

MEDIA & MARKET REPORT

2025. 03

• MEDIA
• MARKET
CONSUMER



01

MARKET ISSUE

게임도 슷폼 스타일, 짧고 강렬한 게임 출시 활발
MZ 건강족 겨냥해 건강 간편식 강화하는 편의점
Z세대, 가성비 · 가심비 모두 잡는 듀프(Dupe)소비에 열광

게임도 숏폼 스타일, 짧고 강렬한 게임 출시 활발

최근 숏폼 열풍으로 영화, 드라마, 웹툰을 넘어 게임 영역에서까지 숏폼 스타일이 대세로 떠오르는 추세
기존 게임 대비 짧은 시간에 강렬한 재미를 볼 수 있는 숏폼 스타일의 게임이 바쁜 현대인들에게 부담 없이 접근 가능한 게임으로 인기
짧은 플레이 시간뿐 아니라 단순한 조작법으로 쉽게 즐길 수 있어 게임업계에서 숏폼 게임 트렌드를 반영한 게임이 다수 출시될 것으로 기대

숏폼 스타일 게임 출시 사례

라이온하트



발할라 서바이벌

MMORPG 장르 기반의 성장 콘텐츠와 심플한 조작 방식으로
10분 내외의 짧은 시간 동안 레벨을 높이며 즐길 수 있는 게임
한 손으로 플레이 가능한 세로형 UI로 모바일 최적화

하비



공수의 전설2

싱가포르 제작사 하비의 인기작 '공수의 전설'의 후속작으로
10분 미만의 짧은 플레이 타임 내 다양한 스킬 선택 시스템과
랜덤성을 강화하여 빠르고 역동적인 전투 경험 가능

슈퍼셀



스쿼드 버스터즈

최대 10명의 이용자가 모여 몬스터를 사냥하고 이용자들끼리
전투를 벌이는 게임으로 한 판당 4분이라는 짧은 플레이 타임과
자동 공격 지원 기능을 도입해 쉽고 단순한 조작이 특징

MZ 건강족 겨냥해 건강 간편식 강화하는 편의점

MZ세대를 중심으로 즐겁게 건강을 관리하는 ‘헬시플레저’와 ‘저속노화 식단’이 트렌드로 부상하며 편의점 업계가 이들을 겨냥한 상품 출시 활발
편의점업계는 저나트륨, 저칼로리, 저당 등 건강 제품 라인업을 늘리고, 특히 유명인, 공공기관, 브랜드와의 협업으로 경쟁력을 강화하겠다는 전략
바쁜 현대인들에게 간편한 한 끼 식사를 제공해 주던 편의점 간편식이 그들의 건강 관리 니즈까지 충족시킬 수 있을지 귀추가 주목

편의점 건강 간편식 출시 사례

저속노화



세븐일레븐 X 정희원 교수

아산병원 노년내과 정희원 교수와 협업해 대사질환과 성인병 예방에 좋은 잡곡과 닭가슴살, 각종 채소 등 혈당지수(GI)가 낮은 식재료를 주재료로 한 저속노화 간편식 출시

저나트륨



GS25 X 식품의약품안전처

GS25가 식약처와 나트륨·당류 저감제품 개발 지원 사업의 일환으로 기존 제품 대비 나트륨 함량을 20% 가량 줄인 나트륨 저감 간편식인 샌드위치와 버거 제품 출시

저칼로리



이마트24 X F45

글로벌 피트니스 브랜드 F45와 협업해 운동 전후에 간단하게 먹을 수 있는 건강하고 담백한 건강 간편식 출시, F45 스튜디오에서 사용 가능한 할인 쿠폰 동봉 이벤트 진행

Z세대, 가성비·가심비 모두 잡는 듀프(Dupe)소비에 열광

전 세계적으로 Z세대 사이에서 고가의 인기 제품과 유사한 기능을 제공하면서도 저렴한 가격에 구매할 수 있는 듀프(Dupe, 대체품) 소비가 급증
브랜드 로고나 명성보다 실제 사용가치를 중시하고 합리적인 소비를 지향하는 Z세대의 소비관이 맞물린 결과로 분석
브랜드 제품을 비싸게 구매하는 대신 디자인과 품질 모두 유사하나 훨씬 저렴한 듀프 제품을 찾는 것이 '발견과 비교 놀이'이자 문화 트렌드로 부상

듀프 제품 사례

가방



에르메스 vs 월마트

월마트에서 에르메스 버킨백과 유사한 78달러 가방을 출시, 버킨백 가격의 1/200 수준으로 '워킨백'이란 이름이 붙여지며 구매 후기 영상부터 두 백의 비교 분석 영상이 SNS에 봇물

향수



조말론 vs 도시어

럭셔리 브랜드 향수와 유사한 상품을 70~90% 저렴한 가격에 판매한다는 콘셉트로 광고, 상품 상세페이지에 브랜드 특정 제품에서 영감을 받았음을 드러내고 원료 및 가격 비교

미용기기



다이슨 vs 샤크

다이슨 에어랩 스타일러의 듀프 제품으로 다이슨에 비해 가격이 30~40% 정도 저렴한 샤크의 스타일러가 인기, 제품의 성능, 디자인, 스타일 연출법까지 비교하며 가성비템으로 부상



02

MEDIA ISSUE

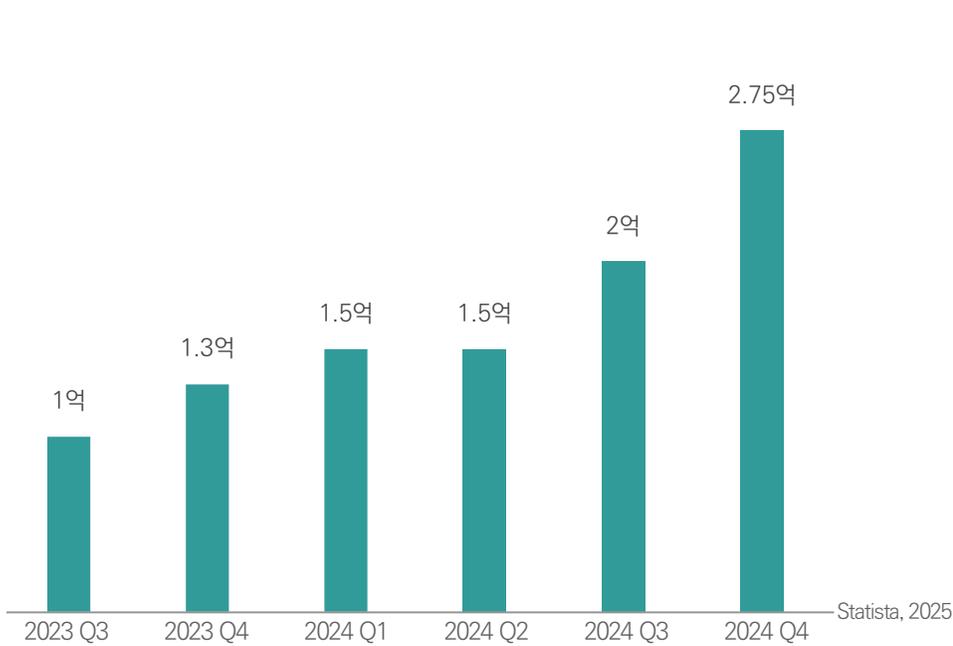
메타, 스레드 광고 테스트 발표

유튜브, 유튜브 프리미엄 이용자를 위한 신규 기능 출시

메타, 스레드 광고 테스트 발표

메타는 2023년 공식 출시된 스레드에 광고를 게재하기로 결정하고 테스트를 진행할 계획을 발표
스레드 홈 피드 콘텐츠 사이에 나타나는 스폰서드 이미지 광고로 미국과 일본의 일부 사용자와 브랜드를 대상으로 테스트를 진행할 예정
메타는 스레드 광고를 통해 더 많은 사용자에게 도달하고 광고주 성과를 개선하는 데 큰 도움이 될 것으로 기대

스레드 글로벌 월간 활성 이용자 수(MAU)



스레드 광고 주요 내용

기존 광고 확장

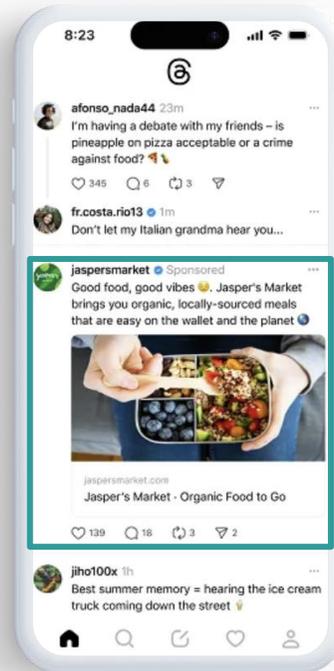
광고주가 맞춤형 크리에이티브나 추가 리소스 없이
애드 매니저에서 체크 설정만 하면 기존 메타 광고 캠페인을 스레드로 확장 가능

광고 관련성 보장

이용자 설문 조사 등을 통해 개인이 선호하는 광고를 파악하고
그들과 가장 관련성이 높은 광고를 제공

광고 제어 기능 제공

마음에 들지 않는 광고는 스킵 할 수 있고
게시물의 메뉴를 탭 하여 광고를 숨기거나 부적절한 광고는 신고 가능



유튜브, 유튜브 프리미엄 이용자를 위한 신규 기능 출시

유튜브가 유튜브 프리미엄 이용자들을 대상으로 새로운 기능 5종을 출시

신규 기능은 사용자가 더욱 편리한 시청 환경을 누릴 수 있게 하는 기능들로 2월 말까지 테스트한 뒤, 정식 도입 여부 결정 예정
특히 시청 데이터 기반의 콘텐츠 추천, 사용자가 관심 가질만한 동영상 자동 다운로드 등 개인화 기능을 대폭 강화

유튜브 프리미엄 신규 기능 주요 내용

4배속 재생

기존 최대 2배속에서 4배속까지
재생 가능하며 긴 영상 콘텐츠를
빠르게 소비하는데 유용

고품질 오디오

최대 256kbps 비트 전송률의
고품질 오디오 제공으로
한층 더 선명한 음질 제공

앞으로 건너뛰기(Jump Ahead)

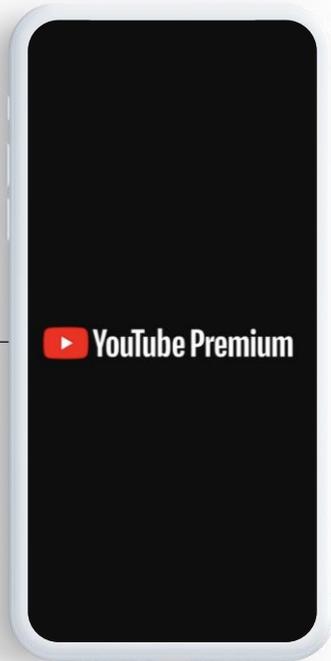
웹에서 시청자 데이터 기반으로
영상의 가장 인기 있는 부분을
앞으로 건너뛰어 시청 가능

픽처 인 픽처(PiP) 모드

iOS 기기에서 다른 앱 위에
유튜브 영상을 작게 띄우는 기능
재생되는 동안 다른 앱 사용 가능

스마트 다운로드

iOS 기기에서 옵션을 활성화하면
사용자가 관심을 가질 만한
동영상을 자동으로 다운로드



MEDIA NEWS BRIEF

구분	매체명	주요 내용
광고 정책 및 상품	구글	· VAC to Demand Gen Upgrade : VAC 상품 Demand Gen으로 업그레이드 예정, Demand Gen의 기존 동영상 액션 캠페인의 장점은 그대로 유지하며 특화된 새로운 기능들을 제공
		· Flip Video in VVC : 기존 가로형 영상 소재를 자동으로 세로 및 정방형 영상으로 바꿔주는 Flip Video 기능이 VVC 캠페인에 자동 적용
		· Trim Video in Demand Gen : Google AI를 사용하여 15초 이상 동영상 애셋을 10~15초 정도의 짧은 영상으로 기존과 동일한 방향(세로, 가로, 정사각형)을 가지며 모든 형식에서 게재 가능
	카카오	· 모먼트 메시지 광고 신규 기능 오픈(02/06) : 별도 메뉴 분리하여 메시지 생성 및 편집 기능 강화, 메시지 보고서 별도 제공(메시지 집행이력 없는 광고 계정 대상 우선 적용, 점진적 확대 예정)
		· 포커스 보드 상품 기능 개선 및 단가 변경(03/04) : 동영상 재생시간 최대 3초→10초로 확대, 동영상 소재 노출빈도 증가하도록 노출 로직 개선(2/10), 평일 단가 변경(3/4)
	티빙	· 2025 KBO 상품 출시 : 퍼스트뷰, 7이닝 Stretch PKG, 도달 보장, 노출 보장 상품으로 구성
	넷플릭스	· 메조미디어 넷플릭스 스페셜 패키지 출시 (CGV 프리미엄 스크린, SMR TOP10, CJ유튜브, 타겟픽비디오 결합 구성)
	토스	· 게시물 보고 포인트 받기 서비스 및 광고 상품 판매 종료(3/4)
	틱톡	· 인터랙티브 애드온 ‘스토리 셀렉션’, ‘팝아웃 쇼케이스’ 출시 : 주목도 높은 인피드 광고 집행 가능
	카카오T	· RSE 상품 단가 정책 개편 : 기존 주 단위 구좌 판매 방식에서 일 구좌(CPD) 단위 부킹으로 개편
· 신규 상품 출시 : 인트로 패키지 출시(스플래시 + 홈 확장형 배너) 1일 약 550만 - 760만 노출 가능 / 1,700만 원		
당근	· 동영상 소재 뷰타입 상품 출시 : 썸네일 영상(자동 재생)에서 풀스크린 동영상뷰로 확장 가능한 상품	

MEDIA NEWS BRIEF

구분	매체명	주요 내용
프로모션	핑크다이아러리	<ul style="list-style-type: none"> • 1Q 프로모션 <ul style="list-style-type: none"> : 메인팝업 1일 집행 시, 1일 무상 제공 : 지면 서비스율 20% 추가 제공 : 올리브영 입점사/랜딩 페이지를 올리브영으로 진행하는 광고주/올리브영 광고주 대상 제안 미디어믹스 내 '예상 클릭 수' 보장
	티맵	<ul style="list-style-type: none"> • 1~4월 프로모션 <ul style="list-style-type: none"> : 신규 광고주 대상, 월 1,000만 원 이상 집행 시, 5% 추가 수수료 지급 : 기존 광고주 대상, 월 1,000만 원 이상 집행 시, 3% 추가 수수료 지급
	카카오뱅크	<ul style="list-style-type: none"> • 1Q 프로모션: 스플래시 2일 집행 시, 1일 무상 제공
	왓차/왓차피디아	<ul style="list-style-type: none"> • 1Q 프로모션 <ul style="list-style-type: none"> : 전면 팝업 배너/스플래시/빅배너 동시 집행 시, 집행 일수만큼 무상 집행 일수 제공 : 보드배너 상품 60% 단가할인 제공 : 게임/공연 업종 대상, 50% 단가할인 제공
	에이블리	<ul style="list-style-type: none"> • 1Q 프로모션 <ul style="list-style-type: none"> : 스플래시 배너 스타트 패키지 첫 집행 시, 70% 할인 제공 : 첫 집행 시, 최소 집행 금액 300만 원 집행 가능(* 기존 최소집행금액 : 500만 원) : 공시단가 대비, 최대 40% 단가할인 제공(* 각 상품별 단가 상이) : 첫 집행 시, 유상 집행 상품 및 집행 일수만큼 무상 집행 일수 제공 : 1분기 내 집행 시, 10% 추가 수수료 지급(기존 수수료율 : 20%)
	CJONE	<ul style="list-style-type: none"> • 1Q 프로모션 <ul style="list-style-type: none"> : 커머스&패션 업종 대상, DM상품 20% 추가 발송 / DA-ONE 베네프 CPM 단가 25% 할인 제공 / 포인트 패키지 1구좌 50% 단가할인 제공 : 원픽컬처 패키지 50% 단가할인 제공 및 스플래시 or 전면팝업 1일 집행 시, 1일 무상 제공

MEDIA NEWS BRIEF

구분	매체명	주요 내용	
프로모션	올팜	<ul style="list-style-type: none"> • 네이버페이 포인트 or 백화점 상품권 지급 프로모션(2/12 ~ 3/31) : 프로모션 기간 내 월 200만 원 이상 광고 집행 시, 금액의 5%를 네이버페이 포인트 or 백화점 상품권 지급 : 제안만 해도 네이버페이 포인트 or 백화점 상품권 지급 - 제안 금액 1,000만 원 이상 10만 원(선착순 50명)/ 1,000만 원 미만 3만 원 지급 	
	당근	<ul style="list-style-type: none"> • 3월 동영상 유형 소재 뷰타입 캐시백 프로모션 : 프로모션 기간 내에 동영상 유형 소재로 네이티브 피드 광고 상품을 300만 원 이상의 유상캐시를 소진한 광고주 대상, 기간 내 소진한 유상캐시의 100%를 프로모션 기간 종료 후 무상캐시로 캐시백 제공(최대 지급액 : 500만 원) 	
	다방		<ul style="list-style-type: none"> • 3+3 업종 프로모션(2/3 ~ 3/31) : 생활가전, 통신, 대출, 부동산 교육/경매 등 부동산 관련 업종 광고주 대상, 노출 보장형 상품(메인 팝업/메인 최상단/리스트 중 택 1) 3일 집행 시, 원하는 상품 3일 추가 서비스 제공
			<ul style="list-style-type: none"> • 3월 신년맞이 최대 50% 할인 프로모션 : 캠페인 1주 이상 집행 시, 배너 배너 30%, 지역 타겟팅 배너 ~40%, 기 집행 광고주 ~50% 할인 혜택 제공
			<ul style="list-style-type: none"> • 마케터 광고 제안/집행 프로모션(2025) : 대행사 및 렙사 담당자 대상, 제안만 해도 네이버페이 1만 원 지급 : 광고 집행 금액별 네이버페이 상품권 지급 - 300만 원 이상 10만 원/ 500만 원 이상 15만 원/ 1,000만 원 이상 30만 원 지급

03

NEW MEDIA

올팜
당근
카카오

신규 매체

올팜

디스커버리 커머스를 통해 합리적이고 재미있는 쇼핑 경험을 제공하는 앱

전체 유저의 60%가 구매력 높은 3050세대 여성으로 구성, 모든 광고 지면에 성별 및 나이 타겟팅 가능

광고 형태	상품 유형	판매 방식	미디어 파워
MO	이미지	CPP	MAU 200만

스플래시 배너

앱 로딩 화면에 노출되는 배너로
높은 주목도 확보 가능



내정보 메인배너

내정보 탭 메인에 노출되는 배너로
브랜드 인지도 확보에 효과적



당근

유저의 관심과 전환을 극대화하는 당근 전문가모드 광고 '동영상형 뷰타입' 신규 상품 출시

당근 앱 내 가장 트래픽이 높은 홈 탭에 위치하며, 자동 재생되는 썸네일 영상에서 스크린 뷰로 확장 노출

광고 형태	상품 유형	판매 방식	미디어 파워
MO	동영상	CPC	MAU 1,900만+

동영상형 뷰타입

인지도 확보를 통한 브랜딩 목표부터, 앱 설치, 구매 등의 전환 목표까지 다양한 캠페인 KPI로 진행 가능



피드 영역 클릭 시,
풀스크린 뷰어로 세로형 영상 노출



풀스크린 뷰어 내 CTA 영역 클릭 시,
최종 랜딩으로 전환



신규 상품

카카오T

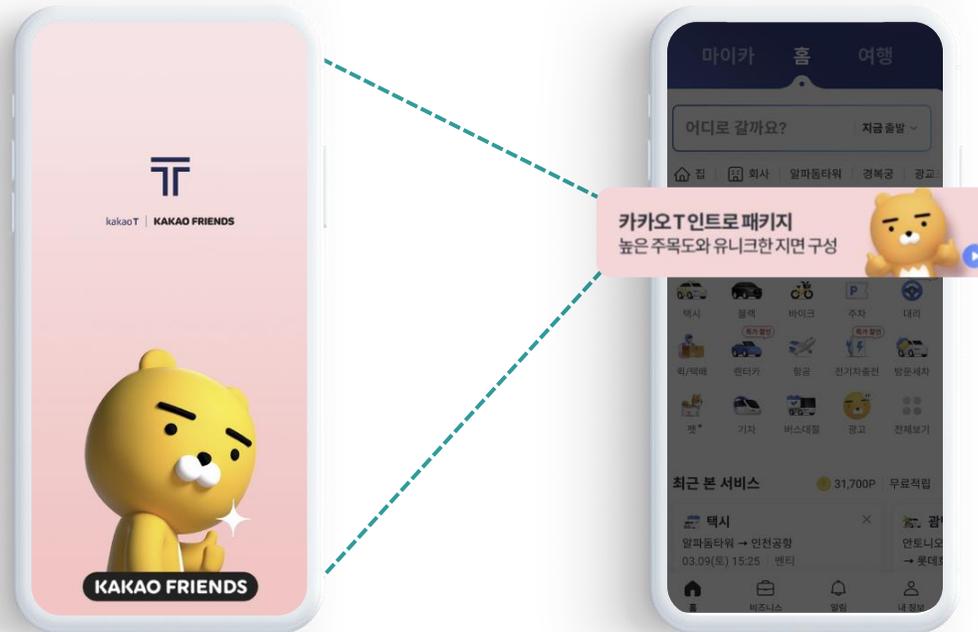
구매력을 보유한 유저(자동차 소유, 택시 이용 등)를 대상으로 광고 집행이 가능한 카카오T

카카오T 앱 실행 시, 스플래시 노출 후 홈 확장형 배너로 집중되는 '인트로 패키지' 신규 상품 출시

광고 형태	상품 유형	판매 방식	미디어 파워
MO	이미지/동영상	CPD	MAU 1,300만

인트로 패키지

스플래시 + 홈 확장형 배너 연동 상품(스플래시 이미지형/모션형/동영상형 중 택 1)
 홈 확장형 배너 클릭 시, 아웃링크로 외부 브라우저 랜딩 가능



스플래시

홈 확장형 배너

함께 보면 좋은,
메조미디어 추천 콘텐츠



2024 업종 분석 리포트



2024 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](#) >