

# MEDIA & MARKET REPORT

## 2025. 05

- MEDIA
  - MARKET
- CONSUMER



01

# MARKET ISSUE

---

들어놓고 듣는 유익한 콘텐츠, 팟캐스트 부상  
국내 지도 서비스, 기능 고도화로 영향력 강화  
국내 패션업계, 생성형 AI 활용 본격화

# 들어놓고 듣는 유익한 콘텐츠, 팟캐스트 부상

짧고 자극적인 영상에 피로도가 쌓인 소비자들이 언제 어디서나 들을 수 있는 오디오 디지털 파일 형식의 팟캐스트 콘텐츠에 관심을 갖기 시작  
최근 유튜브를 중심으로 두 사람 이상이 대화를 나누며 정보를 전달하는 비디오 팟캐스트를 제작 후 오디오 파일을 추출해 제공하는 방식으로 변모  
팟캐스트는 한 주제를 심도 있게 다루기 때문에 관심사 타겟 공략에 효과적인 포맷으로 향후 브랜드나 광고주에게 새로운 홍보 채널이 될 것으로 기대

## 팟캐스트(pod cast) 서비스 진출 사례

### 밀리의서재



‘리딩 캐미스트리’ 론칭

직접적으로 책을 홍보하는 대신 책을 둘러싼 풍성한 이야기를 접할 수 있는 리딩 팟캐스트 론칭, 듣다 보면 자연스럽게 책에 호기심이 생겨 브랜드로 고객을 유입시키는 효과 기대

### 서울시



‘잡담의 미학’ 론칭

서울을 배경으로 과학, 문화, 시사 등의 명사들과 심도 있는 대화를 나누는 토크쇼 형식의 오디오·비디오 팟캐스트 론칭, 서울시가 추진하는 다양한 정책을 주제와 연계해 정보 제공

### 넷플릭스



팟캐스트 진출 모색 중

넷플릭스는 비디오 팟캐스트의 인기가 높아짐에 따라 일부 팟캐스트가 넷플릭스로 진출할 것임을 시사하고, 오리지널 팟캐스트 제작 등 팟캐스트 진출을 위한 다양한 방안 모색 중

# 국내 지도 서비스, 기능 고도화로 영향력 강화

지난 2월 구글이 국토교통부 산하 국토지리정보원에 1:5000 축척의 고정밀 지도 데이터를 해외 구글 데이터 센터로 반출 허가를 요청  
 지도 서비스는 식당 예약 및 택시 호출 등 다양한 산업군과 연계 뿐만 아니라 자율주행, AR기기 연결 등 미래 AI 공간 데이터의 핵심 인프라로 주목  
 국내 지도 사업자들은 구글의 국내 지도 서비스 영역 확장에 대비해 그동안 축적한 데이터베이스 기반의 지역 특화 기능 고도화 서비스로 승부할 계획

## 구글, 국내 지도 데이터 요청 현황

### 2007년

구글, 국가정보원에 1:5000 축척의 고정밀 지도 데이터 해외 반출 1차 요구  
 → 구글맵 한국 론칭 이후 '국내 서버 이용' 조건으로 국토지리정보원에서 허가하였으나  
 구글이 거부 (2014년 국내법 개정, 1:25000 축적 영문 지도 해외 반출 허용)

### 2016년

구글, 국토지리정보원에 1:5000 축척의 고정밀 지도 데이터 해외 반출 2차 요구  
 → 국내에 데이터 센터를 설치하고, 군사 시설 등 국가 안보 시설에 블러(가림) 처리  
 조건부로 허용하였으나 구글이 거부

### 2025년

구글, 국토지리정보원에 1:5000 축척의 고정밀 지도 데이터 해외 반출 3차 요구  
 → 미국 무역대표부는 '2025 국가별 무역 장벽 보고서'에서 한국이 지도 데이터 반출을  
 허가하지 않는 것은 디지털 무역 장벽이라 지적하며 한국을 압박

## 국내 지도 서비스 기능 고도화 사례

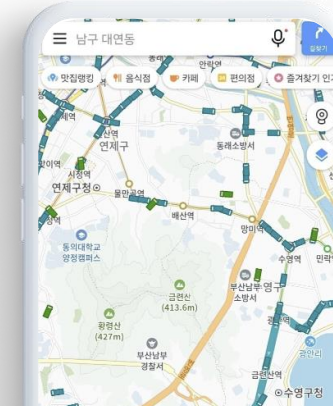
### 네이버 지도



#### '비로컬' 탭 신설 & 캠페인

방한 외국인들을 위해 지도 내 한국 MZ세대가 선호하는 먹거리, 볼거리, 즐길 거리 명소를 한눈에 볼 수 있는 탭을 신설하고 캠페인 진행

### 카카오맵



#### 초정밀 버스 움직임 확인 서비스

버스의 움직임을 10cm, 1초 간격으로 갱신해 버스의 정확한 위치와 속도, 방향 등 실시간 버스 운행 정보를 쉽게 확인 가능

### 티맵



#### AI 장소 에이전트 '어디갈까' 서비스

현 위치 기준으로 전국 팝업 스토어의 위치와 개장 시간, 팝업으로 이동 중인 차량 대수까지 실시간 정보를 제공하는 AI 장소 추천 탭 신설



# 국내 패션업계, 생성형 AI 활용 본격화

비주얼적인 요소가 무엇보다 중요한 패션업계 전반에 생성형 AI 기술을 활용한 콘텐츠 제작이 증가하는 추세  
모델, 포토그래퍼, 스타일리스트 등 인건비 절약은 물론 브랜드가 원하는 이미지를 시공간 제약 없이 자유롭게 구현 가능  
패션업계는 지속되는 경기 침체 상황에서 시간과 비용 절감에 필수적인 생성형 AI를 활용한 마케팅 활동을 더욱 늘려 나갈 것으로 전망

## 생성형 AI 활용 사례

AI 패션 쇼케이스



CJ온스타일

생성형 AI로 파리와 뉴욕 한복판에 가상 런웨이를 설치하고 AI 모델들과 게스트까지 완벽하게 구현, 고객들은 마치 현지 패션쇼에 와 있는 듯한 생생한 스타일 큐레이션 경험 가능

AI 가상 화보



한섬 '오즈세컨'

'여행'이라는 브랜드 컬렉션 콘셉트에 맞춰 유럽풍 배경에 브랜드 아이덴티티가 각인된 기차와 AI 모델 등 생성형 AI가 구현한 가상의 이미지 기반으로 AI 가상 화보 제작

브랜드 콘텐츠



LF '해지스'

생성형 AI를 이용해 셰익스피어의 '한여름 밤의 꿈'을 모티브로 한 브랜드 콘텐츠 제작, AI 기술로 몽환적인 분위기의 영상을 제작하여 브랜드 아이덴티티를 효과적으로 전달



02

# MEDIA ISSUE

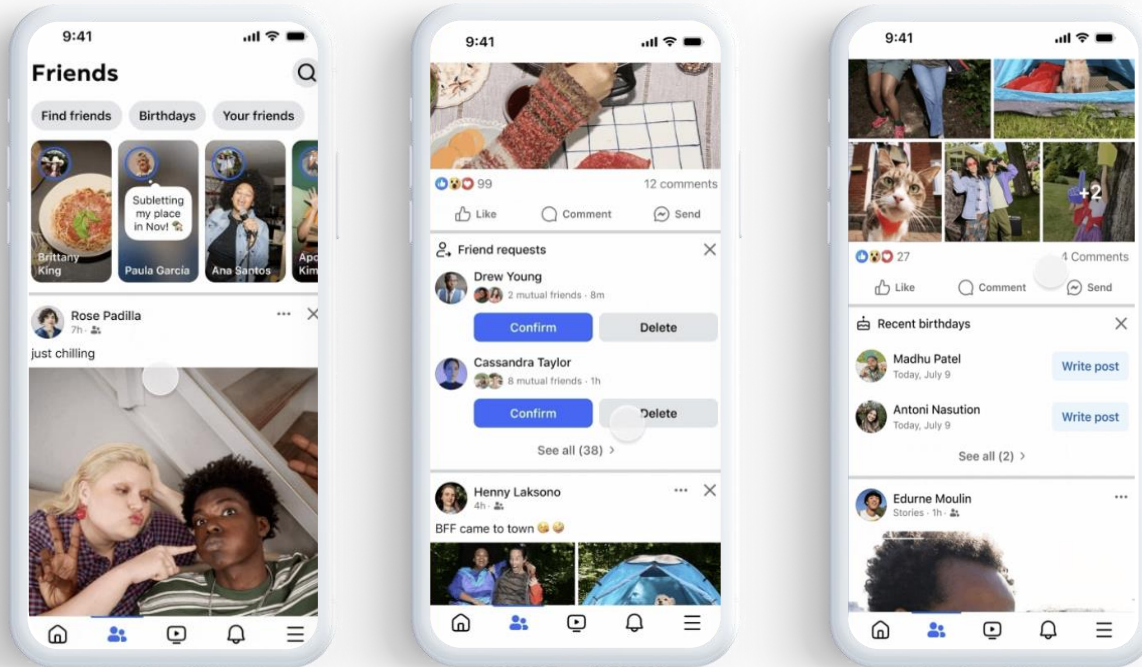
---

페이스북, 친구 탭 신설로 친구 소통 기능 강화  
네이버, 크리에이터 제휴 플랫폼 '쇼핑 커넥트' 베타 오픈  
메타, Google Analytics 연동 지원 확대

# 페이스북, 친구 탭 신설로 친구 소통 기능 강화

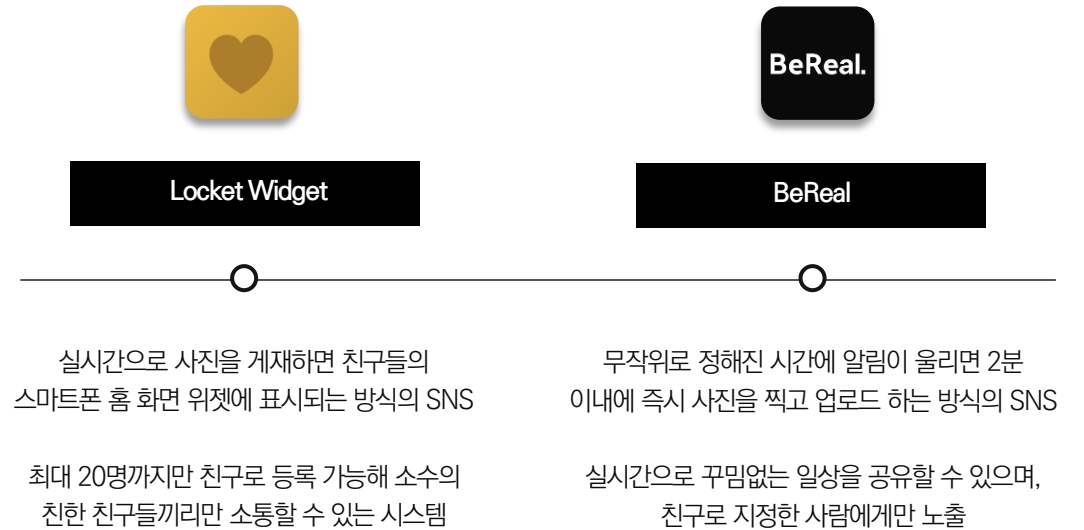
최근 젊은 세대 사이에서 불특정 다수가 아닌 지인이나 친구 등 원하는 사람들끼리만 일상을 교류하고 소통할 수 있는 폐쇄형 SNS 서비스가 인기  
 페이스북도 친구들의 게시물, 릴스, 스토리, 생일을 모아 볼 수 있는 친구 전용 공간인 '친구 탭'(Friends Tap)을 미국, 캐나다에서 출시  
 알고리즘 추천 게시물과 광고 등 여러 콘텐츠와 섞여 있었던 친구 게시물을 친구 탭으로 분리해 이탈했던 젊은 이용자층을 다시 끌어들이려는 전략

## 페이스북 친구 탭 주요 내용



기존 친구 탭에 '친구 요청', '친구 목록', '알 수 있는 사람 추천' 세 가지 기능 중 '알 수 있는 사람 추천'을 '친구 게시물 영역'으로 교체, 생일이 다가오는 친구를 확인하는 버튼 추가

## 폐쇄형 SNS 서비스 사례

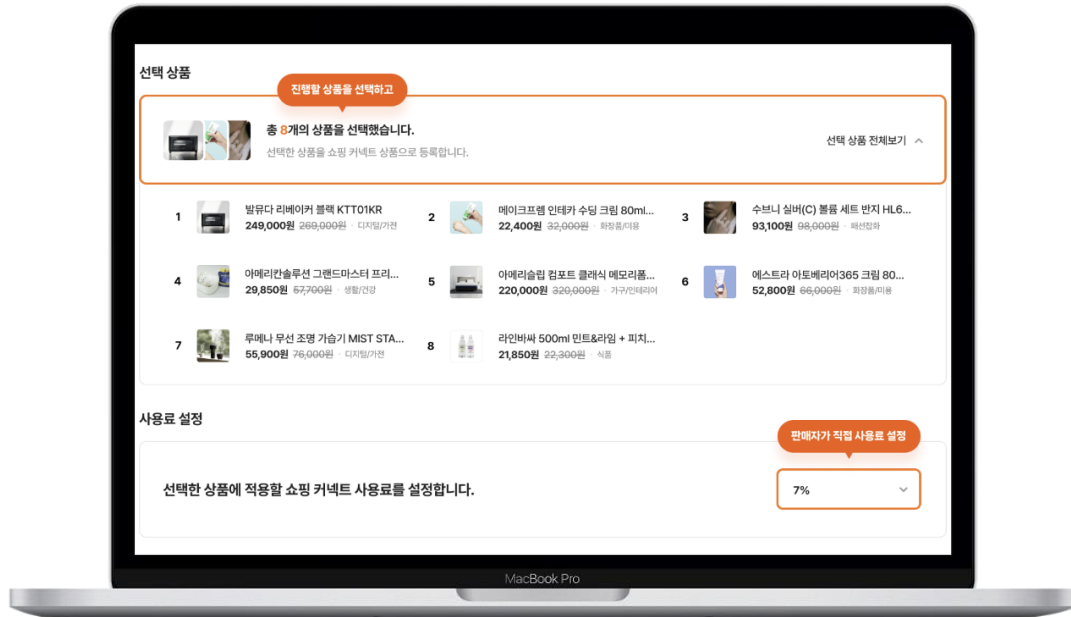


# 네이버, 크리에이터 제휴 솔루션 '쇼핑 커넥트' 베타 오픈

네이버는 브랜드 커넥트에 판매자와 크리에이터가 자율적으로 제휴를 맺을 수 있는 '쇼핑 커넥트' 베타 서비스를 오픈하고 올해 7월 정식 출시 발표 스마트스토어 판매자가 상품을 쇼핑 커넥트에 등록하면, 크리에이터가 관심 있는 상품을 선택해 자신의 채널에 홍보하고 판매 수익을 나눠 갖는 구조 판매자는 분야의 전문성을 갖춘 크리에이터를 통해 상품 홍보가 가능하고, 크리에이터는 자신의 채널 성격과 맞는 상품을 직접 선택해 수익 창출 가능

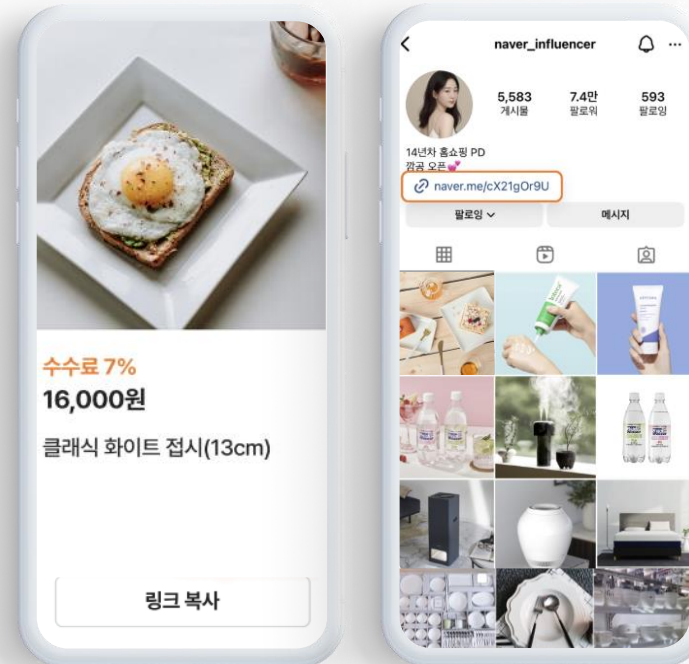
## 쇼핑 커넥트 주요 내용

### 판매자



스마트스토어에서 판매중인 모든 상품에 대해 판매자가 자유롭게 판매 수수료 설정 가능(매월 1일, 1회 변경 가능)

### 크리에이터



- ✓ 내가 잘 할 수 있는 상품을 PICK 상품당 1개의 고유 링크 발급
- ✓ 발급 링크 복사 후 채널에 게재 (블로그, 인스타그램, 유튜브 등)
- ✓ 발급 링크로 판매 발생 시 수익 배분 별도의 이용료 없이 플랫폼 이용 가능

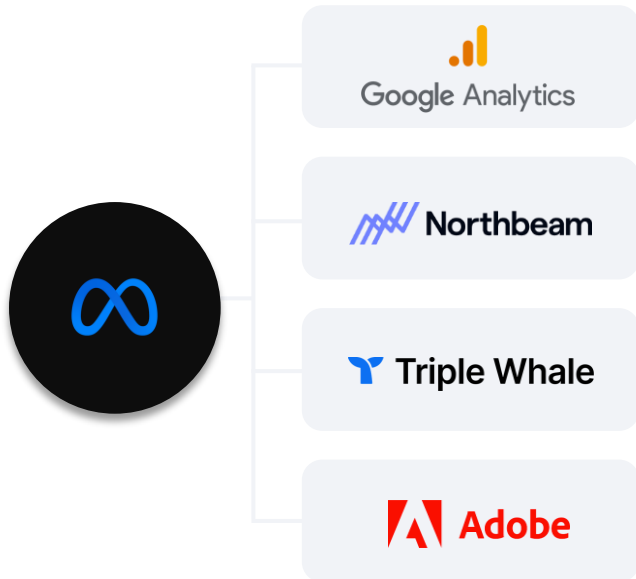


# 메타, Google Analytics 연동 지원 확대

메타는 2024년 일부 광고주 대상으로 GA를 포함한 타사 분석 도구를 도입하고, 맞춤형 광고 최적화를 제공해 메타 기여 전환이 평균 30% 증가  
2025년 3월, 웹 판매 목표 캠페인 광고주 대부분을 대상으로 GA 연동 지원을 확대하며, 신규 및 고품질 데이터 매핑 계정은 5% 추가 전환 증대 기대  
메타의 GA 연동 확대는 광고주의 크로스-퍼블리셔 측정을 반영한 맞춤형 최적화를 통해 메타 전환의 가치를 개선하려는 전략




## 메타 & 타사 분석 도구 연동 지원 주요 내용

### 연동 지원 타사 분석 도구



\* 현재 Northbeam은 베타, Triple Whale, Adobe는 도입 예정

### 메타 & 타사 분석 도구(GA) 연동 시 이점

- **메타 기여 전환 데이터 학습**  
메타 광고 계정과 GA 연동 시, 메타 광고 캠페인이 기여했다고 집계된 전환 수 등을 포함한 GA 캠페인 보고 데이터를 공유하고, 메타 시스템이 이를 학습
- **광고 노출 및 최적화 반영**  
메타 시스템이 학습한 GA 내용을 메타 광고 노출 및 최적화에 반영  
즉, 광고주가 성과를 평가하는 방식(크로스-퍼블리셔 측정)을 고려하여 맞춤형으로 메타의 광고 노출을 최적화
- **GA 성과 증가**  
광고주가 주요 성과 분석 플랫폼으로 활용하는 GA에서도 메타 광고의 기여 전환 상승효과  
결과적으로 광고주가 중시하는 성과 측정 방식이 메타 광고 시스템과 분석 플랫폼에 반영될 수 있는 구조 마련

# MEDIA NEWS BRIEF

구분	매체명	주요 내용
광고 정책 및 상품	네이버	<ul style="list-style-type: none"> <li>· KLPGA &amp; KPGA 패키지 출시 : 연간 패키지(0.5억 원), 하반기 패키지(0.3억 원)</li> </ul>
	메타	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 인스타그램 피드 광고 미디어 클릭 시 액션 업데이트 : 피드 광고 내 미디어 클릭 시 즉시 랜딩페이지로 연결되도록 업데이트, 랜딩페이지 연결까지의 단계를 줄임으로써 트래픽 장벽을 개선</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>· 어드밴티지+ 크리에이티브에 “브랜딩 기능” 제공 : 브랜딩 기능 활용 시 이미지 생성, 텍스트 생성, 오버레이 등의 어드밴티지 +크리에이티브 결과물에 브랜딩 요소가 반영, 원치 않을 경우 OFF 가능</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>· 잠재고객 캠페인에서 SMS 코드 인증 지원 : 더 퀄리티 높은 리드 확보를 위해 인스턴트 양식에서 SMS 코드 인증 기능 론칭, 휴대폰 번호를 필수 연락처 필드로 추가할 경우 SMS 코드 인증하도록 선택 가능</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>· “관련성 높은 댓글” 기능 확장 : 어드밴티지+ 크리에이티브에서 해당 기능 활용 시 최대 3개의 댓글이 대표로 노출, 감성 분석 시스템을 활용해 긍정 댓글만 노출되며, 부정 댓글만 있을 시 노출되지 않음</li> </ul>
	카카오	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 디스플레이 / 상품 카탈로그 노출 지면 확장 : 카카오톡 보이스톡 및 페이스톡 종료 화면에 카탈로그 상품 혹은 디스플레이 광고 노출 확장</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>· 카카오토리 지면 통합 : 기존 카카오토리 지면 단독 운영이 가능했으나, 카카오 서비스지면으로 통합되며 단독 운영 불가</li> </ul>
	티빙	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 경매형 상품 출시 : 최소 입찰가 이상 자유로운 입찰가 설정 및 다양한 타겟팅 적용 가능한 경매형 상품 공식 출시</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>· 뉴스채널 패키지 출시 : 뉴스 속보 상황에서도 대응할 수 있는 3개 채널(YTN/KBS뉴스/연합뉴스) 실시간 대체광고 및 정치시사 콘텐츠 집중 노출 / 최소집행금액 0.2억 원</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>· 오늘의 티빙 TOP20 프리롤 패키지 출시 : 티빙에서 가장 시청 많은 TOP20 콘텐츠의 프리롤에만 집중 타겟하여 주목도 높은 상품 / 최소집행금액 1억 원</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>· 프로야구 슈퍼매치 상품 출시 : KBO리그의 빅매치를 선정해 특별 중계 하는 프로그램인 슈퍼매치 내 실시간 대체광고, 가상광고, PPL 상품 출시</li> </ul>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>· KBO 정규시즌 DA패키지 출시 : 주목도 높은 라이브 경기 재생 화면 내 하단 배너 노출로 브랜드 임팩트 확보 가능 - 0.3억 원 /1구좌</li> </ul>		

# MEDIA NEWS BRIEF

구분	매체명	주요 내용
광고 정책 및 상품	CJ유튜브	· <b>월드오브스우파 특판 출시</b> : 월드오브스우파(WSWF) 클립에만 광고를 노출하는 유일한 상품, 구좌당 0.2억 원
	넷플릭스	· <b>넷플릭스 스페셜 패키지 (메조미디어 단독 특판)</b> : 포커스미디어 오피스TV 패키지 업데이트
	관다	· <b>이벤트형 패키지 출시</b> : 커뮤니티 이벤트 패키지, 인앱 이벤트 패키지 2개 구성
프로모션	관다	· <b>2Q 프로모션</b> : 풀팝업/ 문제검색(동영상) 상품 노출 서비스율 40% 제공 : 1,000만 원 이상 집행 시, 홈 배너 또는 스플래시 1주 독점 구좌 무료 제공 : 문제검색(띠배너) 상품 CPM 단가 50% 할인
	티맵	· <b>5~8월 프로모션</b> : 신규 광고주 대상, 월 500만 원 이상 집행 시, 5% 추가 수수료 지급 : 기존 광고주 대상, 월 500만 원 이상 집행 시, 3% 추가 수수료 지급 : 마케터 대상, 집행 금액의 최대 5% 백화점 상품권 지급 (신규 광고주 캠페인 5% / 기존 광고주 캠페인 3%)
	KB pay	· <b>2Q 프로모션</b> : 마케터 대상, 집행 금액의 4% 백화점 상품권 지급 (집행 광고비 500만 원 이상 해당) : 제안 시 5천 원 상품권 지급(팀 단위 제안 5건 이상 달성 시 일괄 지급)
	네이트	· <b>2Q 프로모션</b> : 월 2,000만 원 이상 집행 시, 추가 수수료 30% 지급 : 프로모션 특판 집행 시, 5만 원 상품권 지급 (특판 문의: m_plan@cj.net)
	카카오VX	· <b>2Q 프로모션</b> : 월 1,000만 원 이상 집행 시, 수수료 50% 제공 : 제안 시 5천 원 상품권 지급, 월 500만 원 이상 부킹 확정 시 5만 원 백화점 상품권 지급

# MEDIA NEWS BRIEF

구분	매체명	주요 내용
프로모션	NBT	<ul style="list-style-type: none"> <li>2Q 프로모션</li> <li>: 신규 광고주 단가 20% 할인 적용 (25년 1월 이후 진행 이력이 없는 광고주)</li> </ul>
	타블라	<ul style="list-style-type: none"> <li>2Q 프로모션</li> <li>: 2분기 내 3,000만 원 소진 시, 선착순 3명 → 그랜드 하얏트 서울 숙박권 증정</li> <li>: 부킹 시 상품 증정 (ANESSA 선크림, 에스티로더 트래블 키트 화장품, 여행용 압축 파우치)</li> <li>(대상 업종 : 럭셔리&amp;프리미엄, 뷰티&amp;패션, 가전&amp;인테리어, 테크)</li> </ul>
	페이코 캠퍼스 (NHN AD)	<ul style="list-style-type: none"> <li>2Q 프로모션</li> <li>: 첫 집행 한정, 1+1 구좌 제공 (계재 기간 2배)</li> <li>: 노출 극대화 패키지 구매 시, 앱푸시 1회 무상 발송 제공</li> </ul>
	위버스	<ul style="list-style-type: none"> <li>2Q 프로모션</li> <li>: 배너 광고 500만 원 이상 집행 시, 스플래시 1구좌 무상 제공(1일 독점)</li> <li>: 영상 논스킵 50% 단가 할인 제공</li> </ul>
	네이버 밴드	<ul style="list-style-type: none"> <li>2Q 프로모션</li> <li>: 전체 광고주 대상, 공시 단가의 5% 할인 제공</li> <li>: 신규 광고주 대상, 공시 단가의 30% 할인 제공 (프로모션은 1회 적용, 최근 90일 이내 집행 이력이 없는 광고주)</li> </ul>
	버즈빌	<ul style="list-style-type: none"> <li>4월 프로모션</li> <li>: 카카오펙크, 카카오페이, 케이뱅크 집행 시, 전체 광고비의 20%를 서비스율로 반영</li> </ul>
	핑크다이러리	<ul style="list-style-type: none"> <li>4월~5월 프로모션</li> <li>: 건강기능식품, 의료기기 광고주 대상 노출량 1.5배 보장 (최소 집행금액 : 300만 원)</li> </ul>



03

# NEW MEDIA

---

데일리샷  
페이코 캠퍼스  
220코드앤코드  
올이즈웰

신규 매체

# 데일리샷

국내 유통되는 모든 주종을 볼 수 있는 주류 전문 플랫폼

유저의 72%가 3040세대, 25%가 연 소득 8천만 원 이상으로 구매력 높은 3040세대 타겟 광고 집행에 효과적

광고 형태	상품 유형	판매 방식	미디어 파워
MO	이미지	CPP	MAU 100만

## 스플래시

앱 실행 시 단독 노출  
높은 노출량 확보가 가능한 브랜딩 특화 상품



## 메인 팝업

주류 광고주 전용 팝업으로 앱 첫 화면에 노출  
주목도가 가장 높은 단독 구좌 상품



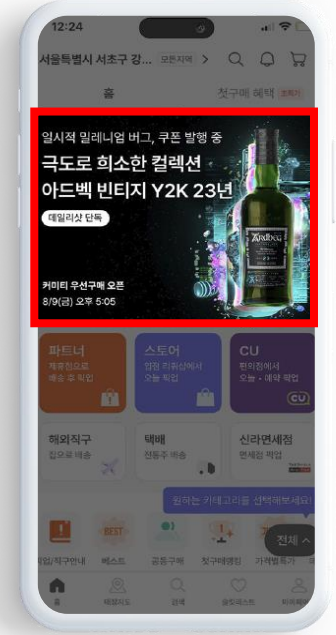
## 하단 플로팅

비주류 광고주 전용 팝업으로 첫 화면에 노출  
'오늘 그만 보기' 클릭 시 익일 재노출



## 메인 상단

홈 영역 중앙 상단에 메인 콘텐츠와 함께 노출  
주목도가 높은 네이티브 광고 상품



신규 매체

# 페이코 캠퍼스

236개 대학, 3,100여 개 캠퍼스 가맹점에서 대학생이 사용하는 간편결제 앱  
 인증된 대학생 유저풀 기반으로 캠퍼스, 성별, 연령, 결제 이력 등 세부 타겟팅 가능

광고 형태	상품 유형	판매 방식	미디어 파워
MO	이미지	CPP	MAU 22만

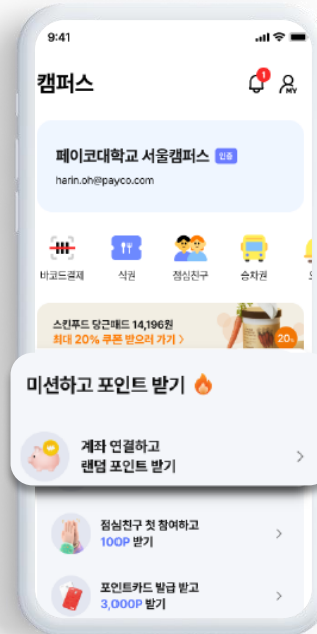
## 메인 배너

메인 중상단에 노출  
 지속적인 노출로 높은 주목도 확보



## 미션 영역

직관적인 혜택 노출로 높은 광고 효율  
 회원가입, 구매전환 등 액션 유도 용이



## 혜택 영역

할인, 적립 등 혜택으로 소재 주목도 확보  
 리워드 제공으로 높은 유저 참여 가능



신규 매체

# 220코드앤코드

가전 전문 인플루언서 1,000명과 함께 가전제품 리뷰와 가전 트렌드를 확인할 수 있는 가전 전문 앱  
 활성 유저 47%가 3049 여성으로 트렌드에 민감하고 구매력 있는 여성 타겟 광고 집행에 효과적

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

## 메인 배너

앱 실행 시 최상단 노출  
 브랜딩에 효과적



## 진입 배너

앱 진입 시 첫 화면 하단에 노출  
 유저 주목도 확보 가능



## 이벤트 배너

랜딩을 위한 상품 상세 + 미션 리스트 필요  
 리워드 제공으로 높은 참여율



## 앱 푸시

타겟팅 발송 가능  
 유저 재방문 유도에 효과적





신규 상품

# 올이즈웰

공항 송출 옥외광고를 영상 콘텐츠로 자산화하고 유튜브에 녹여내는 COOH(Contents-OOH) 상품 출시  
 공항 방문/비방문 고객 모두에게 브랜드 인지도 제고 및 대세감을 형성하는 새로운 방식의 온·오프라인 연계 상품

광고 형태	상품 유형	판매 방식	미디어 파워
COOH	동영상	CPP	월 630만(잠재고객 커버리지)

## COOH 상품 패키지 구성

OOH 미디어

김포/제주 국제공항 DOOH



김포/제주 국제공항의 주요 랜드마크 DOOH 미디어로 구성

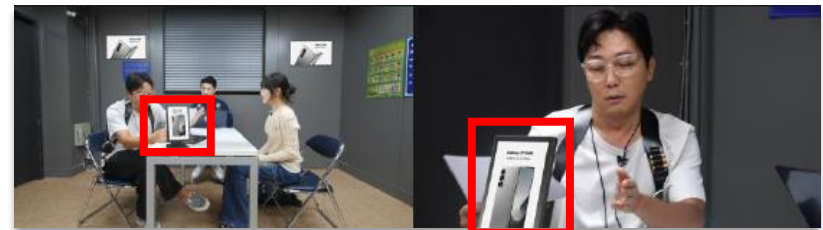
디지털 미디어

유튜브 '노빠꾸 택재훈' (구독자 181만+, 영상 평균 조회수 약 90만)



메인 에피소드 중간광고 (15초)

공항 송출 옥외광고를 영상 스케치로 재구성하고, 15초로 편집 후 콘텐츠 내 중간광고로 노출



하이라이트 쇼츠 가상광고 (2회)

함께 보면 좋은,  
메조미디어 추천 콘텐츠



2024 업종 분석 리포트



2025 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](#) >