

# MEDIA & MARKET REPORT

## 2024. 09

- MEDIA
  - MARKET
- CONSUMER



01

# MARKET ISSUE

---

MZ세대 요노족 겨냥한 광고 제작 활발  
텍스트힙, 종이책 감성에 매료된 Z세대  
AI 기술 활용한 가상 PPL, VPP 광고 관심 고조

# MZ세대 요노족 겨냥한 광고 제작 활발

현재 지향적 소비인 옴로(YOLO, You Only Live Once)를 외치던 MZ세대가 꼭 필요한 소비만 하는 요노(YONO, You Only Need One)로 변화  
고물가, 고금리 현상이 지속되자 골프, 캠핑 등 고가 취미를 즐기던 젊은 세대들이 실용성을 중시하는 불황형 소비 패턴으로 변화한 것으로 분석  
기업들은 MZ세대에게 인기 있는 모델을 기용하고 실용적인 라이프 스타일을 강조한 요노족 공략 광고 마케팅을 더욱 활발히 할 것으로 전망

## ‘요노족’ 겨냥 광고 제작 사례

### 자동차



엔카닷컴 X 기안84

최근 중고차 플랫폼 엔카닷컴에서 사치 없는 실용적인 라이프 스타일과 진솔한 이미지의 기안84를 모델로 발탁하고 기안84 이름을 활용해 '엔카밍고 내 차, 8고 4고' 카피로 광고 제작

### 식음료



더벤티 X 데즈

MZ세대를 중심으로 부담 없는 가격으로 즐길 수 있는 저가 커피 브랜드의 인기가 지속되자 더벤티는 데즈를 브랜드 모델로 발탁, 데즈 포토카드 제작 등 MZ세대 요노족을 겨냥한 마케팅에 열중

### 금융



NH농협은행 X 고윤정

관리비, 마트, 이동통신 등 생활비 절감에 다양한 혜택을 담은 'zgm 할인카드'를 출시, 배우 고윤정과 '지금 원하는 라이프, zgm으로부터'라는 메시지로 실질적 할인을 강조한 광고 제작

# 텍스트힙, 종이책 감성에 매료된 Z세대

서울에서 열린 <2024 국제 도서전>에 15만 명의 인파가 몰리며 역대 최고 방문객 수를 기록, 방문객들은 도서전을 팝업 스토어처럼 즐기는 양상  
영상 콘텐츠에 익숙한 Z세대가 최근 독서와 기록이 힙하다고 생각하는 '텍스트힙(Text Hip)' 감성에 매료되어 독서 경험을 글과 사진으로 SNS에 공유  
기업들은 직접 도서를 출간, 오프라인 공간을 활용하거나 출판업계와의 협업 마케팅을 통해 독서를 즐기는 Z세대와의 접점을 더욱 늘릴 것으로 전망

## 텍스트힙 트렌드 반영 마케팅 사례

### 금융



토스 - 더 머니북

금융생활 안내서 <더 머니북>을 펴낸 토스는 도서전에 상점  
컨셉트 스토어 부스 오픈, 금융 관심사에 맞는 주제를 선택하고  
원하는 속지로 나만의 머니북을 만드는 '북 바인딩' 체험이 인기

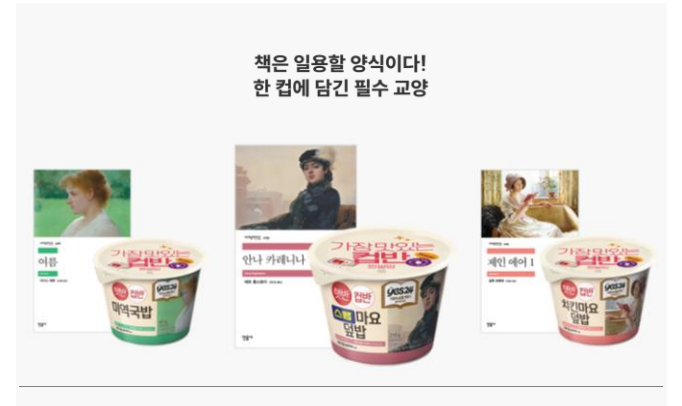
### 자동차



BMW X 교보문고

BMW의 차세대 제품군 '노이어 클래식' 홍보를 위해 에세이집  
'낯설거나 새로운'을 출간, 새로운 새로움(The Neue New)을  
주제로 교보문고 강남점에 '라이브러리 노이어' 팝업 공간 오픈

### 유통



Emart24 X yes24

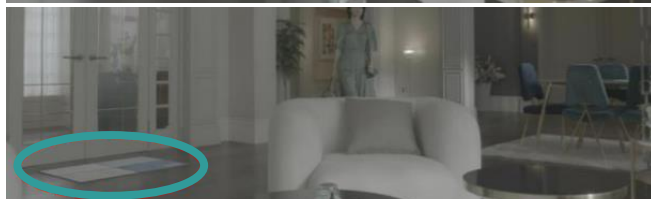
'책은 일용할 양식이다'라는 슬로건에 맞춰 'CJ 햇반컵반 민음사  
세계문학 전집 에디션' 3종 출시, 햇반컵반 패키지에 민음사의  
고전 작품 이미지를 담고, 예스24 상품권 증정으로 독서 유도

# AI 기술 활용한 가상 PPL, VPP 광고 관심 고조

최근 직접 촬영하지 않고 촬영본에 AI를 활용한 후 편집으로 PPL을 삽입하는 가상 PPL, VPP(Virtual Product Placement) 광고에 대한 관심이 고조  
제작자는 광고주 섭외와 촬영에 소요되던 시간 및 비용을 절감할 수 있고, 광고주는 시청률을 확인하며 적절한 시기에 PPL 집행 가능  
콘텐츠 방영 시점에 따라 VPP 노출하는 제품의 교체가 가능해 콘텐츠를 충분히 보유하고 있는 OTT 업계의 미래 먹거리로 부상할 것으로 기대

## VPP 광고 제작 사례

### 전자



삼성 비스포크 러그

국내 최초 영상 AI 기술 기반 디지털 PPL로 직접 촬영하지 않고 스팍랩의 '인쇼츠' AI 솔루션으로 tvN 드라마 마에스트라 영상 내 특정 장면에서 삼성 비스포크 러그 제품을 후편집으로 삽입

### 뷰티



왁티 SW19 핸드크림

tvN 드라마 마에스트라 촬영본 콘텐츠를 AI가 분석해 핸드크림 제품이 나타나기 적합한 순간과 영역을 찾고, 필요 시 영상 내 물체를 삭제·교체해가며 상품 및 로고가 잘 노출되도록 삽입

### 식품



MARS M&M

아마존 프라임 비디오는 자체 VPP 툴을 활용해 M&M 캠페인 광고를 영상 내 적절한 위치에 노출, 브랜드 호감도 및 구매도 상승효과 확인



02

# MEDIA ISSUE

---

구글, 서드파티 쿠키 제거 정책 철회  
네이버TV, 오픈 플랫폼으로 전환

# 구글, 서드파티 쿠키 제거 정책 철회

구글은 올해 3분기 서드파티 쿠키에 대한 수집·제공 전면 폐기 정책을 철회하고, 크롬 브라우저에서 서드파티 쿠키를 유지하겠다고 발표  
사용자가 개인정보 보호를 강화할 수 있도록 자신의 인터넷 서핑 정보를 바탕으로 쿠키 허용 여부를 선택할 수 있는 옵션을 제공한다는 계획  
쿠키 수집 동의율이 낮을 것을 대비해 광고업계는 구글의 개인정보 보호 측정 솔루션과 같은 1st Party-Data 중심 솔루션 활용으로 대응해 나갈 전망

## ‘서드파티 쿠키 제거 정책 철회’ 주요 내용

<b>배경</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 쿠키 수집이 사용자 개인정보를 침해한다는 비판 제기 → 쿠키 제공 중단 계획 발표 및 ‘프라이버시 샌드박스’ 기술 개발             <ul style="list-style-type: none"> <li>↳ 영국 경쟁시장처(CMA): 쿠키 제공 중단이 오히려 구글의 정보 독점력을 강화할 수 있다고 우려</li> <li>↳ 영국 정보위원회(ICO): 프라이버시 샌드박스가 데이터 프라이버시 기준을 충족하지 못한다고 우려</li> </ul> </li> </ul>
<b>주요 내용</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 구글은 서드파티 쿠키를 완전히 제거하는 대신, 사용자가 쿠키 수집 여부를 선택할 수 있는 옵트인 모델을 도입할 예정             <ul style="list-style-type: none"> <li>↳ 크롬 웹페이지 진입 시, 사용자들에게 ‘쿠키 수집에 대한 동의/비동의 여부’를 결정하는 메시지 전송 예정</li> </ul> </li> </ul>
<b>향후 계획</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 프라이버시 샌드박스를 지속적으로 개선하고 투자할 예정</li> <li>• IP 주소를 익명 처리하여 추적을 차단하는 ‘IP 보호’ 기능을 크롬의 시크릿 모드에 도입할 계획</li> </ul>

## 구글의 개인정보 보호 측정 솔루션 (Privacy Centric Measurement)

<b>향상된 전환</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 광고주 전환 페이지 내 1st Party-Data를 암호화 후 구글 로그인 데이터와 함께 활용하면서 구글애즈 계정 전환의 정확도를 개선해 주는 솔루션</li> </ul>
<b>고객 일치 타케팅</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 광고주의 1st Party-Data를 분류하여 구글애즈에 업로드 후 구글 데이터와 매칭, 일치하는 사용자 그룹을 잠재 고객 목록으로 설정하고 광고 캠페인 최적화에 활용하는 솔루션</li> </ul>

\*프라이버시 샌드박스(Privacy Sandbox): 서드파티 쿠키를 대체 개인정보를 보호하면서 효과적인 디지털 광고를 가능하게 하는 기술 개발 프로젝트

# 네이버TV, 오픈 플랫폼으로 전환

네이버는 올 3분기 네이버TV(앱: 네이버NOW로 통합)를 조건 없이 누구나 채널을 개설하고 콘텐츠를 공유할 수 있는 오픈 플랫폼으로 전환 발표  
네이버TV는 개설 진입장벽을 없애 일반 창작자들을 대거 유입하고 수익 창출의 기회를 제공해 유튜브, 틱톡 등 글로벌 동영상 플랫폼에 대응 예정  
숏폼 플랫폼 '클립'을 중심으로 네이버TV, 치지직 등 이용자 중심의 서비스를 서로 연계한 영상 콘텐츠 사업이 새로운 성장 모멘텀이 될 것으로 기대

## '네이버TV' 주요 전략 방향

### 채널 개설 조건 폐지

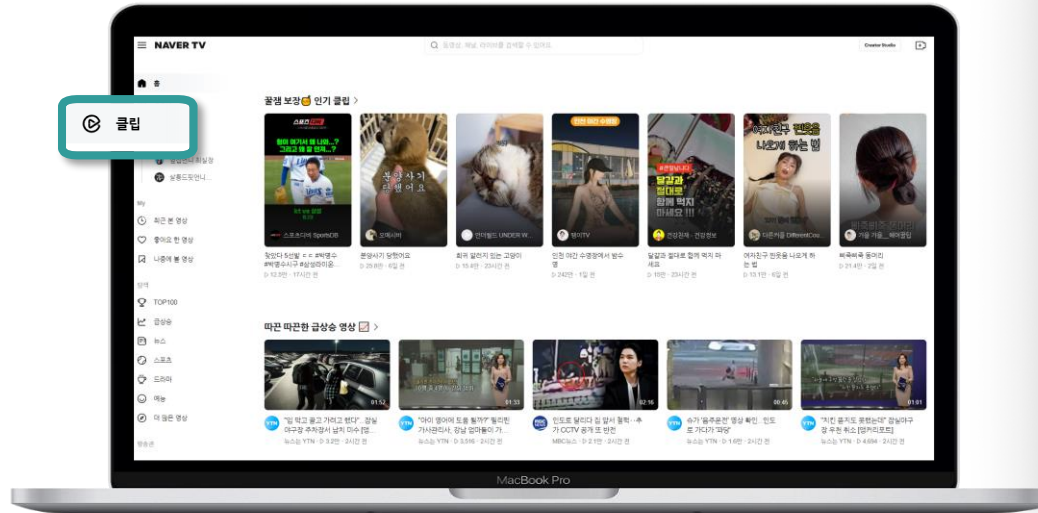
- 채널 개설을 위한 타 채널 (블로그, 카페, 유튜브 등) 구독자 100명 이상 보유라는 기존 자격 조건 전면 폐지로 일반 창작자 유입 활성화

### 수익 창출 기회 제공

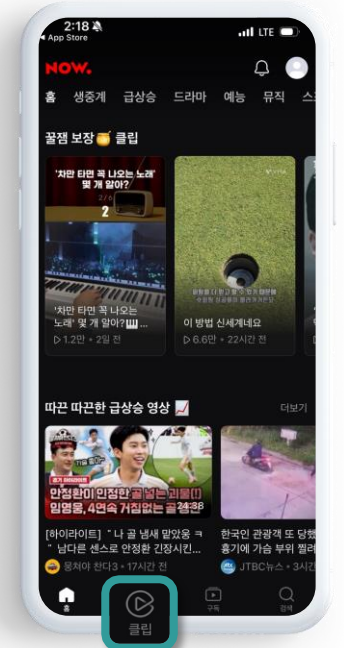
- 네이버TV 일반 창작자들의 구독자 수가 일정 수준 이상일 경우 광고 도입 등 수익을 창출할 수 있는 기회를 제공하여 우수 창작자 및 양질의 콘텐츠 확보

### '클립' 콘텐츠 확대

- 네이버TV, 네이버NOW 메뉴 내 '클립' 연동으로 이용자 접근성 확대
- 치지직-클립 연동 및 치지직 스트리머가 제작한 클립을 네이버 앱 노출 예정



네이버TV



네이버NOW



# MEDIA NEWS BRIEF

구분	매체명	주요 내용
광고 정책 및 상품	구글	· 쇼츠 게재지면 & 콘텐츠 테마 제외 기능 업데이트: 유튜브 쇼츠 지면에 광고 노출 시 광고 영상 전/후에 노출되는 콘텐츠를 조정할 수 있도록 기능 업데이트
		· 디맨드젠 캠페인 도달 범위 플래너 사용 가능: 디맨드젠 캠페인에서도 도달범위 플래너(Reach Planner)를 활용 가능하도록 상품 업데이트, 디맨드젠 캠페인을 통한 예측 전환수, 평균 CPA, 평균 CVR 확인 가능
		· 디맨드젠 Creative Preference 기능 사용 가능: Creative Preferences 설정을 통해 인벤토리 별 광고가 게재되는 위치와 방식을 더욱 효과적으로 관리 가능
	카카오	· 브랜드검색 광고 상품 단가 변경(9/9): PC/모바일 검색 매체 대상, 디바이스별 기존 쿼리구간 1의 기본형 단일 단가로 통일
		· 모먼트 포커스 보드 beta 기간 종료 및 판매 구좌 확장(8/19): 특정 시간대(10,14,16시)만 우선 판매하던 포커스보드 beta 기간 종료 및 전체 10구좌로 판매 확장(8/19)
	Meta	· 메타 전환 성과와 GA 성과 차이 최소화를 위한 테스트 진행 중: 비즈니스 혹은 광고계정 단위로 GA를 연동하여 GA상에서 메타의 기여가 정상 반영될 수 있도록 진행
프로모션	Meta	· 하반기 프로모션: 광고계정, 비즈니스에 GA를 연결할 시 1,000 USD 지급/ 카탈로그를 사용한 자동화 캠페인(어드밴티지+카탈로그 광고) 신규 집행 시 1,000 USD 지급
	T전화	· 8~9월 프로모션: 집행구간 별 추가 서비스율 차등 제공(30~50% 서비스율 제공)
	란다	· 9월 프로모션: 신규 브랜드 캠페인 or 뷰티 업종 캠페인 대상, 30~50% 서비스율 제공
	JTBC골프	· 8~11월 프로모션: 기간 내 1구좌 부킹 시, 1구좌 추가 증정(*15초 소재만 집행 가능)

03

# NEW MEDIA

---

바이비  
아이보리  
Dalgo T

# 바이비

아파트 세대내를 넘어 공용부 및 커뮤니티 공간의 서비스화 등 파편화된 솔루션을 통합한 주거 통합 서비스 플랫폼  
아파트에 거주하는 약 40만 명의 인증된 입주민이 사용하는 플랫폼으로 2050세대 여성 타겟 캠페인에 효과적

광고 형태	상품 유형	판매 방식	미디어 파워
MO	이미지	CPP	MAU 15만+

## 팝업 패키지

앱 접속 입주민 전체에게 최소 1회 이상 노출  
단기간 폭발적인 클릭 유도 및 브랜드 홍보 효과적

## 배너 패키지

입주민이 매일 사용하는 주요 기능 상단 노출로  
높은 주목도 확보 가능(외부 링크 랜딩 가능)

## 입주민 이벤트 패키지

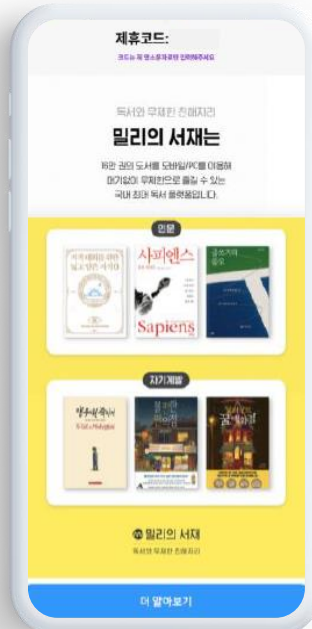
메인 팝업과 협찬 이벤트를 통해 참여율이 높아  
브랜드 및 상품 홍보에 효과적



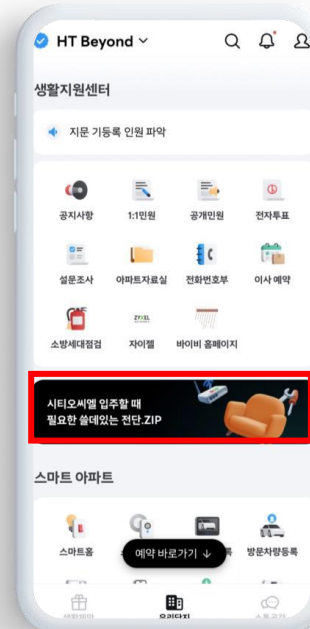
[메인] 팝업



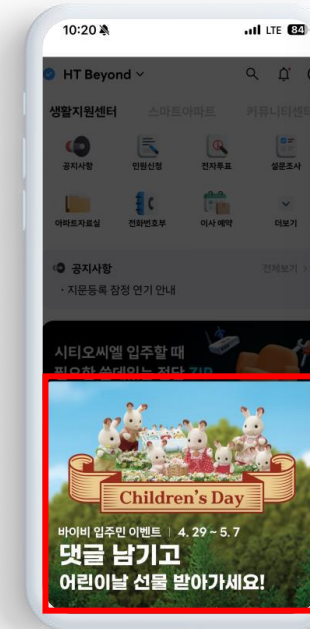
[생활제인] 빅 배너



상세페이지+외부링크



[메인] 상단 배너



[메인] 팝업



[소통공간] 입주민 이벤트

# 신규 매체 아이보리

산후조리원 신생아 영상 서비스 베베캠 및 임신, 출산, 육아 관련 정보와 쇼핑몰 등 토탈 서비스를 제공하는 플랫폼 산모와 산모 가족들을 타겟으로 진행하는 캠페인에 효과적

광고 형태	상품 유형	판매 방식	미디어 파워
MO	이미지	CPP	-

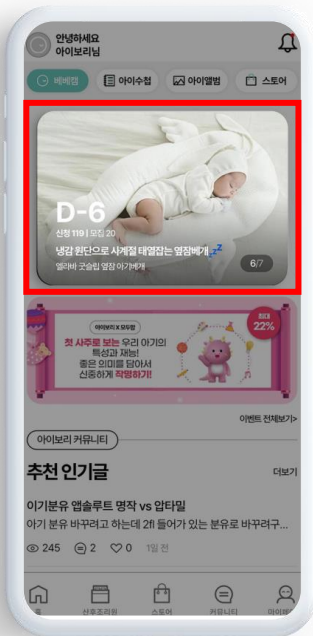
## 팝업 배너

앱 시작 시 전면에 단독 노출로 높은 주목도



## 메인 상단 배너

메인 최상단 고정 노출 브랜드 노출에 효과적



## 메인 띠 배너

메인 화면 상단에 상시 고정 노출로 높은 집중도



## 베베캠 팝업 배너

베베캠 서비스 진입 시 단독 노출로 높은 전환율



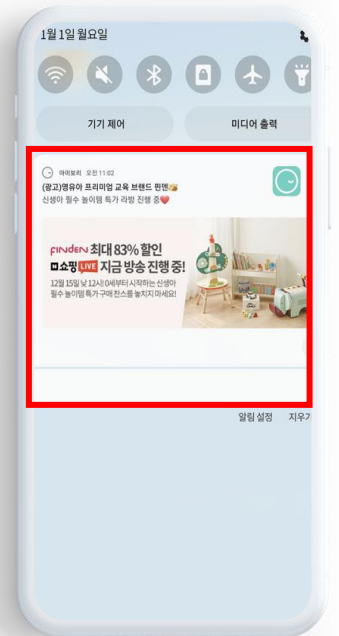
## 베베캠 배너

아기 영상 상단 롤링 띠형 배너로 클릭 유도 용이



## PUSH 광고

앱 푸시 알림 DM 광고 특정 페이지 유입 용이



신규 매체

# Dalgo T

규제 샌드박스를 통해 합법적으로 'LED 광고 송출 트럭'을 운영하는 이동형 디지털 광고 미디어  
 유동인구 밀집 지역 중심으로 운영하고, AI 솔루션을 통해 수집된 데이터로 성과측정 대시보드 제공

광고 형태	상품 유형	판매 방식	미디어 파워
DOOH	동영상/이미지	CPP	일 5만 명 노출

## Add-i 모델 X 차량

차량 우측 1면에 16:9 스크린(2.88mX1.34m)을 보유한 모빌리티 광고 미디어  
 최대 유동인구 지역인 '신사역-신논현역-강남역-양재역'을 메인 노선으로 운영



● Data 기반의 최적 광고 송출 가능

● Add-i 통한 광고 효과 분석

● IoT센서와 비전센서를 통한 주변 환경 정보 수집/분석

# 함께 보면 좋은, 메조미디어 추천 콘텐츠



2024 트렌드 리포트



2024 업종 분석 리포트



2024 디지털 미디어 마일스톤



2024 소비 트렌드 \_ 초저가 소비



2024 소비 트렌드 \_ 초단축 소비

# INSIGHT

MEDIA | MARKET | CONSUMER

[연락 문의](#) >

[뉴스레터 구독신청](#) >

[INSIGHT M 자료실](#) >