

MEDIA & MARKET REPORT

2024. 11

- MEDIA
 - MARKET
- CONSUMER



01

MARKET ISSUE

편의점업계의 새로운 전략, 뷰티 상품 강화
식품업계, 케어푸드로 시니어 타겟 공략
전통문화에 빠진 MZ세대, 힙 트래디션 트렌드

편의점업계의 새로운 전략, 뷰티 상품 강화

최근 편의점업계에서 기존 제품 대비 양은 줄이고, 가격은 내린 소용량·초저가 뷰티 제품 출시에 열을 올리는 중
기존 여행용 키트 위주 화장품에서 화장품업계와 제휴해 전용 라인을 론칭하고, 기초부터 색조까지 뷰티 카테고리 내 제품 라인업을 강화
오프라인 유통의 대세 소비 채널로 자리 잡은 편의점에서 최신 트렌드를 반영한 제품력 있는 뷰티 제품이 새로운 수익원이 될 것으로 기대

편의점업계의 뷰티 제품 출시 사례

CU



엔젤루카

뷰티 브랜드 엔젤루카와 손잡고 팩·세럼·수분크림 출시,
용량을 본 제품의 3분의 1로 줄이는 대신
3천 원이라는 저렴한 가격으로 편의점 소비자 공략

GS25



메디힐·듀이트리·아크네스

다수의 뷰티 브랜드와 협업해 편의점 전용 제품을 출시하고
소비자들이 부담 없이 구매할 수 있도록 소용량 저가 전략 적용,
최근 남성용 제품으로 카테고리 확장

세븐일레븐



마녀공장·메디힐·셀퓨전씨

다양한 뷰티 제품을 브랜드별로 진열하고 전면에 내세운
뷰티·패션 특화 매장을 편의점업계 최초로 오픈,
서울 동대문 상권에 오픈해 외국인 관광객과 Z세대 소비자 공략

식품업계, 케어푸드로 시니어 타겟 공략

식품업계는 내년 고령자 인구 비중이 20% 이상인 초고령화 사회로 접어드는 국내 시장에서 고령친화식단, 케어푸드를 차세대 먹거리로 낙점
개인별 건강 상태와 취향을 고려한 맞춤형 식품 개발을 통한 시니어 타겟의 차별화된 제품들이 연이어 출시되며 업계 선두 경쟁이 치열
국내 고령화 속도가 점점 빨라지고, 건강에 대한 소비자의 관심이 높아지고 있어 케어푸드 관련 시장은 앞으로 더욱 커질 전망

케어푸드 출시 사례

현대그린푸드



그리팅 웰스

고령층을 위한 케어푸드 식단 '그리팅 웰스' 출시,
거동이 불편한 고령층도 손쉽게 균형 잡힌 한 끼 식사를
할 수 있도록 완제품을 정기배송 해주는 방식

CJ프레시웨이



헬씨누리

CJ프레시웨이의 시니어 특화 케어푸드 브랜드 '헬씨누리'는
맞춤형 건강식 세트 '소담한상'을 판매 중,
전담 조직을 통해 시니어 맞춤 상품을 지속 개발할 예정

매일유업



오스트라라이프

시니어 맞춤 영양식 브랜드 '오스트라라이프' 론칭,
식약처가 규정하는 고령자용 영양 조제식품 유형에 맞춰
전문적인 영양설계를 바탕으로 제품 개발

전통 문화에 빠진 MZ세대, 힙 트래디션 트렌드

최근 MZ세대를 중심으로 우리나라의 전통문화를 현대적으로 재해석해 즐기고 소비하는 ‘힙 트래디션’ 트렌드가 확산
트렌디하다는 의미의 ‘힙(Hip)’과 전통 ‘트래디션(Tradition)’이 합쳐진 신조어로 공연, 굿즈, 콘텐츠 등 힙 트래디션의 SNS 공유가 활발
고리타분하지 않은 색다른 문화코드로 자리 잡은 힙 트래디션 마케팅으로 전통문화에 대한 젊은 세대의 관심이 더욱 증가할 전망

힙 트래디션 사례

전시



미키 in 덕수궁: 아트, 경계를 넘어서

국가유산청은 디즈니 코리아와 협력해 전시 개최,
디즈니 캐릭터들이 덕수궁의 왕실 유산과 어우러지는 모습을
국내 젊은 예술가들의 시각으로 재해석한 작품을 전시

체험



경복궁의 가장 깊은 곳
북쪽 권역의 문이 열립니다.

경복궁 별빛야행

경복궁에서 전통국악공연·궁중음식체험 등의 프로그램 진행,
MZ세대 사이에서 예약 경쟁이 치열해지자
‘궁케팅(궁궐+티케팅)’이라는 신조어가 생길만큼 높은 인기

상품 출시



뫼즈

‘뫼즈’는 국립박물관문화재단의 박물관 상품 브랜드로
박물관에 소장 중인 문화유산을 모티브로 한 굿즈 제작·판매,
2030세대가 매출의 60%를 차지하며 MZ 소비자에게 인기



02

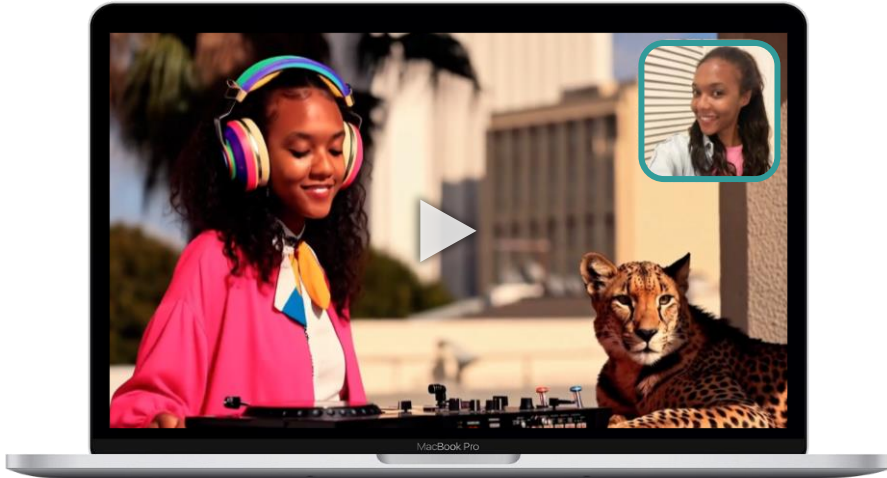
MEDIA ISSUE

메타, 동영상 생성 AI 무비젠 공개
구글, AI 기반 개인화 구글 쇼핑 공개

메타, 동영상 생성 AI '무비젠' 공개

메타가 오픈AI의 '소라'에 맞설 동영상 생성 AI 모델 '무비젠'을 공개, 별도의 오픈소스 공개 없이 내년 메타 플랫폼을 통해 서비스될 예정
텍스트 프롬프트를 통해 영상은 물론 오디오를 동시에 생성하며, 사진을 이용해 실제 인물이 등장하는 맞춤형 동영상을 제작할 수 있는 것이 특징
일반 사용자는 물론 전문적인 영상 제작자까지 다양하게 활용할 수 있으며, 광고 영상 제작에도 도움이 될 수 있을 것으로 기대

'무비젠' 주요 내용



특정 이미지로 개인화된 비디오 생성

프롬프트: 여성 DJ가 LA의 옥상에서 레코드를 돌립니다. 그녀는 핑크색 재킷과 거대한 헤드폰을 착용하고 있습니다. 여성 옆에는 치타가 있습니다. 배경은 도시 풍경입니다.



고화질 비디오 생성

300억 개의 매개변수 트랜스포머 모델을 통해 1080p 해상도, 최대 16초 길이의 영상 생성



정밀한 비디오 편집

비디오 내 특정 요소를 부분적으로 수정할 수 있는 고급 비디오 편집 기능



개인화된 비디오

특정 사람의 이미지를 AI 생성 비디오에 등장시킬 수 있는 개인화된 비디오 기능



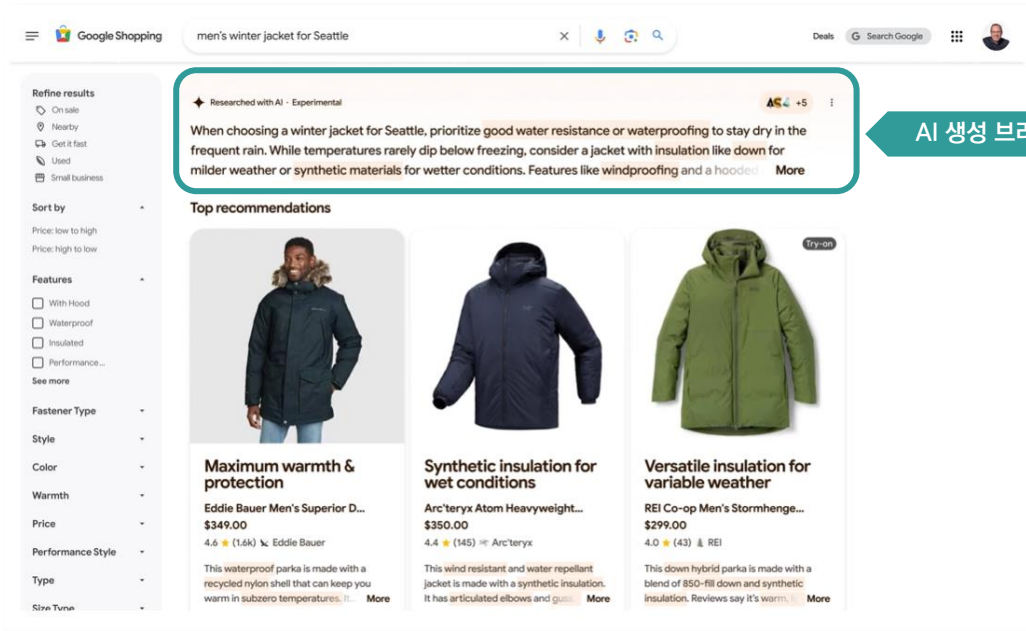
동기화된 오디오 생성

130억 개의 매개변수 오디오 생성 모델을 통합, 영상과 일치하는 사운드 효과나 배경음 생성

구글, AI 기반 개인화 구글 쇼핑 공개

구글이 AI 모델 제미나이(Gemini)와 450억 개의 제품 데이터를 결합해 개인 맞춤 쇼핑 경험을 제공하는 개인화 구글 쇼핑을 미국에서 공개
사용자가 제품을 검색하면 시가 관련 정보를 분석해 최적화된 제품을 추천하며, 구매 시 고려해야 할 핵심 사항들까지 요약해 주는 것이 특징
구글 쇼핑은 단순히 제품을 구매하는 것을 넘어 사용자 각자의 취향과 관심사에 맞는 가상 상점에서 쇼핑하는 경험을 제공하는 것에 초점

개인화 구글 쇼핑 주요 내용



AI 생성 브리프



AI 생성 브리프

웹 전반의 추천 제품과 각 제품이 사용자에게 적합한 이유에 대한 AI 브리프 제공
세분화 카테고리 및 동적 필터 기능으로 제품 비교 및 원하는 상품을 빠르게 서칭 가능

개인화 추천 피드

검색 기록 및 유튜브 시청 내역 기반의 개인화된 맞춤형 추천 상품 피드 노출
사용자가 구글 쇼핑 방문할 때마다 업데이트 및 정보 지속 제공

개인화 딜 페이지

가격 비교, 가격 인사이트, 가격 추적 기능을 활용해 최저가로 제품 구매 가능
개인화된 딜 페이지에서 사용자 관심 높은 할인 상품 추천

AR 쇼핑 도구

증강현실(AR) 쇼핑 도구인 가상 착용 기능을 활용해 실제 착용 모습 미리 확인 가능

사용자가 '시애틀용 남성용 겨울 재킷'을 검색하면,
해당 기후에 적합한 재킷의 종류, 소재, 기능 등 주요 고려 사항을 포함한 AI 브리프 제공

MEDIA NEWS BRIEF

구분	매체명	주요 내용
광고 정책 및 상품	구글	· 2025년 유튜브 마스트헤드 사전 예약 오픈(10/14~) : 25년 전체 기간에 대한 CPH/CPM 마스트헤드 예약 오픈
		· 실적최대화 캠페인 Asset Level Reporting 업데이트: 실적최대화(Pmax) 캠페인 내에서 애셋 단위로 전환성과 데이터 확인 가능하도록 기능 업데이트
		· 검색/디스플레이 캠페인 향상된 CPC 입찰전략 중단(10/1~) : 검색/디스플레이 캠페인에서 향상된 CPC 입찰전략을 활용한 새 캠페인 생성 불가, 25년 3월까지 기존 사용 중인 향상된 CPC도 수동 CPC로 변경 예정, 전환 목적의 캠페인은 스마트 비딩 입찰전략 활용 권장
		· 금융 광고주의 Finance Service Certification 도입 : 구글 광고에 한국 금융 서비스 인증 절차 도입, 11/7일까지 미인증 시 해당 계정 또는 해당 타겟팅을 활용하는 캠페인 운영이 중지될 수 있어 금융 서비스 및 금융 관련 타겟팅 활용 광고주는 기한 내 인증 권장
	Meta	· SSG 협력광고 롤 아웃 : 쿠팡, 올리브영, 11번가, G마켓, 오늘의집, 마켓컬리, 화해, 무신사에 이어 SSG도 협력광고 운영이 가능하도록 업데이트
		· 생성형 AI를 활용한 크리에이티브 기능 확대 : 이미지 생성을 위한 광고주의 상세한 가이드라인 제공 가능, 이미지 생성 시 브랜드 로고 추가 가능 등
		· 위치 타겟팅 지원 옵션 업데이트 : 기존 특정 도시 및 지역 거주자 위주로 지원되던 위치 타겟팅에서 특정 도시 및 지역에 관심 있는 유저에게도 도달 가능하도록 업데이트
	네이버	· 프로배구 정규리그 10월 생중계 패키지 상품 출시(10/19~) : 겨울 최고 인기스포츠 프로배구로 스포츠 관련 타겟 대상 브랜드 각인 효과 기대 가능 (1구좌 1,500만원 / 총 4구좌 판매)
		· 피드 광고 자동 타겟 확장 기능 활성화(10/17~) : 광고에 좀 더 관심을 보일 것으로 판단되는 이용자를 추천해 주는 기능으로 일치하는 이용자 뿐 아니라 머신러닝을 통해 추천된 이용자까지 타겟 노출 가능
	티빙	· 예약형 상품 개편 & 경매형 상품 출시(11월~) : 예약형 - 오늘의TOP20, 앵커PKG, 시청데모PKG, 논스킵CPM, 스키퍼블CPM 구성 & 논타겟팅 CPV 폐지 : 경매형 - 예약형 대비 30~40% 단가 인하한 수준의 최소 금액 및 타겟팅 할증 없이 구매 가능
· 7 days a week 특판 출시 : 화제성 높은 티빙의 주요 앵커 콘텐츠에 노출되는 패키지로, 24-25 KBL 1개월 체험 PKG + 앵커 콘텐츠 PKG 추가 노출 제공		
카카오	· 포커스플류(beta) 광고 상품 출시 일정 변경 : 카카오톡 오픈채팅탭 2번째 버블탭 영역에서 1일 24시간 단독 노출되는 전면형 광고 상품 론칭 일정이 기존 10/16 → 미정(별도 공지 예정)	

MEDIA NEWS BRIEF

구분	매체명	주요 내용
프로모션	KBPAY	<ul style="list-style-type: none"> 4분기 프로모션 : 500만 원 이상 집행 시, 160% 서비스율 제공
	카카오뱅크	<ul style="list-style-type: none"> 4분기 프로모션 : 1,000만 원/ 3,000만 원/ 5,000만 원 패키지 구매 시, 서비스율 차등 제공(*10%~50% 서비스율 제공)
	핑크다이아리	<ul style="list-style-type: none"> 4분기 프로모션 : 캘린더 팝업 1일 + 앱푸시 1일 추가 제공, 소재 롤링 개수 및 교체 횟수 추가 제공(CPM 지면 소재 롤링 최대 4개, 전 지면 소재 교체 최대 3회)
	다방	<ul style="list-style-type: none"> 4분기 프로모션 : 클릭 KPI패키지 57% 단가 할인 제공 : 노출 KPI패키지 68% 단가 할인 제공
	티빙	<ul style="list-style-type: none"> 11월 프로모션 : 24년도 집행 이력이 없는 광고주 대상 - 3천만 원 이상 집행 시, 집행 금액의 100% 서비스 제공(1+1) : 24년도 집행 이력이 있는 광고주 대상 - 3천만 원 이상 집행 시, 집행 금액 구간 별 서비스율 30%~100% 제공 : KBL(프로농구) 전시즌 PKG - 1구좌 7,500만 원 → 6,000만 원으로 단가 인하 & <쿠바 vs 대한민국> 야구 국가대표 평가전 추가 노출 제공 (* KBL전시즌 or 1개월 PKG 구매 광고주 한정)

03

NEW MEDIA

라이프케어
히로인스
문토

신규 매체

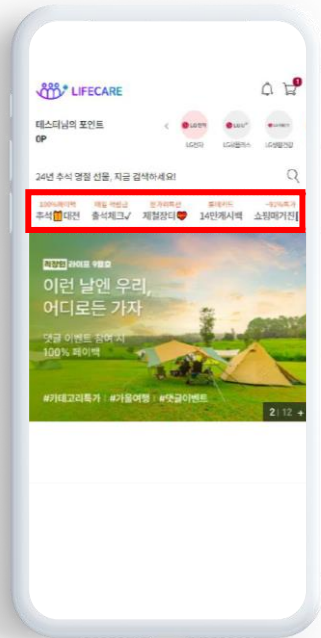
라이프케어

930개 국내 우수 기업의 높은 소득 수준과 정기 복지 포인트를 지급받는 회원들을 보유한 LG라이프케어 복지물
오픈 마켓 대비 높은 인당 객단가와 구매전환율, 광고 ROAS로 매출 상승에 효과적

광고 형태	상품 유형	판매 방식	미디어 파워
PC/MO	이미지	CPP	회원 수 100만

상단 메뉴 광고_GNB

브랜드 인지도 제고
라이프케어 주력 브랜드 이미지 강화



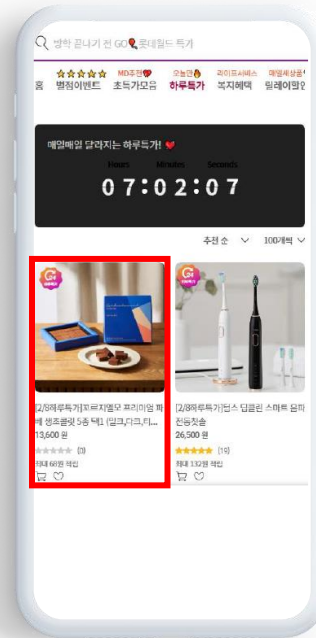
배너 광고_메인 팝업

시즌 기획전 노출로 매출 증진
주요 이동 경로로 신규 고객 확보



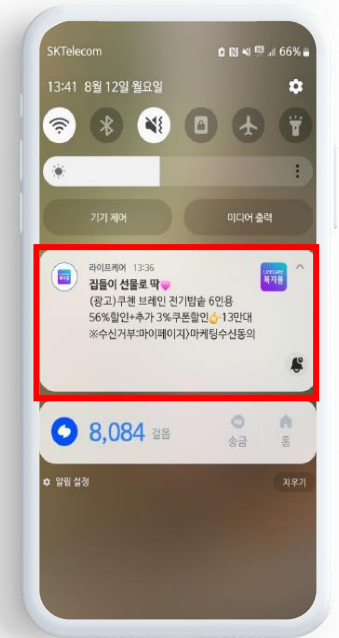
상품 광고_하루특가

단기간 내 제품 매출 제고
(신상품/ 주력 상품)



채널링 광고_애플시

특정시점 노출/ 조회수 및 매출 제고
관심/충성 고객 재방문 유도



신규 매체

히로인스

건강한 삶을 추구하는 3050세대 여성들이 일상을 기록하고 서로 격려하는 소셜미디어 플랫폼
가정의 경제권을 진 엄마 회원으로 구성되어 건강기능식품, 금융, 보험, 교육 관련 캠페인에 효과적

광고 형태	상품 유형	판매 방식	미디어 파워
MO	이미지	CPM/CPC/CPA	가입자 30만

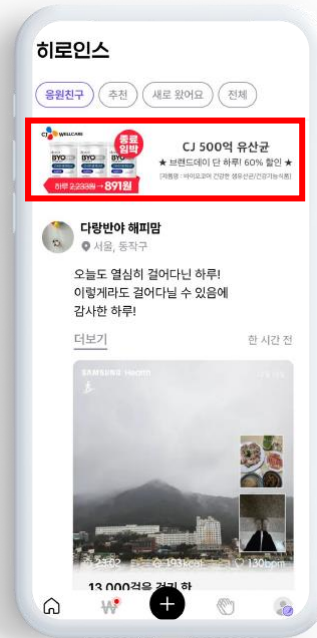
전면 팝업 광고

앱 실행, 종료 시 노출되는 팝업 광고
우수한 주목도와 CTR



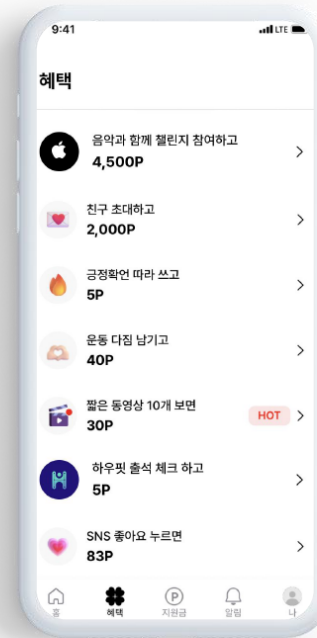
가로형 배너 광고

피드, 게시물 등 콘텐츠 사이에 노출되는 광고
자연스럽게 노출되어 인지도 상승



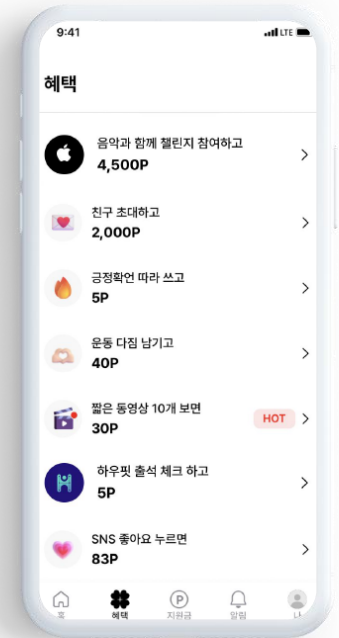
클릭형 광고

클릭 수 보장 상품으로
혜택 탭의 참여 가능 이벤트 목록에 노출



액션형 광고

특정 액션 유도로 캠페인 KPI 달성 상품
유저 액션 완료 시 리워드 지급



신규 매체 **문토**

온·오프라인 주제별 커뮤니티부터 취향 맞춤 콘텐츠까지 만날 수 있는 관심사 기반 커뮤니티 플랫폼
 전체 가입자의 60%가 취향 경험에 적극적이고 구매력 높은 25-34세로 MZ세대 겨냥 브랜드 캠페인에 효과적

광고 형태	상품 유형	판매 방식	미디어 파워
MO	이미지	CPP	MAU 14.5만 +

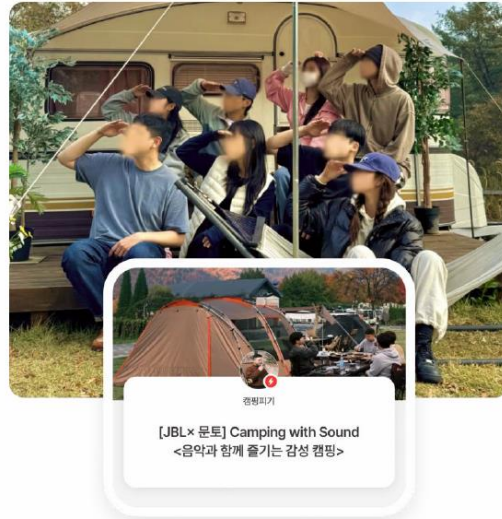
앱 메인 배너

앱 메인 화면 최상단 노출로
 브랜드 인지도 향상 및 프로모션 활성화 가능



브랜드 기획 소셜링

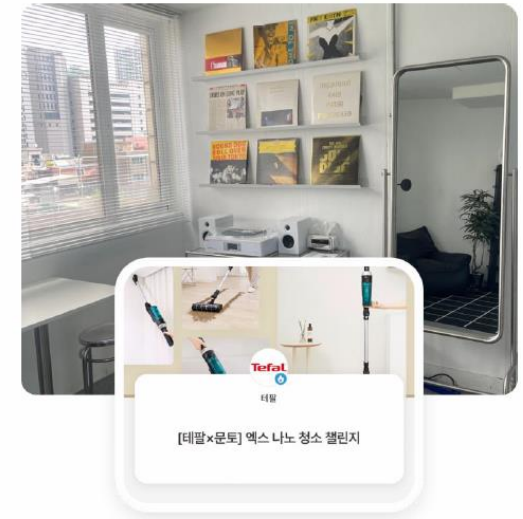
호스트를 선발하여 직접 모임을 기획, 운영하는 상품
 특별한 소셜링 경험이 브랜드 로열티로 연결



삼성전자 JBL X 문토
 앱 배너, 푸시 메시지, 문토 공식 SNS에 노출

브랜드 챌린지

참가자를 모집해 브랜드와 연관된 인증 활동을 유도하는 상품
 제품 샘플링, 서비스 경험, 앱 회원가입 등 다양한 인증 진행



테팔 X 문토
 문토 내 인증과 개인 SNS 인증까지 유도해 추가 바이럴 효과

함께 보면 좋은,
메조미디어 추천 콘텐츠



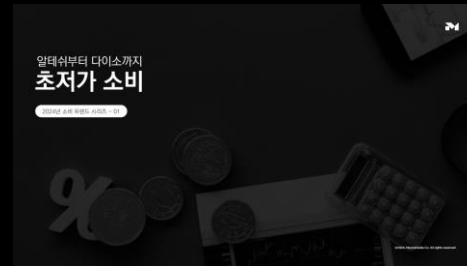
2024 업종 분석 리포트



2024 타겟 분석 리포트



디지털 라이프 스타일_아가취미 편



소비 트렌드_초저가 소비



소비 트렌드_초단축 소비

INSIGHT

MEDIA | MARKET | CONSUMER

[연락 문의](#) >

[뉴스레터 구독신청](#) >

[INSIGHT M 자료실](#) >