

MEDIA & MARKET REPORT

2024. 03

- MEDIA
- MARKET

CONSUMER



01

MARKET ISSUE

스포츠 중계권으로 OTT 가입자 유치 총력
온디바이스 AI 시대, 출시 경쟁 치열
가상옥외광고(FOOH), 국내 트렌드로 급부상

스포츠 중계권으로 OTT 가입자 유치 총력

OTT 업계가 스포츠를 차세대 킬러 콘텐츠로 주목하고, 독점 중계권 확보를 위해 거액을 투자하며 열을 올리는 중
이는 팬데믹 기간 동안 기하급수적으로 증가한 콘텐츠 제작비 부담을 낮추고, 팬층이 두터운 스포츠 시청자의 신규 유입 및 락인을 위한 전략
흥행이 불투명한 오리지널 콘텐츠 제작에 비해 안정적인 콘텐츠 수급과 시청률이 보장된 스포츠 중계권 독점 경쟁이 지속될 것으로 전망

스포츠 중계권 확보 사례

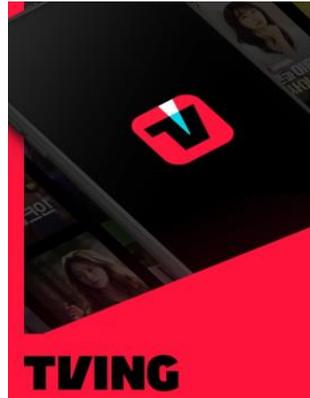
넷플릭스



프로레슬링(RAW)

월드레슬링 엔터테인먼트(WWE)의 인기 프로그램인 RAW를 25년부터 10년간 약 6조 7000억 원으로 독점 중계권 확보
넷플릭스가 맺은 스포츠 중계 콘텐츠 계약 중 최대 규모

티빙



한국 프로야구(KBO)

연 400억 원으로 24년부터 3년간 사업 우선협상 대상자로 선정
구단 별 채널 운영, 시청 환경 개선 외 실시간 채팅 '티빙 톡'과
놓친 장면 다시 보기 서비스인 '타임머신' 기능으로 차별화 계획

쿠팡플레이



독일 프로축구(분데스리가)

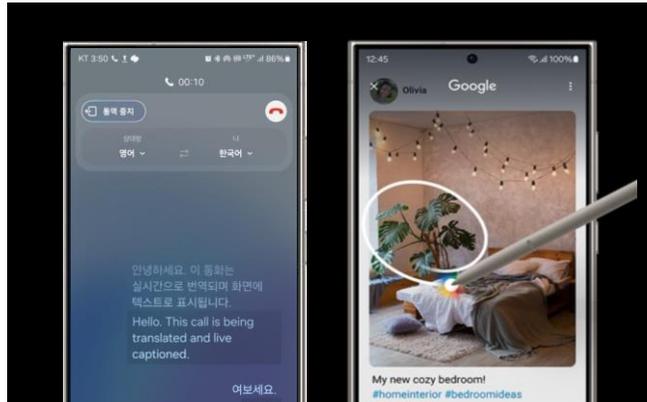
24년 하반기부터 4년간 약 350억 원으로 독점 중계권 확보
현재 아시안컵, K리그, 라리가(스페인), 리그앙(프랑스) 중계 등
다수의 프로축구 중계로 축구 카테고리에서 압도적 우위 선점

온디바이스 AI 시대, 출시 경쟁 치열

외부 서버나 클라우드 연결 없이 디바이스 내 자체 AI를 통해 서비스를 이용할 수 있는 '온디바이스 AI(On-Device AI)' 제품이 연이어 출시
기기 자체에서 데이터를 처리하기 때문에 실시간 응답 속도가 빠르고, 인터넷 접속 없이 사용 가능해 개인정보 보호와 같은 보안 측면에서 강점
AI 활용 시장 수요 증가와 맞물려 스마트폰, 가전 IoT(사물인터넷) 분야 등 온디바이스 AI 제품 생산 기업들 간 주도권 경쟁이 심화될 것으로 전망

온디바이스 AI 출시 사례

스마트폰



삼성 '갤럭시 S24 Ultra'

통화와 메시지를 13개국 언어로 실시간 통역·번역하는 기능과 동그라미를 그리면 관련 검색 결과가 나오는 '서클 투 서치', 음성을 텍스트로 변환하고 요약해 주는 등 모바일 AI 기능 탑재

냉장고



삼성 '비스포크 패밀리허브 플러스'

냉장고 내부 카메라가 식재료가 드나드는 순간을 자동으로 촬영하여 리스트를 생성하고, 리스트 기반의 레시피를 추천
식료품 보관 기한 설정 알림 등 AI 기능으로 주방 혁신 선도

로봇



LG '스마트홈 AI 에이전트'

'CES2024'에서 공개된(출시 예정) 자율 주행이 가능한 가사도우미 로봇으로 다채로운 표정으로 사람과 소통하며
고령자·반려동물 모니터링, 조명·온도조절 등 홈 허브 역할 수행

가상옥외광고(FOOH), 국내 트렌드로 급부상

현실 배경에 컴퓨터 그래픽 기술을 접목해 실제인 듯한 착각을 불러일으키는 가상옥외광고 FOOH(Fake Out Of Home)가 세계적으로 인기 최근 국내 기업에서도 소비자의 이목을 집중시키기 위해 랜드마크를 배경으로 브랜드의 특징을 살린 슷폼 FOOH 광고를 제작해 차별화 도모 제작 기간과 비용 절감 효과뿐만 아니라 SNS를 통한 바이럴이 용이하여 마케팅 업계에서 새로운 홍보 기법으로 각광

스폼 FOOH 광고 사례

금융



KB국민은행

인천국제공항 제1사업권 입점을 홍보하기 위한 FOOH로 대표 캐릭터인 '스타 프렌즈'가 그려진 비행기에 매달린 ATM 기기가 공항 안으로 낙하하는 영상, 3일 만에 40만 조회수 기록

유통



이마트24

간편 조리 식품 브랜드 홍보를 위한 FOOH로 남산타워와 광화문 광장을 배경으로 거대한 간편 조리 식품이 연기를 뿜으며 뚝뚝 들이는 영상, 2주 만에 100만 조회수 기록

주류



OB맥주

제품의 강점인 부드러운 거품을 강조한 FOOH로 거품 오리가 맥주캔을 등에 태우고 한강을 떠다니는 영상과 전광판에서 맥주 거품이 넘치는 영상, 각 156만과 643만 조회수 기록



02

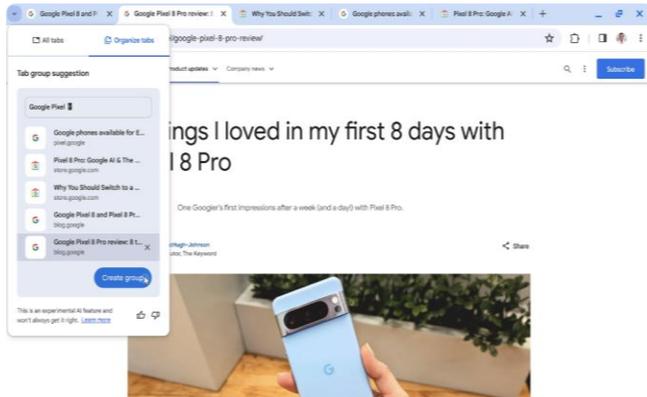
MEDIA ISSUE

구글, AI 웹브라우저 시대 개막
생성형 AI 챗봇을 활용한 검색 광고 등장

구글, AI 웹브라우저 시대 개막

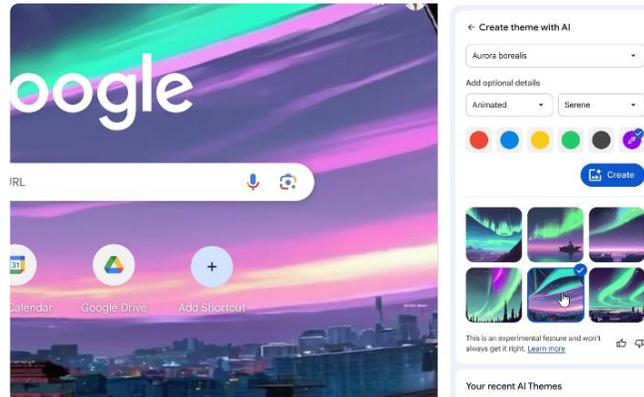
구글이 자사 웹브라우저인 '크롬(Chrome)'에 생성형 AI 기능을 도입한 업데이트 버전을 출시
현재는 크롬 실험 모드에서 사용 가능하며, 미국에서 테스트를 완료한 이후 전 세계 사용자에게 배포할 예정
웹브라우저 자체에 대한 사용자 편의성 증대 및 개인 맞춤형 환경 제공으로 보다 개인화된 브라우저 환경이 가능할 것으로 기대

크롬에 탑재된 생성형 AI 기능



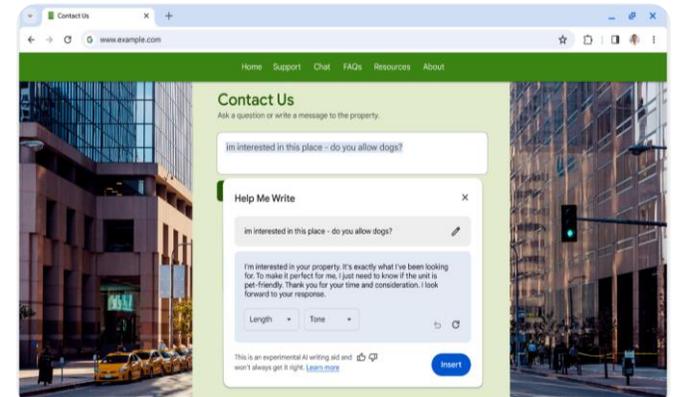
탭 정리기 'Tab organizer'

크롬에 열려있는 수십 개의 탭들을 AI가 분석해
주제나 작업 별로 탭 그룹을 자동 생성해 주는 기능
쇼핑·뉴스·업무 등 다양한 탭을 열어놓은 사용자에게 유용



테마 생성기 'Custom themes'

AI가 웹브라우저의 배경화면 테마를 생성해 주는 기능
사용자가 주제·분위기·스타일·색상 등을 선택할 수 있고
이를 기반으로 사용자 맞춤 테마를 빠르게 생성 가능



글쓰기 도우미 'Writing help'

AI가 문의·댓글·리뷰 등 글 초안을 작성해 주는 기능
문장 길이와 말투 등 사용자 맞춤 설정 가능
글 작성을 어려워하는 사용자들에게 도움이 될 것으로 기대

생성형 AI 챗봇을 활용한 검색 광고 등장

최근 국내외 기업들이 광고주의 비즈니스 성장 및 수익 창출에 기여하는 생성형 AI 챗봇을 활용한 검색 광고 서비스를 테스트하며 그 성과를 공유
AI 챗봇은 제품 및 서비스 상담부터 광고 콘텐츠 제작 도구 역할까지 다양한 형태로 진화, 기존 검색 광고 보다 더 높은 클릭·전환율 달성에 기여
생성형 AI 기반의 검색 광고 서비스가 정식 출시되면 국내외 광고 업계에 새로운 검색 광고 패러다임으로 자리매김할 것으로 기대

생성형 AI 챗봇 활용 검색 광고 서비스 비교

네이버	사업자	구글
CLOVA for AD (HyperCLOVA X)	서비스명 (AI 모델)	Google Ads (Gemini)
생성형 AI 챗봇을 활용해 맞춤형 추천 광고 생성에 목적	목적	생성형 AI 챗봇을 활용해 광고 콘텐츠 자체를 생성하는데 목적
브랜드 정보를 학습한 AI 챗봇 '브랜드챗'이 소비자 의도에 맞는 특화된 답변을 제공 연쇄 질의를 통해 제품 추천 및 구매 링크까지 제시	구현 방식	광고주가 AI 챗봇에 홈페이지 URL, 키워드, 이미지를 입력하면 광고 카피, 이미지 등 자동으로 소재를 생성하여 검색 광고 캠페인 구축
기존 광고 대비 클릭률 약 20% 상승 '브랜드챗' 이용 후 제품 구매 사이트로 이동한 비율 약 30% 달성	테스트 성과	광고 효력 점수*가 '우수' 또는 '매우 우수'인 검색 캠페인을 게시할 가능성 42% 상승 '미흡'에서 '매우 우수'로 개선 시, 전환율이 평균 12% 상승
글로벌 스포츠 브랜드 나이키와 국내 최초 생성형 AI 활용 광고 개시, 정식 출시일 미정	출시일	미국, 영국 등 영어권 광고주 대상으로 제공, 정식 출시일 미정

* 광고 효력 점수는 광고 카피의 관련성, 품질 등을 측정해 '미흡'부터 '매우 우수'까지 점수를 부여하는 Google Ads 지표

MEDIA NEWS BRIEF

구분	매체명	주요 내용
광고 정책 및 상품	카카오	· 카카오모먼트 픽셀 & SDK 대시보드 제공(2/20~): GNB>비즈도구>픽셀 & SDK 노출, 유입 경로 별 '오늘의 총 이벤트 수 및 증감률', 광고주 별 맞춤 설정 가능한 대시보드 제공
		· '브랜드 이모티콘' 관리자 센터 오픈, MIDAS 종료(3/31): 브랜드 이모티콘 상품 집행을 위한 신규 관리자 센터 '브랜드 이모티콘' 오픈, MIDAS에서 신규 캠페인 등록 불가, 데이터 조회 및 다운로드만 가능
		· 카카오맵>카카오비즈보드 및 NA 지면 확장(1/30~): 초기화면 영역 좌하단(PC), 장소 상세 페이지>포토뷰어 페이지 하단(모바일웹), 길찾기 모드>히스토리 페이지 하단(앱) 등 지면 추가
	네이버GFA	· 지면 광고 노출 시간 확대(2/8~): 네이버>스마트채널 '네이버 모바일 검색 홈' 지면 광고 노출 가능 시간 18~24시로 확대, 보장형 DA 광고 우선 노출, 후순위로 성과형 DA 광고 노출
· 모바일 날씨 브랜딩 DA, 성과형 상품 단독 판매로 변경(4/1~): 게재 위치 - 네이버>배너영역>서비스통합, 광고 노출 경로 - 네이버>모바일>날씨>홈, 미세먼지/ 모바일 날씨 브랜딩 DA NOSP 종료(3/31)		
프로모션	블라인드	· 24년 3~4월 프로모션: 원데이 스페셜(띠배너+빅배너) 기존 600만원 → 400만원 할인, 프리미엄 패키지(스플래시+세로형 영상+원데이 스페셜+종료 광고+피드) 기존 4,800만원 → 4,000만원 할인
	SPOTV	· 3월 한정 프로모션: 3월 라이브 되는 캠페인 대상 SPOTV NOW VOD 콘텐츠 첫 시청자 독점 노출 1,500만원 → 1,200만원 할인, SPOTV 유튜브 VOD 미드롤 광고 CPM 15,000원 → 13,000원 단가 할인
	란다	· 24년 3월 신학기 프로모션: 란다 메인 상품 2종(전면 팝업, 문제검색_이미지) 30% 서비스율 제공/ 란다 홈PKG(홈히어로+홈아이콘) 기존 CPM 7,500원 → 2,000원 단가 할인
	티맵	· 24년 1분기 수수료 프로모션: 24년 1분기 정산 완료 대상 수수료율 30% → 40% 혜택 제공 (500만원 이상 집행 대상)
	ADN	· 24년 1분기 리워드 프로모션: 신규 광고주 또는 휴면 3개월 이상 광고주 대상, 300만원 이상 소진 시 소진 금액의 3% 상품권 지급
	데이بل	· 24년 1분기 프로모션: 신규 광고주 대상 100만원 집행 시, 100만원 서비스율 추가 제공하는 1+1 프로모션 (6개 업종 대상: 여행, 교육, 게임, 패션, 자동차, 통신사)

03

NEW MEDIA

배달의민족 - 중문 배너(CBT)

SPOTV - 유튜브 쇼츠 가상 광고

PASS - 스플래시 배너

배달의민족 - 중문 배너(CBT)

월 2,000만 명이 이용하는 배달의민족에서 신규 상품 '중문 배너' 출시(CBT)
앱 메인 화면에 단독 노출되는 지면으로 주목도가 높으며 고객 유입에도 효과적

광고 형태	상품 유형	노출량	미디어 파워
MO	이미지	1,000,000	예상 CTR 1% - 1.5%

중문 배너 (메인 팝업 배너)

배달의민족 앱 실행 후
메인 홈 진입시 팝업으로 단독 노출



SPOTV - 유튜브 쇼츠 가상 광고

SPOTV 유튜브 채널에서 브랜드를 지속 노출시킬 수 있는 '쇼츠 가상 광고' 출시
 코리안리거들이 활약하는 주요 경기(프리미어리그, 메이저리그)하이라이트에 노출

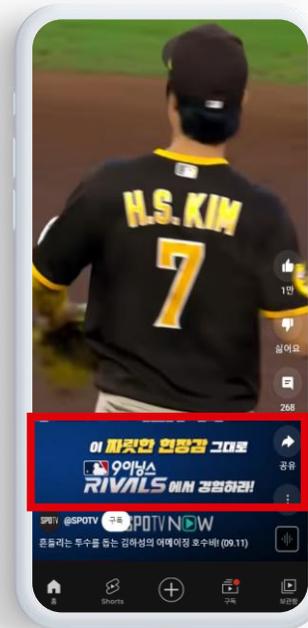
광고 형태	상품 유형	주요 노출 채널	구독자(종합)
MO	가상 광고	SPOTV, SPOTIME, SPOTV 오리지널	약 330만

VOD 유튜브 쇼츠 가상 광고

SPOTV 유튜브 채널에 업로드되는 모든 쇼츠에 삽입되어
 재생 중 논 스킵 형태로 노출되는 광고



해외 축구



MLB

PASS - 스플래시 배너

SKT·KT·LG U+ 5,000만 이동통신사 고객이 사용하는 본인 확인 서비스로, 국내 제조사 출시 단말에 기본 앱으로 탑재
브랜딩 캠페인에 효과적인 '스플래시 배너' 출시

광고 형태	상품 유형	판매 방식	월 예상 노출
MO	이미지	CPP	130만

스플래시 배너

PASS 앱 실행 시 단독 노출



04

SPECIAL PROMOTION

클래스팅 X 메조미디어 단독 프로모션

클래스팅 X 메조미디어, 새 학기 맞이 단독 추가 프로모션

초·중·고등학교 학부모 & 학생 850만 명 이상, 교사 40만 명 이상의 최다 사용자 보유한 대표 에듀테크 플랫폼

프로모션 내용	3월 새 학기 맞이 보장 노출량 '최대 25% UP↑' 추가 제공 1개월 1,000만원 광고 집행 시 1,250만원 상당의 보장 노출량 제공	신청 방법	광고주, 브랜드, 집행일정 기재하여 m_plan@cj.net 로 전달 (*집행 확정 시 별도 안내)
	① 메조미디어 단독 전 상품 추가 노출량 10% 제공(CPM 상품 대상) ② 게시글 상품 & 교사 상품 추가 노출량 10% 제공 ③ 새 학기 추천 업종 <건강기능식품/교육/IT통신/전자가전> 추가 노출량 5% 제공	프로모션 기간	2024년 2월 1일 ~ 3월 31일
		매체력	누적 다운로드 수 900만 회/ 새 학기 3월 ~ 5월 시즌 MAU 300만

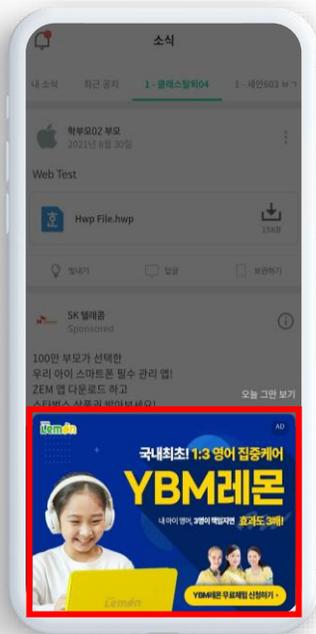
게시글 상품

앱 실행 후 첫 화면에 노출되는 피드 광고



시작 팝업

앱 실행 시 진입 화면에 단독 노출



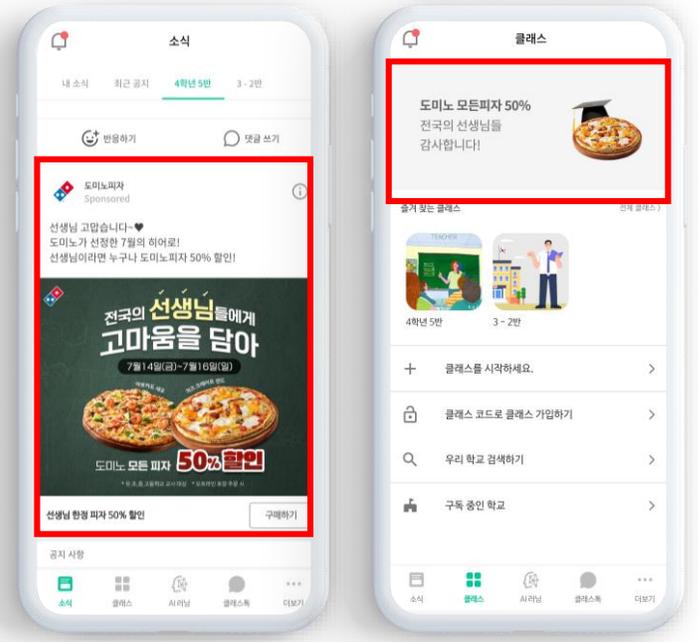
종료 팝업

앱 종료 시 전면에 단독 노출



교사 상품

선생님·학교 관리자 대상, 게시글과 클래스탭 지면 결합 상품



함께 보면 좋은,
메조미디어 추천 콘텐츠



2024 트렌드 리포트



2023 디지털 라이프스타일 리포트



2023 타겟 분석 리포트 (10대-50대)



2024 디지털 미디어 마일스톤



생성형 AI 소비자 인식 조사

INSIGHT

MEDIA | MARKET | CONSUMER

[연락 문의](#) >

[뉴스레터 구독신청](#) >

[INSIGHT M 자료실](#) >