchases ahead of the main fairs, and were reluctant to travel from COEX to Seongsu. As a result, the attempt to reposition as a satellite fair fell short.

In 2025, for its fifth edition, the fair returned to its original late-May schedule and relocated to a new venue near Seoul Station, rebranded as “The Preview Seoul with Shinhan Card.” Embracing a rawer, more experimental atmosphere, the event introduced fresh galleries and artists in an unconventional setting—the old Baik Chang Theater, a former national drama venue—transforming stages, seats, hallways, and outdoor spaces into an immersive, festival-like experience.

Over the past four years, more than 50 emerging galleries made their debut at The Preview. Galleries like Cylinder and Sangheut have since advanced to major fairs including Kiasa and Art Busan, gaining international visibility. In 2025, new entrants such as Hippie

Hannam and FFF brought renewed vitality to the lineup.

3. Kiasa and Frieze Seoul: Anchors of the Fall Art Market

In Korea’s fall art market, Seoul Art Week—centered on Kiasa SEOUL and Frieze Seoul—has firmly established itself as the season’s flagship event. Entering the fourth year of a five-year co-hosting agreement, the two fairs have achieved both outward expansion and internal refinement. Beyond the fairgrounds, their influence now extends across museums and nonprofit spaces, transforming Seoul into a city-wide art festival.

In 2024, both the Gwangju and Busan biennales aligned their opening schedules with Seoul Art Week, successfully drawing international visitors and positioning Korea as a multi-city destination for global art professionals. While early media and public attention had leaned heavily toward Frieze, the third edition saw a growing appreciation for Kiasa’s rapid development. The two fairs have also evolved from competitors to collaborators.

This shift in public perception boosted attendance: Kiasa welcomed 82,000 visitors, while Frieze drew 70,000—comparable to Art Basel Hong Kong, which has averaged over 80,000 visitors annually since 2013. Moreover, Korean artists gained traction among international museums, institutions, and collectors, highlighting the fair’s growing role in global art discourse.

3.1. Kiasa SEOUL: Qualitative Growth and Stronger Promotion of Korean Art

The 2024 edition of Kiasa SEOUL emphasized international participation and diversity. A total of 205 galleries from 22 countries participated, with over one-third hailing from outside Korea, strengthening the fair’s competitiveness as a global event. COEX exhibition space was expanded, including Halls A and B as well as the Grand Ballroom. Collaborations with young architects improved booth layouts, offering a more comfortable visitor experience.

Kiasa enhanced its mission to promote Korean art globally by showcasing a balanced spectrum of established, mid-career, and emerging artists. While high-end artworks saw subdued demand, mid-range and accessibly priced pieces performed well. According to Art Spoon’s report, over 60% of exhibited works were sold—mainly small to medium-sized pieces within moderate price ranges.² This

² Art Spoon (2024.9.12) “KIASA Seoul 2024: Top Exhibitions and Sales Insights” <https://blog.artspoon.io/blog/2024/09/12/kiasa-seoul-2024-top-exhibitions-and-sales-insights/>

indicates a healthy broadening of the collector base and a positive signal for market sustainability.

In 2025, Kiaf will adopt the theme “Resonance,” exploring resilience and interconnectedness in art while expanding its role as a collaborative platform. The newly formed steering committee signals a shift toward greater curatorial depth and tighter quality control, promising a “denser,” more refined art fair.

3.2. Frieze Seoul: Deepening Its Asian Platform and Embracing the Immaterial

Frieze Seoul 2024 featured 112 galleries from 30 countries, with over half based in Asia—solidifying its identity as a regional hub. The fair’s strategy has been to deepen engagement with Asian collectors. Informed by two previous editions, many international galleries tailored their booths to the Korean market by focusing on works priced between KRW 100m and KRW 300m (approx. USD 72,000–218,000). Though some observers noted a lack of blockbuster works, others praised the appearance of fresh and unfamiliar artists.

Frieze presented a wide spectrum of Korean artists, including blue-chip names like Kimsooja, Anicka Yi, Haegue Yang, Lee Ufan, Dansaekhwa artists, as well as emerging figures such as Hannah Woo. The fair also launched new initiatives: ‘Frieze Live’ debuted in 2024 alongside ‘Frieze Film,’ developed in partnership with Ewha Media Art Presentation (EMAP). These platforms featured video and non-material works, enriching the audience’s experience.

The quality of collectors also improved. According to Frieze, international collector numbers rose sharply compared to 2023, reflecting Korea’s growing stature in the global art market.

Looking ahead to 2025, Frieze will continue expanding its role as an Asian platform. Although global economic pressures and high participation costs may limit some overseas galleries, many Asia-based and Korea-based international galleries are expected to take part. The ‘Focus Asia’ section will spotlight emerging galleries and artists from the region.

A key development is the localization of Frieze’s operations. In September, Frieze will launch ‘Frieze House Seoul’ in Yaksu-dong, modeled after its No.9 Cork Street venue in London. This year-round exhibition space marks the fair’s first permanent presence in Asia and symbolizes a strategic shift from short-term events to long-term cultural engagement. Coming in the fourth year of its five-year partnership with Kiaf, the move suggests Frieze views Seoul as a central platform in the Asian art ecosystem.

4. Emerging Trends in Korea’s Art Fair Landscape

Based on the developments outlined above, several key trends are reshaping Korea’s art fair ecosystem:

4.1. Art Fairs as Urban Cultural Platforms

One of the most significant changes introduced by Frieze Seoul is the transformation of the city into a dynamic platform for artistic exchange. Moving beyond confined venues like COEX, Korean art fairs are increasingly functioning as city-wide events that connect institutions, exhibitions, and stakeholders through Seoul Art Week.

By its third edition in 2024, Seoul Art Week had expanded to encompass both commercial and nonprofit spaces in neighborhoods such as Hannam, Cheongdam, Samcheong, and Euljiro. It also encouraged visitors to explore art destinations in the surrounding regions—such as Hoam Museum of Art in Gyeonggi-do and Museum SAN in Gangwon-do. The synchronized timing with the Gwangju and Busan biennales not only attracted global art professionals but also helped to establish long-term networks. Notably, artists who held solo exhibitions at leading private museums during this period—including Ugo Rondinone (Museum SAN), Nicolas Party (Hoam Museum of Art), Anicka Yi (Leeum Museum of Art), and Elmgreen & Dragset (Amorepacific Museum of Art)—also had works featured at the fairs. This reflects a narrowing gap between Korea’s institutional and market spheres, even as public opinion remains cautious about their convergence.

Frieze has thus shifted from being a sales-driven event to a city-wide festival and global networking hub, turning September into the focal point of Korea’s art calendar. A similar model was attempted in Busan with Art Busan and Loop Lab Busan, which explored new genres like media art and positioned Busan as a genre-specific hub. Korean galleries are also adapting. Where they previously focused on introducing Korean artists to international visitors during Art Week, many now see the opportunity to also showcase foreign artists and raise their international competitiveness.

Looking ahead to September 2025, the preview of Design Miami at Seoul’s Dongdaemun Design Plaza (DDP) will further elevate the city’s profile, extending Seoul Art Week’s reach into the design market. However, as the program grows in scope and complexity, organizers must be cautious of over-saturation and ensure that art fairs retain their core functions through strategic planning and curation.

4.2. The Rise of “Artsumers” and Millennial and Gen Z Collectors

Attendance figures have emerged as a key performance indicator for

art fairs. Previously, fairs were wary of attracting visitors who lacked purchasing power. Today, there is a growing focus on “artsumers”—consumers who engage with art through appreciation and experience rather than acquisition.

These audiences attend exhibitions and fairs, purchase art books and merchandise, and engage with cultural content. They are expanding the base of art engagement and driving market evolution. Many of these artsumers are Millennials and Gen Z, who prioritize personal taste over investment value. They often support emerging artists and buy affordable works or art-related goods. This demographic shift has directly impacted the success of events like the Galleries Art Fair and boutique fairs such as ART OnO, reflecting a broader evolution in art consumption.

4.3. Polarization and Diversification of Art Fairs

Globally, art fairs are experiencing both polarization—between mega-fairs and smaller events—and diversification. Korea reflects this trend, with mid-sized and boutique fairs emerging as agile players that lead with curatorial innovation.

Events like ART OnO, The Preview, and Loop Lab Busan have carved out niches by targeting specific audiences or focusing on genres like media art. Urban Break, Art Asia, and ASIAF (Asian Students and Young Artists Art Festival) cater to popular tastes and emerging artists, while regional initiatives like Galleries Art Fair in Suwon are decentralizing the art market from Seoul. This growing diversity is helping to attract new collectors, broaden the art-engaged public, and expand the market as a whole. Amid a crowded calendar, each fair must develop a clear identity and distinct curatorial strategy to offer meaningful experiences to both visitors and collectors.

4.4. International Expansion of Korean Art Fairs

As Korean contemporary art gains global recognition, domestic art fairs are beginning to explore international markets. In 2024, Kiaf organized a special showcase at EXPO CHICAGO, featuring over 20 Korean galleries. Participants noted success with mid-priced works, though concerns remain over the high costs of participation and the lack of government support for continued overseas ventures.

The Preview Seongsu also presented a special exhibition at the Access Bangkok Art Fair in 2024 and plans to collaborate with Art Jakarta in October, with 12 emerging galleries making their international debut. Such efforts are commendable for connecting Korea’s young art ecosystem with global networks. However, to ensure sustainability, fairs must move beyond one-off initiatives and establish practical, long-term strategies for global engagement.

While Korea’s art market has faced a correction from late 2024 through mid-2025, art fairs have remained a resilient and evolving force. Looking ahead, Frieze Seoul and Kiaf SEOUL in fall 2025 will offer a crucial opportunity to reaffirm the market’s potential and recovery. With sustained innovation, thoughtful programming, and deeper integration with global networks, Korea is poised to secure its position as a thriving hub in the international art world.

I. 전환기의 한국 미술시장과 아트페어

2024년 하반기부터 2025년 상반기에 이르는 한국 미술시장은 글로벌 경기 둔화와 국내의 복합적인 경제 변수 속에서 '조정기'를 겪고 있다. 한국 미술시장 규모는 2022년 약 8천억 원으로 정점에 달한 후, 2023년 6,929억 원으로 전년 대비 15% 감소했으며, 2024년은 약 5,400억 원(추정)으로 지난 4년 사이 최저 수준을 기록할 것으로 예상된다. 특히 미술품 경매시장은 2023년에 미술품 유통 영역 중 가장 큰 하락세를 보였는데, 2024년에도 국내 10개 경매사의 낙찰총액이 약 1,127억 5천만 원으로 전년 대비 24.3% 감소했고, 낙찰률은 46.7%로 5년 만에 최저치를 기록했다. 이러한 침체 국면 속에서도 아트페어는 상대적으로 견조한 모습을 보이며 한국 미술시장의 중요한 동력임을 입증하고 있다. 2024년 국내에서 개최된 아트페어는 정확한 통계가 발표되지 않았으나, 한국화랑협회는 전국적으로 100여 개에 달했을 것으로 추정하고 있다. '아트페어 공급 과잉' 상황이지만, 일부는 관람객 유치와 세일즈 측면에서 시장의 전반적 침체 속 '반짝 특수 효과'를 보였다.

본고에서는 2024년 하반기부터 2025년 상반기까지의 한국 아트페어 동향을 분석하고, 각 아트페어의 특성과 성과, 그리고 주목할 만한 변화 양상을 살펴본다. 또한, 다가올 2025년 하반기 한국 미술 시장의 주요 이벤트인 프리즈 서울과 키아프 서울에 대한 전망도 함께 제시한다.

II. 2025년 상반기 국내 주요 아트페어 동향

2025년 상반기에 개최된 한국의 주요 아트페어들은 전반적인 시장 불황 우려 속에서도 각자의 생존 전략과 변화 모색을 통해 예상 밖으로 선전했다. 특히 화랑미술제의 의외의 흥행과 MZ세대 컬렉터 유입, 아트부산의 플랫폼 확장 시도, 그리고 아트 오앤오의 부티크 아트페어로서의 성공적인 안착이 두드러졌다. 이러한 아트페어들은 관람객 수 증가와 작품 판매 양극화라는 공통된 흐름 속에서 각기 다른 포지셔닝 전략을 구사하며 한국미술 시장의 다양성을 확장했다.



그림 1. 2025년 화랑미술제 줌인(ZOOM IN) 특별전, 제공: 한국화랑협회

1. 화랑미술제: MZ세대의 약진과 흥행 돌풍

화랑미술제는 43년의 역사를 자랑하는 아트 페어로, 100% 한국 갤러리로 구성되어 국내 미술시장의 바로미터 역할을 하고 있다. 금년 아트 페어의 시작을 알리는 2025 화랑미술제에는 역대 최다인 168개 갤러리가 참가하여 그 위용을 과시했다. 2025 화랑미술제는 경기 불황과 혼란스러운 정국에도 불구하고 VIP 데이 첫날 관람객이 전년 대비 30% 증가한 6,100여 명을 기록했고, 총 6만여 명이 방문하며 흥행에 성공했다. 화랑미술제는 관람객 수와 판매 성과 모두에서 좋은 결과를 거두었다. 특히 올해부터 갤러리의 주력 작가 한 명을 집중 조명하는 솔로 부스 섹션을 신설했고, 젊은 유망주를 발굴, 지원하는 '줌인(Zoom-in)' 특별전 등을 통해 기획력을 강화했다. 이는 '자가 작품 중심 거래 시장에서 새로운 소스를 찾는 움직임'을 보이는 MZ세대 컬렉터의 수요에 부합하면 완판 등 주목할 만한 결과로 이어졌다. 한편, 인지도 있는 작가들로 부스를 구성한 중견 갤러리들은 불확실한 경제 상황에서 안정적인 투자처를 선호하는 보수적인 컬렉터를 겨냥해 두드러진 판매율을 보였다.

2. 부산 아트 마켓의 확장과 시도: 아트부산과 루프 랩 부산

2025년 5월, 아트부산과 미디어아트 복합 플랫폼 루프 랩 부산(Loop Lab Busan)이 연이어 개최되며, 미술시장의 침체 속에서도 부산 지역을 중심으로 한 아트 마켓의 확장과 새로운 가능성을 모색했다. 두 행사는 부산의 문화



그림 2. 루프 랩 부산 프로그램 중 «디지털 서브컬처(Digital Subculture)» 전경,
제공: 부산시립미술관

적 인프라를 활용하여 미술시장 확장의 움직임을 보였는데, 아트부산의 기존 컬렉터층 위에 루프 랩 부산을 통해 미디어 아트 시장의 외연을 넓히고 신규 컬렉터 유입을 시도했다.

14회째를 맞이한 아트부산에는 전 세계 17개국 108개 갤러리가 참여했다. 2023년 145개 갤러리, 2024년 129개 갤러리의 참여와 비교하면 최근 3년간 참여 갤러리의 수는 25%가량 감소했다. 2025아트부산은 프리즈 뉴욕, 타이페이 당다이 등 세계 주요 아트페어와 동시기에 개최되었고, 운송비 급등 등의 복합적 요인으로 인한 갤러리들의 선택적 참여가 영향을 미친 것으로 보인다. 그러나 이러한 양적 축소에도 불구하고 부스 구성과 작품의 퀄리티 등 질적 성장에 주력했다는 평가를 받았다. 또한, 기존 메인, 퓨처 섹션에 디자인 섹션을 추가하며 미술시장의 다채로운 니즈에 부응하려는 움직임을 보였다. 그러나 세일즈 측면에서 아트부산이 '단한 지갑'을 열기에는 역부족이었다. 관람객 수 역시 총 6만 명으로, 호황기였던 2022년(약 10만 2천 명) 대비 약 4만 명, 2024년(약 7만 명) 대비 1만 명 가량 감소했다.

아트부산 2025는 세일즈를 넘어, 도시 전역을 무대로 예술과 사람, 지역과 세계를 연결하는 복합 예술 플랫폼으로 자리매김하려는 노력을 강화했다. '부산 아트워크'는 이러한 도시 연계 전략의 핵심 프로그램으로 전시, 야외 프로젝트, 스튜디오 방문 등 도시 전역에서 펼쳐지는 다양한 미술 행사를 통해

아트부산의 영향력을 백스코 전시장 외부로 확장시켰다. 스페인 루프 바르셀로나(Loop Barcelona)와의 협업으로 개최된 '루프 랩 부산'은 부산시립미술관을 비롯한 지역 문화기관들과 함께 포럼, 전시, 아트페어를 아우르는 확장된 형태를 시도하며 국내 미술계에 새로운 화두를 던졌다. 이는 부산이 가진 기술적 잠재력과 문화적 다양성을 활용하여, 서울 중심의 시장에서 벗어나 지역 기반의 특색 있는 아트마켓을 구축하려는 움직임으로 해석될 수 있다.



그림 3. 2025 아트 오엔오. 제공 ART OnO

3. 아트 오엔오: 부티크 아트페어의 성공적인 안착

2회차를 맞이한 아트 오엔오(ART One & Only)는 규모보다 퀄리티, 다양성, 매력적인 관람객 경험을 중심으로 차별화를 추구했다. 초청 방식으로 41개의 부스를 구성하여 관람에 최적화된 규모의 부티크 아트페어의 면모를 보였다. 관람객 수는 많지 않았으나 미술품 구매 경험과 구매 의사가 있는 '진성 컬렉터'들의 방문으로 참여 갤러리들의 만족도가 높았다. 참가 갤러리의 과반수가 에스더 쉬퍼, 두아트스케이라 등 해외 갤러리로 구성되어 국제 아트페어의 면모를 갖추었으며, 페어 사무국이 한국에 노출되지 않은 새로운 작가를 요청하며 '큐레이팅'에 가까운 부스 구성으로 호평받았다. 금년에는 세계적 팝아티스트 무라카미 다카시가 설립, 운영하고 있는 갤러리 카이카이키 등 10여 곳이 처음으로 참가했다. 아트 오엔오는 경기 침체 속에서도 전년을 뛰어넘는 성과를 이루며 2회차 만에 손익분기점에 가까운 실적이라는 성

과를 보였는데, 이는 대형 작품보다는 상대적으로 구매하기 용이한 가격대와 크기의 작품이 주를 이루었고, 젊은 컬렉터가 선호하는 페어 이미지를 강화한 결과로 분석된다.

4. 더프리뷰 서울: 시기 조정과 정체성 재정립

2024년 키아프-프리즈 기간에 맞춰 8월 말로 개최 시기를 옮긴 더프리뷰 성수는 대형 아트페어의 낙수 효과를 노렸으나, 실질적인 성과를 거두지 못했다. 컬렉터들은 메인 페어를 염두에 두고 소극적인 구매를 보이거나, 코엑스에서 성수까지 이동을 꺼리는 상황이 발생하며 키아프-프리즈의 위성페어로의 포지셔닝 변화 시도는 성공적인 결과로 이어지지 못했다. 5회를 맞은 더프리뷰는 2025년 개최 시기를 다시 5월 말로 옮기고, 장소를 서울역 인근으로 변경하며 ‘더프리뷰 서울 with 신한카드’라는 새로운 이름으로, 본연의 날 것 그대로의 분위기로 더 새로운 갤러리와 작가들을 선보였다. 지난 4년 동안 50여 곳의 신생 갤러리가 더프리뷰를 통해 아트페어에 데뷔했으며, 실린더, 상히웅 등의 갤러리는 키아프와 프리즈, 아트부산 등 주요 페어에 진출하며 국제 미술계의 관심을 받았다. 올해에는 히피 한남, FFF 등 7개의 갤러리가 처음으로 진입하여 더 신선해진 라인업을 선보였다. 페어 공간으로 옛 국립극단 백성희장민호극장을 선택해 무대, 객석, 복도와 야외공간을 입체적으로 활용하며 축제와 같은 분위기를 조성하며 젊고 실험적인 아트페어의 면모를 다시 한번 선보였다.

III. 하반기 미술시장을 견인하는 키아프와 프리즈 서울

하반기 한국 미술시장에는 키아프 서울(Kiaf SEOUL)과 프리즈 서울(Frieze Seoul)을 중심으로 한 서울 아트위크가 확고하게 자리 잡았다. 키아프와 프리즈는 2024년 공동 개최 5년 차의 전환점을 돌며(5년 계약 중 3회차) 외형적 확장과 동시에 내실화를 기했다. 페어장과 갤러리를 넘어 미술관, 비영리 전시 공간까지 서울 구석구석을 다양한 이벤트로 채우며 도시 전체를 예술 축제의 장으로 변모시켰다. 특히 2024년에는 광주와 부산의 비엔날레까지 개막 시기를 맞추어 해외 전문가들의 방문을 유도하며, 전국 행사로 확장된 것이 주목할만한 변화이다. 초기에 프리즈로 기울었던 언론과 대중의 관심은 3회차를 맞으며 빠른 시간 성장한 키아프의 변화에 주목했으며, 페어 주최측도 초기의 경쟁 구도를 벗어나 협업을 강조하는 양상을 보였다. 이러한 대중적 친밀도 증가에 힘입어 키아프는 8만 2천여 명, 프리즈는 7만 명의 방문객을 기

록했다. 이는 아시아 아트마켓의 대표 플랫폼 역할을 해 온 아트바젤 홍콩이 2013년 시작된 이래 매년 평균 8만 명 이상의 방문객을 유치해 온 것과 유사한 규모로 서울이 국제적인 미술 이벤트 도시로 자리 잡아 가고 있음을 보여준다. 또한 세계적으로 주요한 미술관과 기관, 컬렉터들의 적극적인 한국 작가 작품 소장 또한 3년차를 맞이한 키아프-프리즈의 주요 성과로 평가된다.

1. Kiaf SEOUL: 질적 성장과 한국 미술 프로모션 강화

2024년 키아프 서울은 국제적 참여와 다양성을 바탕으로 전반적인 확장을 강조했다. 22개국에서 205개의 갤러리가 참여했으며, 참여 갤러리의 3분의1 이상이 해외 갤러리로 구성되어 국제 아트페어로서의 경쟁력을 강화했다. 공간도 코엑스 1층의 A, B홀에 그랜드볼룸 등을 추가로 활용하여 전시 공간을 넓히고, 젊은 건축가와 협업의 통해 부스 배치 디자인을 개선하여 쾌적한 관람 환경을 제공했다는 호평을 받았다. 한국 미술과 작가를 세계에 알리는 미션을 강화한 키아프는 한국 현대미술의 거장부터 중견, 신진 작가를 고르게 선보이며 부스 구성과 작품 퀄리티가 향상되었다는 평가를 받았다. 키아프와 프리즈 모두 아시아마켓의 플랫폼을 지향하되, 키아프는 보다 한국 미술, 한국 작가를 소개하는 플랫폼 역할에 방점을 찍으며, 이를 현지 페어의 강점으로 강화했다.

2024년 키아프 서울은 전반적인 미술시장의 침체 분위기 속에서 고가 작품의 거래가 다소 주춤했지만, 접근하기 쉬운 중저가 가격대의 작품들을 중점적으로 선보이며 실질적인 세일즈 성과를 이루었다. 이는 미술시장의 저변 확대와 컬렉터층의 다양화를 의미하는 긍정적인 신호로 해석할 수 있다.

2025년 키아프 서울은 ‘공진(Resonance)’을 주제로 예술의 회복력과 공명의 힘을 통해 미술 생태계의 지속 가능성을 모색하고, 협력 플랫폼으로서의 역할을 확대할 예정이다. 키아프는 지난 2년간의 외형적 확장을 넘어, 새로 구성된 운영위원회의 방향에 따라 ‘질적 내실을 다지는 시기’로 전환하여 참여 갤러리의 수준과 전시 콘텐츠의 완성도에 집중하여 ‘밀도 있는 아트페어’를 예고했다.

2. Frieze Seoul: 아시아 플랫폼 강화와 비물질적 장르 주목

2024년 30개국에서 112개의 갤러리가 참여한 프리즈 서울은 절반 이상을 아시아 지역 갤러리로 구성하며 아시아 플랫폼으로서의 정체성을 강화했다. 프리즈는 참여 갤러리와 함께 아시아 컬렉터에 더욱 집중하는 전략을 보였다. 지난 두차례의 경험을 바탕으로 한국 미술시장의 구매 특성을 파악한 해외 갤

러리들은 1억~3억 원 미만의 작품을 중심으로 부스를 구성하는 경향을 보였다. 이는 임팩트 있는 유명 작품이 적어 아쉽다는 평과 동시에, 기존에 선보이지 않았던 신선한 작가들의 출현이라는 긍정적인 의견으로 이어졌다. 또한 프리즈에서 단색화 작가들과 이우환 그리고 김수자, 아니카 이, 양혜규 등 기존의 블루칩 작가뿐 아니라 우한나 등 다음 세대 작가들까지 다양한 한국 작가의 작품이 소개되었다. 2024년 첫 선을 보인 ‘프리즈 라이브’와 이화여대 EMAF와 협업한 ‘프리즈 필름’을 바탕으로 비물질적 장르와 영상 작업을 선보이며 관람객에게 더욱 다채로운 예술 경험을 제공했다. 프리즈 측은 양적 성장뿐 아니라 컬렉터의 질적 향상에 주목한 결과, 방문 컬렉터의 수가 2023년보다 증가했고 특히 해외 컬렉터의 수가 크게 증가했다고 말하며 달라진 한국 미술시장의 위상을 강조했다.

2025년에도 프리즈의 아시아 플랫폼 역할은 더욱 강화될 것으로 보인다. 전 세계적인 경제 침체와 높은 참가비, 해외 운송비 부담으로 인해 일부 해외 갤러리의 참여가 감소하였으나 한국에 거점을 둔 해외 갤러리를 중심으로 아시아의 주요 갤러리들이 대거 참여할 예정이며, '포커스 아시아' 섹션을 통해 신진 갤러리와 작가의 성장을 지원하는 프리즈의 역할을 보여줄 계획이다.

주목할 점은 프리즈의 현지화 전략 심화이다. 9월 서울 약수동에 오픈하는 ‘프리즈 하우스 서울’은 런던의 ‘No.9 코크 스트리트’를 모델로 한 전시 플랫폼으로, 프리즈의 연중 운영 기지를 아시아로 본격 확장하는 첫 사례이자, 아트페어를 넘어선 ‘현지화 전략’의 상징적 전환점으로 주목된다. 이는 프리즈와 키아프의 5년 계약 중 4년차를 맞이하는 시점에 이루어진 것으로, 프리즈가 서울을 아시아 미술계에서 핵심적인 플랫폼으로 인식하고 장기적인 관점에서 서울의 문화 생태계와의 협력을 강화하려는 의지로 해석될 수 있다.

IV. 한국 아트페어의 변화 양상

국내 아트페어에 대한 지금까지의 분석을 바탕으로 한국 아트페어의 변화 양상과 그 배경을 다음과 같은 몇가지 요소로 정리해 볼 수 있겠다.

1. 도시를 예술교류의 플랫폼으로 삼는 아트페어

프리즈 서울이 한국 아트페어 지형도에 가져온 가장 주요한 변화 중 하나는 도시를 거대한 예술 교류의 플랫폼으로 적극적으로 활용하는 전략이다. 이는 기존 코엑스 등 한정된 공간에 머물렀던 국내 아트페어의 속성을 뒤흔들며, 아트페어를 매개로 도시 전역의 미술 기관과 행사, 그리고 다양한 이해관

계자들을 연결하는 ‘서울 아트위크’로 확장되었다. 2024년 3회차 서울 아트위크는 한남동, 청담동, 삼성동, 을지로의 상업 공간과 비영리 공간을 아우르며 확장되었으며, 서울을 벗어나 경기(호암미술관), 강원(뮤지엄 산) 등의 근교까지 방문을 유도했다. 또한 광주비엔날레, 부산비엔날레 등 주요 비엔날레와 연계 효과를 창출하여, 해외 미술관과 갤러리, 재단 관계자 등 다양한 층위의 미술 관계자들의 유입을 늘리고 중장기적인 네트워크 형성에 긍정적인 영향을 미쳤다. 뮤지엄 산(우고 론디로네), 호암미술관(니콜라스 파티), 리움미술관(아니카 리), 아모레퍼시픽미술관(엘림그린과 드라그셋) 등 이 시기 국내 사립미술관에서 개인전을 개최한 작가들의 작품이 아트페어에서도 선보였는데, 이는 다소 부정적인 시각이 있음에도 불구하고 미술관이 미술시장과 거리를 좁히고 있음을 보여준 사례이다.

이처럼 프리즈는 단순한 미술품 거래의 장을 넘어, 서울이라는 도시 전체를 하나의 거대한 예술 축제이자 글로벌 네트워크의 허브로 전환시키며 한국 미술시장 전체를 9월에 집중시키는 큰 변화를 가져왔다. 이러한 양상은 올해 아트부산을 중심으로 한 부산 지역에서도 시도되었다. 아트부산은 루프랩 부산과의 연계를 통해 미디어 아트 영역으로의 확장을 모색하며 부산 지역을 특정 장르에 특화된 예술 교류의 장으로 만들려는 비전을 제시했다.

아트위크를 몇차례 경험한 국내 갤러리들은 이제 그 활용에 있어 변화된 관점을 보이고 있다. 즉, 그동안 국내 갤러리들이 아트위크 기간에 서울을 방문하는 해외 관계자들에게 한국 작가를 소개하는 데 집중했다면, 2025년부터는 해외 작가를 함께 소개하는 플랫폼으로 활용하며 갤러리의 국제적 경쟁력을 선보이고자 한다는 것이다. 게다가, 2025년 9월 프리즈 시기에 서울 동대문디자인플라자(DDP)에서 디자인 마이애미의 프리뷰 개최가 확정되었는데, 이는 서울 아트위크 기간 동안 디자인 분야의 관심과 시장까지 흡수하여 서울을 글로벌 문화 예술 도시로 한단계 더 업그레이드 하는데 기여할 것으로 전망된다. 하지만 이제 겨우 성공적으로 안착한 서울 아트위크의 입장에서, 동시다발적으로 개최되는 과도한 프로그램에 대한 피로감과 아트페어 본연의 역할 축소에 대한 우려를 반영하여 더욱 전략적인 프로그램 구성과 조정을 추구해야 할 시점이다.

2. ‘아트슈머’의 부상과 MZ세대 컬렉터의 영향력

아트페어의 방문객 수는 페어의 성과를 제시하는 주요한 수치가 되었다. 이전에는 작품의 실 구매자인 컬렉터가 아닌 감상 및 경험을 위한 방문객을 꺼리던 페어 주최측은 이제 미술품을 구매하지 않더라도 감상과 예술적 경험을 소비하는 '아트 슈머(Artsumer)'의 증가에 주목하고 있다. 이들은 전시 관람,

아트페어 방문, 미술관련 서적 및 굿즈 구매, 예술 콘텐츠 소비 등을 통해 예술을 향유하고 경험하는데 가치를 두는 소비자로, 미술시장의 저변을 넓히고 변화를 이끄는 새로운 주체로 부상하고 있다. 특히 MZ세대가 아트 슈머의 주요 계층으로 신진 작가나 중저가 작품, 미술 관련 상품 구매 등으로 미술시장의 양적 성장과 더불어 건강한 생태계 조성에 기여하고 있다. 이들은 투자가치보다는 미감이나 본인의 취향을 위한 소비를 추구하는 경향이 강하다. 이러한 아트 슈머의 부상은 아트페어의 흥행에 직접적인 영향을 미치며, 화랑 미술제의 성공과 아트 오앤오 등 부티크 아트페어의 성장에 기여하고 있는 것으로 보인다.

3. 아트페어의 양극화와 다각화

전 세계적으로 아트페어의 양극화와 다각화가 심화되는 가운데, 한국 미술시장 역시 대형 페어 중심에서 벗어나 기획력을 앞세운 중소 규모 아트페어들이 등장하며 시장의 다양성을 확장하고 있다. 아트오앤오, 더프리뷰, 루프랩 부산과 같은 부티크 및 기획형 아트페어들은 특정 타겟층을 공략하거나 미디어 아트와 같은 장르에 특화하며 차별화를 꾀하고 있다. 또한, 어반브레이크 아트아시아, 아시아프 등은 대중친화적 접근이나 신진 작가 발굴에 초점을 맞추고, 화랑미술제 in 수원과 같이 지역 밀착형 아트페어도 서울 중심에서 벗어난 미술시장의 저변 확대에 기여하고 있다. 이러한 다변화는 새로운 컬렉터층을 유입하고 미술 향유 인구를 늘리며 시장의 파이를 키우는 긍정적인 양상으로 평가된다. 난립하는 아트페어 속에서 각 페어는 명확한 정체성과 차별화된 큐레이팅을 통해 관람객과 컬렉터에게 양질의 경험을 제공하는 경쟁력을 확보해야 할 것이다.

4. 국내 아트페어의 해외 진출

한국 미술의 국제적 위상이 높아지면서 국내 아트페어의 해외 진출 시도도 이어졌다. 키아프는 2024년 엑스포 시카고에 특별전 형태로 한국 갤러리 20여 곳을 구성해 참여했다. 참가 갤러리들은 “중간 가격대 작품 중심 판매 전략이 효과적이었다”고 평가했으나, 높은 참가 비용에도 불구하고 정부 지원 없이는 지속적인 참여가 어렵다는 우려도 제기되었다.¹ 더프리뷰 성수도 2024년 방콕 아트페어에 특별전 형식으로 참여하는 등 해외 진출을 시도했고, 오는 10월 아트 자카르타(Art Jakarta)와의 협업으로 12개의 신진 갤러리들이 첫 해외 진출을 시도할 예정이다. 이러한 시도는 한국의 젊은 미술 생태계 구성원들을

글로벌 미술시장과 연결하는 플랫폼으로서 긍정적 역할을 하기에 일회성으로 그치지 않도록 현실적인 효용과 지속 가능한 전략 마련이 필요하다.

2024년 하반기부터 2025년 상반기 한국 미술시장은 전반적인 '조정기'를 겪고 있으나, 아트페어는 이러한 침체 속에서도 시장의 중요한 동력임을 입증하며 진화하는 모습을 보였다. 다가오는 2025년 하반기 프리즈 서울과 키아프 서울은 한국 미술 시장의 잠재력과 회복 탄력성을 다시 한번 증명할 중요한 기회가 될 것이다. 이 기회를 발판 삼아 한국 미술시장이 지속 가능한 성장 궤도에 안착하고 글로벌 미술 허브로서의 위상을 확고히 할 수 있기를 기대한다.

1. 주연화, 「생존을 위한 성장과 혁신: 2025 상반기 국내의 미술시장 흐름 분석」, 『월간 미술』 2025년 6월호 P.149.

Yunha Cheong

Co-Founder of Villa O Mondo



Villa O Mondo is a boutique art hotel located in Gwangalli, Busan, where visitors can experience a collection curated by Yunha Cheong and Hankee Lee. As medical professionals Yunha and Hankee values the process of physical and emotional healing. Yunha is a pediatrician and Hankee is an ophthalmologist. For the past years, they have collected art, literature, intangible and sensory objects, all of which that could enrich everyday life based on the vast spectrum of interests in wine, music, pen, literature, fashion, film, art, and culture. Villa O Mondo is established with the vision to share the private journey as explorers of the world, art enthusiasts devouring aesthetics and stories. At the heart of everything, comes caring for children and others.

1. Villa O Mondo is such a unique place.

Could you please elaborate about the space?

Villa O Mondo is a boutique art hotel with a philosophy. The "O" in its name symbolizes a cycle or connection, and "mondo" means world or universe in Italian. The villa acts as a port that links our world to others - a starting point for self-discovery through art, connection, and inspiration. This is a deeply personal and artistic space that reflects our value.

2. Could you explain what led you to collecting art and ultimately to starting Villa O Mondo?

Was there a specific moment or inspiration behind it?

We started collecting about 6 years ago before pandemic during our annual visit to various cities and in Busan during the art fair period. Looking into artworks and artists enabled us to reflect the value of life - which aligns with what we do as parents and doctors. All inspiration came from our family. Our house is filled with memories from our trips and objects we have collected throughout the past years. Yet it is not a place we could share because of it is deeply private. The idea for Villa O Mondo came from a desire to share experiences with others.

3. What is the curatorial focus of Villa O Mondo?

How does it reflect your philosophy?

The key concept is captured from *The Little Prince*: "What is essential is invisible to the eye." Villa O Mondo incorporates tangible and intangible art and focuses on what lies beneath the surface. Each floor offers a multi-sensory experience through a combination of scent, color, material, sound, plants, artworks, and objects based on a unified theme. 2nd floor is on the combination of east and west, 3rd on Korean aesthetics, 4th on French antiques, and 5th on mediterranean design.

As you enter the third floor, for example, you can see two typographic works by Ahn Sang-Soo, *Hollyeora (Be spellbound)* and *Life. Peace. Symbol*, and inside are works by Lee Hyeok who came from North Korea. The room is filled with a song from Hwang Byung Ki, a member of the Paik Circle, those who commemorates artist Namjune Paik. While playing the *Chimhyangmu* on a vintage LP with the scent from burning incense, anyone who is in the room is captured within the moment from a desire to share experiences with others.

4. Are there any works in your collection that has particular importance or episodes?

Each piece carries its unique stories. To pick a few, it would be Lee Kun-Yong and his work which was created after his experience at Paris Biennale. Surprised at the absence of curfew, the moment and realization of the new society helped him break free from constraints and later on enabled him to create more bodyscape works. On the fourth floor are several works of Kim Nam-Pyo's *Himalaya* series. One features mountain Matterhorn at sunrise, a view our family once witnessed in Switzerland. The luminous light against the mountain was depicted in his piece, which turned out to be that exact Matterhorn! It is hung on a high wall – usually a place for lightings – to act as lighting up the staircase and reminiscing our memories. The work *Absence of Ego* by Kwon Soonik helped me understand Hermann Hesse's *Siddhartha* on a deeper level.

5. Villa O Mondo was a venue in the Art Busan 2025 VIP Program, how was your experience hosting collectors?

As a part of Art Busan VIP Program, we opened the space to the public, adding the works from our personal collection to host private tours. The experience was deeply moving, especially having heartfelt conversations and resonating with visitors reminded us why we built this space to begin with. On a rainy day, we served lotus tea and played Hwang Byung-Ki's *Chimhyangmu* with incense, making the day all the more memorable. We also prepared special programs for guests to participate such as writing a letter with ink pen and having a grooming experience. The days turned to be the dreamlike journey.

6. Villa O Mondo serves as a private and public cultural space. What direction do you see it heading in the future?

To us, life, travel, culture, and art are all interconnected. For those on a journey of self-discovery, we hope that time spent at Villa O Mondo becomes a lasting, luminous memory. Villa O Mondo was born from memories of extraordinary journeys. It is not a finished space, but one that continues to grow and evolve. We believe in the power of place. We hope the philosophy embedded in this space reaches visitors naturally – and that the energy flows both ways, creating a deeper resonance. In 10 years, we hope to be remembered as explorers who loved art and culture, who made meaningful connections, and who pursued self-discovery through beauty and compassion.



(Interviewed by Soyoung Ryu)



Auction

Korea's Auction Market: Reassessing the Market from the Bottom

Sang-In Cho
Director, Baeksang Art Policy Research
Institute, Art Journalist

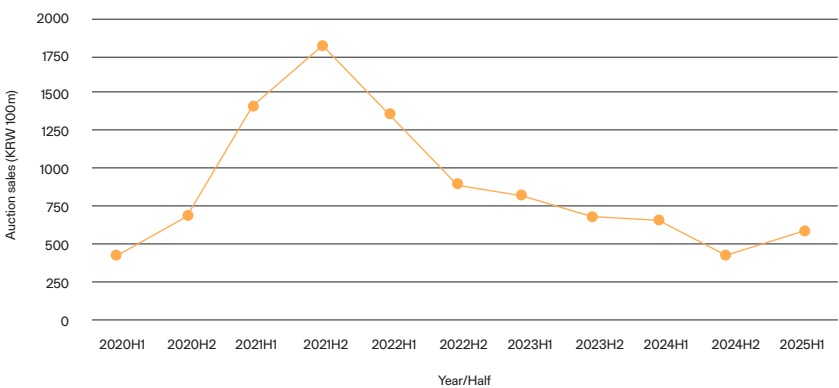
It is time to face reality: Korea’s art auction market is at its worst. The only silver lining is that we are likely at the nadir. Yet while the market may have bottomed out, it remains uncertain how long we will remain in this trough – or when the rebound will occur. This report seeks to diagnose the current state of the Korean art auction market, where a faint light can be seen at the end of a long tunnel.

1. Hitting Rock Bottom

In 2025, the art auction market entered its third consecutive year of decline, signaling a structural turning point. Based on data from the Korea Arts Management Service (KAMS) and analyzing the period from the second half of 2024 through the first half of 2025, the total annual auction sales amounted to approx. KRW 102.6bn (USD 74.1m)¹. This represents a 24.2% drop from the previous year’s KRW 135.4bn (USD 97.8m), and is even lower than the KRW 120.1bn (USD 86.7m) recorded in 2020 during the peak of the COVID-19 pandemic. Compared to the KRW 324.4bn (USD 234.4m) recorded in 2022 during a brief post-pandemic boom driven by increased liquidity and retaliatory spending, the market has contracted by a staggering 68.4% —essentially shrinking to one-third of its peak.

The market hit its lowest point in the second half of 2024, with total sales amounting to KRW 46.1bn (USD 33.3m) – lower even than the KRW 46.9bn (USD 33.8m) recorded in the first half of 2020, at the height of the pandemic. This decline reflects a broader trend in the global auction market. According to the *Art Basel & UBS Art Market Report 2025*, total global auction sales fell to USD 23.4bn, a year-on-year drop of approximately 20%. Sluggish economic growth, inflation, and geopolitical tensions such as war have triggered a widespread downturn across global markets. In Korea, further political instability – including the declaration of martial law – led to even greater financial restraint.

Following this nadir, the Korean auction market showed a slight recovery in the first half of 2025, with sales rising 22% to KRW 56.4bn



Year/Half	20H1	20H2	21H1	21H2	22H1	22H2	23H1	23H2	24H1	24H2	25H1
Success rate (%)	59.6	62.7	68.0	64.9	64.7	51.5	51.8	47.7	47.5	45.8	50.4
Auction sales (USD m)	33.8	47.7	104.6	129.5	104.8	64	58.1	49.7	48.1	33.3	40.7

Table 1. Auction Success Rates and Total Sales by Half-Year (Unit: %, USD m)

(USD 40.7m). The success rate also improved, from 45.8% to 50.4%, bringing the annual average to 48.1%, a modest increase from the previous year’s 47.6%. With political uncertainties eased, the honeymoon period of a new government has seen the KOSPI Index recover past the 3,000 mark, and exchange rates and domestic sentiment are showing signs of stabilization. While the art market is often considered a special segment, it is not immune to macroeconomic indicators – and this relative economic stability has provided a small boost to auction activity.

If we assume that the second half of 2024 marked the market’s lowest point and 2025 represents the bottom phase of the downward curve, the key question becomes: when will the rebound occur? During the pandemic-era downturn, the market quickly rebounded and entered an upward trajectory from 2021 onward, driven by a frenzy of spending. However, the current phase more closely resembles the structural stagnation that followed the 2008 subprime mortgage crisis and the collapse of Lehman Brothers. Korea’s auction market had experienced a sharp ascent from 2006, peaking in 2007, but collapsed in late 2008 and did not recover until after 2014 – despite having reached a low point by 2010.

Considering the dynamism, potential, and purchasing power that Korea’s art market has demonstrated over the past 20 years, it is

1 USD = 1,384 KRW, exchange rate as of 26 July 2025
<https://wise.com/>

more likely that we are heading for a U-shaped recovery rather than an extended L-shaped stagnation. Reflecting on past examples, Korea's auction market, which shrank to one-third of its peak following the global financial crisis, spent 2010–2014 in a base-building phase. During this time, galleries like Kukje Gallery spearheaded the recontextualization of 1970s Korean abstract painting as museum-grade “masterworks,” launching the Dansaekhwa marketing campaign that helped catalyze a mini boom and pull the market out of its slump.

This campaign laid the groundwork for the entry of global galleries such as Perrotin, Pace, and Lehmann Maupin, and the launch of international art fairs like Frieze Seoul – developments that collectively elevated the Korean art market to new heights. The current bottom phase is likely to persist for at least two to three years. Since Korea surpassed USD 30,000 in per capita income in 2018, the cultural consumption base has broadened significantly, bringing in waves of new collectors. The Korean art world must view this “bottom period” as a time to strengthen internal capacity. The swiftness and sharpness of a U-shaped recovery may hinge on how effectively a new growth engine—akin to the Dansaekhwa phenomenon—can be identified and leveraged, but the trajectory could just as well take the form of a K, where recovery and contraction coexist in polarized fashion.

2. Targeting the KRW 100–500m (approx. USD 72,000 – 361,300) Buyer Segment

The overall decline in auction sales has been primarily driven by weakness in the high-end market. In the global art market, works priced over USD 10m are typically classified as ultra-high-end. In Korea, however, works over KRW 1bn (approx. USD 722,600) are considered top-tier, given that—excluding anonymous antiquities—Lee Ufan is the only artist whose works have sold for over KRW 5bn (USD 3.61m) and only two artists, Park Seo-Bo and Lee Ufan, have recorded sales above KRW 3bn (USD 2.16m).

From the second half of 2024 to the first half of 2025, only two works surpassed the KRW 1bn (USD 722,600) threshold. The most expensive was Yayoi Kusama's *Pumpkin* (1990), which sold for KRW 2.9bn (USD 2.09m) at Seoul Auction in September 2024. Next was Lee Ufan's blue-hued *Dialogue* (2019), fetching KRW 1.6bn (USD 1.15m) in May 2025. Following were Ahn Jung-geun's calligraphic piece *Nok-juk* (*Green Bamboo*) (1910) at KRW 940m (USD 679,000), Kim Tschang-Yeul's *Water Drops ABS No.1* (1973) at KRW 860m (USD 621,400), Park Soo Keun's *A Girl Carrying a Baby on Her Back* (1964) at KRW 800m (USD 578,000), and Kim Whanki's *Untitled* (1969) at KRW 780m (USD

563,600). All of these works are by Korea's leading blue-chip artists, and notably, all were sold in the first half of 2025, indicating renewed movement in the high-end segment following the extreme stagnation of late 2024.



Fig 1. Lee Ufan, *Dialogue*, acrylic on canvas, 218.5×291.3cm(300), 1936-

Unlike essential consumer markets, where demand is broad-based, the high-end segment in art plays a pivotal role in setting the tone of the entire market. Successful sales of major works generate a trickle-down effect that invigorates the market overall. Hence, the focus on top-tier transactions as a barometer for market health.

In 2022 – during the peak of the post-pandemic boom – the top auction sale was Yayoi Kusama's large-scale painting *Pumpkin* (1981), which fetched KRW 5.45bn (USD 3.93m). Nine of the top ten sales that year exceeded KRW 2bn (USD 1.44m). In 2023, the highest sale was Kim Whanki's 3-V-71 #203 (1971), which sold for KRW 5bn (USD 3.61m), and three of the top ten works surpassed KRW 2bn (USD 1.44m). In contrast, only two works exceeded KRW 1bn (USD 722,600) in 2025, and eight of the top ten were below that threshold – worst in the past five years. This dramatic contraction of the high-end market underscores how liquidity at the top has frozen. While more than 20 works sold for over KRW 1bn (USD 722,600) during the boom years, only 13 did in 2024, and just 2 found new owners in 2025.

In the Korean auction market, the segment of works priced between KRW 500m (USD 361,300) and KRW 1bn (USD 722,600) has

Rank	Artist	Title	Hammer Price (KRW)	Hammer Price (USD)	Auction Date & House
1	Kusama Yayoi	<i>Pumpkin</i>	2.9bn	2.09m	2024.9.10, Seoul Auction
2	Lee Ufan	<i>Dialogue</i>	1.6bn	1.15m	2025.5.27, Seoul Auction
3	Ahn Jung-geun	<i>Nokjuk (Green Bamboo)</i>	940m	679,000	2025.4.22, Seoul Auction
4	Kim Tschang-Yeul	<i>Water Drops ABS No.1</i>	860m	621,400	2025.3.19, K Auction
5	Park Soo Keun	<i>A Girl Carrying a Baby on Her Back</i>	800m	578,000	2025.5.28, K Auction
6	Kim Whanki	<i>Untitled</i>	780m	563,600	2025.1.22, K Auction
7	Alex Katz	<i>Cymbidium Yellow on Red</i>	700m	505,800	2024.9.10, Seoul Auction
8	Park Soo Keun	<i>Roadside Vendor</i>	650m	469,700	2025.6.25, K Auction
9	Marc Chagall	<i>Profil au Bouquet</i>	600m	433,500	2025.6.24, Seoul Auction
10	Lee Ufan	<i>Correspondence</i>	580m	419,100	2025.3.19, K Auction

Table 2. Top 10 Auction Results in Korea, Second Half of 2024–First Half of 2025

traditionally been a key signal of market strength. In 2022, when total sales peaked, 68 works were sold in this price bracket. By 2024, that number had plummeted to 30, and in 2025, only 9 works sold within this range. The value of these sales fell from KRW 20.3bn (USD 14.6m) in 2024 to just KRW 6.4bn (USD 4.6m) in 2025. Even more striking is the drop in ultra-high-end works (above KRW 1bn – USD 722,600), from KRW 25.4bn (USD 18.3m) in 2024 to KRW 4.5bn (USD 3.2m) in 2025. Combined, KRW 34.8bn (USD 25.1m) in high-value transactions disappeared year-over-year – more than the total decline of KRW 32.8bn (USD 23.7m) in total auction turnover. In short, the contraction in high-end sales entirely accounts for this year’s overall market decline.

Conversely, there was notable growth in the KRW 100m to KRW 500m segment (USD 72,000 –361,300) – the price bracket that has historically accounted for the highest transaction volume over the past decade. This tier increased from KRW 30.87bn (USD 22.3m) in 2024 to KRW 34.56bn (USD 24.97m) in 2025, with its share of total auction sales rising from 23% to 34%. For those seeking to time a market rebound, this segment offers a strategic opportunity for active engagement.

Notably, sales of works priced between KRW 10m (USD 7,200) and KRW 60m (USD 43,300) also increased, totaling approximately KRW 30.9bn (USD 22.3m) and accounting for 30% of all transactions. This price bracket aligns with the KRW 60m (USD 43,300) threshold

Price	Less than USD 3,600	3.6-7.2k	7.2-43.3k	43.3-72k	72-361.3k	361.3k-86.7m	≥ 86.7m
2021	12.8	5.6	31.1	12.5	46.1	14.5	29.5
2022	15.7	10	51.8	21.8	66.1	32	36.9
2023	10.4	4.8	25.7	12	36.7	9.6	22.7
2024	7.7	4.1	21.1	9.6	22.2	14.6	18.3
2025	6.2	3.6	22.3	9	24.9	4.6	3.2

Table 3. Yearly Sales by Price Range (unit: USD m)

that triggers Korea’s capital gains tax on art sales and represents the market’s mid-tier collector base. During the boom period, around 3,000 works in this range were traded annually, but that number dropped to 1,227 in 2024 and slightly rebounded to 1,285 in 2025.

Meanwhile, transactions involving low-priced works under KRW 10m (USD 7,200), especially those under KRW 5m (USD 3,600) , declined significantly. While the contraction in the high-end segment reflects a wait-and-see attitude among buyers, the retreat in the low-end is more indicative of a shift in consumption psychology – namely, a conscious cutback on nonessential spending. Both the number and total value of transactions decreased, with the sharpest drop occurring in the lowest segment (under KRW 5m – USD 3,600).

Additionally, some auction houses restructured their weekly online auction operations. For instance, K Auction reduced the frequency of its online auctions to half of its peak levels. This diverges from global trends, where the online sector has grown by 4–6% even amid a broader market slowdown.

In Korea, total online auction sales fell modestly from KRW 15.87bn in 2024 to KRW 14.08bn (USD 10.17m) in 2025, while the number of lots sold dropped significantly from 8,668 to 6,649 – a trend largely driven by shrinking activity in the sub-KRW 5m (USD 3,600) category. The average success rate for online auctions stood at 42.4%. However, since the pandemic, online platforms have served as an essential gateway for new collectors entering the market. With that role intact, the online segment is well-positioned for future recovery and growth.

3. Market Leaders: Lee Ufan and Lee Bae

The most sought-after artists in the 2025 auction market were Lee



Fig 2. Installation view of auction preview. Courtesy of Seoul Auction.

Ufan and Lee Bae.

Lee Ufan topped the list in total annual auction sales, with works amounting to KRW 5.75bn (USD 4.15m). Two of his works were ranked among the year's top 10 highest sales. He was also the top-selling artist in both 2021 and 2022 and has consistently ranked in the top five by auction volume for the past decade. His dominance in the Korean art market has earned him the nickname “the Samsung Electronics of the art world.” In 2022, his peak year, his works generated KRW 40.82bn (USD 29.4m) in sales, accounting for 12.6% of the total market share.

The artist who drew particular attention this year was Lee Bae. As noted in the *Korea Art Market Report 2024*, his international recognition soared following his collateral exhibition at the Venice Biennale, earning him the label “the Biennale Effect.” Lee Bae, who was scarcely seen in the top 30 before 2020, made it into the top 10 for auction sales in 2022 and, in 2025, climbed to 2nd place for the first time, narrowly trailing Lee Ufan with KRW 5.73bn (USD 4.14m) in total sales.

In third place was Yayoi Kusama, whose Pumpkin achieved KRW 2.9bn (USD 2.09m) at auction. However, her overall transaction volume dropped by more than half following the end of the boom cycle, and her market presence this year was comparatively subdued.

Other enduring figures include Kim Tschang-Yeul, renowned for his *Water Drops* series, and Kim Whanki, a pioneer of Korean abstraction—both of whom continued to perform steadily.

In contrast, Park Seo-Bo, who ranked first in 2023 ahead of Kim Whanki and Lee Ufan, fell out of the top rankings. After a brief surge

in sales following his passing in October 2023, Park now joins artists like Kim Whanki and Yoo Youngkuk in being considered a “long-hold” artist – valued more for long-term collection than frequent trade.

One notable anomaly observed during the data collection was the near disappearance of Yoo Youngkuk works from the auction market. As reported last year, Yoo gained considerable attention from his special exhibition at the 2024 Venice Biennale, sparking expectations of rising value and a resulting withdrawal of supply. Adjustments in market activity also coincided with exhibitions at global gallery Pace and domestic PKM Gallery, to which the artist's representation was recently transferred. Transaction volume for Yoo's works has shown slight recovery in the first half of 2025.

4. Turning Crisis into Opportunity

As clichéd as it may sound, the old adage “crisis breeds opportunity” holds true. This moment of downturn could become the catalyst for the long-term development of Korea's art market. The next phase of growth will be less about quantitative expansion and more about qualitative advancement.

With the newly legislated Art Promotion Act – established to encourage the creation, distribution, and appreciation of art – and a forthcoming mid- to long-term implementation strategy, the market is now positioned to establish a more resilient foundation. Having hit rock bottom, now is the time for all stakeholders in the Korean art ecosystem to come together – so that the market's exit from the trough may arrive sooner rather than later.

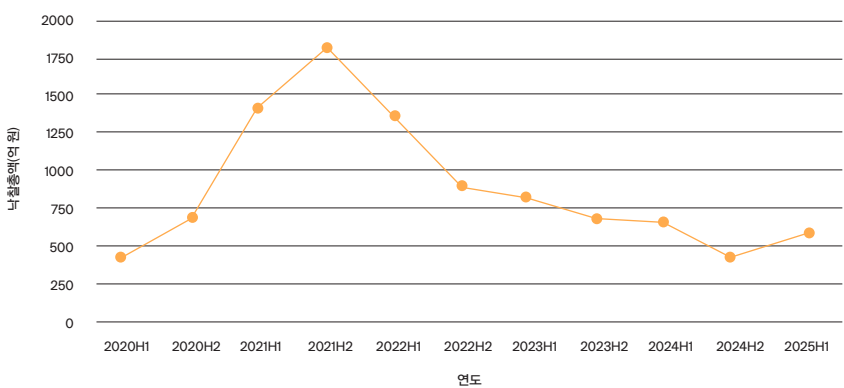
현실을 직시할 필요가 있다. 지금 한국 미술경매시장은 최악이다. 불행 중 다행인 것은 지금이 저점이라는 사실이다. 그러나 바닥을 쳤을 뿐 바닥구간에 서 얼마나 더 지체하게 될지, 반등의 시기가 언제일지는 미지수다. 어둠의 터널 끝에서 가느다란 빛줄기가 보이는 한국 미술경매시장을 진단했다.

1. 지금이 바닥이다

2025년 미술 경매 시장은 2023년, 2024년에 이어 3년 연속 하락세를 보이며 구조적 전환기에 접어들었다. 예술경영지원센터(KAMS)의 데이터를 기반으로 2024년 하반기부터 2025년 상반기까지 분석한 자료에 따르면 연간 낙찰총액은 약 1,026억 원으로 전년 1,354억 원에서 24.2% 감소했다. 이는 코로나19 대유행으로 미술시장을 비롯한 소비시장 전반이 얼어붙었던 2020년 낙찰총액 1,201억 원보다도 낮은 수준이다. 팬데믹 이후, 유동성 급증에 보복적 문화소비까지 겹쳐 반짝 호황기가 찾아온 2022년의 낙찰총액 약 3,244억 원과 비교하면 무려 68.4% 감소해 ‘3분의 1토막’으로 시장이 쪼그라들었다.

경매시장은 2024년 하반기에 최저점을 찍었다. 반기 낙찰총액은 461억 원으로, 팬데믹의 한복판이었던 2020년 상반기의 469억 원보다도 더 저조했다. 경매시장의 매출 하락은 글로벌 마켓 전반의 현상이다. ‘Art Basel & UBS Art Market Report 2025’에 따르면 글로벌 경매시장의 전체 매출은 234억 달러로 전년 대비 20%가량 하락했다. 경제 성장 둔화와 인플레이션, 전쟁 등의 지정학적 긴장이 글로벌 전반의 침체를 불러왔고 3년 연속 경매 하락세의 원인이 됐다. 한국은 계엄사태 등의 정치적 요인까지 겹치면서 지갑이 굳게 닫혀버렸다.

바닥을 친 경매시장은 2025년 상반기 낙찰총액 약 565억 원으로 직전 반기 대비 22% 상승하며 연간 경매 거래 내에서 미세한 회생 분위기를 보여줬다. 반기 낙찰율도 45.8%에서 50.4%로 상승했고, 이를 종합한 연평균 낙찰율은 48.1%로 전년 47.6%보다 소폭 상승했다. 정치적 불확실성이 사라졌고, 새 정부와의 허니문을 맞은 주식시장은 코스피 지수 3000선을 회복했으며 환율과 내수심리 등에서 안정세를 보이는 중이다. 미술시장이 특수시장이기는 하나 경제지표와 무관하지 않기에 그 영향이 미술 경매에 활력을 더했다는



연도	20H1	20H2	21H1	21H2	22H1	22H2	23H1	23H2	24H1	24H2	25H1
낙찰률(%)	59.6	62.7	68.0	64.9	64.7	51.5	51.8	47.7	47.5	45.8	50.4
낙찰총액(백만달러)	33.8	47.7	104.6	129.5	104.8	64	58.1	49.7	48.1	33.3	40.7

표 1. 반기별 낙찰률과 낙찰총액(단위 %, 백만달러)

분석이 가능하다.

지난해 하반기를 저점으로, 올해를 경매시장 하강 곡선의 바닥으로 본다면 궁금한 것은 반등의 시점이다. 팬데믹으로 인한 저점 시기에는 즉시 반등해 2021년부터 공장 상승세를 보였지만 이는 소비 광풍의 특수한 상황이었다. 지금의 양상은 오히려 2008년 서브프라임 모기지사태로 촉발된 뉴욕발 금융위기 때와 유사한 구조적 침체기로 보는 것이 타당하다. 과거 2006년부터 상승세를 보인 한국 미술 경매 시장은 2007년 절정에 올랐으나 2008년 하반기 리만 브라더스 파산을 기점으로 무너졌고 2010년에 저점을 찍었지만 쉽게 반등하지 채 2014년까지 횡보세를 보였다.

한국 미술시장이 지난 20년간 보여온 역동성과 잠재력, 구매력 등을 고려하면 L자형 장기 침체로 가기 보다는 U자형 회복을 보일 가능성이 크다. 과거 사례를 반추하자면, 글로벌 금융위기 이후 고점 대비 3분의 1 규모까지 추락한 한국 경매시장은 2010~2014년 바닥 다지기의 시기를 보냈다. 이때 국제 갤러리 등이 중심이 되어 1970년대 추상미술을 한국의 마스터급 회화로 본격 소개하는 ‘단색화’ 마케팅을 전개하면서 반짝 특수와 함께 불황에서 탈출했다. 이는 이후 리만머핀, 페이스, 페로탕 등 글로벌 갤러리와 프리즈 서울 같은 국제 아트페어가 국내 진출을 택해 한국 미술시장이 한 단계 도약하는 계

기가 됐다. 지금의 저점이 이루는 바닥 구간은 2~3년 이상 지속될 가능성이 높다. 1인당 국민소득이 3만 달러를 넘긴 2018년 이후 문화 향유의 저변 확대와 함께 신규 컬렉터 층을 대거 확보한 한국 미술계는 지금의 ‘바닥 시기’를 내적 역량 강화의 시기로 만들어야 한다. ‘단색화’의 사례 같은 새로운 동력을 얼마나 잘 발굴해 내느냐에 따라 V에 가까운 날렵한 U자를 그릴 수도 있지만, 회복과 침체가 양극화 형태로 공존하는 K자를 그릴 수도 있다.

2. 1억~5억 원대 구매고객을 끌어내라

경매시장의 매출 하락은 고가 작품의 거래 약세가 주도했다. 글로벌 미술시장에서는 1천만 달러 이상을 초고가 작품군으로 분류하지만, 한국 경매시장에서는 10억 원 이상을 고가 작품군으로 분석할 수 있다. 작자미상의 고미술을 제외하면 50억 원 이상의 거래 작가는 김환기가 유일하고, 30억 원 이상을 기록한 작가도 박서보·이우환 둘 뿐이기 때문이다.

집계 기간 10억 원 이상에 거래된 작품은 단 두 점에 불과했다. 연간 최고가 거래작은 쿠사마 야요이의 ‘Pumpkin’(1990)으로 29억 원에 낙찰됐다. 2024년 9월 서울옥션 거래였다. 2위는 2025년 5월말 경매에서 16억 원에 낙찰된 이우환의 파란색 ‘Dialogue’(2019)였다. 그 뒤를 안중근의 유묵 ‘늑죽’(1910)이 9.4억 원, 김창열의 ‘물방울 ABS No.1’(1973)이 8.6억 원, 박수근의 ‘아기 업은 소녀’(1964)가 8억 원, 김환기 ‘무제’(1969)가 7.8억 원으로 이었다. 모두가 한국 미술시장을 주도하는 최상위 블루칩 작가들이다. 또다른 공통점은 이들이 모두 2025년 상반기에 낙찰됐다는 사실이다. 작년 하반기의 극침체기를 지나 올들어 상대적 고가 작품의 거래가 성사됐다는 점은 경매시장이 바닥을 쳤음을 다시 한번 상기시킨다.

생필품 수요 시장과 달리 미술시장은 고가 작품의 거래가 분위기를 이끌고, 그로 인한 낙수 효과가 시장 전반에 활력을 더한다. 고가 낙찰작들을 근거로 시장을 분석하는 이유다. 호황이던 2022년 최고가 낙찰작은 54.5억 원에 거래된 쿠사마 야요이의 대형 회화 ‘Pumpkin’(1981)이었고, 그해 상위 낙찰작 10점 중 9점이 20억 원 이상이였다. 하락세로 돌아선 지난해 최고가 거래 작품은 50억 원에 새 주인을 찾은 김환기의 ‘3-V-71 #203’(1971)이었고 top 10 거래작 중 3점이 20억 원 이상이였다.

반면 올해는 Top10 순위에서 10억 원 이상은 2점 뿐이고, 8점이 10억 원 미만이었다. 지난 5년간 한국 경매에서 10억 원 미만 작품이 고가 거래작 10위권에 오르는 것은 처음이다. 그 정도로 고가 부문의 거래가 경색됐다는 뜻이다. 10



그림 1. 이우환, 대화, 캔버스에 아크릴, 218.5×291.3cm(300), 1936-

억 원 이상 고가 거래 작품은 호황기에 20점 이상 거래됐지만 지난해 13점에 이어 올해는 2점만 새 주인을 찾았다.

한국 경매시장에서는 5억 원 이상 10억 원 미만 가격대 작품의 거래가 시장 호황세의 시그널로 읽힌다. 연간 낙찰총액이 가장 높았던 2022년에 이 가격대 작품은 68점 거래됐으나 지난해 30점으로 급감했고 올해는 9점만 거래됐다. 5억 원에서 10억 원 구간 작품은 지난해 약 203억 원 거래됐으나 올해는 64억 원 선에 그쳤다. 10억 원 이상 초고가 작품 거래액은 작년 254억 원에서 45억 원으로 뚝 떨어졌다. 이를 합산한 5억 원 이상 작품 거래 전체에서 전년 대비 348억 원이 증발했다. 연간 경매거래 총액이 지난해 1354억 원에서 1026억 원으로 감소하며 사라진 328억 원을 뛰어넘는 액수다. 결론적으로 올해 경매 하락장은 5억 원 이상 고가 작품들의 거래 부진이 이끌었다는 뜻이다.

오히려 거래가 늘어난 가격 구간이 있으니 주목할 필요가 있다. 가격대별 작품 거래액 분석에서 최근 10년간 가장 높은 비중을 지켰던 1억 원 이상 5억 원 미만 가격대 구간이다. 지난해 약 308.7억 원에서 올해 345.6억 원으로 거래액이 늘었다. 전체 낙찰총액에서의 비중도 23%에서 34%로 늘었다. 저점을 찍은 미술시장의 주체들이 반등을 노린다면 이 가격대 구간을 적극적으로 공략하는 전략이 가능하다.

1천만원에서 6천만원 사이 작품의 낙찰도 증가해 308억 원어치가 팔렸고 전체 거래에서 30%를 차지했다. 가격 구간은 미술품 양도소득세 대상인 6천만원

	작가명	작품명	낙찰가(원)	거래시기
1	쿠사마야요이	Pumpkin	29억	2024.9.10 서울옥션
2	이우환	Dialogue	16억	2025.5.27 서울옥션
3	안중근	녹죽(綠竹)	9.4억	2025.4.22 서울옥션
4	김창열	물방울 ABS No.1	8.6억	2025.3.19 케이옥션
5	박수근	아이 업은 소녀	8억	2025.5.28 케이옥션
6	김환기	무제	7.8억	2025.1.22 케이옥션
7	알렉스 카츠	Cymbidium Yellow on Red	7억	2024.9.10 서울옥션
8	박수근	노상	6.5억	2025.6.25 케이옥션
9	마르크 샤갈	Profil au Bouquet	6억	2025.6.24 서울옥션
10	이우환	조용	5.8억	2025.3.19 케이옥션

표 2. 국내 상위 10위 경매 결과, 2024년 하반기-2025년 상반기

연도/ 거래액	500만미만	500만~1천만	1천만~6천만	6천만~1억	1억~5억	5억~10억	10억이상 (단위 원)
2021	177억	78억	431억	174억	639억	201억	409억
2022	217억	139억	717억	302억	916억	443억	511억
2023	145억	67억	357억	167억	508억	133억	315억
2024	107억	57억	292억	133억	308억	203억	254억
2025	86억	51억	309억	125억	345억	64억	45억

표 3. 가격대별 연간 매출 (단위: 백만달러)

기준으로 했다. 동시에 실수요 컬렉터들의 거래가 가장 활발한 중심 수요층 (mid-tier) 구간이다. 호황기 때는 3천점 가량이 거래됐으나 작년에는 1227 점, 올해는 1285점이 거래됐다.

5억 원 이상 고가 작품뿐만 아니라 1천만원 이하 저가 작품 거래도 크게 줄었다. 고가 작품의 거래 위축이 시장추이를 지켜보려는 관망세 때문인 것 과 달리 저가 작품의 거래 감소는 불필요한 소비를 줄이려는 심리가 반영된 결과다. 거래 작품 수와 거래액 모두 줄었고 특히 500만원 미만 작품의 감소 폭이 컸다. 또한 위클리 경매를 통해 매주 온라인 경매를 진행하던 옥션하우

스들이 일부 구조조정을 결정한 것도 원인으로 분석된다. 케이옥션은 올들어 온라인 경매 횟수를 호황기 대비 절반 수준으로 줄였다. 글로벌 아트마켓이 부진 속에서도 온라인 경매 부문은 4~6% 가량 성장하고 있는 것과는 다른 양상이다. 한국에서는 온라인 경매 낙찰 총액이 지난해 158.7억 원에서 140.8억 원으로 소폭 줄었는데, 오프라인 거래보다는 하락폭이 훨씬 적었다. 낙찰작 수는 8,668점에서 6,649점으로 크게 감소해, 500만원 미만 저가 작품 거래량 위축을 주도했다. 온라인 경매 평균낙찰률은 42.4%였다. 하지만 팬데믹 이후 온라인 경매가 신규 컬렉터 진입의 플랫폼 기능을 충실히 수행하고 있기에 언 제든 회복 및 성장이 가능할 것으로 전망된다.

3. 시장을 주도하는 이우환과 이배

경매시장에서 가장 인기있는 작가는 이우환과 이배였다.

작가별 연간 낙찰총액 1위는 이우환으로 57.5억 원 어치 작품이 거래됐 다. 최고가 낙찰작 Top 10에도 그의 작품이 2점이나 포함돼 있다. 이우환은 호황이던 2021년과 2022년에도 낙찰총액 1위였으며 지난 10년 동안 작가별 거래액 상위 5위 밖으로 나가본 적 없는 한국 미술시장의 주도주이다. 주식시 장에 빗대 ‘미술계의 삼성전자’라 불리는 이유다. 이우환은 연간 거래액이 최 대치였던 2022년에는 408.2억 원이 거래됐고 시장 점유율은 12.6%였다.

올해 주목해야 할 인물은 이배 작가다. 지난해 보고서(Korea Art Mar ket Report 2024)에서 베니스비엔날레 특별전 이후 ‘비엔날레 이펙트’까지 더해져 날개를 달았다는 평가를 받았던 이배는 팬데믹 이후 뉴노멀 시대를 대 표하는 스타 작가다. 2020년 이전까지만 해도 30위권 안에서 찾기 어려웠던 그는 2022년에 작가별 낙찰총액 Top 10에 진입했고, 올해는 처음으로 Top 5 에 올라 2위를 차지했다. 낙찰총액 57.3억 원으로 1위 이우환과 근소한 차이를 보였다.

3위는 쿠사마 야요이로 연간 36.4억 원이 거래됐다. 29억 원짜리 ‘호박’ 이 거래됐기 때문인데 호황기가 끝나면서 쿠사마의 거래량은 절반 이상 급감 했고, 올해 역시 실질적인 거래는 저조했다. ‘물방울 그림’의 화가 김창열, ‘한 국 추상미술의 선구자’ 김환기는 여전히 건재함을 보여줬다.

지난해 작가별 낙찰총액에서 김환기, 이우환을 제치고 1위에 올랐으며 지난 5년간 꾸준히 Top 5 자리를 지켜온 박서보가 순위에서 떠났다. 2023년 10월 작고 직후 반짝 거래 증가를 보인 후 이제는 김환기, 유영국 등과 같이 장 기 보유 작가군으로 자리를 옮긴 셈이다.



그림 2. 옥션 프리뷰. 제공: 서울옥션.

데이터 집계 과정에서 발견된 특이성 중 하나는 유영국 작품의 거래 실종이다. 지난해 보고서에서 언급했듯 2024년 베니스비엔날레 특별전을 통해 주목받은 유영국은 향후 가치 상승 등에 대한 기대감 때문에 매물이 급감하는 양상을 보였다. 또한 글로벌 화랑 페이스갤러리에서의 전시, 이적한 PKM갤러리에서의 전시 등에 맞춰 거래 조정이 이뤄지기도 했다. 유영국 작품의 거래는 2025년 상반기 들어 조금씩 늘어가는 추세다.

진부한 표현일지라도 “위기는 기회다”라는 말은 틀리는 법이 없다. 전 화위복의 사자성어처럼 지금의 위기가 한국미술시장의 장기적 발전의 계기가 될 수 있다. 한국 미술시장 성장의 다음 단계는 양적 팽창보다는 ‘질적 고도화’이며, 한국 정부가 제정한 ‘미술진흥법’과 이를 실행할 중장기 발전전략이 든든한 기반이 될 수 있기를 바란다. 저점을 찍은 한국 미술시장이 바닥에서의 탈출 시간을 앞당기기 위해 머리를 맞댈 때다.

Contemporary art today is becoming increasingly popularized. Never before has the public shown such widespread enthusiasm for enjoying art, with countless exhibitions and art events flourishing across the globe. In fact, in this late capitalist era, artworks have even become alternative financial products—akin to bonds or securities.

But how is the price and value of an artwork determined? Why is one piece worth ten billion won, and another just one million? Who decides which works are good or bad? Who determines the value of art?

The art world has long operated on an established system of value assessment and validation. This system is driven by professionals—critics, curators, gallerists, collectors, and journalists with influence in the international art scene. Through communication, mutual understanding, and consensus among these actors, the value of an artwork has traditionally been determined. Their discourse not only shaped aesthetic and economic appraisals but also defined art historical trajectories. Their professional authority constituted tremendous power. It was often said that “for the general public—who are non-experts—to understand the aesthetic decisions made by experts, a degree of innovation is necessary.” In other words, a clear gap in aesthetic sensibility has long existed between professionals and the general public in the contemporary art world.

From a geographical standpoint, this value assessment system migrated over time—from Western Europe to the United States, then briefly to the UK following European integration, and now, in the 21st century, extending even to China. Interestingly, this shift in the locus of artistic power closely mirrors the shifting center of gravity in the global economy.

One need only look at the history of where artists studied abroad or which museums they aspired to exhibit in to understand this dynamic. Aspiring artists once dreamed of studying in France and becoming Parisiennes. Later, they flocked to New York’s SoHo to become New Yorkers. More recently, many have set their sights on Goldsmiths in London. Artists have long aspired to exhibit at the Guggenheim, MoMA, or Tate Modern—and many still do. Why? The reason

is simple: those were the institutions embedded within the global art value-assessment system.

Now to the heart of the matter. I believe the digital revolution of the 21st century, along with the rise of democratic public spheres, is fundamentally transforming this traditional system of artistic validation. The once unidirectional flow—where expert aesthetic judgment trickled down to non-experts—has been overturned in the post-digital era. A new, multi-directional model is emerging, one where consensus is increasingly formed through communication and empathy among the general public—non-experts.

“You say my art is lightweight? Why should it be heavy? I have over 100,000 Instagram followers. My work is affordable—but it sells like crazy. I’m already famous, and my art is loved by the public. What’s the problem?”

These are the voices of a new generation of artists. Their success does not begin with validation from experts. Instead, they gain recognition from everyday audiences—trend-followers—who then, in turn, influence the upper echelons of the art world. Take artists like Banksy, Lu Yang, Mr. KAWS, or Steven Harrington. Their fame was built by the public, not by art world elites—and their popularity shows no signs of fading.

Some, like Banksy and Lu Yang, have since been absorbed into the realm of traditional value assessment, recognized by art institutions. But many others remain validated solely by the public, and that is perfectly fine with them. Their works may never be canonized as art-historically significant—but in a world where the linear, hierarchical structure of the art ecosystem has become nonlinear and decentralized, such distinctions are increasingly irrelevant. The divide between formal and informal art criticism no longer holds much meaning.

In the post-digital era, the public’s aesthetic sensibilities are diversifying and expanding. The axis of expert-led assessment and that of popular, non-expert validation are no longer at odds. In fact, these two frameworks are beginning to converge and interact more dynamically over time. This shift liberates art from the confines of solemnity and brings it into the realm of everyday life. Just as our society is evolving from representative democracy to more direct democratic participation, so too is the realm of art moving toward greater democratization in access, ownership, and appreciation. I hope to see

a future where the boundaries between art and daily life continue to dissolve, and the democratization of both sharing and owning art accelerates—because the times are changing.





Exhibition

2024-2025: Exhibitions Steering the Contemporary Korean Art Scene

Seewon Hyun
Professor, Yonsei University

1. Why Are Exhibitions Important?

Today, exhibitions have evolved beyond simply being mediums for gathering art professionals - they have become a cultural phenomenon. Even without recalling the long queues for MMCA Seoul's *Ron Mueck* (April 11 – July 13, 2025), exhibitions are no longer just trendy date spots but essential cultural experiences for anyone who engages with the arts. The rise of social media-based cultural consumption - sharing exhibition visits on Instagram - alongside the normalization of reservation systems post-COVID, has fundamentally changed the way audiences experience exhibitions. The phenomenon of “must-see shows,” particularly driven by high-profile exhibitions like the Lee Kun-hee Collection, has made exhibitions a staple of cultural literacy.

In this context, what does it mean to create or attend an exhibition? Since BTS leader RM's widely publicized visit to Buk-Seoul Museum of Art in 2019, the so-called “exhibition effect” has extended beyond the realm of art professionals to impact the cultural identity of contemporary Koreans more broadly. That Korean lives are deeply intertwined with contemporary art was clearly demonstrated in two major international exhibitions referenced at the beginning of Jung-Ah Woo's essay in the 2024 Korea Art Market Report.

The exhibitions in question were *The Space in Between: The Modern in Korean Art* at Los Angeles County Museum of Art (LACMA) and *Hallyu! The Korean Wave* at the Victoria and Albert Museum (V&A) in London. Adding to these, *The Shape of Time: Korean Art after 1989* at the Philadelphia Museum of Art (September 1, 2023 – January 7, 2024) showcased contemporary Korean art's engagement with the notion of time. Together, these exhibitions have become powerful indicators of Korea's current political, economic, and cultural status in the global context - and serve as a core axis of identity formation.

Creating an exhibition involves more than simply arranging artworks in a physical space. It requires a deep understanding of the artist and a thorough investigation of their work. Exhibition-making is thus inseparable from art historical and curatorial research and often entails the production of new works. Moreover, curatorial practice involves navigating institutional dynamics, funding structures, and administrative systems - highlighting the exhibition as a site of complex, layered negotiation.

2. Solo Exhibitions: Shifts in Curatorial Practice

What do recent exhibition trends from 2024 to 2025 reveal about curatorial thinking and their broader cultural effects? Korean art has continued to gain traction at major institutions around the world. Notably, exhibitions in 2025 have increasingly taken the form of solo shows, rather than being organized around themes or movements. This signals a fundamental change in curatorial methodology.

One of the most prominent figures in this shift is Ayoung Kim, who had a remarkable year of international solo presentations. Her international recognition is rooted in years of collaboration with curators and institutions in Korea. Alongside local exhibitions - such as her solo show at the National Asian Culture Center (ACC) during the 2024 Gwangju Biennale and her March 2025 exhibition at Atelier Hermès - Kim presented a solo exhibition titled *Many Worlds Over* at Hamburger Bahnhof in Berlin (February 28 – July 20, 2025). Importantly, Kim was not introduced as a representative of a Korean art movement or school, but rather as an artist advancing new methodologies in contemporary media, particularly in exploring collaborations between humans and artificial intelligence (AI). Her work resonated widely across both Europe and the U.S.

Veteran Korean artists active abroad also had significant solo shows that emphasized their distinctive methodologies. These included Do Ho Suh's *Walk the House* at Tate Modern (May 1 – October 19, 2025); Haegue Yang's exhibitions at the Hayward Gallery in London and a solo show in Mexico in early 2025; and Lee Bul's *The Genesis Facade Commission: Long Tail Halo* at the Metropolitan Museum of Art (the Met) in New York. Artists like Mire Lee, Geumhyung Jeong, Young In Hong, and Christine Sun Kim (at the Whitney Museum) were also featured - not because of their nationality, but for their unique approaches to sculpture, installation, performance, embodiment, ecology, and polyphony.

It is worth noting that most of these artists are in their 40s or 50s and that the majority are women. This shift contrasts sharply with earlier exhibitions like *Only the Young: Experimental Art in Korea, 1960s-1970s* at the Guggenheim Museum (September 1, 2023 – January 7, 2024), which focused primarily on older male artists such as Lee Seung-Taek, Kim Kulim, Lee Kun-Yong, and Sung Neung Kyung. The prominence of female artists today signals not just generational change, but a broader paradigm shift in worldview - one that incorporates AI, ecology, and new modes of storytelling into the evolving narrative of art history.



Fig1. Ayoung Kim. *Many Worlds Over*, Ausstellungsansicht Hamburger Bahnhof – Nationalgalerie der Gegenwart © Courtesy of Ayoung Kim & Gallery Hyundai.



Fig 2. Do Ho Suh, *Nest/s*, 2024, installation view, The Genesis Exhibition: *Do Ho Suh: Walk the House*. Courtesy of the Artist, Lehmann Maupin New York, Seoul and London and Victoria Miro.

3. Curated Exhibitions: From Movements to Artist-Centric Media Inquiry

In contrast to solo exhibitions, institutional exhibitions typically involve collaboration among multiple stakeholders - including institutions, funders, and researchers - and therefore require longer planning cycles. As of 2025, Korean art has been presented in major international exhibitions in increasingly nuanced ways. These curated shows are grounded in deep research and reflect regional diversity.

For example, the Seoul Museum of Art's (SeMA) collection was featured in a traveling exhibition titled *Layered Medium: We Are*

in Open Circuits (May 16 – June 30, 2025) at Manarat Al Saadiyat in Abu Dhabi, UAE. The title draws inspiration from Nam June Paik's concept of "Open Circuits," – a vision of interconnectedness and participatory culture enabled by emerging technologies, particularly television and video - and the exhibition focused on new media art. It was curated by Yeo Kyunghwan, a specialist in media art at SeMA.

Another notable project was *Monstrous Beauty* at the Met in New York, curated by Korean-American curator Iris Moon and opened in March 2025 after years of research. This exhibition explored Asian aesthetics through a provocative curatorial lens, blending traditional and contemporary approaches. Works by artists such as Yeeseokyoung and Lee Bul were central to the show, offering new perspectives on the monstrous, the beautiful, and the interplay between tradition and modernity.



Fig 3. Installation view of *Monstrous Beauty: A Feminist Revision of Chinoiserie*, on view March 25-August 17, 2025 at the Metropolitan Museum of Art. Photo by Eileen Travell. Courtesy of The Met

In Taiwan, the newly opened New Taipei City Museum presented its inaugural exhibition, *Reimagining Radical Cities* (April 25 – September 7, 2025), featuring Korean artists including Ayoung Kim and Sojung Jun. Their inclusion reflected the growing presence of Korean contemporary art within broader discussions of urban and conceptual transformation.

Equally important were research-based exhibitions that centered on sustained curatorial engagement with individual artists. For instance, the CAN Centre d'Art Neuchâtel in Switzerland hosted *Rip-*

ple (February 15 – April 13, 2025), a solo show by Hwayeon Nam, which offered a comprehensive review of her artistic practice. Meanwhile, the Keelung Museum of Art in Taiwan organized *The 25 Hour-Days* in October 2024, featuring Seoyoung Chung and Jeamin Cha. Notably, Chung’s 2013 video work *2013, 4 o’clock* was re-contextualized to suit the exhibition’s thematic focus, showcasing the depth of curatorial research and attention to the artist’s voice - beyond simply presenting signature works.

While long-standing narratives about Dansaekhwa and experimental art have been essential in shaping Korean art’s identity abroad, the current curatorial shift focuses more on individual methodologies. This reflects a broader acknowledgment of artistic specificity and micro-histories. Exhibitions today are beginning to break down the monolithic category of “Korean art,” instead presenting a multiplicity of identities and practices.

In essence, the exhibitions shaping Korea’s art scene in 2025 are becoming increasingly specialized and theme-driven, both domestically and internationally. They point to a need for a new chapter - an updated, decentralized continuation of publications like the MMCA’s *Korean Art 1900–2010*. Today’s exhibitions do not merely tell one unified story; they amplify diverse curatorial voices, critical perspectives, and fragmented but resonant narratives.

4. Domestic Exhibition Trends: Omnipresent Diversity

What are the prevailing trends in Korea’s domestic exhibition landscape in 2024–2025? As of June 2025, there has been a noticeable rise in painting-focused exhibitions at major institutions. While the early 2020s saw a surge of sculpture exhibitions driven by younger artists, painting has made a pronounced return to the spotlight.

Notable examples include *Take My Eyes Off* at the Buk-Seoul Museum of Art, *Deep Into Abstraction – On the Way* at Seoul National University Museum of Art, *Wondersquare* at Museumhead, and *Next Painting: As We Are* at Kukje Gallery (organized by curator Seong-Hwi Lee). These shows collectively question the meaning of painting - an “old medium” - in a smartphone-saturated era and reconsider its relevance in contemporary visual culture.

At the same time, national and regional public museums across Korea have embraced themes such as ecology, locality, and disability, presenting exhibitions that reflect art’s ongoing relevance to real-world issues. For instance, *Looking After Each Others* (May 16 – July 20, 2025) at the National Museum of Modern and Contemporary Art (MMCA), and *Something So Incredible* (March 14 – June 15, 2025) at

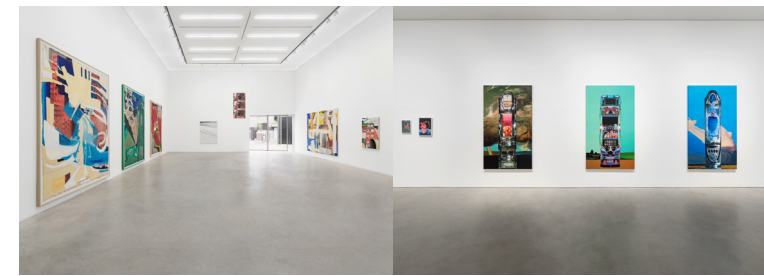


Fig 4. Installation view of *Next Painting: As We Are*.
Photo by Chunho An. Image provided by Kukje Gallery

Gyeongnam Art Museum, which addressed multiculturalism, exemplify the move toward socially engaged programming. These exhibitions highlight how art can meaningfully interact with contemporary crises, including climate change.

International artists also enriched Korea’s exhibition scene in 2025. Swiss artist Nicolas Party’s *Dust* (August 31, 2024 – January 19, 2025) at Hoam Museum of Art was presented as the artist’s largest survey to date. The show featured monumental pastel murals and included a parallel presentation of Korean antiquities from the Leeum collection. Like many contemporary artists today, Party draws upon art history and uses research as a foundational methodology for image-making.

This spirit of cross-temporal and cross-regional dialogue also characterized other major exhibitions, including solo presentations of James Turrell at Pace Gallery and Mona Hatoum at White Cube Seoul. Meanwhile, experimental projects at alternative spaces further showcased emerging artists. Altogether, these exhibitions demonstrate that the contemporary exhibition is not merely a platform for showcasing artistic production, but also a complex nexus where creators, curators, institutions, administrators, critics, and markets intersect.

1. 왜 전시가 중요한가

오늘날 전시는 미술 전문가들이 모이는 동시대 예술 매체를 넘어 하나의 ‘현상’이 되었다. 2025년 상반기 국립현대미술관 서울관의 <론 뮤익>(2025.4.11-7.13, MMCA 서울관) 전시에 선 긴 줄을 떠올리지 않더라도 전시는 연인들 간의 특정 코스를 넘어, 문화를 즐기는 사람이라면 놓칠 수 없는 대중적인 문화 필수품이 되었다. 인스타그램에 자신의 문화 경험을 업로드하는 소셜네트워크 기반의 문화 소비가 변화의 한 축이라면, 2020년 코로나 이후 전시 관람의 예약 문화가 늘어난 것도 전시를 관람하는 형태를 일반화한 큰 변화 요인이었다. 또 이진희 컬렉션 전시로 인해 ‘반드시 봐야 하는 전시’가 일종의 문화 교양의 필수품처럼 자리 잡은 것도 주요 원인이다. 이렇듯, 전시는 사회의 다양한 층위를 연결하는 매개물이자 정체성 구축의 주요한 현장이다.

전시를 만들고 전시를 보러 간다는 것은 어떤 의미일까? BTS의 리더 RM이 북서울시립미술관 전시를 처음 보러 와서 화제가 되었던 2019년 이후 ‘전시 효과’는 무엇이었을까. 미술 전문가들을 넘어 일반 대중문화, 예술을 넘어서는 동시대 한국인들의 정체성에 어떤 영향을 미치고 있는 것인가? 물론 한국인의 삶과 동시대 현대미술이 밀접하게 연관되어 있다는 점은 2023년 해외에서 열린 두 개의 큰 전시에서도 명백히 확인된다. 2024년 Korea Art Market리포트에 수록된 우정아의 글 서두에서 언급되기도 했던 두 전시는 모두 한국의 대중문화와 근현대 역사를 예술의 주요한 전제이자 동력으로 언급했다.

미국 로스앤젤레스의 LA 카운티미술관(LACMA)에서 열린 <사이의 공간(The Space in Between: The Modern in Korean Art)> 전시와 영국 런던의 빅토리아 앤 앨버트 박물관(V&A)의 <한류(Hallyu! The Korean Wave)> 전시가 그것이었다. 이 전시에 더해 ‘시간’에 관한 한국 동시대 미술에 관한 전시를 하나 추가해보자. 미국 필라델피아 미술관에서 열린 <시간의 형태(The Shape of Time: Korean Art after 1989)>(2023년 9월 1일부터 2024년 1월 7일까지)가 그것이다. 오늘날 미술 전시는 세계와 교류하는 한국의 현 정치, 경제, 문화 상황을 한 눈에 보게 하는 강력한 이미지의 지표이자 정체성의 축이다.

전시를 만든다는 것은 비단 존재하는 작품을 물리적인 미술 공간에 배

치하는 것에서 끝나지 않는다. 작가에 대한 이해와 작품에 대한 연구가 필수적이기 때문에, 전시는 미술사 연구, 미술 작가 연구와 작품에 대한 다각도의 성찰이 필수이며, 신작 프로덕션에 대한 큐레토리얼의 실천이 병행되어야만 한다. 전시 만들기의 전 과정뿐 아니라 전시기획을 둘러싼 다양한 큐레토리얼은 미술 제도와 기관, 행정과 후원 등 다양한 층위의 다이내믹을 필요로 한다.

2. 개인전: 큐레토리얼 ‘방식’의 변화

자 그렇다면 2024과 2025년 전시의 흐름은 어떤 현상과 효과를 지녔는가? 지난해와 올해도 해외 주요 미술 기관에서는 한국 미술을 둘러싼 전시가 활발하게 개최되었다. 특히 올해는 한국 작가들의 전시를 미술 사조나 주제(theme)보다는 개인전에 주목해 개최되고 있다는 사실이 눈에 띈다. 즉 전시를 기획하고 만드는 ‘방식’이 변화하고 있는 것이 큰 특성이라 할 수 있다.

잘 알려져 있듯 2025년은 작가 김아영의 해외 개인전 활동이 눈부셨다. 해외의 활동은 국내에서 오랜 기간, 여러 큐레이터와 기관과의 협업 속에서 축적된 작가의 내공에 기반했다. 2024년 광주비엔날레가 열린 시기 광주 아시아문화전당(ACC)에서 열린 개인전, 2025년 3월 아틀리에 에르메스의 개인전 등 국내에서 이어지는 전시와 더불어 작가 김아영은 독일 베를린의 함부르거 반호프 미술관에서의 개인전 <Many Worlds Over>(2025년 2월 28일 - 7월 20일)를 선보였다. 눈여겨볼 점은 김아영의 작업이 한국을 미술 운동이나 사조, 경향을 ‘대표’하는 작가가 아니라, 동시대 예술 매체의 최신 경향을 제시하는 맥락에서 적극적으로 소개되었다는 점이다. 즉 인간과 인공지능(AI)의 협업과 동행의 방법론을 제시하는 작업으로서 김아영의 존재는 유럽과 미국을 위시해 전방위적인 동력을 제시했다.

해외에서 오랜 기간 활동해온 한국 작가들의 ‘개인전’도 작가의 방법론에 대한 특이성을 강화하고 변주하는 형태로 이어졌다. 테이트모던에서 열린 서도호의 개인전 <Walk the House>(2025년 5월 1일 - 10월 19일), 양혜규의 2024년 하반기 런던 헤이워드 갤러리에서 열린 전시를 시작으로 2025년 상반기 멕시코에서 열린 개인전, 이불의 미국 뉴욕 메트로폴리탄미술관 외관에서 진행된 <The Genesis Facade Commission: Long Tail Halo>를 비롯해 이미래, 정금형, 홍영인, 크리스틴 선 김(휘트니 미술관) 등의 전시는 이들이 ‘한국’ 작가여서가 아니라 동시대 조각과 설치, 퍼포먼스와 신체, 생태와 다성성 등 그들의 고유한 방법론을 선보였기 때문에 가능했다.

주목할 점은 이 작가들이 모두 40-50대 중견 작가이며 성별에 있어서도 여성 예술가들의 수가 압도적이라는 점이다. 뉴욕 구겐하임미술관에서 열린 한국 실험미술 전시 <Only the Young: Experimental Art in Korea, 1960s-1970s>(2023년 9월 1일에서 2024년 1월 7일까지)에 참여했던 작가들이 이승택(1932~), 김구림(1936~), 이진용(1942~), 성능경(1944~) 등 대다수가 남성 원로 작가였던 것을 떠올려보면(여성 미술가들의 약진은 단순한 약진을 넘어 미래의 AI 기술, 생태와 함께 살아가는 세계관의 변화이자 미술사 서술의 관점 변화 또한 수반될 수밖에 없을 것이다.



그림 1. 김아영 <Many Worlds Over> 함부르거 만호프 전시 전경. 제공: 갤러리 현대



그림 2. 서도호 <Walk the House> 전시 전경. 제공: 리만머핀 뉴욕.

3. 기획전: 미술 운동에서 개인/작가의 매체로

작가의 개인전과 달리 ‘기획전’은 보다 다양한 기관, 후원자, 연구자 등 여러 주체들과 협업하므로 준비 기간 또한 길 수밖에 없다. 2025년 기준 해외 주요 미술 기관에서 열리는 기획전에 한국 미술이 전시되는 방식을 살펴보자. 먼저 지역적 다양성과 작가 작업의 세밀한 연구가 기반이 되어있음을 살필 수 있다.

아랍에미리트 아부다비 만아랫알 사디야트에서 열린 서울시립미술관 소장품 기획전의 경우 뉴미디어를 중점적으로 살펴보는 전시였다. 전시 이름은 <Layered Medium: We Are in Open Circuits>(2025.5.16-6.30). 백남준의 ‘열린 회로’에서 모티브를 딴 이 제목은 서울시립미술관에서 미디어아트 관련 전시를 기획해온 학예연구사 여경환이 맡았다. 그리고 2025년 3월 미국 뉴욕 메트로폴리탄 미술관에서 한국계 큐레이터 아이리스 문이 오랜 연구 기반으로 기획한 <몬스터러스 뷰티(Monstrous Beauty)>가 성황리에 개최되었다. 이 전시는 아시아 지역의 아름다움을 모티브로, 전통 미술과 동시대 미술을 전위적으로 해석하는 큐레토리얼 시각으로 전시를 구성했다. 전시 중심부에는 이수경 작가의 작업이 배치되었다. 이때 이수경 작가와 이불 작가의 작업은 아시아의 괴물적 아름다움과 전통/현대 대화의 맥락에서 적극적으로 소개됨으로써 작가 고유의 방법론을 바라보는 관점을 제시한다. 또 하나의 예는 대만 타이베이에 새롭게 문을 연 미술관 New Taipei City Museum의 개관전 <Reimagining Radical Cities>(2025년 4월 25일 - 9월 7일) 전에 참가한 김아영, 전소정 등 한국 작가들의 활약이다.

특히 개인 작가에 대한 지속적인 탐구에 기반한 전시들이 눈에 띈다. 스위스 노샬에 위치한 캔 아트센터(Neuchâtel, CAN Centre d'Art Neuchâtel)에서는 작가 남화연의 개인전 <Ripple>(2025.2.15-4.13)이 개최되어 그간의 작업들을 조망하는 연구 기반의 전시가 열렸다. 한편 2024년 10월 대만 기룼미술관(Keelung Museum of Art in Taiwan)의 전시장에서는 정서영, 차재민 작가 등이 참여하는 기획전 <The 25 Hour-Days>가 열렸는데 이때 작가들의 작업은 전시 주제에 맞게 섬세하게 선택된 것으로서, 정서영의 2013년 비디오 작업인 <<2013, 4 o'clock>가 공간에 배치되었다. 전시를 꾸린 학예연구사의 작가에 대한 깊은 연구가 바탕이 되었음을 알 수 있었다. 작가의 대표 작업이라 여겨지는 작업이 아닌, 작가의 목소리를 세밀하게 바라보고 연구하는 미술사적, 큐레토리얼 연구에 기반한 연구들이 해외 큐레이터들을 통해서 이뤄지고 있는 것이다.

한국의 단색화, 실험미술 등 한국미술의 탄탄한 연구에 기반해 독자적

인 미술의 형성 과정을 논하는 것의 중요성은 여러 번 강조할 필요가 없을 것이다. 그러나 오늘날 해외 미술 기관에서 열리는 기획 전시에 한국 작가들의 작업이 포함되는 방식이 변화되고 있다는 점에 주목해볼 때 우리가 얻을 수 있는 전시 매체의 효과가 분명 있다. 작가들의 작업이 지닌 ‘개별성’에 세밀하게 집중할 수 있는 시각을 던져주고 있다는 점이다.

즉 2025년 ‘전시가 움직이는 미술’ 현장은 한국 안팎에서 세밀화된 주제 의식을 밀고 나간 전시들로 ‘분화’되어 있다. 한국의 모노크롬, 실험미술 운동 등의 미술 사조에서 주요한 담론 전개에서 한 차원 더 세밀화된 것을 발견하는 것은 2020년 국립현대미술관에서 펴낸 한국 미술을 소개하는 책자 <한국미술 1900-2010>(국립현대미술관)의 다음 버전이 다양한 미술 기관, 개인 작가, 큐레이터와 비평가들을 통해 세분화되어 제각각의 다성적 목소리를 내야 하는 때임을 반증한다. 이러한 기획전들은 미술사적 서술을 미시사(micro-history)로 세분화함과 동시에 ‘한국’이라는 카테고리를 다양한 정체성으로 분화시키고 있다.



그림 3. <Monstrous Beauty: A Feminist Revision of Chinoiserie> 전시 전경, 2025. 3. 25-8. 17., 메트로폴리탄 미술관. 사진: Eileen Travell.
이미지 제공: 메트로폴리탄 미술관

4. 국내 전시의 움직임: 편재하는 다양성

자 그렇다면 2024-2025 국내 전시의 흐름은 어떤 양상을 보이고 있을까? 2025년 6월 기준 국내 주요 기관의 전시 중에는 매체의 관점에서 ‘회화’ 기획

전의 증가가 눈에 띈다. 2020년대 초 조각을 둘러싼 기획 전시들이 젊은 작가들을 중심으로 새로운 흐름을 만들어냈다면, 2025년 현재 다시금 회화 매체의 출몰을 목격하게 되는 것이다. 북서울 시립미술관의 <떨어지는 눈>, 서울대 미술관의 <도상(途上)의 추상(抽象)—세속의 길에서 추상하다>과 전시공간 뮤지엄헤드의 <원더스퀘어>, 국제갤러리에서 열리는 젊은 작가들의 회화 기획전 <Next Painting: As We Are>(큐레이터 이성희 기획)는 스마트폰 기반의 동시대 삶에서 손으로 그린 회화가 어떤 의미인지 다시금, ‘오래된 매체’인 회화에 관해 질문한다.

그런가 하면 서울 및 지역의 국공립미술관에서는 생태, 지역(지역 미술), 장애 등 동시대 미술의 지속성을 고민하는 기획 전시들이 오늘의 전시장을 구성해 나갔다. 국립현대미술관에서 열린 <기울어진 몸들>, 경남도립미술관에서 열린 다문화 사회를 다루는 기획전 <실로 어마어마한 일이다(Something So Incredible)>(2025.3.14-6.15) 등을 포함하여 기후 위기를 비롯한 동시대 현장에서 미술이 실제 삶과 어떤 관계를 맺어야 하는지를 보여주는 전시들이 주를 이뤘다.

끝으로 해외 작가들의 국내 전시도 2025년 미술 현장을 풍성하게 했다. 호암미술관에서 열린 스위스 작가 니콜라스 파티의 <Nicolas Party: Dust>(2024.8.31-2025.1.19)는 미술관 측이 밝혔듯 “최대 규모의 서베이 전시”로 전시를 위해 제작된 파스텔 벽화와 리움의 고미술 전시가 함께 관객을 맞았다. 미술사를 작업 레퍼런스로 다루는 이 작가는 동시대 많은 작가들이 그러하듯, ‘리서치’를 자신의 그리기 방법론으로 삼았다. 이렇게 시대와 지역을 횡단하는 대화는 페이스 갤러리에서 열린 제임스 터렐, 화이트큐브 갤러리에서 열린 모나 하툼 전시뿐 아니라 다양한 대안 공간에서 열린 젊은 작가들의 전시에서도 지속되었다. 이렇게 오늘날의 전시는 작가의 창작뿐 아니라 큐레이터, 동시대 제도, 행정, 비평, 미술 시장과 다층적으로 관계한다.

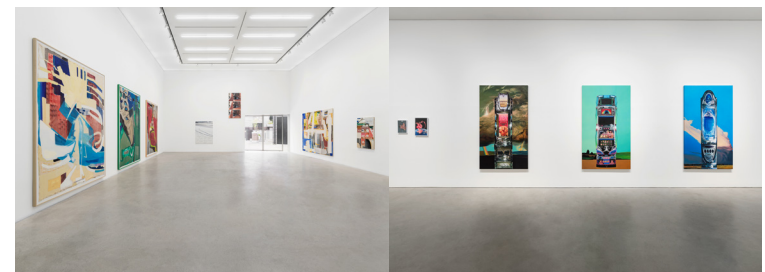


그림 4. <Next Painting: As We Are> 전시 전경. 사진: 안천호. 이미지 제공: 국제갤러리

Ayoung Kim

Media Artist

During last fall's Gwangju Biennale, many art people talked less about the biennial itself and more about Kim Ayoung's work at the Asia Culture Center (ACC). Kim fuses historical events and personal experience with digital tools — AI, game-engine based CG, and more — as core media. In an era when technology keeps widening art's borders, she stands out. She received the Prix Ars Electronica Golden Nica in 2023 and, this year, the \$100,000 LG Guggenheim Award. From February to July, Hamburger Bahnhof in Berlin presented a major solo exhibition. Another show opens at MoMA PS1 in New York in this November. By any measure, 2025 is Kim Ayoung's year. Her "speculative fictions," grounded in reality yet propelled by imagination, deliver political and social themes with poise and clarity.

1. What first led you to become an artist, and why media art?

I didn't so much choose media art as the tools found their way into my hands as I worked. I wanted to speak about the world and the nature of life, and that required time. Before I even thought of it as "contemporary art," I looked for work I could do alone, decided to study photography, and went to the U.K. There, almost naturally, I began making contemporary art. The digital tools I had used earlier slipped naturally into my practice.

2. From the Venice Biennale's main exhibition (2015) and the Gwangju Biennale (2018), to MMCA Korea's Artist Prize of the Year (2019), the 2023 Prix Ars Electronica Golden Nica, the ACC Future Prize (2024), and the 2025 LG Guggenheim Award, your record is remarkable. What marked a decisive turning point?

The past three years — every exhibition and award — have been a series of surprises. The Golden Nica in 2023 was the first time I realized my work could be read in the field that combines art and technology. Until then, I hadn't thought of it that way. I then became the inaugural recipient of the ACC Future Prize, a cross-disciplinary award that emphasizes innovative future value and expanded possibility. During the Gwangju Biennale many people came to see the show, and I received strong feedback and many inquiries. That led directly to the upcoming MoMA PS1 exhibition. And then came the unexpected LG Guggenheim Award. I'm grateful.

3. **A core of your practice is what you call “speculative fictions.” How do you build a worldview through it?**

Speculative narrative plants a seed of something that cannot exist in reality and lets the story grow from there. It keeps links to the real but imagines far enough to make the real look strange. By throwing out a premise that does not exist and extrapolating from it, my work refracts reality like a kaleidoscope. For example, a nonhuman protagonist sets out on an adventure; or a fictional delivery platform dominates the world. I read a lot of magical realism and was deeply influenced by Borges. From speculative fiction — Ethnofuturism, Afrofuturism, Gulf Futurism — I realized that fiction can be both aesthetic and political. Storytelling itself (or fictioning) can be an art form. Since then, I’ve been happily lost in imagination. I start by finding events and phenomena in reality and search through them, digging deeper. My thoughts tunnel like an ant colony: I often get lost and it takes time. Once the ground is firm, I consult physicists or mathematicians, or interview people connected to the subject—delivery riders, logistics-center workers, labor researchers, Yemeni migrants. I braid facts and imagination and write. That writing becomes the root of production.

4. **You have a command of AI tools. What are the greatest advantages, and the most significant limitations, of integrating AI into the creative process in art?**

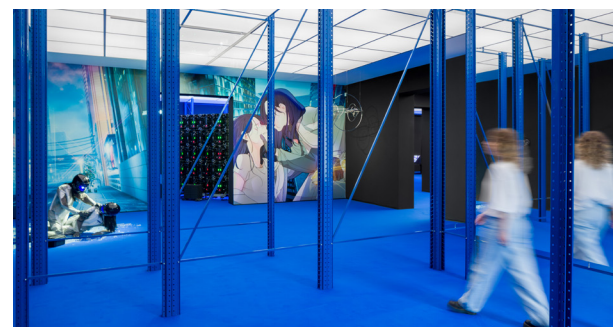
I believed AI could be a collaborative tool. After wrestling with many models over a long stretch last year, I became convinced that the AI we can use now is “weak AI(ANI)”. It has neither agency nor will. If “strong AI(AGI)” with will and autonomy becomes widespread, the picture will change, but for now AI is a skilled researcher, tool, and assistant. Work made by leaning on AI lacks the deep reflection that comes from an artist’s pain and struggle. As technologies spread, they often show uses and possibilities even their makers did not foresee. That diversity — techno-diversity — is where artists must look. So I care not only about current and future technologies, but also about local and past technologies that lost out in the race to become universal, that is technological pluralism rather than technological universalism.

5. **You have a command of AI tools. What are the greatest advantages, and the most significant limitations, of integrating AI into the creative process in art?**

I’m weaving together stimuli, news, and stories I hear each day. Earlier this year, Hamburger Bahnhof, Nationalgalerie der Gegenwart in Berlin presented my large-scale solo exhibition (February 28–July 20, 2025). It was the museum’s first-ever solo exhibition devoted to new media, conceived with an eye to the institution’s future direction. In early October, as a joint commission by M+ in Hong Kong and the Powerhouse Museum in Sydney, a new video will appear on the M+ facade. My solo show at MoMA PS1 in New York (Nov. 6, 2025~Mar. 16, 2026) will survey my practice and, for the first time, bring together three works from the ongoing “Delivery Dancer” (2022-) series in one place. In the same month, I’ll take part in the Performa Biennial in New York (Nov. 1~23, 2025) with a new performance, presenting a live-motion-capture spin-off of “Delivery Dancer” for the first time.



Kim Ayoung. *Delivery Dancer's Sphere*. 2022. still image. Courtesy of artist and Gallery Hyundai.



Kim Ayoung. *Many Worlds Over*. Installation image. Hamburger Bahnhof, Berlin, 2025. Photo: Jacopo LaForgia. Courtesy of artist, Gallery Hyundai, and Hamburger Bahnhof.

(Interviewed by Sang-in Cho)

Korea Art Market Power 20



The Korea Art Market (KAM) 2025 report introduces the "Korea Art Market Power 20" list. The 2025 KAM Power 20 does not rank individuals by order, but rather highlights twenty key figures who are currently exerting significant influence over Korea's art market. This selection is based on a survey conducted among leading gallerists in Korea and further refined through consultation with field experts. The list includes artists, critics, gallerists, collectors, and art influencers (in alphabetical order of the last name).

Yeon Shim Chung

Art theorist and historian at Hongik University, Chung has actively contributed to the international recognition of Korean contemporary art through her writings and participation in global projects. She served as lead author of *Korean Art from 1953: Collision, Innovation, Interaction* (Phaidon, London), which was selected as one of ARTnews's Best Art Books of the year. In 2025, she co-edited and curated a project featuring reconstructed letters exchanged by Kim Tschang-Yeul, Kim Whanki, Lee Ufan, and Park Seo-Bo, in the 1960s-70s, and in 2026, her new book on Korean Dansaekhwa and Experimental Art will be published by Phaidon.

Do Hyung-teh

As the second-generation leader of Gallery Hyundai, one of Korea's premier galleries, Do Hyung-teh has bridged tradition with innovation in the gallery business. He has promoted experimental Korean artists such as Lee Seung-taek, Sung Neung Kyung, Lee Kun-Yong, and Lee Kangso on the global stage, while also supporting artists like Moon Kyung Won & Jeon Joon Ho, Ayoung Kim, and Kang Seung Lee. In April 2025, he organized the gallery's 55th anniversary exhibition, "The History of Korean Contemporary Art."

Hong Ra-hee

A discerning collector and member of the Samsung family, Hong Ra-hee has shaped Korea's art landscape through her acquisitions of major Korean and international artworks. As the founding director

of the Leeum Museum of Art, she spearheaded ambitious exhibitions and built up the museum's collection. In 2025, she returned to Leeum as honorary director after an eight-year hiatus.

Ayoung Kim

An artist working in video and installation, Kim held her first German institutional solo exhibition *Many Worlds Over* at Hamburger Bahnhof, Berlin in 2025. She received the Golden Nica from Prix Ars Electronica in 2023 and the LG Guggenheim Award in 2025 for her work *Delivery Dancer*. Her solo exhibition at MoMA PS1 is scheduled for late 2025 to early 2026.

Kim In-hye

Recently appointed Chief Curator of the National Museum of Modern and Contemporary Art (MMCA) through an open recruitment process, Kim has served the institution for over 20 years. She oversaw influential programming at the Deoksugung branch. Most recently, she played a central role in the permanent exhibition, *100 Years of Korean Modern and Contemporary Art*.

RM (Kim Nam-joon)

Leader of BTS, RM is also a passionate art collector and cultural influencer. He frequently visits museums and modern art exhibitions both in Korea and abroad, sharing his experiences via social media and boosting public interest in art. Even during his military service, he remained an active museum-goer, and exhibitions he attends consistently draw large crowds.

Tina Kim

Founder and director of Tina Kim Gallery in New York, Tina Kim is one of the most influential Korean gallerists abroad. She has played a pivotal role in introducing Dansaekhwa artists like Park Seo-Bo and Ha Chong Hyun to New York audiences and supported major international presentations including Suki Seokyeong Kang's participation in the 2022 Venice Biennale and Mire Lee's solo exhibition at Tate Modern. Working in collaboration with Kukje Gallery, led by her mother, she has bolstered the global stature of Korean contemporary art.

Lee Bae

Known for his charcoal-based paintings and sculptures, Lee Bae combines minimalist aesthetics with East Asian philosophy. Working between Paris, New York, and Seoul, he presented the solo exhibition *Lee Bae – La Maison de la Lune Brûlée* as an official Collateral Event of the 2024 Venice Biennale. Often referred to as the “second Lee Ufan,” he is a dominant figure in Korea’s art market.

Patrick Lee & Minju Kweon

Since 2022, the duo has co-led Frieze Seoul. Lee, previously Executive Director of Gallery Hyundai, now directs the first Asian edition of Frieze, transforming it into a key platform for global engagement. Kweon, Head of VIP & Business Development, Asia, joined Frieze in 2018 and has since overseen the Asia VIP network. Having co-hosted four editions of Frieze Seoul, she plays a central role in orchestrating its success.

Sook-Kyung Lee

Currently Director of the Whitworth Gallery at the University of Manchester, Lee previously served as Senior Research Curator at Tate Modern, Commissioner & Curator of the Korean Pavilion at the 2015 Venice Biennale, and Artistic Director of the 2023 Gwangju Biennale. She promotes a transnational approach that balances locality and globality, helping elevate Korean art on the international stage.

Sunghoon Lee

A former lawyer, Lee now leads the Galleries Association of Korea and K1A SEOUL. He has been instrumental in responding to changes in Korea’s art market environment brought on by new legislation such as the Art Promotion Act. Emphasizing that “supporting emerging artists is the essence of a gallery,” he successfully directed the 43rd Galleries Art Fair in 2025.

Youngjoo Lee

As Senior Vice President and Director of Pace Gallery Seoul, Lee has overseen the gallery’s Korean operations since its 2007 opening. She has presented global artists like Sam Gilliam, Louise Nevelson, and James Turrell, in collaboration with Pace New York. Emphasizing “the importance of space,” she has focused on maximizing the viewer experience and enhancing Pace’s distinctive identity in Korea.

Jae Myung Noh

Transitioning from stamp and coin collecting to contemporary art, Noh has become one of Korea’s most prominent collectors. In 2023, he founded ART OnO under the slogan “Young, Fresh, but Classy,” presenting a new model for Korea’s art fairs. At the 2025 edition, he attracted more than ten major international galleries - including Takashi Murakami’s Kaikai Kiki - expanding ART OnO’s global footprint.

Park Kyung-mee

Founder and director of PKM Gallery, Park is known for her “quality over quantity” philosophy and has focused on discovering and cultivating promising emerging and international artists. By hosting major exhibitions of artists such as Olafur Eliasson and Thomas Ruff, she has expanded genre boundaries, while supporting the international careers of Korean artists like Yoo Youngkuk, Yun Hyong-keun, and Koo Jeong A.

Younghee Sohn

Founder and Chairwoman of Art Busan, Sohn has elevated Busan’s profile as a cultural hub through a dynamic and well-curated art fair. She has ensured the fair’s steady growth through balanced programming and quality control through various art projects, collaborations and networking programs in the region.

Emma Son

Since 2017, Emma Son has served as Senior Director at Lehmann Maupin, becoming a key conduit between the gallery and the Korean art world. Promoted to Global Partner in 2025, she now plays a central role in directing programs across Seoul, New York, and London. She has led the international promotion of Korean artists such as Kim Yoonshin and Sung Neung Kyung.

Do Ho Suh

Famous for his use of fabric and paper, Suh explores themes of home, space, identity, and migration. He has held solo exhibitions worldwide, including New York, London, and Sydney. In May 2025, he opened his exhibition *Walk the House* at Tate Modern as part of the museum’s Genesis Exhibition series.

Suh Jin-suk

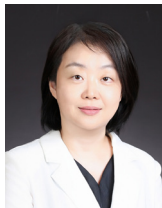
As Director of the Busan Museum of Art, Suh has championed a vision of a “glocal” art institution, expanding international engagement while rooted in local communities. Under his leadership, a major renovation is under way targeting a 2026 reopening. His 2025 citywide project “Loop Lab Busan & Digital Subculture,” which engaged 26 institutions and public venues across Busan, garnered wide acclaim and demonstrated the market viability of media art.

Suh Kyung-bae

Chairman of Amorepacific Group, Suh is more than a beauty industry mogul - he is a power collector and cultural ambassador. Listed for three consecutive years since 2022 among ARTnews’ Top 200 Collectors, he founded the Amorepacific Museum of Art (APMA), which houses an extensive collection spanning Korean antiquities to contemporary works. Recent exhibitions include Steven Harrington, Elmgreen & Dragset, and Mark Bradford (2025).

Haegue Yang

A globally renowned artist working primarily in installation and sculpture, Yang is based in both Seoul and Berlin. Her recent exhibitions include *Leap Year*, her largest solo exhibition in the UK, at London’s Hayward Gallery, and *Lost Lands and Sunken Fields* at Nasher Sculpture Center, Dallas. She is the first Korean artist ever to mount a solo exhibition at Nasher Sculpture Center.



Sang-Hoon Kim

Sang-Hoon Kim is a Professor at the Graduate School of Business at Seoul National University. His expertise lies in art and culture management, as well as in analyzing art market trends. He serves on the board of Gwangju Biennale and is the President of the Korean Association of Arts Management. He has advised several cultural institutions, including the Museum of Modern and Contemporary Art and the Seoul Museum of Art. He has published papers in academic journals such as *Empirical Studies of Arts* and *The International Journal of Arts Management*.

Henna Yeonhwa Joo

Henna Yeonhwa Joo is an Associate Professor at the Graduate School of Arts and Cultural Management at Hongik University, and the Founder of ArtLab Unlimited, an art research and advisory company. She is a founding member of the Arts Management Initiative, an advisor to the Korea Art Management Service, and the Director of the Korean Society of Arts and Cultural Management. She served as the Executive Director of Arario Gallery and its Shanghai entity from 2003 to 2007 and again from 2013 to 2021, and she was also the Deputy Director of Gallery Hyundai from 2009 to 2012.

Jieon Shim

Jieon Shim is the Editor-in-Chief of *Monthly Art* magazine. She previously served as the Director of the Visual Arts division of the Korea Arts Management Service. She has participated in many art projects as a curator, including Cheongju International Craft Biennale (2009) and Seoul New Media Festival (2012). Currently pursuing her PhD in Art History, she has written, researched, and spoken extensively about the art market and its policies, as well as international exchanges. She has advised several cultural institutions, such as the MMCA Art Bank, the Korean Culture and Information Service, and the Korean Foundation for International Cultural Exchange.

Sang-In Cho

Sang-In Cho has been an art journalist of the Seoul Economic Daily newspaper since 2008. She is the Director of the Baeksang Art Policy Research Institute and a member of the Intangible Cultural Heritage Committee at the National Heritage Administration. She studied archaeology and art history at Seoul National University, and arts management at its Graduate School. She is a member of the Arts Management Initiative and the author of *The Surviving Paintings* (2020, in Korean), which explores Korean modern artists. She runs a YouTube channel 'Mimi Sangin'.

Seewon Hyun

Seewon Hyun is an assistant professor at Yonsei University Graduate School of Communication and Arts, where she teaches exhibition media and museology. As a curator, she has run exhibition spaces and explored printed matter as a form of exhibition. In 2013 she founded an independent space, Audio Visual Pavilion. In 2020, she launched AVP Lab, an office-style exhibition space. Hyun has recently curated the 7th Changwon Sculpture Biennale silent apple (Changwon, 2024), Seoul Arts & Tech Festival Unfold X (Culture Station Seoul 284, 2023), Night Platform (Arko Arts Theater, Seoul, 2021).

This report is published by Seoul National University
and Paradise Cultural Foundation.

Seoul National University
1 Gwanak-ro, Bldg 59-1 Rm. 604,
Graduate School of Business, Seoul National University
Gwanak-gu, Seoul
Republic of Korea
gsb.snu.ac.kr

Paradise Cultural Foundation
299 Toegye-ro, Jung-gu, Seoul
Republic of Korea
pcf.or.kr

Editor
Dr. Sang-Hoon Kim

Design
Hong Eunjoo, Kim Hyungjae
(Assistant Seungjin Lee)

* Korea Art Market 2025 forum based on this report was
sponsored by Art Busan.

NOTICE.

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored
in a retrieval system, distributed, or transmitted, in any form or by any
means, including electronic, mechanical, photocopying, or otherwise,
without the prior written permission, nor be otherwise circulated in
any form of binding or cover other than that in which it is published, except
in the case of brief quotations embodied in critical reviews and certain
other noncommercial uses permitted by copyright law, with appropriate
credit and source indication. For permission requests or enquiries, please
contact to Editor, Dr. Sang-Hoon Kim. profkim@snu.ac.kr.

© Korea Art Market 2025



ART 2025
5 MARKET
2025 ART
T MARKET
KOREA
ART 2025