

# MEDIA & MARKET REPORT

## 2025. 01

- MEDIA
  - MARKET
- CONSUMER



01

# MARKET ISSUE

---

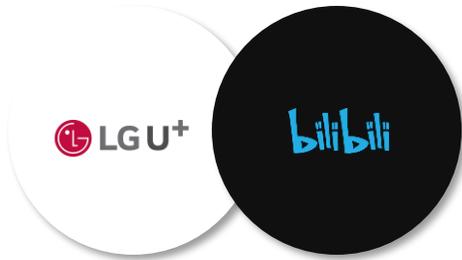
국내 기업, 해외 OTT 플랫폼과 협업으로 이용자 록인  
블로그·카페, 제목과 게시물 맨 앞에 광고 표시 의무화  
비대면 점술 서비스, MZ세대에게 인기

# 국내 기업, 해외 OTT 플랫폼과 협업으로 이용자 록인

최근 국내 기업들이 과열된 시장 경쟁 속에서 차별화된 콘텐츠 경쟁력을 확보하기 위해 해외 OTT 플랫폼과 긴밀한 협업을 추진  
OTT 플랫폼사 또한 외형 확장 보다 내실을 다질 수 있는 안정적인 수익 창구 마련이 필요한 상황으로 협업 비즈니스 전략을 통해 수익 창출  
이를 통해 국내 기업들은 사용자 편의 증대와 혜택 강화로 기존 이용자를 록인하고 신규 가입자를 유입할 수 있을 것으로 기대

## 해외 OTT 플랫폼과의 협업 사례

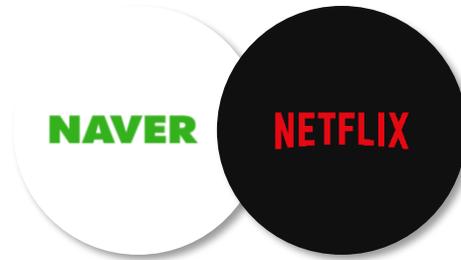
IPTV



### LG U+ X 빌리빌리

'U+tv'와 모바일 IPTV인 'U+모바일tv'를 통해 국내 최초로  
중국 OTT 플랫폼 '빌리빌리'의 인기 콘텐츠를 독점으로 제공  
중국 콘텐츠에 관심 많은 신규 이용자 유입 기대

플랫폼



### 네이버 X 넷플릭스

네이버플러스멤버십 가입자에게 멤버십 비용보다  
비싼 넷플릭스 광고형 스탠다드 이용권을 혜택으로 제공  
네이버는 충성고객을 록인하고 신규 멤버십 가입자 증대 기대

OTT



### 티빙 X 애플TV+

티빙 플랫폼 내에 '애플TV+ 브랜드관'을 신설  
티빙 프리미엄 요금제 가입자 대상으로 티빙의 K콘텐츠에  
애플TV+의 글로벌 콘텐츠를 추가 제공하여 이용자 록인

# 블로그·카페, 제목과 게시물 맨 앞에 광고 표시 의무화

공정거래위원회는 블로그나 카페 등에 광고·협찬 글을 게시할 경우, 제목이나 게시물 맨 앞에 광고 문구를 반드시 명시해야 한다는 개정안을 발표  
기존 지침은 게시물의 처음이나 끝에 광고 표시를 하도록 되어 있어 긴 글의 경우 끝부분에 표시된 광고 사실을 소비자가 알기 어렵다는 지적  
공정위는 광고 표시 의무 강화로 소비자들의 합리적인 선택을 도울 수 있으며, 온라인 게시물에 대한 소비자 신뢰도가 향상될 것으로 기대

## 공정거래위원회 추천·보증 심사지침 개정안

### 현행

경제적 이해관계 표시문구를 게시물의 첫 부분 또는 끝부분에 공개

광고주로부터 대가를 지급 받은 경우 이해관계 표시문구 공개

'체험 후기', '정보/홍보성 글임' 등 명확한 내용에 해당하지 않는 예시 조항 명시

### 개정안

블로그나 카페 게시물 제목 또는 첫 부분에 경제적 이해관계 표시문구인 '광고', '협찬' 등의 문구를 삽입해 광고임을 명시

상품후기 내 구매링크를 통한 매출실적으로 대가를 받거나, 추후 구매 대금을 환급받는 경우도 경제적 이해관계 공개 의무 신설

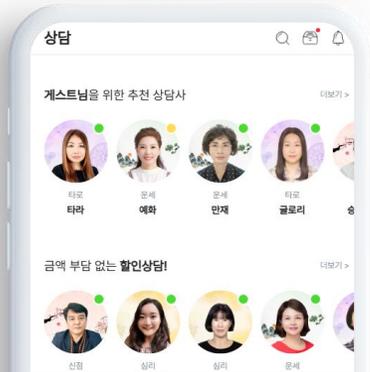
'소정의 수수료를 지급받을 수 있음'과 같은 조건부, 불확정적 표현 또한 잘못된 예시 조항에 추가

# 비대면 점술 서비스, MZ세대에게 인기

최근 MZ세대들 사이에서 사타점(사주, 타로, 신점)에 대한 관심이 높아지며 모바일 앱, 전화 등을 통한 비대면 점술 서비스에 대한 수요가 증가  
취업난·경제난 등으로 미래에 대한 고민이 많아진 MZ세대들이 불확실성을 해소하고, 소소한 위로와 재미를 얻고자 하는 니즈에 부합  
자신을 알아가기를 추구하는 이들에게 사주와 운세는 초개인화된 맞춤형 서비스로 MZ세대를 겨냥한 비대면 점술 플랫폼의 인기가 지속될 전망

## 비대면 점술 서비스 사례

### 비대면 상담



#### 점진

ARS를 통해 전문 역술인과 비대면 상담이 가능하고 MZ세대를 겨냥해 타로점, 혈액형 궁합, 탄생석, 꿈해몽, 오늘의 행운 코디 등 흥미로운 주제로 운세 정보 제공

### AI 채팅봇



#### 헬로우봇

연애 타로(라미야), 성격·심리 분석(바비), 사주(판밍밍) 등 생성형 AI 기반 자유 발화가 가능한 캐릭터 챗봇 점술 서비스 귀여운 캐릭터를 활용해 MZ세대들이 친근하게 접근 가능

### NFC 키링



#### 럭키키링

스마트폰에 태그하면 오늘의 운세를 볼 수 있는 NFC가 삽입된 네임클로버 모양의 키링, MZ세대가 좋아하는 키링을 활용해 행운의 컬러, 숫자, 아이템 등 매일의 운세 정보 제공



02

# MEDIA ISSUE

---

네이버, 'AD부스트 플랫폼' 도입  
인스타그램, '콘텐츠 추천 재설정 기능' 도입

# 네이버, 'AD부스트 플랫폼' 도입

네이버가 내년 광고 플랫폼에 AI 기반 자동화 기술을 접목한 'AD부스트 플랫폼'을 도입한다고 발표

AD부스트를 통해 광고주에게는 효과적인 마케팅 채널, 사용자에게는 더욱 유의미한 광고 콘텐츠 제공으로 향상된 경험을 제공하겠다는 계획

광고주와 사용자 간 상호작용을 높이고, AI 기술을 활용한 효율적인 광고 집행 지원으로 광고 효율이 크게 향상에 기여할 것으로 기대

## AD부스트 기능 주요 내용

### AD부스트 크리에이티브

광고 소재 제작 자동화 기능으로  
AI가 적절한 광고 문구를 제안하고  
다양한 형태로 광고 소재를 제시  
(2025년 1월 선출시)

### AD부스트 비딩

광고주의 핵심성과지표(KPI)에 따른  
자동입찰 기능으로 원하는 광고 수익률을  
맞추기 위해 자동입찰 성능 강화 예정

### AD부스트 오디언스

광고에 적합한 고객을 AI가 자동으로  
연결하는 기능으로 올해 피드 지면에  
시범 적용하였고, 적용 범위 확장 예정

### AD부스트 키워드

사용자가 검색한 키워드와 연관도가 높은  
광고를 AI가 자동으로 연결하는 기능으로  
1차 버전 공개 후 고도화 진행 중



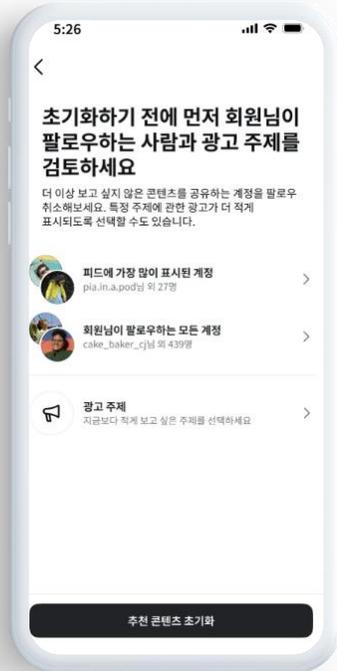
### 'AD부스트 쇼핑 캠페인' 출시

위 기술을 하나로 묶은 패키지 서비스로 2025년 초 출시 예정

# 인스타그램, '콘텐츠 추천 재설정 기능' 도입

인스타그램은 사용자가 탐색 탭, 릴스 및 피드에서 새로운 추천 콘텐츠를 보고 싶을 때 재설정할 수 있는 '콘텐츠 추천 재설정 기능'을 테스트 중  
기존 추천 알고리즘을 삭제하고 사용자가 상호작용하는 게시물과 팔로우 계정 기반으로 관심사와 취향이 반영된 최적화된 콘텐츠로 재설정 가능  
특히 부모가 자녀의 콘텐츠를 점검하고, 유해한 팔로우 계정을 정리할 수 있어 청소년이 보다 안전한 환경에서 SNS 활동을 할 수 있을 것으로 기대

## 콘텐츠 재설정 기능 주요 내용



몇 번의 옵션 터치로 탐색 탭, 릴스, 피드의 추천 콘텐츠를 지우고 새로 시작 가능

팔로우 중인 계정을 검토하고 유해한 콘텐츠를 공유하는 계정은 팔로우 취소 가능

사용자가 '관심 있음' 또는 '관심 없음'을 선택하여 콘텐츠에 대한 선호도 표시 가능

'숨겨진 단어' 기능을 사용하여 특정 단어나 문구가 포함된 콘텐츠 숨기기 가능

# MEDIA NEWS BRIEF

구분	매체명	주요 내용
광고 정책 및 상품	Meta	· 어드밴티지 + 크리에이티브 “이미지 애니메이션” 기능 런칭 : 넓히기, 확대, 회전 등의 모션 효과를 사용하여 단일 이미지를 짧은 애니메이션 영상으로 자동 변환 가능
		· 어드밴티지 + 크리에이티브 “CTA 개선” 기능 런칭 : 카탈로그 및 이미지 광고의 텍스트에서 할인 및 무료배송 정보를 자동으로 가져와 인스타그램 스토리 CTA 스티커에 노출
		· 어드밴티지 + 크리에이티브 “다중 이미지 형식 조정” 기능 런칭 : 이미지 슬라이드 광고를 슬라이드쇼 형태의 동영상으로 자동 변환하는 “다중 이미지 형식 조정” 기능 런칭
	네이버 SA	· 서피치드 영역 신규 추가(24/12/12~) : 사이트 검색광고의 추천 및 콘텐츠 지면으로 “서치피드(검색결과 하단 내 사용자의 관심사와 관련된 새로운 콘텐츠를 탐색할 수 있는 영역)”신규 추가
	네이버 NOSP	· 치지직 인스트림 퍼스트뷰(First-view) 상품 출시(24/11/26~) : 일고정(CPT) 및 첫 노출 보장 상품으로, 주목도 및 도달률 극대화가 가능/ 출시기념 단가 할인 4,000만원 → 700만원
		· 지도앱 스플래시 광고 패키지 출시(24/12/2~) : 스플래시 영역 전체에 브랜드 컬러 적용 및 브랜드 로고 노출이 가능한 지도앱 스플래시 광고 패키지 출시/ 출시기념 단가 할인 5,000만원 → 3,500만원
		· 웹툰앱 스플래시 광고 패키지 상품 출시(25/1/2~) : 네이버웹툰앱 홈 진입 전 첫 영역인 스플래시 지면에 노출되어 높은 주목도 확보가 가능한 상품 출시 · 웹툰앱 스플래시 광고 패키지 상품 출시 기념 단가할인 프로모션 : (평일) 4,000만원 → 3,000만원, (주말) 3,800만원 → 2,850만원
	카카오	· 프로필 풀뷰(beta) 광고 상품 출시(24/12/5) : 카카오톡 친구탭 ‘업데이트한 프로필’ 영역 내 프로필형 소재 클릭하거나 친구 프로필 내에서 스와이프 이동 시 노출되는 전면형 광고 상품(1일 24시간 노출)
	포커스미디어	· 프리미엄 상품 출시(25/1/6~) : 상위 1%의 고소득 및 하이엔드 고객을 직접적으로 타겟팅 가능한 프리미엄 아파트 상품 출시
	왓차피디아	· 롤링 배너 출시 : 홈 롤링 탭 지면에 노출되어 이미지 소재로의 클릭 유도가 가능한 상품 출시
· 랭킹 HOT 배너 출시 : HOT 랭킹 탭 2위 위치에 노출되며, 클릭 시 아웃랜딩 유도 가능한 상품 출시		

## MEDIA NEWS BRIEF

구분	매체명	주요 내용
프로모션	카카오VX	<ul style="list-style-type: none"><li>24년 12월~25년 2월 프로모션<ul style="list-style-type: none"><li>: 월 1,000만원 이상 집행 시, 수수료 50% 제공(기존 수수료율 : 20%)</li><li>: 24년 내 500만원 이상 집행 이력이 있고, 24년 12월 ~ 25년 2월 내 추가 집행 시, 30% 단가할인 제공</li></ul></li></ul>
	포커스미디어	<ul style="list-style-type: none"><li>25년 프로모션<ul style="list-style-type: none"><li>: 25년 내 아파트 엘리베이터 TV 하프 패키지 or 아파트 엘리베이터 TV 풀패키지 집행 시, 45% 단가할인 제공</li><li>: 25년 내 오피스TV 풀패키지 집행 시, 25% 단가할인 제공</li></ul></li></ul>

03

# NEW MEDIA

---

위버스  
보리보리  
머니핀



신규 매체 **위버스**

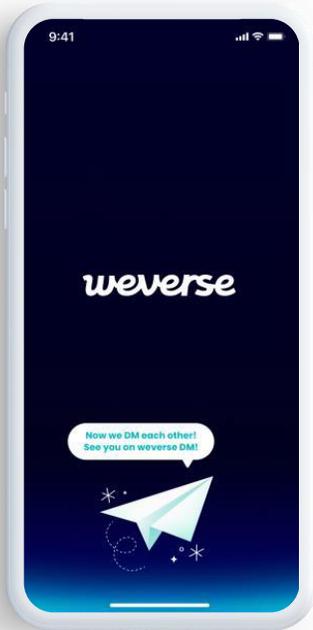
아티스트 커뮤니티 기반의 팬덤 플랫폼 서비스

여성 이용자가 90% 이상으로 1030세대 여성 유저 타겟에 적합하며 200개 이상 국가의 글로벌 유저 커버 가능

광고 형태	상품 유형	판매 방식	미디어 파워
PC/MO	이미지/동영상	CPM	MAU 1,000만

**스플래시 배너**

앱 실행 시 단독 노출되는 배너  
주목도가 높고 브로드한 유저 도달에 특화



**홈 띠배너**

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



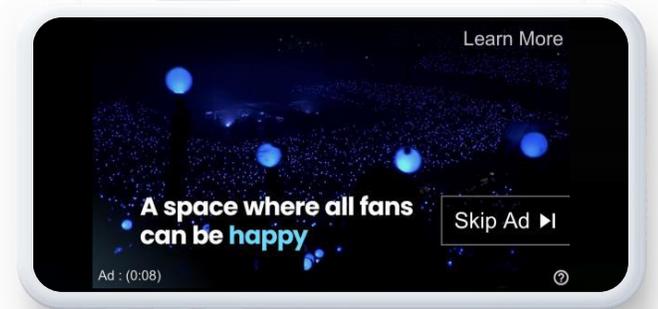
**실시간 LIVE : Pre-roll**

실시간 LIVE 방송 앞 프리롤 광고  
높은 트래픽 및 유저 주목도 확보 가능



**무료 VOD : Pre-roll**

LIVE 다시보기, 무료 콘텐츠 다시보기 시 송출되는 광고  
아티스트 충성도가 높은 잠재 유저 타겟에 효과적



신규 매체

# 보리보리

8,300여 개의 브랜드가 입점한 유아동 전문 쇼핑 플랫폼

10명 중 8명이 키즈 상품 주요 소비자인 MZ세대 여성으로 교육, 어린이 보험 등 맘타겟 캠페인 집행에 효과적

광고 형태	상품 유형	판매 방식	미디어 파워
MO	이미지	CPT	MAU 130만+

## 앱 스플래시

앱 실행 시 전면 노출되는 배너  
집행 기간 독점 노출로 브랜딩에 효과적



## 팝업 배너

홈 진입 시 팝업 되는 배너  
신제품, 프로모션 등 홍보에 효과적



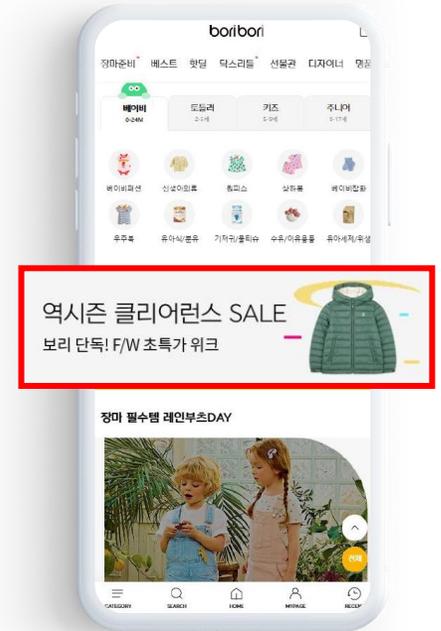
## 빅 플래시

홈 화면 최상단에 반복 노출로  
유입/전환 캠페인에 효과적



## 라인 배너

홈 상품 리스트 중간 영역에  
키 메시지 노출로 단기간 집중 홍보 가능



신규 매체

# 머니핀

국세청의 사업자 진위 확인을 통해 검증된 정보를 제공하는 사업자 정보 DB 사이트  
 이용자의 90%가 사업주와 실무 담당자로 B2B 대상 캠페인 집행에 효과적

광고 형태	상품 유형	판매 방식	미디어 파워
PC/MO	이미지	CPP	MAU 40만+

## 상세페이지 상단 배너(PC/MO)

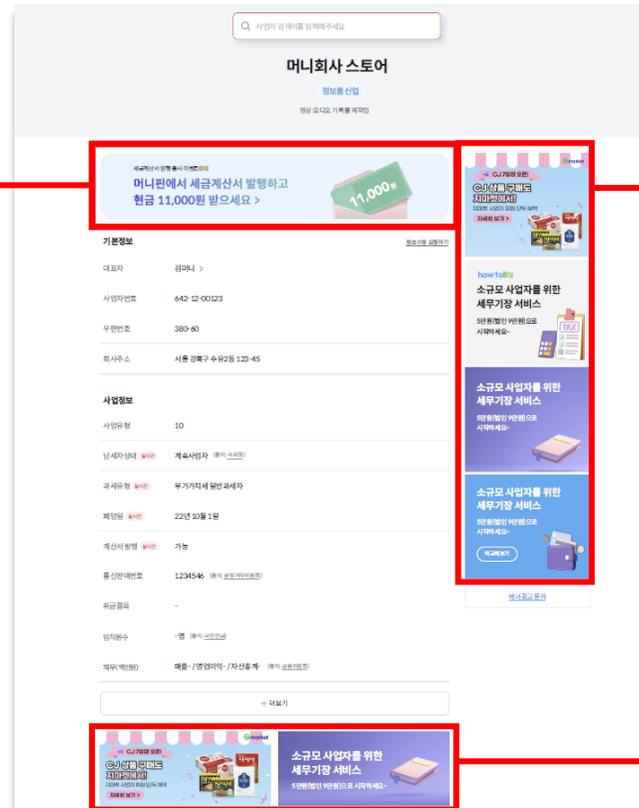
유입이 가장 많은 상세페이지 상단 노출로  
 브랜드 인지도 확보에 효과적

## 사이드 배너(PC)

검색, 상세페이지 우측에 상시 노출되는 배너  
 반복 노출로 브랜드 각인에 효과적

## 인라인 배너(PC/MO)

실제 정보를 얻는 상세페이지 내 노출로  
 높은 주목도 확보 가능



함께 보면 좋은,  
메조미디어 추천 콘텐츠



2024 업종 분석 리포트



2024 타겟 분석 리포트



2025 트렌드 리포트



디지털 라이프 스타일\_여가 취미 편



디지털 라이프 스타일\_소비·쇼핑 편

# INSIGHT

MEDIA | MARKET | CONSUMER

[연락 문의](#) >

[뉴스레터 구독신청](#) >

[INSIGHT M 자료실](#) >