

MEDIA & MARKET REPORT

2024. 08

• MEDIA
• MARKET
CONSUMER



01

MARKET ISSUE

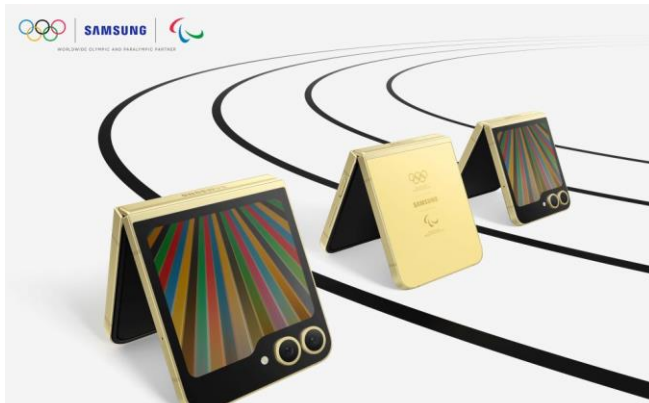
파리올림픽 특수 노린 마케팅 활발
도파밍 시대, 반트렌드 '디지털 디톡스' 부상
통신3사, 이색 체험 마케팅으로 Z세대 접점 확대

파리올림픽 특수 노린 마케팅 활발

〈2024 파리올림픽〉은 ‘완전히 개방된 대회(Games wide open)’라는 슬로건으로 누구나 무료로 축제를 경험할 수 있도록 프랑스 전역에서 개최
엔데믹 이후 처음 열리는 올림픽으로 약 15조 원의 경제 효과가 추산되며, 올림픽 특수를 누리기 위한 국내외 기업들의 홍보 마케팅 경쟁이 치열
후원 기업들은 파리올림픽 기간에 소비자와의 지속적인 접점 형성을 통해 글로벌 인지도를 높이고, 긍정적인 브랜드 이미지 제고 효과를 기대

파리올림픽 마케팅 사례

올림픽 에디션 출시



삼성전자

참가 선수 전원에게 올림픽, 패럴림픽 엠블럼이 담긴 디자인에 갤럭시 시가 탑재된 '갤럭시 Z 플립6 올림픽 에디션'을 제공
AI 통역 기능으로 각국 선수들 간 언어 장벽 없는 소통 기대

팝업 매장 운영



CJ 제일제당

파리 올림픽 코리아 하우스 야외 정원에 한국식 시장을
모티브로 한 '비비고 시장'을 열고, 해외 방문객들에게 비비고
김치와 떡볶이, 만두 등 K-푸드와 한국의 식문화를 알릴 예정

개막식 관람 이벤트



에어비앤비

센강에 각 국가 대표단이 보트를 타고 파리 중심부를 가로질러
행진하는 올림픽 개막식을 오르세 미술관 테라스에서
관람할 수 있는 특별한 무료 체험 이벤트를 개최해 이목 집중

도파밍 시대, 반트렌드 '디지털 디톡스' 부상

자극적인 재미만 추구하는 도파밍(Dopamine+farming) 트렌드에 피로감을 느끼는 소비자가 늘면서 도파민 단식을 뜻하는 '디지털 디톡스'가 부상
온라인상에서 스크린타임을 인증하는 디지털 디톡스 관련 챌린지가 유행하고, 기업들 또한 도파밍 자제력을 돕는 서비스와 상품을 선보이는 추세
디지털 중독, 디지털 스트레스, 디지털 치매 등이 심각한 사회 문제로 대두되며 디지털 디톡스 니즈가 높아진 만큼 관련 시장은 더욱 커질 것으로 전망

디지털 디톡스 트렌드 사례

커뮤니티



요즘것들

대학생 정보 공유 사이트인 요즘것들에서 스마트폰에 허비하는 시간을 줄이고 싶은 대학생들을 대상으로 디지털 디톡스 참여자를 모집해 디톡스 미션을 부여하고 자기개발을 돕는 챌린지 개최

통신



핀다이렉트

디지털 중독에서 벗어나 건강한 라이프를 원하는 소비층을 겨냥, 월 데이터 3GB, 통화 100분, 문자 100건 등 필수적인 양만 제공해 의도적으로 사용량을 줄이는 저용량 요금제 인기

주류



하이네켄

맥주 회사인 하이네켄에서 가족, 지인과 술을 마실 때는 휴대폰 사용을 자제하자는 캠페인의 일환으로 전화, 문자, FM 라디오, 카메라 기능만 있고, 인터넷 기능이 없는 지루한 폰 한정판 출시

통신3사, 이색 체험 마케팅으로 Z세대 접점 확대

통신3사에서 온라인에서 활발히 활동하는 Z세대와의 접점을 늘리기 위해 그들을 겨냥한 체험 마케팅에 열을 올리는 중
Z세대들의 놀이 공간 마련이나 이색 프로젝트 활동, 새로운 기술 체험 등으로 Z세대 가입자를 확보해 브랜드 경쟁력을 강화하겠다는 전략
Z세대 고객들과의 소통으로 얻는 생생한 반응과 피드백을 바탕으로 Z세대뿐 아니라 다양한 고객층과의 경험을 확장하는 선순환 효과 기대

이색 체험 마케팅 사례

SKT



옥외광고 제작·송출

T팩토리에서 가족, 연인, 친구의 기념일을 축하하는 옥외광고를 직접 제작하고, T팩토리에 구현한 지하철역, 버스정류장 등 7개의 옥외광고판에 직접 송출해 보는 이색 체험 공간 마련

KT



서포터즈 활동

KT의 인터넷 광인프라 지원의 일환으로 KT 청년 예술가 그룹 'Y아티스트'와 KT 대학생 서포터즈 'Y퓨처리스트'가 충남 보령 여촌마을 삼시도에 벽화를 그리는 '꿈그림 프로젝트' 진행

LGU+



캐릭터 + AI 기술 전시

캐릭터 라이선싱 페어에 당당한 Z세대 K직장인 콘셉트의 대표 캐릭터 '무너'와 AI 기술 익시(ixi)를 결합해 창작된 작품을 전시하고, 캐릭터를 활용한 와펜, 부적 만들기 등 커스텀존 마련



02

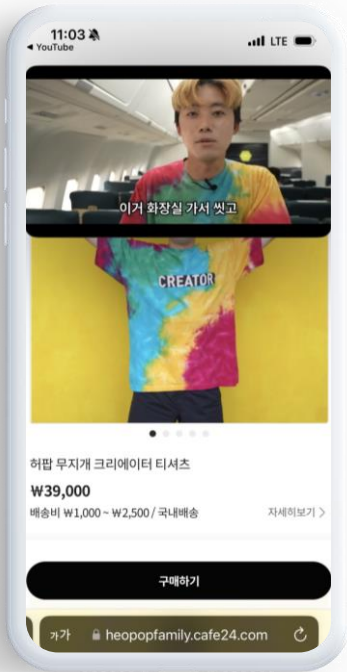
MEDIA ISSUE

유튜브, 세계 최초 '쇼핑 전용 스토어' 오픈
네이버 치지직, 구독형 광고 제거 상품 '치트키' 출시
틱톡, AI 콘텐츠 제작 서비스 '심포니' 공개

유튜브, 세계 최초 '쇼핑 전용 스토어' 오픈

유튜브가 국내 전자상거래 기업 카페24와 협업하여 세계 최초로 대한민국에 '쇼핑 전용 스토어' 개설 기능을 출시
 시청자는 영상 속 제품을 즉시 구매할 수 있고, 판매자는 쇼핑몰 개발이나 디자인 작업 없이 카페24 툴을 활용해 간편하게 스토어 개설 및 운영 가능
 막대한 트래픽을 무기로 소셜 커머스 시장에 도전한 유튜브 쇼핑 스토어의 국내 매출 규모는 2028년 6조 7,000억 원에 달할 것으로 전망

'유튜브 쇼핑 스토어' 주요 기능

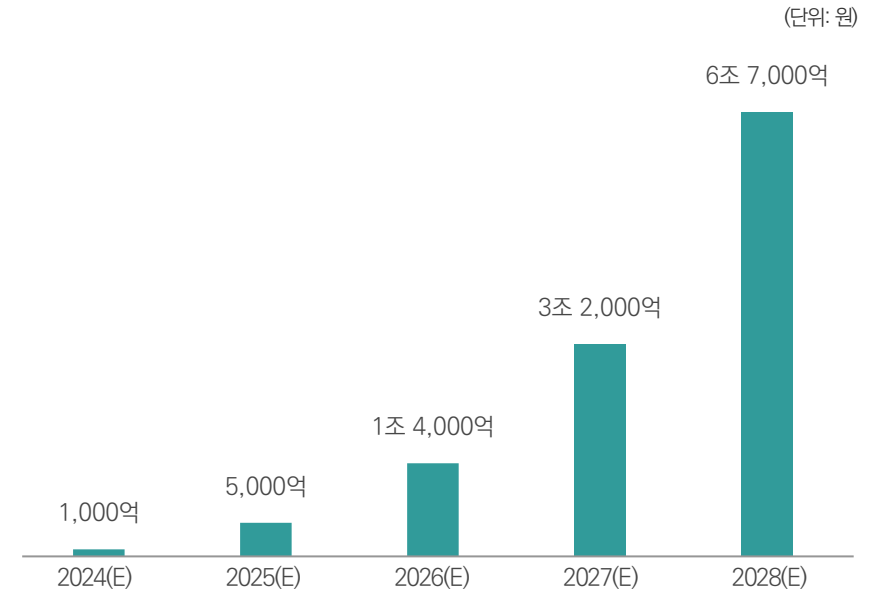


- 전용 스토어에서 상품 등록부터 결제, 고객 관리, 마케팅, 애널리틱스까지 통합 처리 운영 가능
- 자사몰과 연동 가능하고, 외부 포털 사이트에 노출되지 않는 유튜브 전용 특가 프로모션 관리 가능
- 가입 절차 없이 주문자명, 주소, 연락처 등 필수 정보만 입력하면 주문 가능하도록 주문 과정 간편화
- 카드, 계좌이체, 가상 계좌, 간편결제(삼성페이, 애플페이, 토스) 등 결제 편의성 강화

시청 중 스토어에서 즉시 구매 가능

유튜브 국내 라이브커머스 매출 전망

(미래에셋증권 리서치센터, 2024)



네이버 치지직, 구독형 광고 제거 상품 출시

라이브, VOD 시작 전 광고만 노출하던 네이버 치지직은 정식 출시 한 달 만에 중간광고를 도입하고 구독형 광고 제거 상품 '치트키'를 출시 시청자가 치트키를 구독해 광고를 제거를 해도 시청 시간에 따라 치지직에서 일부 금액을 보전해 스트리머에게 수익을 분배하는 것이 특징 스트리머와의 동반 성장을 위해 빠르게 중간광고를 도입한 것으로 분석, 향후 고도화되는 기능들이 치지직의 수익성 강화로 이어질지 귀추가 주목

'치트키' 주요 내용 및 치지직 고도화 방향

광고 제거

- 라이브 재생 전, 중간 광고 제거
- 다시 보기 및 동영상 재생 전, 중간 광고 제거
- 라이브 및 동영상 화면의 배너 광고 제거

구독 혜택

- 시청한 방송의 프로, 파트너 스트리머 후원
- 활용도 높은 치트키 이모티콘 제공
- 나만의 채팅 닉네임 컬러 설정 기능 제공

이용 금액

- 월 14,300원 정기 결제



치지직 중간광고
프로, 파트너 스트리머가 30분/ 45분 광고 주기 설정 가능
(15초/ 30초 광고 최대 2개 노출)

보이스 후원

네이버의 AI 보이스 기술을 적용한 스트리머 보이스 후원 기능 추가 예정(올해 3분기 내)

드롭스

게임사와 협업으로 이용자가 특정 게임 방송을 시청하면 해당 게임의 아이템을 주는 기능 추가 예정(올해 여름)

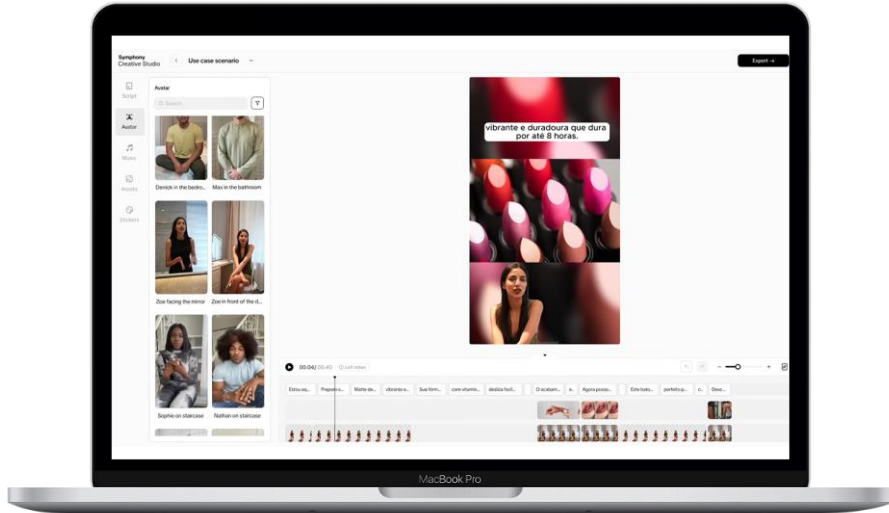
카페 연동

스트리머의 팬카페에서 치지직 라이브 진행 여부 확인 기능 및 VOD 노출 확인 기능 추가 예정

틱톡, AI 콘텐츠 제작 서비스 ‘심포니’ 공개

틱톡이 AI 기술을 이용해 크리에이터들의 콘텐츠 제작 효율성을 높일 수 있는 AI 콘텐츠 제작 서비스 ‘심포니’ 베타버전을 공개
특히 실제 인물을 기반한 아바타 생성 기능은 모델을 직접 만나지 않고, 심포니 디지털 아바타 기능을 활용해 기업이 원하는 형태의 광고 제작 가능
심포니로 제작된 모든 영상은 AI 생성 영상 라벨이 지정, 콘텐츠 제작에 AI 기술이 더해져 크리에이터들의 창의력을 더욱 증폭시킬 것으로 기대

AI ‘심포니(Symphony)’ 주요 기능



Symphony Creative Studio
다국어 번역 및 음성 오버레이 지원



Symphony Assistant

아이디어 브레인스토밍, 모범 사례 구현,
트렌드 식별 등을 돕는 가상 어시스턴트 기능



Symphony Digital Avatars

실제 사람 기반 생성 AI 아바타로 사전 등록된
스톡 아바타와 맞춤 제작 커스텀 아바타 활용 가능



Symphony Creative Studio

제품 세부 정보와 URL을 입력하면
다양한 샷폼 영상을 생성해 주는 도구



TikTok Ads Manager

디스플레이 카드, 캐러셀 이미지를 시로
자동 최적화하여 광고 성과를 높이는 도구

MEDIA NEWS BRIEF

구분	매체명	주요 내용
광고 정책 및 상품	구글	· 새 구글 애즈 UI 디자인 Full Launching: 새로운 구글 애즈 UI 디자인이 모든 계정에 도입, 기존의 구글 애즈 디자인은 24년 8월 30일부로 완전히 종료될 예정
		· 전환 경로 보고서에 동영상 노출수 반영 업데이트: 구글 애즈 전환 경로 보고서에 동영상 노출수를 반영하여 브랜딩 캠페인을 통한 상호작용 및 낙수효과 확인 가능하도록 업데이트
		· 디맨드젠 유사 세그먼트 최저 기준 완화: 디맨드젠 캠페인 Lookalike 잠재고객 기능을 활용할 수 있도록 시드 고객리스트 최소 기준선 완화(기준 1,000개 → 2024년 2분기부터 100개로 변경)
	카카오	· 모먼트 주류 업종 가이드 변경: 기존 집행 불가했던 알코올 17도 이상 주류의 경우, 디스플레이, 비즈보드(배너/이미지 형태)에서 성인&심야 타겟팅 설정하여 집행 가능(동영상 집행 불가)
		· '카카오 픽셀 헬퍼 (Pixel Helper)' 오픈: 웹사이트에서 카카오 픽셀 스크립트가 잘 설치되어 이벤트가 전송되고 있는지 확인할 수 있는 크롬 확장 프로그램
		· 모먼트 보고서 신규 지표 'ROAS, 추정 ROAS' 추가(7/8~): 보고서 픽셀&SDK 전환지표 하위에 신규 지표 'ROAS, 추정 ROAS' 제공(CPT 상품 제외)
		· 디스플레이 광고 소재 레이아웃 추가: 네이티브 이미지 2:1 > MO 노출 소재 레이아웃 추가 (프로필 이미지, 프로필 이름, 홍보문구 등 노출되는 광고 에셋 추가 - MO 다음 > 홈&쿠킹탭)
	네이버GFA	· 참여유도(리드광고) 캠페인 오픈(7/4~): 네이버폼 활용한 간편한 정보 제출을 통해 브랜드에 관심 있는 사용자 대상 신청, 예약, 응모 등의 참여 유도 목적의 캠페인 운영 가능
		· 자사몰 대상 카탈로그 판매 목적 캠페인 오픈(7/17~): 네이버 쇼핑에 입점한 자사몰 광고주 대상(자사몰 NDA 스크립트 설치 필수)으로 확대하여 네이버 쇼핑 상품 DB 및 사용자 행동 데이터 활용한 캠페인 가능
		· 네이버 PC 메인 하단 영역 광고 노출 확장(7/18~): 네이버 PC 메인 타임보드 지면에 '웹사이트 전환', '인지도 및 트래픽', '쇼핑 프로모션' 캠페인 목적으로 '네이티브 이미지' 소재 등록시 노출 가능
	TVING	· 신규상품 <소름유발 핫썸머 패키지> 출시(7/9) : TVING 오리지널 콘텐츠 '샤먼:귀신전', 흥행작 '파묘' 등 공포/스릴러 콘텐츠에 집중 노출되는 시즌별 특판 상품

MEDIA NEWS BRIEF

구분	매체명	주요 내용
프로모션	T전화	· 7~8월 프로모션: 집행구간 별, 추가 서비스율 차등 제공(30~50% 서비스율 제공)
	SK컴즈	· 3분기 프로모션: 2,000만원 이상 집행 시, 30% 추가 수수료 지급
	다방	· 3분기 프로모션: 첫 집행 시, 메인 팝업 3일 무상 집행 가능 및 1년 이내 추가 집행 시, 모든 구좌 30% 단가할인 제공
	스노우	· 3분기 수수료 프로모션: 3분기 내 AR/AI필터 집행 시, 수수료 20% 제공(기존 수수료율 : 10%) · 3분기 집행 프로모션: 3분기 내 AR/AI필터 750만원 이상 집행 시, AR 필터/AI 브랜드드 콘텐츠 광고 전상품 25% 단가할인 제공
	닥터다이어리	· 3분기 수수료 프로모션: 3분기 내 집행 시, 수수료 20% 제공(기존 수수료율 : 15%) · 3분기 집행 프로모션: 3분기 내 집행 시, 배너 광고 전 상품 50% 단가할인 제공

MEDIA NEWS BRIEF

구분	매체명	소재 유형	패키지 소개	단가(원)
[특판] 파리올림픽 패키지	네이버	동영상 / 배너	<ul style="list-style-type: none"> 스포츠 메인, 올림픽 특집 메인 페이지 등에 노출되는 패키지 골드 패키지, 실버 패키지, 브론즈 패키지 - 3가지 패키지로 구성 	1억 / 3억 / 5억
	SMR	동영상	<ul style="list-style-type: none"> 파리올림픽 경기 클립, 생중계 등에 노출되는 패키지 5,000만원 패키지, 1억원 패키지 - 2가지 패키지로 구성 	5,000만 / 1억
	KBS	동영상 / 배너	<ul style="list-style-type: none"> 프리롤/미드롤, 유튜브 하이라이트 클립 등에 노출되는 영상 패키지와 다양한 종목별 패키지 상품 보유 노출 플랫폼: KBS 스포츠, KBS뉴스, KBS홈페이지 등 	패키지별 상이
	SBS M&C	동영상	<ul style="list-style-type: none"> SBS가 운영하는 다수의 유튜브 채널에서 파리올림픽 관련 콘텐츠를 타겟팅하는 유튜브 예약형 상품 노출 채널 : 스포츠머그, 스포츠스포츠, SBS 뉴스, 스포츠뉴스 	1,000만
	아프리카TV	동영상 / 배너	<ul style="list-style-type: none"> 파리올림픽 기간 동안, 파리올림픽 특집 페이지 등 주요 지면에 노출되는 패키지 Main 구좌, Sub 구좌, 중간광고 - 3가지 패키지로 구성 	500만 / 2,500만 / 4,000만
	디지털캠프	동영상 / 배너 / 애플시 / LMS	<ul style="list-style-type: none"> 캠페인 목적에 따른 배너 상품 혹은 동영상 상품과 애플시 상품으로 구성된 패키지 카드사/통신사 데이터 기반의 LMS 발송 가능 	1,000만 / 발송단가별 상이(LMS)
	인터웍스	동영상 / 배너	<ul style="list-style-type: none"> 문맥·키워드 타겟팅을 활용, 약 100여 개 제휴 언론사의 파리올림픽 관련 기사 내에 노출 DA 패키지, 500만원 패키지, 1,000만원 패키지 - 3가지 패키지로 구성 	500만 / 1,000만
	ACE Trader	배너	<ul style="list-style-type: none"> 파리올림픽 기간 동안 관련 기사 및 커뮤니티 페이지 내에 노출되는 배너 상품 PC/MO(웹) 카테고리 타겟팅 가능 	1,000만
	타겟팅게이츠	배너	<ul style="list-style-type: none"> 모든 배너 상품에 올림픽 DMP 모수(스포츠 관심그룹 관련 모수) 활용이 가능한 패키지 DMP 시나리오의 경우, 추가 및 제외 가능 	500만 / 1,000만

03

NEW MEDIA

네이버페이
오늘의집
에이블리

신규 상품

네이버페이

네이버쇼핑에서 구매 시 리워드가 지급되는 '네이버쇼핑 구매적립(CPS)', 네이버페이 배너 클릭 시 리워드가 지급되는 '쇼핑 타임 배너', 리워드 지급을 통해 알림 받기를 유도하는 '알림받기' 신규 보상형 광고 상품 출시

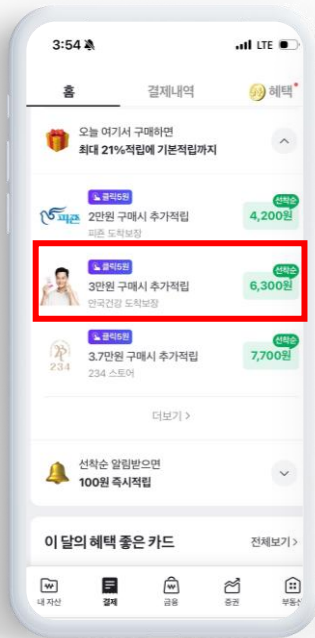
광고 형태	상품 유형	판매 방식	미디어 파워
MO	이미지	CPS, CPP, CPC	MAU 3,000만

네이버쇼핑 구매적립(CPS)

네이버쇼핑과 네이버페이 주요 지면에 고정 노출 구매력 있는 유저 대상으로 스토어 결제 유도 가능



네이버쇼핑 영역



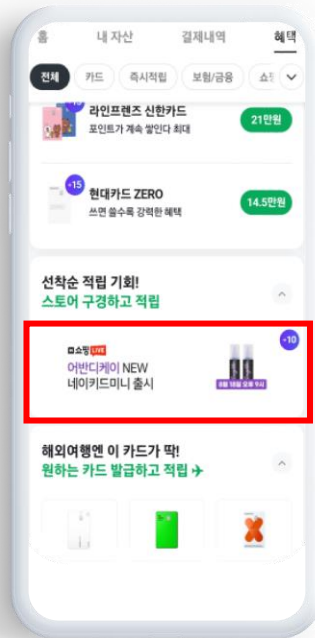
네이버페이 영역



광고주 구매페이지

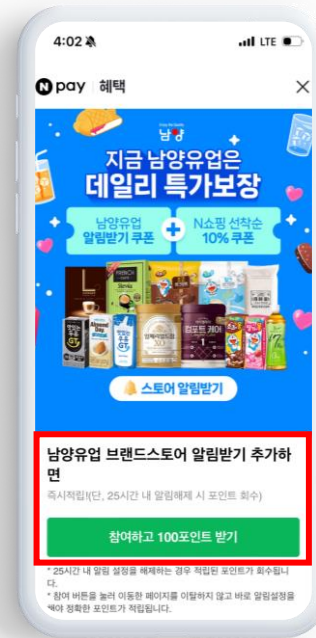
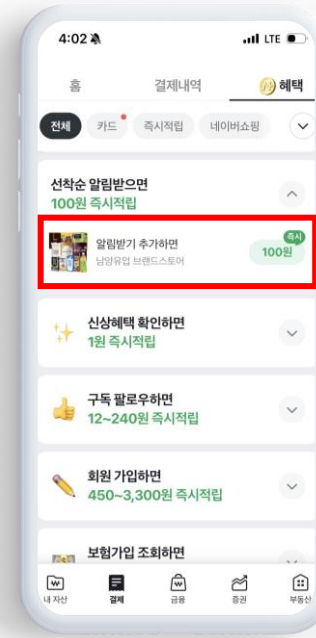
쇼핑 타임 배너

네이버페이 혜택 상단 영역에 2시간 고정 노출 배너 단시간 집중적으로 스토어 방문 유도 가능



알림받기

관심 매장 등록 및 알림 동의 기능을 결합 월 1회 알림 발송과 라이브 방송 시 예고 알림 자동 발송



남양유업 브랜드스토어 알림받기 추가하면
즉시적립(단, 25시간 내 알림해제 시 포인트 환수)

참여하고 100포인트 받기

* 25시간 내 알림 설정을 해제하는 경우 적립된 포인트가 환수됩니다.
* 참여 버튼을 눌러 이동한 페이지를 이탈하지 않고 바로 알림 설정을 해야 정확한 포인트가 적립됩니다.

오늘의집

매주 새로운 챌린지 소재와 미션을 수행하면 리워드를 지급하는 유저 참여형 이벤트 '기록 챌린지' 출시
 전용 채널뿐 아니라 추천 로직에 따라 홈 화면, 상품페이지 스타일링샷 등 다양한 지면에 챌린지 참여작 노출 가능

광고 형태	상품 유형	판매 방식	미디어 파워
MO	유저 참여 챌린지	월 2~3 구좌 한정 판매	MAU 1,000만

챌린지 광고 구성 요소

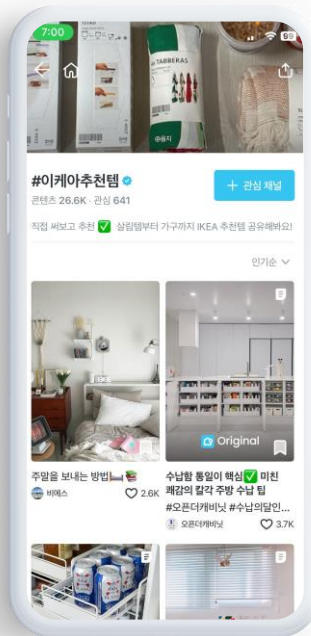
참여 방법과 미션 요건, 리워드 확인 가능한 시드 페이지와 참여 콘텐츠를 모아볼 수 있는 전용 채널 생성
 리워드 제공을 통한 제품 홍보 및 제품 이미지 포함된 알림 메시지 발송 가능

챌린지 광고 사례

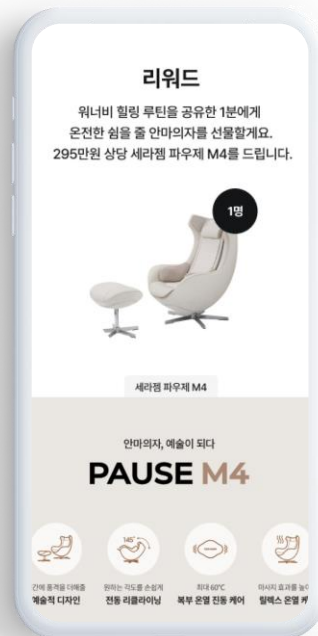
오늘의집 유저가 자발적으로 참여한 챌린지 참여작에
 유저들이 반응하고 댓글을 작성하며 브랜드의 긍정 인식 강화



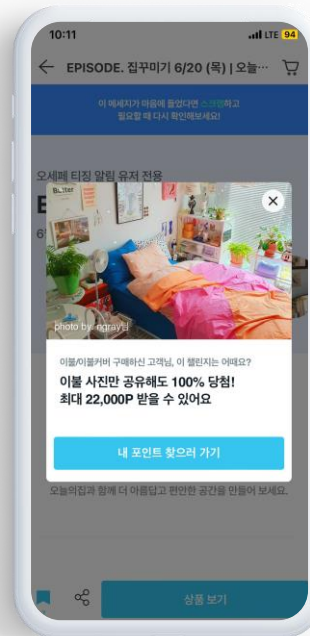
챌린지 시드 페이지



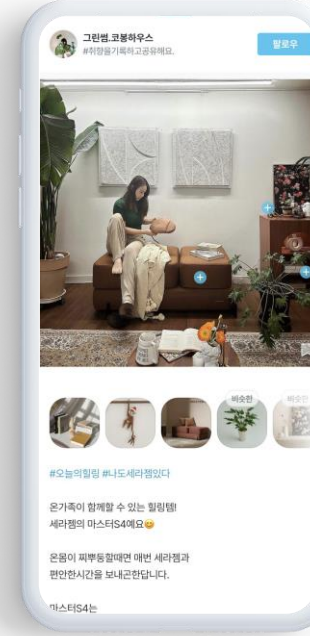
챌린지 전용 채널
 (종료 후 채널 유지 가능)



리워드 제공 제품 홍보



인앱 알림 메시지



챌린지 참여작



참여작 댓글 반응

신규 상품

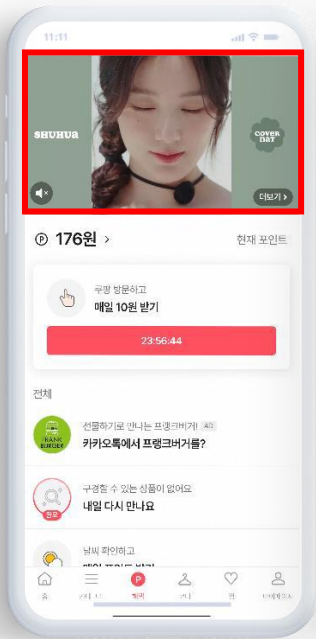
에이블리

결제 유저의 구매 여정에 맞춰 구매 전-혜택 페이지 > 구매 중-검색 페이지 > 구매 후-마이 페이지에 노출 가능한 에이블리 미입점 광고주 전용 배너 광고 신규 상품 출시

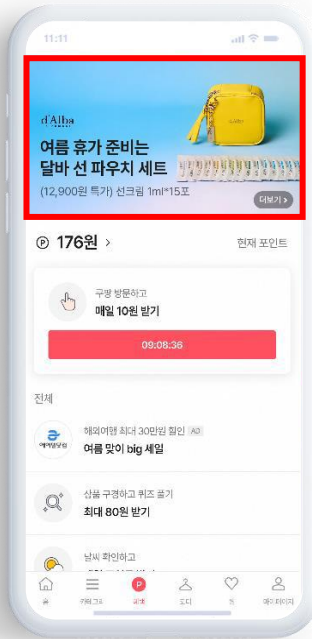
광고 형태	상품 유형	판매 방식	미디어 파워
MO	동영상/이미지	CPP	MAU 833만

혜택 탭 Top 배너

매일 방문하여 포인트를 획득하는 혜택 탭 최상단 배너
강력한 브랜드 메시지 전달 가능



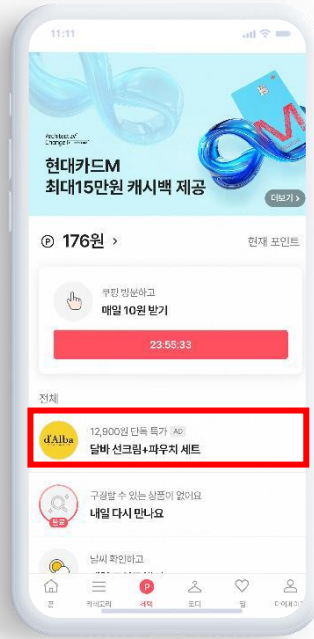
동영상형



이미지형

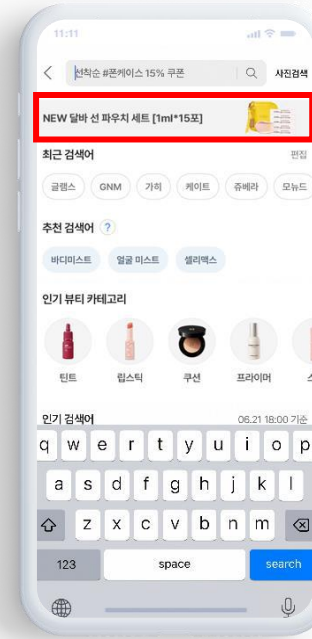
혜택 탭 리스트 배너

현재 포인트 하단 리스트 배너로 높은 주목도 확보 가능



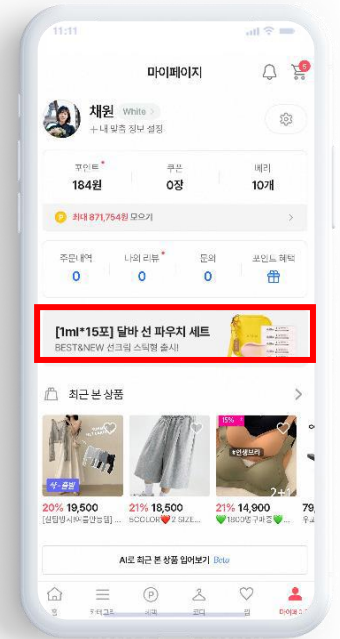
검색 페이지 배너

구매 목적의 제품 탐색을 위해 진입하는 검색 페이지 배너로 클릭 유도 용이



마이 페이지 배너

마이 페이지 상단 배너로 높은 주목도 확보 가능



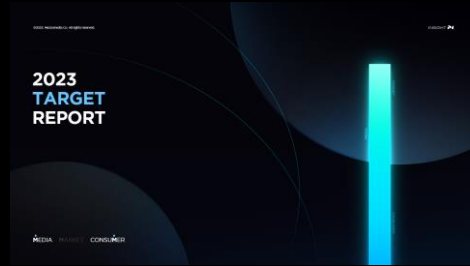
함께 보면 좋은,
메조미디어 추천 콘텐츠



2024 트렌드 리포트



2024 업종 분석 리포트



2023 타겟 분석 리포트 (10대-50대)



2024 디지털 미디어 마일스톤



2024 소비 트렌드 _ 초저가 소비

INSIGHT

MEDIA | MARKET | CONSUMER

[연락 문의](#) >

[뉴스레터 구독신청](#) >

[INSIGHT M 자료실](#) >