

MEDIA & MARKET REPORT

2025. 06

- MEDIA
- MARKET

CONSUMER



01

MARKET ISSUE

신선식품 업계, 시장 점유율 확대에 사활
업계불문, 펫팸족 겨냥한 반려동물 시장 진출 활발
MZ세대, 불교 문화의 무해력에 매료

신선식품 업계, 시장 점유율 확대에 사활

외식물가 상승으로 가정의 식자재 소비가 늘면서 쿠팡, 컬리, 오아시스마켓 등 신선식품의 신속한 배송이 가능한 온라인 플랫폼 구매가 늘고 있는 추세
쿠팡을 선두로 한 신선식품 시장에서 후순위 기업들이 시장 점유율을 높이기 위해 타 플랫폼과 제휴, 기업인수 등 경쟁력 강화를 위한 전략을 도모
판로 확대, 물류망 확보, 배송 강화 등 서로의 취약점을 보완하며 경쟁력을 강화한 이들이 신선식품 시장의 판도를 바꿀 수 있을지 귀추가 주목

신선식품 경쟁력 강화 전략 사례

컬리 + 네이버



컬리, 네이버플러스 스토어에 입점

컬리는 올해 안에 네이버플러스 스토어에 공식 입점할 예정,
네이버는 최대 약점이었던 신선식품을 강화하고 컬리의 새벽
배송 서비스 활용, 컬리는 기존 자사몰에서 판로를 대폭 확대

이마트몰 + 11번가



SSC.COM의 이마트몰, 11번가에 입점

이마트몰이 11번가의 통합 장보기 전문관 마트플러스에 입점,
오픈마켓 11번가의 공산품 뿐만 아니라 피코크, 노브랜드 등
이마트의 PB 상품, 신선식품까지 쉑 새벽배송으로 시너지 기대

오아시스 + 티몬



오아시스, 오픈마켓 티몬 인수

신선식품 전문 오아시스마켓을 운영하는 오아시스는
오픈마켓 티몬 인수로 브랜드 인지도 제고, 트래픽 확대 및
티몬 상품을 오아시스의 새벽 배송과 결합해 배송 강화 기대

업계불문, 펫팸족 겨냥한 반려동물 시장 진출 활발

반려동물을 가족처럼 여기는 펫팸족(Pet+Family)이 크게 늘면서 국내 반려동물 양육 인구가 약 1500만 명에 달하는 것으로 집계(농림축산식품부,2024) 경기 침체가 지속되자 많은 중견기업들이 반려동물 관련 사업을 미래 먹거리로 점 찍고 펫팸족을 겨냥한 반려동물 시장 진출을 통한 새 활로를 모색 단순 필수 생필품을 넘어 생애 주기를 고려한 반려동물의 행복과 보호자의 편의성을 충족시킬 수 있는 프리미엄 제품 및 서비스가 늘어날 것으로 전망

반려동물 시장 진출 사례

가구



시몬스, 반려동물 매트리스 ‘쫄꼬미 매트리스’

땀샘이 적고 털이 많은 반려동물 전용 프리미엄 매트리스로 통기성 강한 천연 식물성 소재를 사용해 비건 인증 획득, 안정된 지지력과 복원력으로 반려동물의 휴식과 수면에 도움

통신



KT, 반려동물 상조 서비스 ‘우리펫상조’

KT PASS 앱에서 간편하게 가입하고, 분할납부로 부담 없는 반려동물 상조 상품 출시, 반려동물 사망 시 화장, 유골함, 추모공간, 장례 예식 등 원스톱 장례 서비스로 보호자 지원

교육



교원그룹, 반려동물 전문 호텔 ‘키눅’

경주에 펫 파크, 펫 유치원, 펫 미용실까지 갖춘 펫 호텔을 론칭, 반려동물 전용 식기, 배변패드, 털 제거 용품 등 펫 어메니티 및 펫 보딩 케어 서비스 제공으로 보호자들의 편의성 제고

MZ세대, 불교 문화의 무해력에 매료

코엑스와 봉은사 일대에서 열린 <2025 서울 국제 불교 박람회>가 MZ세대에게 큰 인기를 끌며 역대 최다 관람객인 20만 명을 기록하며 성황 본질에 집중하고 다양성을 포용하는 불교의 가치관이 마음 챙김, 가치소비, 친환경 등 MZ세대가 추구하는 가치와 맞물리는 점이 많기 때문에 분석 MZ세대 사이에서 불교가 종교의 의미를 넘어 하나의 문화로 자리 잡기 시작하면서 불교계에서 다양한 불교 콘텐츠를 선보이며 대중화에 열중

불교 상품 및 서비스 사례

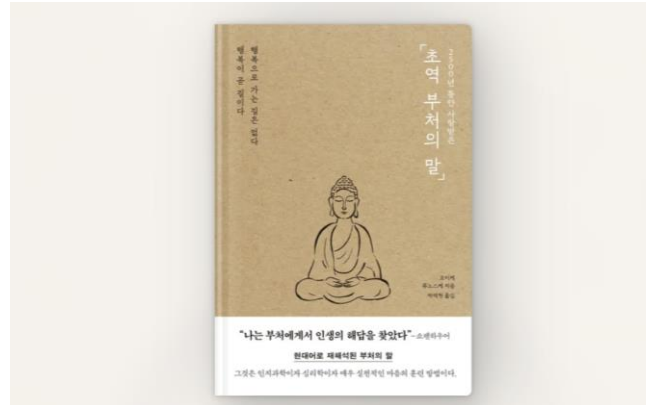
체험



선명상 템플 스테이

학업, 경쟁, 취업 스트레스에 지친 청년들을 대상으로 예불, 명상, 참선, 스님과의 산책을 통해 심신을 정화하는 체험 제공, 지난 해 참가자의 44%가 2030세대로 MZ세대에게 큰 인기

도서



코이케 류노스케 <초역 부처의 말>

감정, 인간관계, 집착, 욕구 등 190가지 부처의 말을 쉽게 재해석해 현대인들에게 위로와 해답을 주는 불교 도서, 아이돌 장원영의 추천으로 2030 독자 비율이 30%를 넘으며 화제물이

굿즈



불자 모자/ 부처님 티셔츠

부처 이미지나 불교 교리를 현대적인 디자인으로 위트 있게 해석한 불교 굿즈가 MZ세대들에게 힙한 아이템으로 각광, 불교 신자가 아닌 젊은이들도 구매에 동참해 불교 트렌드 확산



02

MEDIA ISSUE

구글, AI 기반 검색광고 'AI Max' 출시

메타, 스크롤 피드 광고 론칭

메타, AI 어시스턴트 독립형 앱 'Meta AI' 출시

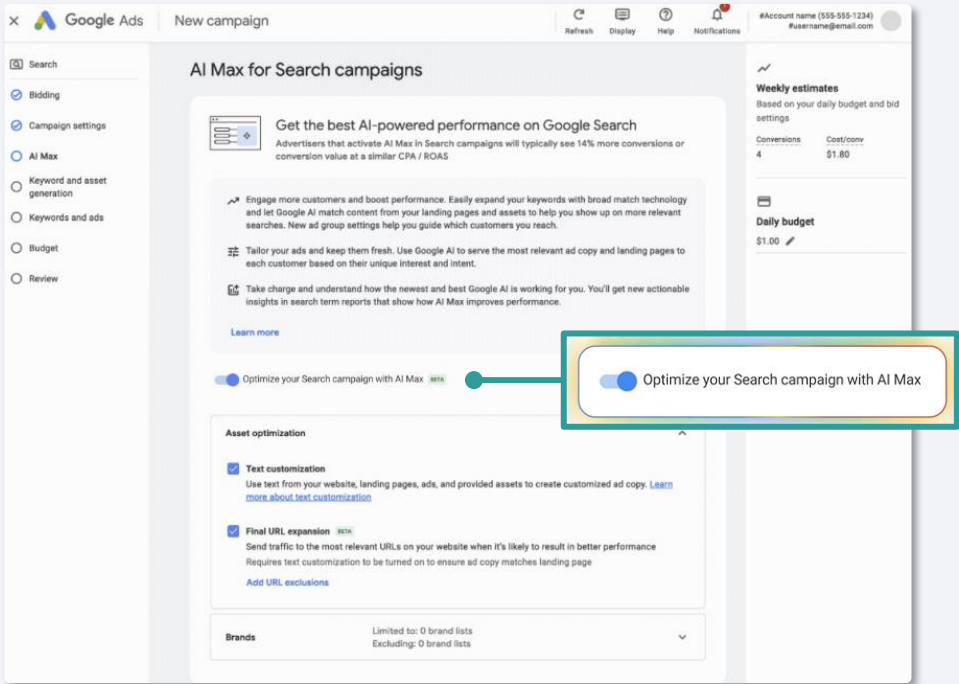
구글, AI 기반 검색광고 ‘AI Max’ 출시

구글에서 구글 애즈 검색광고의 새로운 기능 모음인 ‘AI Max’ 베타 버전을 출시

AI Max는 단 한 번의 클릭으로 기존 키워드 매칭을 넘어 사용자 의도를 예측하고, 광고 문구와 랜딩 페이지를 자동으로 최적화하는 것이 특징

구글은 AI Mode 검색 환경에도 광고 도입을 검토 중이며, 향후 검색 방식이 더욱 세분화됨에 따라 AI 기반 광고 전략의 중요성이 커질 것으로 전망

AI Max 주요 기능



기존 구글 애즈 검색 캠페인 설정 내에서 클릭 한 번으로 업그레이드 가능

검색어 예측 매칭

현재 키워드에서 놓칠 수 있는 관련성 높고 성과가 좋은 쿼리로 키워드 매칭 확장

광고 소재 최적화

랜딩 페이지, 기존 광고 및 키워드를 기반으로 사용자 의도에 맞춰 광고 헤드라인과 설명 문구를 동적으로 생성

최종 URL 확장

쿼리 의도에 따라 사용자를 가장 관련성 있는 랜딩 페이지로 자동 안내

타겟팅 옵션 제공

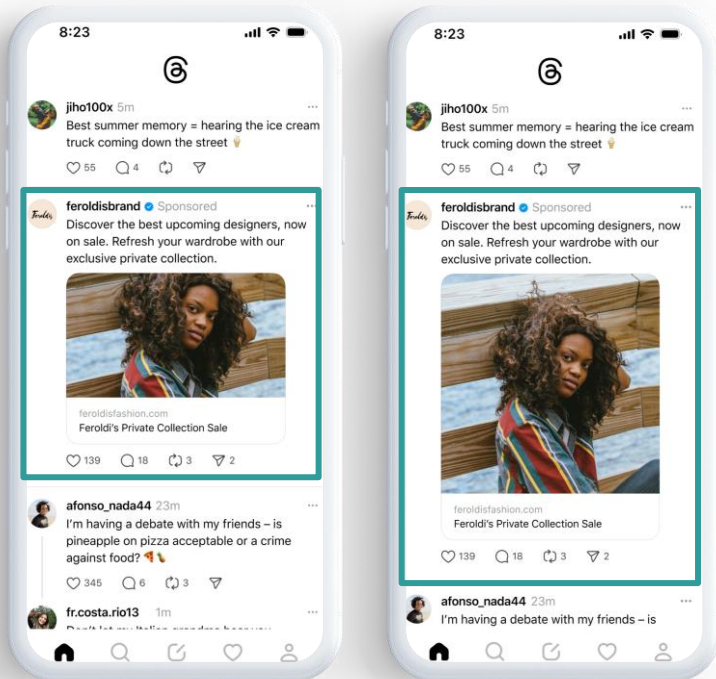
관심 위치 기능으로 고객의 지역적 의도에 기반해 특정 고객에게 도달 가능

브랜드 제어 기능으로 광고를 연결할 브랜드를 지정 또는 특정 브랜드와 함께 광고가 게재되지 않도록 설정 가능

메타, 스레드 피드 광고 론칭

메타가 2023년 7월 스레드 출시 이후 21개월 만에 처음으로 한국, 일본, 미국, 인도 등 일부 국가에 스레드 피드 광고를 론칭
스레드 피드 내 오가닉 게시물 사이에 노출되며, 광고주의 인스타그램 계정과 연동된 스레드 프로필을 사용해 메타 광고 관리자에서 캠페인 설정 가능
이미지와 영상 중심의 인스타그램과 달리 텍스트 중심의 스레드는 향후 텍스트형 광고 플랫폼으로 자리매김할 것으로 기대

스레드 피드 광고 주요 내용



광고 계정 옆에 'Sponsored' 라벨 노출



구매 방식

경매
(예약 구매에서는 미지원)



타겟

19세 이상의
스레드 유저에게만 노출



광고 형식

싱글 이미지
(싱글 비디오 지원 예정)



성과 목표

도달, 링크 클릭
웹사이트 전환

✓ **노출 위치** : 어드밴티지+ 노출 위치 및 수동 노출 위치 선택에서 모두 지원되며, 인스타그램 피드를 선택해야 스레드 피드도 선택 가능

* 어드밴티지+ : 메타의 자동화 솔루션 (ex. 어드밴티지+ 노출 위치 = 노출 위치를 자동으로 최적화)

✓ **소재 비율** : 1:1, 16:9 권장 (16:9~9:16 지원, 1:1 보다 긴 비율의 경우 1:1로 자동 크롭), 현재 노출 위치 소재 맞춤화는 지원 불가

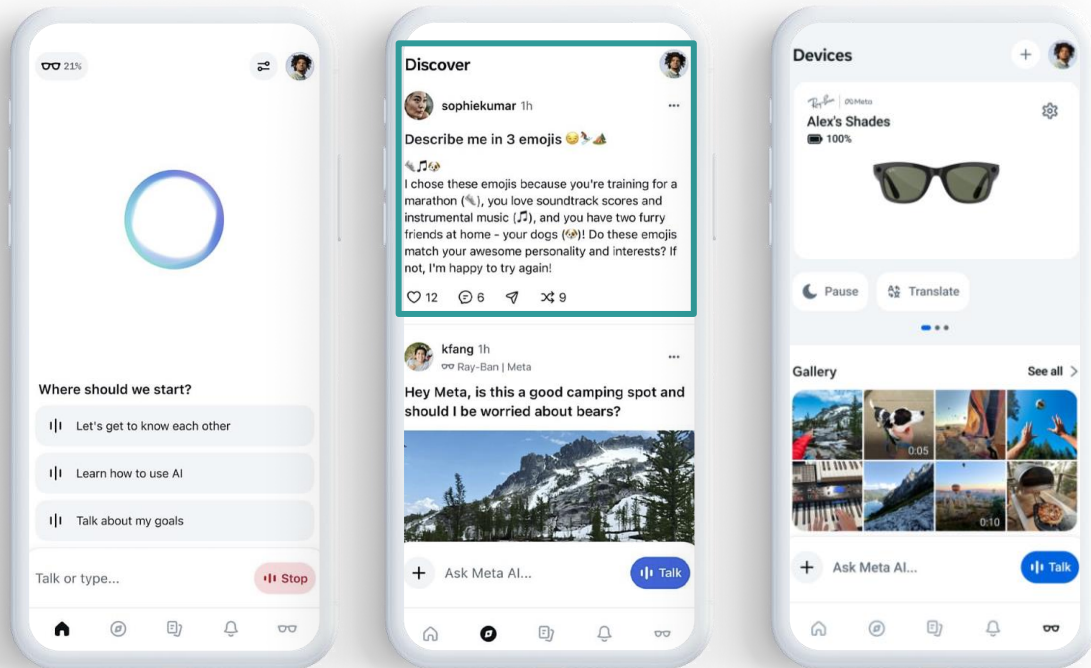
메타, AI 어시스턴트 독립형 앱 ‘Meta AI’ 출시

메타는 기존 페이스북, 인스타그램 등 메타 서비스에 내재화된 AI 서비스를 단독으로 제공하는 독립형 앱 ‘Meta AI’를 출시

Meta AI는 메타의 AI 모델인 라마4를 기반으로 사용자의 선호도를 파악하고 대화의 맥락을 이해해 개인화된 서비스를 제공하는 AI 어시스턴트 앱

페이스북, 인스타그램 계정을 Meta AI 앱에 연결하면 두 계정에서 가져온 사용자 정보를 결합해 보다 강력한 개인화 서비스 경험 가능

AI 어시스턴트 ‘Meta AI’ 주요 기능



사용자가 Meta AI에게 “나를 3개의 이모지로 설명해 줘” 라고 요청한 후, 답변 내용을 공유
디스커버 피드를 통해 Meta AI를 활용한 다른 사람들의 콘텐츠를 확인 가능

음성 대화 가능

음성 대화를 중심으로 설계, 풀 듀플렉스 음성 기술로 제작된 음성 데모로 더욱 자연스러운 음성 경험 가능
멀티태스킹 또는 다른 작업을 하는 동안에도 Meta AI의 음성 기능을 사용해 대화 가능

디스커버 피드 탑재

다른 사람들이 AI를 어떻게 활용하는지 공유하고 살펴볼 수 있는 디스커버 피드 기능 탑재
사람들이 공유한 콘텐츠를 리믹스하여 나만의 메시지 생성 가능

메타 글래스 연동

Ray-Ban 메타 글래스에서 대화를 시작한 후 앱이나 웹의 기록 탭에서 이어서 대화 가능
Meta AI 앱에서 Ray-Ban 글래스 설정 관리 가능, 앱 업데이트 시 페어링 된 모든 기기에 자동 반영

MEDIA NEWS BRIEF

구분	매체명	주요 내용
광고 정책 및 상품	메타	· 파트너십 광고 계정 노출 형태 업데이트 : 기존 파트너십 광고는 브랜드와 크리에이터 계정이 함께 헤더에 노출되었으나, 앞으로는 크리에이터의 계정만 표시할 수 있는 옵션도 제공
		· 전환 가치 조정(Value Rules) 기능 돌아옴 : 가치가 높은 타겟에 입찰 가중치를 부여해 비즈니스가 중요시하는 타겟에 더 높은 도달을 지원하는 옵션, 4/28일 기준, 50% 광고 계정 대상으로 돌아옴
		· 크리에이터 마켓플레이스 기능 개선 : 광고주가 더 적합한 크리에이터를 찾고 협업할 수 있도록 마켓플레이스 기능 개선 (키워드 검색 제공, 크리에이터 추천 알고리즘에 브랜드 친밀도 반영 등)
		· ‘크리에이티브 테스트 기능’ 론칭 : 보다 손쉽게 크리에이티브 최적화를 통한 성과 개선을 이끌어낼 수 있도록 광고 관리자 내 새로운 크리에이티브 테스트 기능 론칭, 4월 기준 30% 수준 돌아옴
	네이버	· AI 기반 자동화 광고 상품 ADVoost 쇼핑 공식 오픈 : AI 기반의 자동화로 운영 오퍼레이팅 리소스 최소화, 네이버 쇼핑 전체 상품을 연동하여 최적의 소재로 자동 큐레이션 가능
		· 웹사이트 정보 확장 소재 오픈 : 광고 연결 URL의 구조화된 데이터 정보를 연동하여 사이트 검색 광고의 소재로 활용 가능
		· 네이버 모바일 홈 화면 개편 및 스페셜DA 상품 사이즈 변경(6/9~) : 전체 사용자 중 최대 20% 사용자 대상으로 변경된 ‘모바일 홈’ 및 변경된 사이즈의 스페셜 DA 소재 노출 예정
	카카오	· 모먼트 메시지 신규 기능 출시 : 맞춤 타겟 기능 및 예산 설정 기능 제공, 채널 친구 기간에 따라 타겟팅 가능 (예산 설정 기능 사용 시, 한도 내 발송 방식을 반응을 높은 순 또는 랜덤 발송 중 선택 가능)
	넷플릭스	· 몰아보기(Keep Watching) 상품 종료 예정 : 앱 진입 시 첫 화면 독점 노출 + 메인 배너 이중 노출로 강력한 주목도 확보, 단기 집중 홍보에 최적화
	KBS Kong	· 스플래시 패키지 출시 : 커뮤니티 이벤트 패키지, 인앱 이벤트 패키지 2개 구성
	지그재그	· 미입점사 대상 디스플레이 광고 상품 출시 : 메인 배너 / 마이페이지 단독 배너 / 앱 스플래시(8월 한정) 지면 광고 노출 상품 출시 (*7~8월 CJ메조미디어 단독 판매)

MEDIA NEWS BRIEF

구분	매체명	주요 내용
프로모션	칸다	<ul style="list-style-type: none">2Q 프로모션<ul style="list-style-type: none">폴팝업/ 문제검색(동영상) 상품 노출 서비스율 40% 제공1,000만 원 이상 집행 시, 홈 배너 또는 스플래시 1주 독점 구좌 무료 제공문제검색(띠배너) 상품 CPM 단가 50% 할인
	티맵	<ul style="list-style-type: none">5~8월 프로모션<ul style="list-style-type: none">신규 광고주 대상, 월 500만 원 이상 집행 시, 5% 추가 수수료 지급기존 광고주 대상, 월 500만 원 이상 집행 시, 3% 추가 수수료 지급마케터 대상, 집행 금액의 최대 5% 백화점 상품권 지급 (신규 광고주 캠페인 5% / 기존 광고주 캠페인 3%)
	KB pay	<ul style="list-style-type: none">2Q 프로모션<ul style="list-style-type: none">마케터 대상, 집행 금액의 4% 백화점 상품권 지급 (집행 광고비 500만 원 이상 해당)제안 시 5천 원 상품권 지급 (팀 단위 제안 5건 이상 달성 시 일괄 지급)
	네이트	<ul style="list-style-type: none">2Q 프로모션<ul style="list-style-type: none">월 2,000만 원 이상 집행 시, 추가 수수료 30% 지급프로모션 특판 집행 시, 5만 원 상품권 지급 (특판 문의 : m_plan@cj.net)
	카카오VX	<ul style="list-style-type: none">2Q 프로모션<ul style="list-style-type: none">월 1,000만 원 이상 집행 시, 수수료 50% 제공제안 시 5천 원 상품권 지급, 월 500만 원 이상 부킹 확정 시 5만 원 백화점 상품권 지급
	스마트스코어	<ul style="list-style-type: none">5~6월 프로모션<ul style="list-style-type: none">옥외광고 & 모바일광고 상품 중 집행 광고비 500만 원 이상 캠페인 대상 프로모션 진행프로모션 기간 내 캠페인 시작 & 계산서 발행 시, 집행 광고금액의 10% 백화점 상품권 또는 추가 수수료 제공제안 시 스타벅스 5천 원 카드 제공
	ADVoost	<ul style="list-style-type: none">5~6월 프로모션<ul style="list-style-type: none">기간 내 ADVoost 쇼핑 목적으로 유상광고비 10만 원 이상 집행 시, 1개 계정당 네이버페이 10만 원 지급

MEDIA NEWS BRIEF

구분	매체명	주요 내용
프로모션	NBT	<div><div>• 2Q 프로모션</div><div>: 신규 광고주 단가 20% 할인 적용 (25년 1월 이후 진행 이력이 없는 광고주)</div></div>
	타볼라	<div><div>• 2Q 프로모션</div><div>: 2분기 내 3,000만 원 소진 시, 선착순 3명 → 그랜드 하얏트 서울 숙박권 증정</div><div>: 부킹 시 상품 증정 (ANESSA 선크림, 에스티로더 트래블 키트 화장품, 여행용 압축 파우치)</div><div>(대상 업종 : 럭셔리&프리미엄, 뷰티&패션, 가전&인테리어, 테크)</div></div>
	페이코 캠퍼스 (NHN AD)	<div><div>• 2Q 프로모션</div><div>: 첫 집행 한정, 1+1 구좌 제공 (게재 기간 2배)</div><div>: 노출 극대화 패키지 구매 시, 앱푸시 1회 무상 발송 제공</div></div>
	위버스	<div><div>• 2Q 프로모션</div><div>: 배너 광고 500만 원 이상 집행 시, 스플래시 1구좌 무상 제공(1일 독점)</div><div>: 영상 논스킵 50% 단가 할인 제공</div></div>
	네이버 밴드	<div><div>• 2Q 프로모션</div><div>: 전체 광고주 대상, 공시 단가의 5% 할인 제공</div><div>: 신규 광고주 대상, 공시 단가의 30% 할인 제공 (프로모션은 1회 적용, 최근 90일 이내 집행 이력이 없는 광고주)</div></div>
	왓차/왓차피디아	<div><div>• 2Q 프로모션</div><div>: 1,000만 원 이상 집행 시, 1,000만 원 상당의 서비스 구좌 제공</div></div>
	KBS Kong	<div><div>• 5~6월 프로모션</div><div>: 제안 시 스타벅스 쿠폰 제공, 500만 원 진행 시 3만 원권, 100만 원 당 10만 원 신세계 상품권 제공</div></div>

03

NEW MEDIA

네이버
GS Retail
지그재그

신규 상품

네이버

AI가 자동으로 광고 성과를 최적화하는 쇼핑 전용 캠페인 ‘ADVoost 쇼핑’ 출시

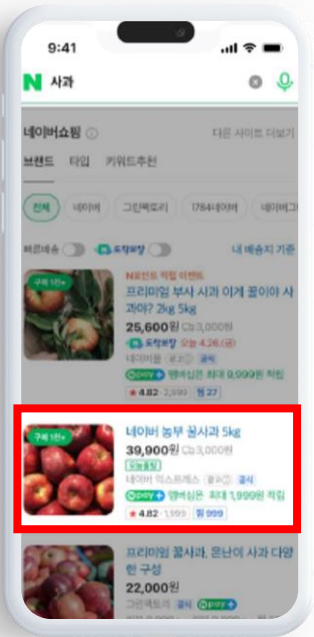
검색 지면부터 추천/콘텐츠 지면까지 지면에 대한 제약 없이 관여도 높은 유저의 동선에서 Touchpoint 확대

광고 형태	상품 유형	판매 방식	미디어 파워
MO/PC	SA, DA	CPC	CBT 성과: CVR 5%+, ROAS 1000%+

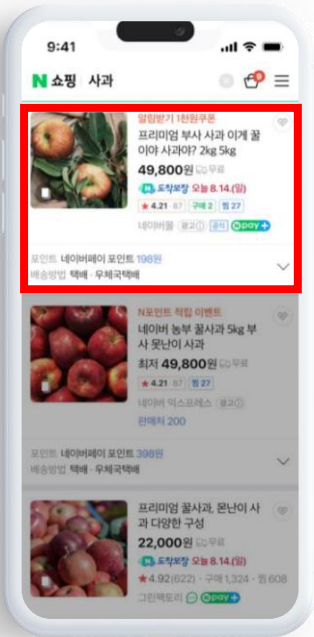
‘ADVoost 쇼핑’ 상품 노출 지면 예시

ADVoost쇼핑은 최소의 오퍼레이팅으로 더 많은 잠재 고객에게 도달하는 쇼핑 자동화 캠페인

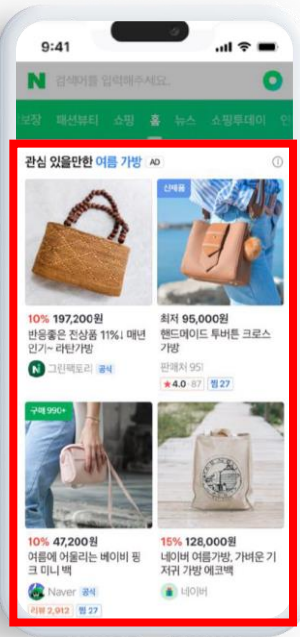
비즈채널 연결 후 목표 예산을 세팅하면, AI 타겟팅, 쇼핑 소재 자동 연결, 자동 입찰로 바로 광고 시작 가능



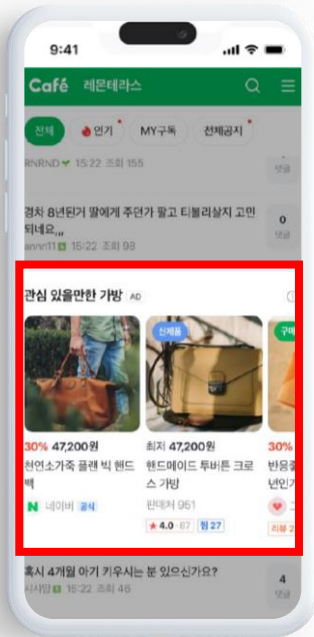
통합검색



쇼핑검색



네이버 메인



네이버 콘텐츠 서비스



네이버 뉴스

신규 상품

GS Retail

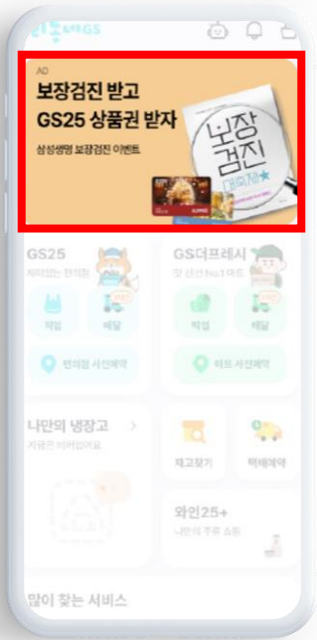
GS PB 상품과의 콜라보로 전국 매장 진열대에 자연스럽게 노출되는 앞광고 상품인 ‘AD Product+’ 출시
우리동네GS 앱 배너와 전국 GS25 편의점 판매대 진열 연계로 브랜드 인지도 제고에 효과적

광고 형태	상품 유형	판매 방식	미디어 파워
MO/ 오프라인	이미지	CPP	MAU 370만

AD Product+ 상품 연계 광고

배너 광고

우리동네GS 앱 상단 배너로 높은 주목도 확보



PB 상품 콜라보

편의점 GS25에 상품 포장지에 광고를 삽입한 ‘광고 스낵’
전국 약 18,000개 지점 GS25 편의점 판매대 진열로 인지도 확보



신규 상품

지그재그

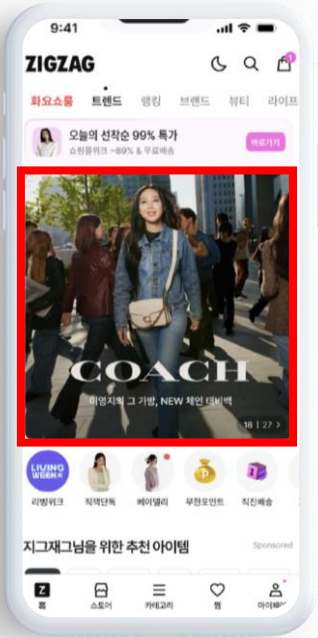
7~8월 CJ메조미디어 단독 판매

영화, OTT, 여행, 외식업, 엔터테인먼트, 명품 업종 등 지그재그 미입점사를 대상으로 한 디스플레이 광고 상품 출시
이용자의 70% 이상이 2030세대로 패션, 뷰티, 라이프 스타일에 관심 많은 젊은 층 타겟 광고 집행에 효과적

광고 형태	상품 유형	판매 방식	미디어 파워
MO	이미지	CPD	MAU 630만

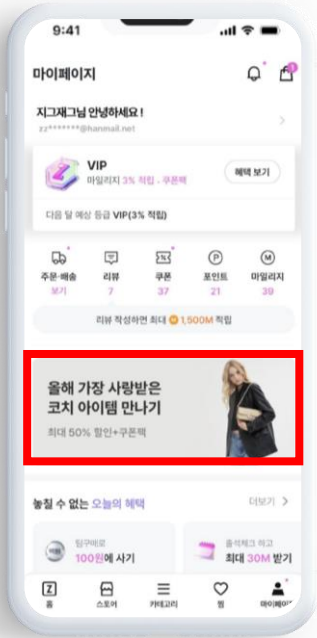
메인 배너

앱 홈 트렌드 탭 최상단에 노출되는
빅사이즈 배너로 브랜딩에 효과적



마이페이지 단독 배너

마이페이지 탭 중단 노출되는
단독 배너로 높은 유저 주목도 확보



앱 스플래시

앱 실행 시 최초 노출되는
전면 배너로 브랜드 각인에 효과적



*8월 한정 판매

함께 보면 좋은, 메조미디어 추천 콘텐츠



2024 업종 분석 리포트



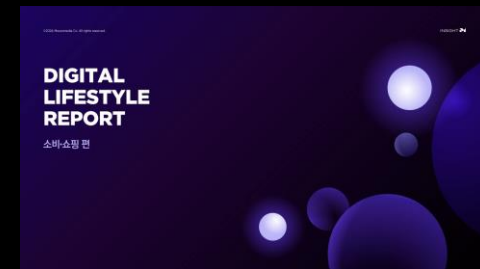
2025 타겟 분석 리포트



2025 트렌드 리포트



2025 디지털 미디어 마일스톤



디지털 라이프 스타일_소바·쇼핑 편

INSIGHT

MEDIA | MARKET | CONSUMER

연락 문의



뉴스레터 구독신청



INSIGHT M 자료실

