

2025년 7월
Incross Industry Report

건축·하우징 업종 리포트



01-1 시장 현황

경기 불황에 회복 부진 흐름...
건설 경기 시장 약세

2025년 6월 건설경기 종합실적지수는 73.5로, 전월 대비 0.8p 하락. 종합실적지수는 건설기업이 체감하는 경기 수준으로 100을 넘으면 건설 경기를 낙관적으로 보는 기업이 많다는 의미이며, 100보다 낮으면 비관적으로 인식하는 기업이 우세함을 의미

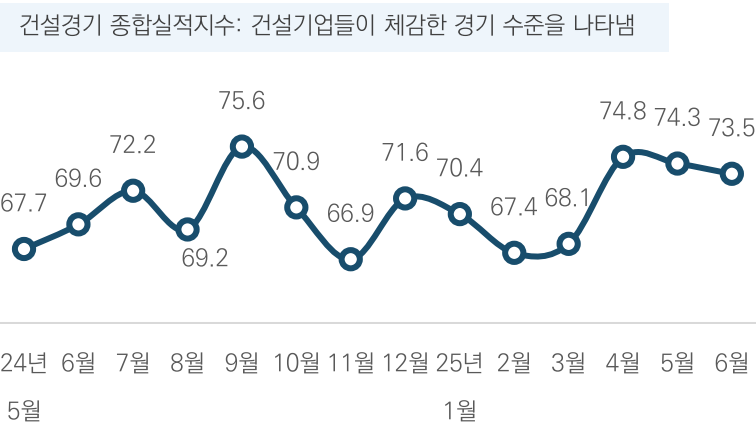
지수 하락의 주요 원인은 수주잔고(-1.8%p) 및 공사대수금(-1.2%p)으로 종합실적지수 하락에 영향. 반면, 공사기성은 전월 대비 1.4%p 상승하며 개선

전체 건설수주는 2025년 5월 기준 13.6조 원으로, 전월 14.6조 원 대비 1.0조 원 감소. 2개월 연속 감소세를 보이며 건설 수주 위축 흐름이 지속되고 있음

출처: 한국건설산업연구원

건설기업들이 체감하기에도 건설 경기가 얼어 붙었다

| 건설경기 종합실적지수 추이

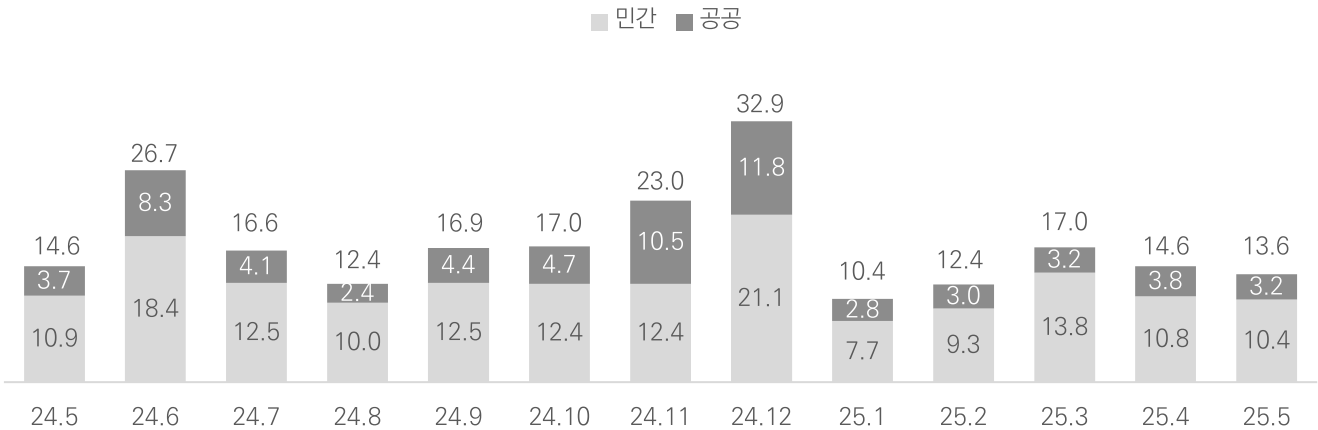


| 종합실적지수 추이 영향 요인

	신규 수주	자금 조달	공사 기성	수주 잔고	공사 대수금	자재 수급
5월	58.9%	12.7%	10.1%	10.1%	7.6%	0.6%
6월	59.0%	13.5%	11.5%	8.3%	6.4%	1.3%
차이	0.1%p	0.8%p	1.4%p	-1.8%p	-1.2%p	0.6%p

건설수주 2개월 연속 하락... 회복 지연되는 수주 시장

| 전체 건설수주 추이 (단위: 조 원)



01-2 소비자 현황

주택 선택은 가격이 중요 건설산업 취업자수 감소 추세

주택 선택 시 상품 고려 요인으로 주택가격(58.0%) > 향·조망·전망(39.0%) > 세대 내부 평면구조·시설(33.0%) 순으로 중요도가 높았음

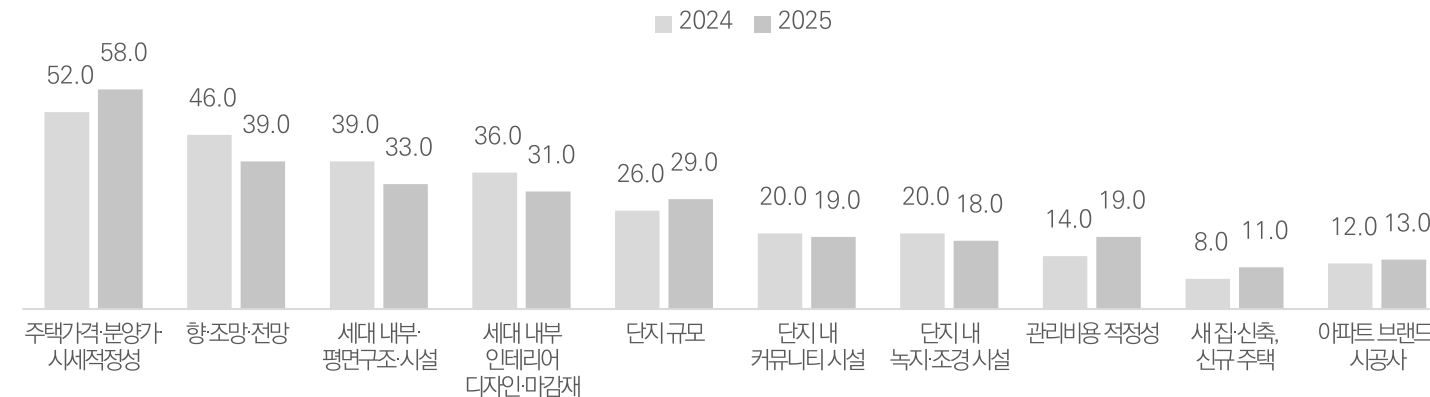
건설 산업의 취업자 수는 감소 추세에 있음. 2024년 전체 건설업 취업자 수의 경우 5월 기준으로 약 207만 명이며, 2025년 약 171만 명으로 17.1% 감소. 기능 인력의 경우 2024년 5월 기준 약 147만 명이며, 2025년 약 130만 명으로 11.2% 감소

취업자별 연령대별 분포에서는 50대가 37.9%, 40대가 25.6%, 30대 20.4% 순으로 취업자 연령의 고령화가 진행되고 있음

출처: (상) 한국 갤럽 / (하) 건설근로자공제회

주택 선택에 중요한 건 가격 > 전망 > 내부 시설 순, 결국 돈이 가장 중요

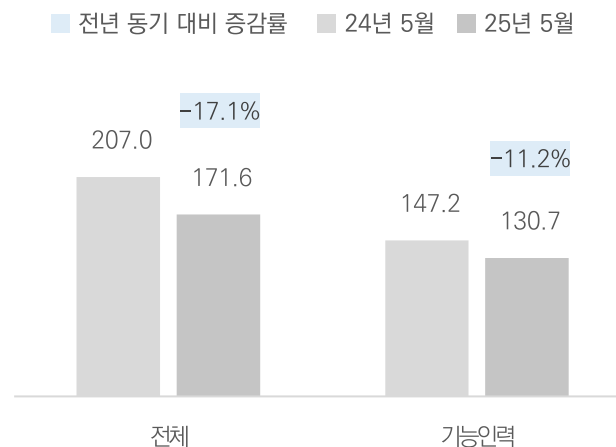
| 향후 주택 선택 시 상품고려 요인 (단위: %, 1~3순위)



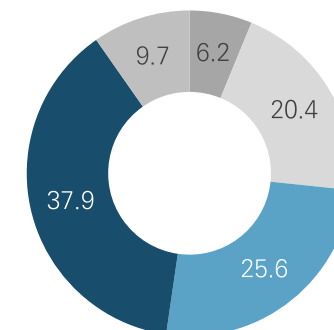
건설산업에서 취업자 수는 감소 추세... 취업자 50대가 가장 비중 높아

| 2024년·2025년 5월 건설업 취업자 수 추이 (단위: 만 명)

| 2025년 5월 건설업 취업자 연령대별 분포 (단위: %)



■ 20대 ■ 30대 ■ 40대 ■ 50대 ■ 60대 이상



01-1 트렌드

#스마트 건설

인력난과 공사비 문제도
디지털 전환으로 스마트하게 해결

- 건설산업은 인력 부족, 안전 문제, 공사비 급등 등의 문제를 직면하고 있으며 이를 해결하기 위해 디지털 전환 진행 중
- 글로벌 스마트 건설 시장 규모의 비중은 2019년 4.8%에서 2025년 11.3%까지 커질 것으로 전망
- 호반 건설은 건물 외장 도장 작업을 하는 로봇 ‘롤롯’의 파일럿 테스트를 완료했으며, 인텔리빅스는 건설·교통 등 실시간 이벤트를 모니터링하는 AI 관제 시스템 ‘젠AMS’ 공개

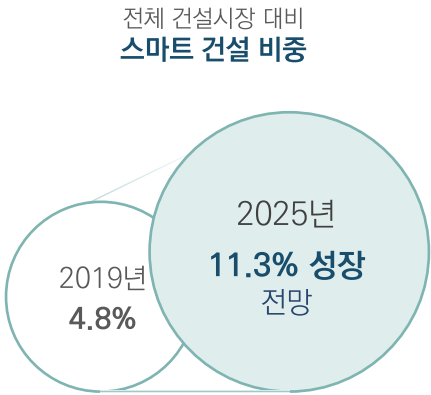
점점 비중이 커지는 스마트 건설 시장

| 건설 산업의 문제 해결을 위한 디지털화



출처: 보도자료 취합

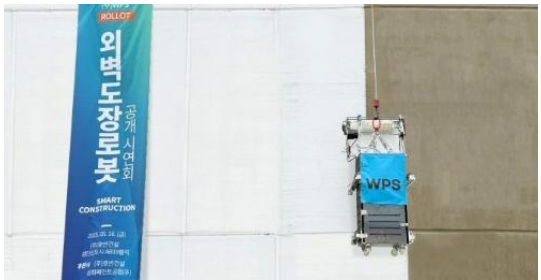
| 글로벌 스마트 건설 시장 규모 전망



출처: 보도자료

인력 중심의 아날로그 산업에서 돈도 시간도 절약하는 디지털 전환

| 호반건설·인텔리빅스 기술 사례



호반건설 ‘롤롯(Rollot)’
(5/20 파일럿 테스트 완료)

방식	• 와이어를 따라 수직 이동해 원격 롤러 도장 작업 가능 • 분당 최대 10m 표면 도장 • 현장 인력 작업 대비 2.5배 빠른 속도
강점	• 날씨 영향 적게 받음 • 분진 날림, 화학 도로 비산 등 기존 방식의 환경오염 문제 방지



인텔리빅스 ‘젠AMS’
(1/9 공개)

방식	• 공공·산업·건설·교통·국방 등 분야에서 실시간 이벤트 감지 및 모니터링, 즉각 경고, 관제일지 자동작성 등 기능 제공
강점	• 관내 설치된 1만 2천여대의 CCTV를 연계해 위험요소 탐지 및 데이터 기반 안전 관리 체계 구축

출처: 보도자료 취합, 각 사

01-3 트렌드

#아파트 특화 커뮤니티

입지랑 크기도 중요하지만,
단지 안에서 여가 생활도 다 하고 싶잖아요

- 라이프스타일의 변화에 따라 입지·면적, 브랜드 뿐만 아니라, 여가 공간을 누릴 수 있는 커뮤니티 시설 선호도 증대
- 소비자들이 거주를 희망하는 주택 특화 콘셉트 1위는 ‘다양한 커뮤니티가 갖춰진 주택’으로 전년 대비 9.0%p 상승
- 2025년 높은 청약 경쟁률을 달성한 아파트 단지들은 스카이라운지, 실내골프연습장 등 다양한 커뮤니티 시설을 보유했으며, 하반기 분양 예정인 아파트 단지들의 경우도 실내 수영장, 런드리카페 등 다양한 시설을 갖춰 경쟁력 확보

아파트 내 ‘커뮤니티 시설’이 이제는 선택의 요소가 됐다

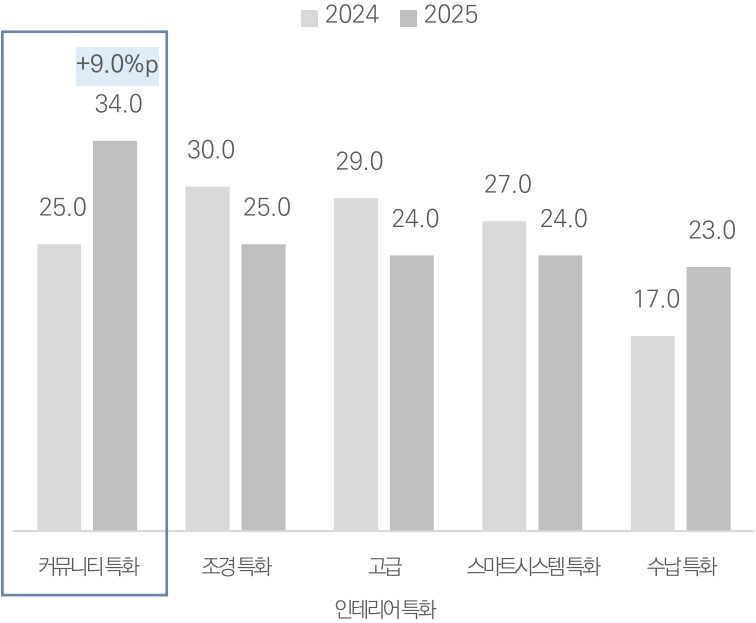
| 아파트 경쟁력을 갖추는 다양한 요소



다양한 취미 및 여가 공간 도입으로
단지 부가 가치 상승 및 선호도 증대

출처: 희림건축, 알투코리아, 한국갤럽

| 선호 주택 특화 컨셉 설문 조사 (단위: %)



출처: 희림건축, 알투코리아, 한국갤럽

청약 경쟁률을 높이는 커뮤니티 시설

| 인기 분양 단지 커뮤니티 시설 현황 및 청약 경쟁률

지역	아파트	시설	청약경쟁률
서울 은평구	힐스테이트 메디알레	스카이라운지·1인 독서실·프라이빗 영화관	11:1
울산 울주군	태화강 아파트	스크린 골프장	44:1
전북 전주시	더샵 라비온드	체험교실·어린이 물놀이대·시청각실	26:1
경기 부천시	e편한세상 대장 퍼스티움	실내골프연습장 게스트하우스 장난감 은행 등	22:1
인천 부평구	해링턴 스퀘어 산곡역	실내골프연습장, 피트니스센터, 펫케어존	7:1

| 하반기 분양 예정 커뮤니티 시설 현황

지역	아파트	시설
부산 진구	서면 씨밋 더뉴	스카이라운지·자쿠지형 게스트 하우스·실내 수영장
울산 남구	한화포레나 울산무거	스카이라운지·런드리카페 등
충북 청주시	청주 센텀 푸르지오 자이	인도어 골프연습장·실내 체육관

출처: 보도자료 취합

01-3 트렌드

#AI 스타디움

경기장 혼잡도를 시로 분석하고
최적의 이동 동선과 계획을 세워준다

- AI 스타디움은 경기장 내 실시간 혼잡도를 분석해 관객의 효율적 이동 동선을 제시하며, 더 나아가 실시간 교통 도로 분석과 차량 이동까지 추적. 이를 통해 스타디움의 입·퇴장 효율을 개선하고, 교통 계획까지 수립할 수 있음
- 국내 최초 개장한 AI 스타디움 ‘수원 KT 위즈파크 스마트 경기장’은 AI 혼잡도 분석 시스템을 적용해 구역별 관중 밀집도 분석 및 전광판에 시각화하여 자료를 제공하며, 부산 사직 야구장의 경우 ‘미래형 스마트 야구장’으로 동선 표시 외에도 미디어 장치 등 설치 예정

수많은 관객도 효율적으로 동선 관리를 해주는 AI 스타디움

| AI 스타디움 정의

AI 스타디움

AI 기반의 스마트 경기장으로 경기장 내 실시간 혼잡도 분석 및 이동 동선의 최적 경로를 제시



| AI 스타디움의 강점



출처: 보도자료

관객도 관리자도 편리하게 경기를 즐기고 상황을 관리할 수 있도록 돕는다

| 수원 KT 위즈파크 스마트 경기장 내 AI 기술 적용



▼ 관리자용
구장 혼잡도 대시보드

AI 혼잡도 분석 시스템	
방식	• 50여 대의 CCTV로 실시간 영상 분석 • 구역별 관중 밀집도 파악 후 전광판 및 관리자용 대시보드 내 시각적 자료 제공 • 구역별 관중 수에 따라 초록색(여유), 노란색(보통), 빨간색(혼잡)으로 표현

| 부산 사직 야구장 ‘미래형 스마트 야구장’ 탈환 예정



내부	• 실시간 경기 데이터 분석 • 모바일 애플리케이션 기반 동선 표시 및 좌석 안내 • 증강현실(AR) 포토존 설치
외부	• 친환경 에너지 활용 스마트 경관 조명 설치 • 미디어 장치를 통해 선수 소개·명장면 영상·야간 라이트 쇼 등 송출로 즐길 거리 제공

출처: 보도자료 취합

01-4 미디어

2025년 상반기 건축·하우징 업종 광고비 분석

2025년 상반기 건축 및 하우징 업종 배너 광고비는 744.2억 원. 이는 전 분기 대비 26.2% 감소한 수준. 모바일 광고비가 319.0억 원이며, PC 광고비는 425.2억 원. 건축 및 하우징 업종의 배너 광고비는 이번 분기 하락세

세부 분석 결과, 부동산 임대 및 매매 광고비 > 가정용 인테리어 광고비 > 가구류 광고비 순으로 광고비를 많이 지출한 것으로 나타남.

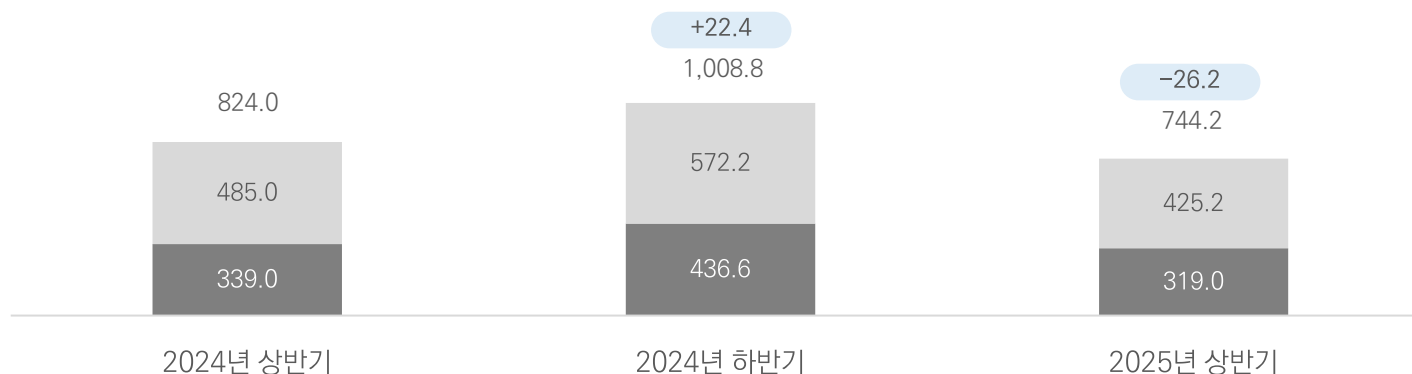
부동산 임대 및 매매 광고비는 2025년 상반기 431.3억 원으로 전 분기보다 28.2% 감소. 가정용 인테리어 광고비는 72.4억 원으로 전 분기 대비 44.6% 감소. 가구류 광고비는 61.3억 원으로 전 분기보다 13.0% 증가

출처: 리서치애드
2025년 상반기 기준 관련 업종 배너 광고 (PC+MO) 광고비 분석
* 추정치로 실제와 다를 수 있음

국내 건축·하우징 업종 반기별 디지털 광고비 (배너 광고)

■ 이전 반기 대비 광고비 증감률
■ PC 광고비
■ MO 광고비

(단위: 억 원 (막대 그래프), % (증감률))



국내 건축·하우징 세부 업종 반기별 디지털 광고비 (배너 광고)

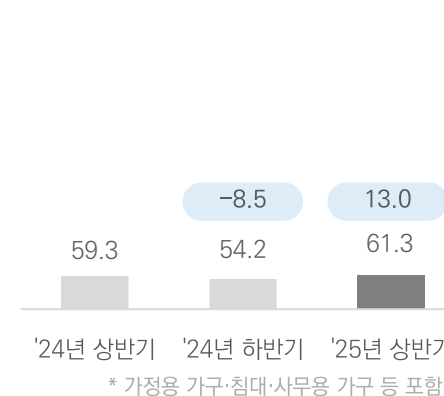
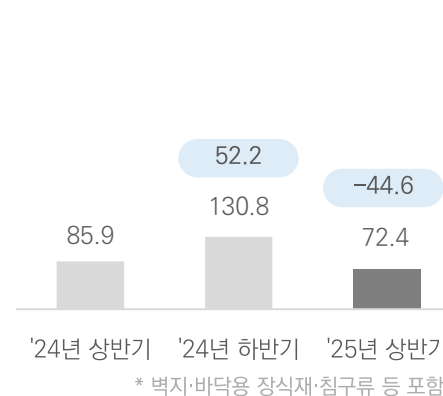
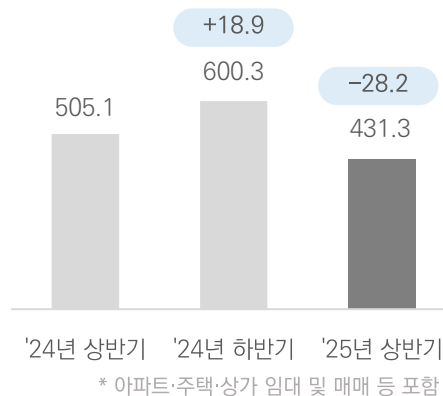
(단위: 억 원 (막대 그래프), % (증감률))

| 부동산 임대 및 매매 광고비*

| 가정용 인테리어 광고비*

| 가구류 광고비*

■ 이전 반기 대비 광고비 증감률



01-4 미디어

#내집다오

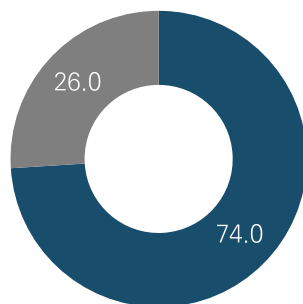
집을 찾는 이들의 공간

- 실거주를 목표로 하는 회원 기반 플랫폼으로 LH, SH, 지자체 임대주택 공고문 통합 및 빅데이터 분석, 청약진단까지 제공
- 균형 잡힌 남녀 비중으로 구성, 전체 유저 중 18~44세가 74%를 차지
- 홈 팝업 배너, 푸시 노출형 등의 형태로 실거주 의향이 높은 타깃을 정확하게 선별하여 광고 집행 가능

메인 타깃 인구 통계



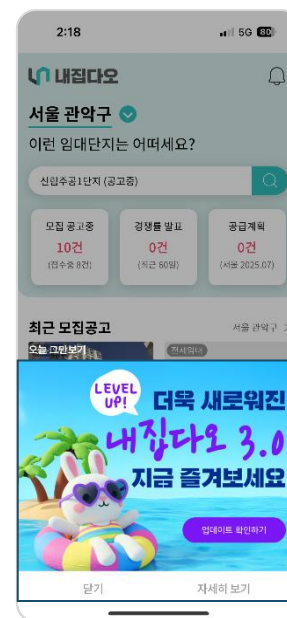
■ 18~44세 ■ 그 외



* 상품소개서 기준

주요 상품 및 노출 지면 예시

홈 팝업 배너(MO)



공고문 리스트 배너(MO)



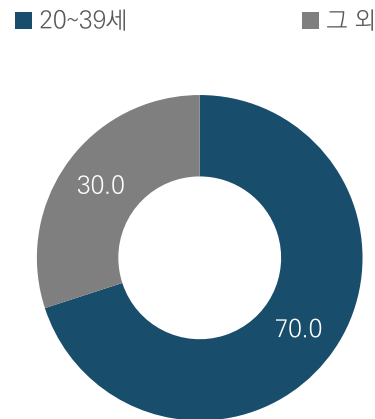
01-4 미디어

#다방

원룸, 투룸, 오피스텔, 아파트까지!

- 원룸, 오피스텔, 아파트 등 다양한 주거 형태가 포함된 모바일 부동산 시장과 임차인, 임대인, 공인중개사 등 부동산 거래 주체들을 연결하는 주거 플랫폼
- 20~39세 유저가 전체의 70%를 차지하며 부동산 플랫폼 특성에 따라 가전, 부동산, 보험 등의 관심도가 높은 특징을 보임
- 메인 팝업, 리스트 배너, 메인 배너 등 다양한 지면에서 이미지 형태로 광고 집행 가능

메인 타깃 인구 통계



* 상품소개서 기준

주요 상품 및 노출 지면 예시

메인 팝업(MO)



리스트 배너(MO)



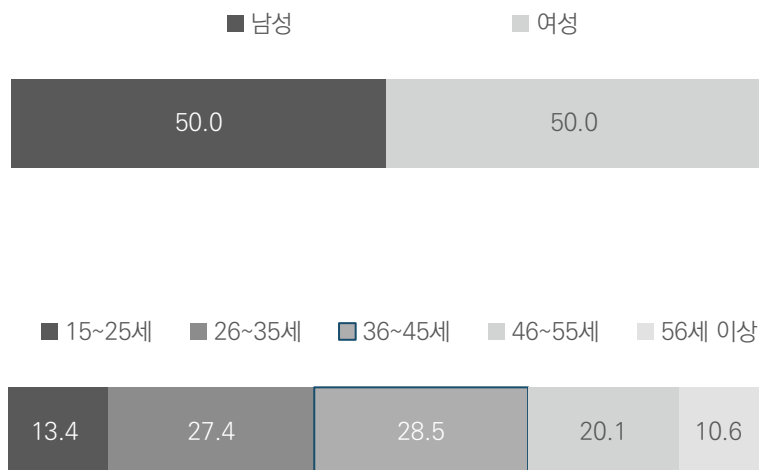
01-4 미디어

#당근

중고 거래는 물론 이제는 부동산까지

- 중고거래를 기반으로 시작하여 최근에는 부동산 직거래 영역까지 확장하는 하이퍼 로컬 서비스
- 커뮤니티, 중고거래, 부동산 등 동네 정보가 모두 있는 서비스로 충성도 및 선호도가 높은 유저 대상 광고 집행 가능
- 네이티브 피드 형태와 카탈로그 상품 형태로 광고 노출이 가능하며, 이미지, 세로형 영상, 리드폼 등 다양한 마케팅 도구 적용 가능

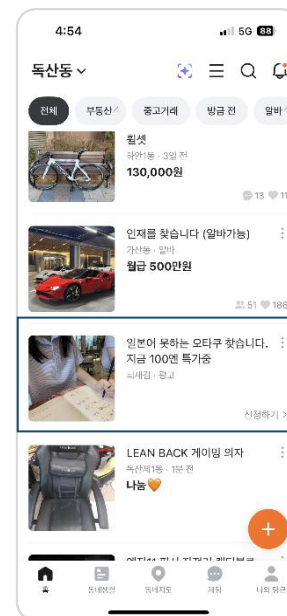
메인 타깃 인구 통계



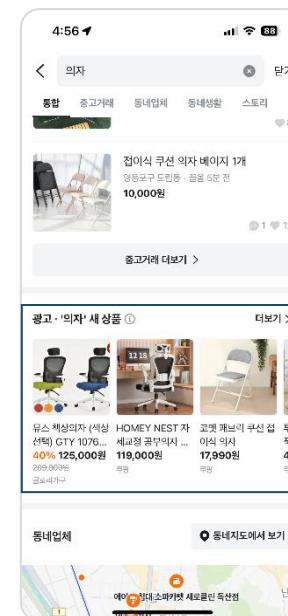
* 상품소개서 기준

주요 상품 및 노출 지면 예시

네이티브 피드(MO)



카탈로그 상품(MO)



E.O.D

리포트 문의 | 인크로스데이터랩 | idl@incross.com

※본 리포트의 2차 가공 및 무단 배포를 금합니다.

마인뉴스 구독하기



© 2025 Incross – All rights reserved.

This document constitutes the exclusive property of Incross. Incross retains all copyrights and other rights over, without limitation, Incross' trademarks, technologies, methodologies, analyses and know how included or arising out of this document. The addressee of this document undertakes to maintain it confidential and not to disclose all or part of its content to any third party without the prior written consent of Incross. The addressee undertakes to use this document solely for its own needs and the needs of its affiliated companies as the case may be only for the purpose of evaluating the document for services of Incross. No other use is permitted.