

MEDIA & MARKET REPORT

2026. 07

- MEDIA
- MARKET

CONSUMER



01

MARKET ISSUE

F&B업계, 올·다·무 선출시 마케팅 활발
공정위, AI 가상인물 광고에 식별·표시 도입 의무화
메타, AI 글래스 국내 정식 출시

F&B업계, 올·다·무(올리브영·다이소·무신사) 선출시 마케팅 활발

F&B업계가 대형마트나 편의점 등 전통적인 유통 채널을 벗어나 올·다·무(올리브영·다이소·무신사)를 새로운 유통 채널로 주목
젊은 층이 밀집하는 이들 채널을 신제품 출시의 전초기지로 삼아 타겟 소비자들과의 접점을 늘리려는 전략

패션·뷰티와 식품 유통 채널 간의 경계가 희미해지는 추세로 젊은 세대의 라이프스타일 접점에 있는 플랫폼을 활용한 선출시와 마케팅은 지속될 전망

올·다·무 선출시 마케팅 사례

올리브영



크라운제과 '마이썬 토마토'

신제품 '마이썬 토마토'를 올리브영에서 선출시,
채소 토마토를 활용해 비타민 C, D 함유 등 건강한 이미지를
구축하고, Z세대들이 재미있는 건강 간식을 찾는 공간을 선택

다이소



오리온 '촉촉한 황치즈칩'

한정판 '촉촉한 황치즈칩'을 다이소에서 선출시, 기존 유통망인
대형마트나 편의점보다 최근 젊은 세대들이 이색 제품을 찾는
공간으로 부상한 다이소를 통해 한정판 마케팅 효과 극대화

무신사



남양유업 '테이크핏 브레드밀'

식사대용 단백질 셰이크 신제품 '테이크핏 브레드밀' 출시,
웰니스를 중시하는 2030 여성층을 겨냥해 최근 뷰티와
헬스케어 카테고리를 강화하는 무신사에서 단독 선출시

공정위, AI 가상인물 광고에 식별·표시 도입 의무화

공정위는 6월부터 AI 가상인물이 추천·보증하는 광고에 '가상인물'이라는 표시를 해야 하는 '추천·보증 등에 관한 표시·광고 심사지침' 개정안을 시행
이번 심사지침 개정으로 소비자에게는 추천·보증하는 주체가 '가상인물'임을 보다 쉽고 명확하게 알 수 있게 하여 합리적인 소비를 할 수 있도록 지원
광고주·인플루언서에게 가상인물을 적용한 광고 게재 시 명확한 가이드 라인을 제시함으로써 법 위반 예측 가능성을 높이는 데 기여할 것으로 기대

'추천·보증 등에 관한 표시·광고 심사지침' 개정안 주요 내용

① 문자 중심 매체에서의 표시방법

제목 혹은 본문 맨 앞에 표시

- ▶ 제목: 표시 문구가 생략되지 않도록 제목 앞에 [가상인물 포함] 문구 표시
- ▶ 본문: 'AI를 기반으로 생성된 가상인물이 포함된 게시물입니다.' 등의 문구 표시

이미지에 표시

배경과 구분되는 색상으로, 가상인물과 근접한 위치에 [가상인물]을 표시



② 영상 매체에서의 표시방법

영상에 표시

배경과 구분되는 색상으로 가상인물과 근접한 위치에 가상인물이 등장하는 영상 화면 내 [가상인물] 표시 유지



③ '경험적 사실' 과장 광고 금지

체험담 광고 금지

가상인물은 제품을 직접 사용할 수 없는 존재로 거짓 체험담을 말하는 광고는 부당한 표시·광고로 규제 대상

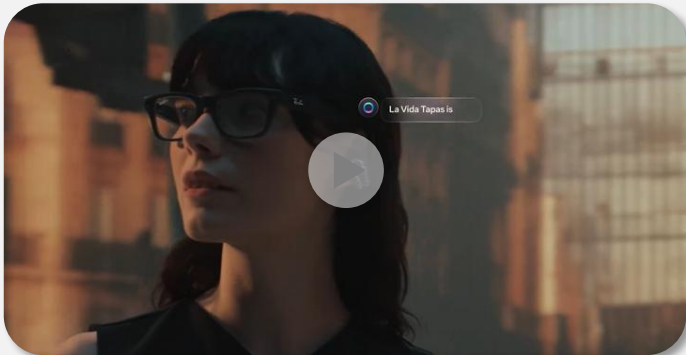
모니터링 강화 및 위반 시 처벌

- ▶ 공정위는 개정안 안착을 위해 AI 가상인물 광고에 집중 모니터링 실시
- ▶ 지침 위반 시 시정명령 외 과징금 부과 및 형사처벌까지 받을 수 있음

메타, AI 글래스 국내 정식 출시

일상용 패션 아이웨어를 지향하는 ‘레이벤 메타’와 고강도 스포츠 및 아웃도어 액티비티에 최적화된 ‘오클리 메타’가 국내 시장에 정식으로 출시
메타 AI 글래스는 최대 8시간 배터리에 1200만 화소의 3K 울트라HD 촬영이 가능한 카메라와 고성능 AI 오디오 기능이 결합된 스마트 안경
삼성과 구글이 올해 하반기 출시 예정이며 애플과 오픈시도 개발에 집중하고 있어 향후 웨어러블 기기 시장을 둘러싼 주도권 경쟁이 본격화될 전망

메타 AI 글래스 주요 기능



Ray-Ban Meta

Oakley Meta



시각 기반 메타 AI 검색

사물을 보며 "Hey Meta, 이게 뭐야?"라고 물어보면
AI가 실시간으로 정보를 식별해 음성이나 화면으로 응답



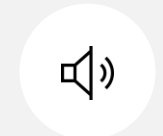
1인치 시점 핸드프리 촬영

사용자가 보는 시점의 고화질 사진 및 동영상 촬영 가능
사생활 보호를 위해 촬영 시 LED 표시등이 자동 점등



실시간 통역 대화

외국인과 대화할 때 상대방의 말을 실시간으로 인지하여
번역된 내용을 귀로 들려주거나 화면으로 노출



선명한 개인 오디오 환경

안경 다리에 오픈 이어 스피커 탑재, 5개의 노이즈 저감
마이크로 주변 소음을 제어해 선명한 오디오·통화 음질 제공



02

MEDIA ISSUE

오픈AI, 챗GPT 광고 한국 서비스 시작
틱톡, 여행 예약 기능 '틱톡 GO' 출시
메타, AI 챗봇 유료 구독제 '메타 원' 출시
메타, 실시간 사진 공유 앱 인스타그램 '인스턴트' 출시

오픈AI, 챗GPT 광고 한국 서비스 시작

오픈AI는 미국, 영국, 캐나다, 호주, 뉴질랜드에 이어 한국에서 챗GPT 대화 중 광고가 삽입되는 광고 서비스를 시작

무료 버전 및 저가형 구독 서비스 '챗GPT Go'를 이용하는 성인 사용자를 대상으로 광고가 노출되며, 그 외 상위 요금제 사용자에게는 광고 비노출

이번 광고 도입은 유료 구독 전환이 더딘 상황에서 생성형 AI 시장 내 생존을 위한 오픈AI의 수익 모델 다각화 조치로 분석

챗GPT 광고 주요 내용

광고 노출 대상

- ✓ 챗GPT 무료 및 고(Go) 요금제를 이용하는 성인 사용자 한정
- *챗GPT Go : 광고가 삽입되는 저가형 구독 서비스(월 구독료 : 13,000원)

광고 노출

- ✓ 현재 대화와 관련된 스폰서 상품이나 서비스가 있을 경우, 챗GPT 답변 하단에 광고 표시
- ✓ 광고는 챗GPT의 답변과 분리 노출되며 'Sponsored' 표시
- ✓ 만 18세 미만 계정에는 정치, 정신건강 등 민감하거나 규제된 주제 관련 대화에 광고 비노출

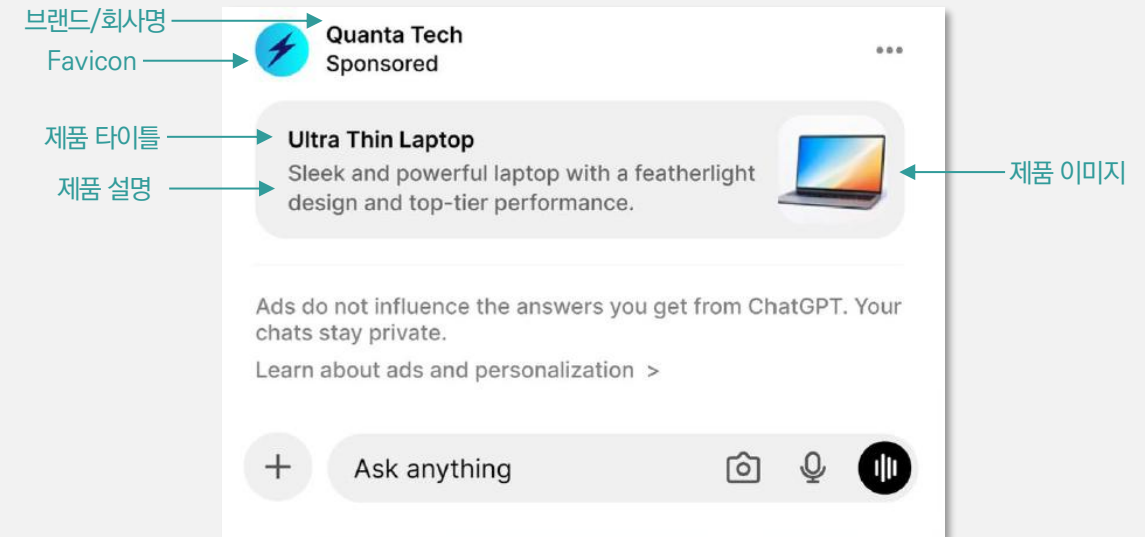
성과 측정

- ✓ 광고주는 광고 조회 수와 클릭 수 등 집계된 성과 정보만 확인 가능
- ✓ 광고주는 개별 이용자의 대화 내용·기록·개인정보에는 접근 불가

개인정보 보호

- ✓ 사용자는 맞춤 설정을 끄거나 광고에 사용되는 데이터를 삭제하는 등 데이터 사용 제어 가능
- ✓ 사용자는 표시된 광고를 숨기거나 광고에 대한 피드백 제공 가능
- ✓ 오픈AI는 사용자 데이터를 광고주에게 판매하지 않으며, 대화 내용은 비공개 원칙

광고 구성 예시

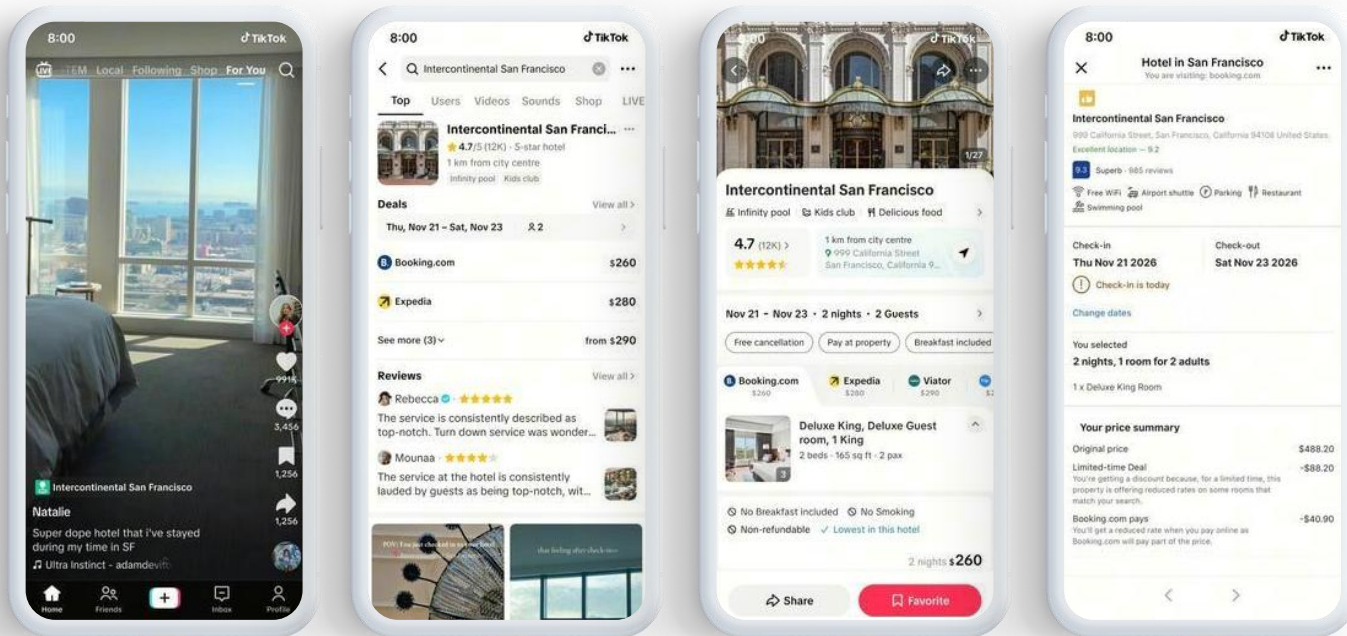


*브랜드 메인 페이지, 제품 상세 페이지 등 랜딩 가능

틱톡, 여행 예약 기능 ‘틱톡 GO’ 출시

틱톡이 앱 내에서 바로 여행 상품 및 투어 등 로컬 서비스 예약이 가능한 ‘틱톡 GO’를 18세 이상 미국 사용자를 대상으로 선출시
 숏폼 시청자가 영상 속 태그 된 링크를 통해 호텔 숙박, 도시 투어, 어트랙션 등 여행 상품을 실시간으로 조회·예약·결제까지 완료할 수 있는 기능
 틱톡은 틱톡 GO를 통해 발견의 순간이 곧바로 소비의 순간으로 연결되는 강력한 커머스 플랫폼으로 진화할 것으로 기대

‘틱톡 GO’ 주요 내용



여행 관련 숏폼 영상 시청 → 영상 하단 탭, 검색창, 위치 페이지 ‘예약’ 버튼 → OTA(Online Travel Agency) 페이지 연동 결제

알고리즘 기반의 발견

틱톡의 추천 피드는 “내가 팔로우하지 않은 콘텐츠”를 보여주는 구조로 몰랐던 여행지를 우연히 발견한 시청자의 여행 욕구를 자극해 예약까지 가능한 구조로 진화

원스톱 결제 시스템

부킹닷컴, 익스피디아, 트립닷컴, 갯유어가이드 등 글로벌 여행사(OTA) 및 액티비티 플랫폼 시스템을 앱 내 연동해 수백만 개 숙소·투어·입장권을 앱 안에서 바로 예약·결제 가능

크리에이터 수익 창출

팔로워 천 명 이상의 크리에이터라면, 자신이 소개한 호텔이나 액티비티 영상에 직접 예약 링크를 연동하고 실제 예약 발생 시 수수료를 받는 수익 모델로 실질적인 보상 제공

메타, 유료 통합 구독 서비스 ‘메타 원’ 출시

메타가 인스타그램, 페이스북, 왓츠앱, 메타 AI 등 자사 서비스 전반을 포괄하는 통합 유료 구독 서비스인 메타 원(Meta one)을 출시
막대한 AI 인프라 투자 비용을 회수하고 광고 의존도를 낮추기 위한 새로운 수익화 전략으로 싱가포르, 과테말라, 볼리비아에서 우선 시범 운영
메타는 향후 AI 글래스 사용자들을 위한 추가 혜택까지 구독 범위에 결합해 하드웨어와 소프트웨어를 아우르는 생태계 록인 효과를 극대화할 계획

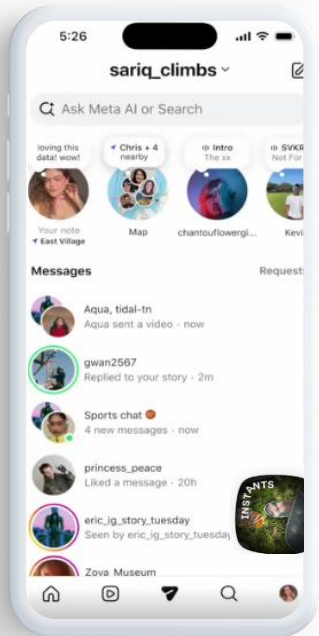
‘메타 원(Meta One)’ 주요 내용

개인용 요금제 (AI 중심)		크리에이터 및 비즈니스 요금제 (운영 중심)		
	Meta One Plus	Meta One Premium	Meta One Essential	Meta One Advanced
월 구독료	\$7.99	\$19.99 ~	\$14.99	\$49.99
주요 기능	✓ 무료 버전보다 확장된 AI 사용량으로 구독자의 질문을 더 잘 이해하고 답변 ✓ 고화질 이미지나 짧은 영상 무제한 생성	✓ 최첨단 AI 모델을 대기 시간 없이 상시 접근 ✓ 코딩, 논문 요약 등 복잡한 작업을 위해 AI가 단계를 나누어 답하는 ‘생각하기(Thinking)’ 모드	✓ 인스타그램/페이스북 프로필 옆에 공식 인증 배지 ✓ 계정 사칭 시 감지·차단하는 실시간 대응 방지 ✓ 고객 DM에 설정해둔 답변으로 AI가 자동 응답	✓ 구독자의 피드 노출 확대 및 검색 추천 우대 ✓ 콘텐츠 반응에 대한 정밀한 통계 분석 제공 ✓ 원하는 날짜와 시간에 게시물과 릴스 예약 발행 ✓ 비밀번호를 공유하지 않고 여러 직원과 하나의 비즈니스 계정 관리 가능
대상	일반 사용자	파워 유저	초보 크리에이터 및 소상공인	전문 크리에이터 및 중소기업

메타, 실시간 사진 공유 앱 인스타그램 ‘인스턴트’ 출시

메타가 인스타그램에 실시간 사진 공유 기능 ‘인스턴트(Instants)’를 추가하고 일부 국가에서는 별도 독립 앱으로 출시해 테스트 중
인스턴트는 필터나 보정 없이 지금 이 순간의 사진을 빠르게 보내는 데 초점을 맞춘 기능으로 상대가 확인한 뒤 사라지는 방식이 핵심
최근 공개적인 과시형 노출보다 사적인 관계적 공유로 흐르는 소셜 미디어의 추세를 반영한 것으로 별도의 앱 수요까지 이어질 수 있을지 귀추가 주목

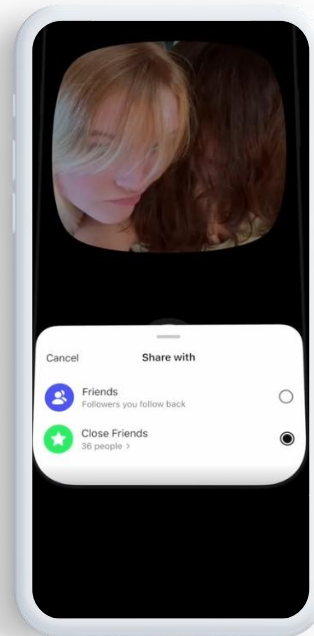
‘인스턴트(Instants)’ 주요 내용



인스타그램의 받은 메시지함 내
오른쪽 하단의 미니 사진 스택으로 인스턴트 진입



발송 전 캡션을 추가할 수 있지만, 추가 수정은 불가
화면 캡처 및 녹화가 차단되어 부담 없이 일상 공유 가능



친한 친구 또는 맞팔로우 중인 사람 등 공유할 대상 선택
조회 완료 시, 사라지고 24시간이 지나면 삭제



공유한 인스턴트는 비공개 보관함에 저장
최대 1년간 저장되며 스토리 요약으로 재공유 가능

MEDIA NEWS BRIEF

구분	매체명	주요 내용
광고 정책 및 상품	네이버 NOSP	· 네이버웹툰 스플래시 동영상형 신규 출시 예정 및 스플래시 패키지 변경 (7/13~) : 네이버 웹툰 스플래시 신규 유형인 동영상형이 출시될 예정이며, 스플래시 패키지 내 구성 상품 및 단가 변경 예정
		· 네이버 PC 스포츠 야구 홈 브랜드 패키지 판매 종료 (~7/19) : 네이버 PC 스포츠 브랜딩 패키지 광고 상품 개편 진행으로 인한 상품 집행 종료
		· 네이버 PC 타임보드 신규 유형 ‘타임보드 이미지 모션형’ 출시 : 단순 이미지만 노출되던 기존 타임보드와 달리 좌측 여백을 활용한 오브젝트 모션 효과 및 커버 이미지 전환 효과 가능
		· 네이버웹툰 앱 메인 스페셜DA ‘유색배너’ 신규 유형 출시 : 네이버웹툰 앱 메인 스페셜DA 진행 시 기존에 제공되던 기본 이미지형, 카운트 다운형 외에 유색배경의 이미지형 배너 소재 등록 가능
		· 네이버 증권 독점 스폰서십 ‘The Stock X’ 신규 론칭 : 네이버 추가정보 검색 결과 및 네이버페이 증권 지면 단독 점유 가능한 신규 상품 출시
	네이버	· 네이버 AI 광고 출시 (7/21~) : 통합검색 > AI 브리핑 지면에 ADVoost 검색 광고 상품 대상으로 노출
		· 쇼핑검색광고/ADVoost 쇼핑 – 네이버 PC 메인 쇼핑블록 ‘지금뜨는?’ 탭 광고 노출 확대 : 비로그인 이용자 대상으로 노출되는 ‘지금뜨는?’ 탭이 신설되며 노출 지면 확대
		· ‘부스트 업’ 캠페인 오픈(Beta) : ADVoost 쇼핑 캠페인 하나로 메타(Meta), 크리테오(Criteo) 등 검증된 외부 광고 플랫폼에 자동 확장 노출 가능 (구글 추가 예정)
	구글	· 유튜브 인피드 광고 지면 확대 : 모바일 앱 및 태블릿 환경에서 구독 피드 최상단 슬롯 노출 추가. 신규 소재 제작이나 세팅 변경 없이 기존 에셋 그대로 활용 가능
		· VVC 쇼츠, 사용자 액션 학습&입찰 활용 : 비디오 뷰 캠페인의 쇼츠 광고가 사용자의 액션을 학습과 입찰에 활용하고, 구글애즈 리포트를 통해 세부 수치 확인 가능
		· GMC 대화형 속성 신규 출시 : 이용자의 대화형 질문에 정확하게 답변할 수 있도록, Google Merchant Center 내에 총 6개의 대화형 속성으로 구성된 제품 정보를 등록할 수 있음

MEDIA NEWS BRIEF

구분	매체명	주요 내용
광고 정책 및 상품	카카오	· 광고 반응 타겟 통합 운영 : 디스플레이/메시지 광고 유형 구분 없이 통합 운영 가능 (공동 생성, 활용)
		· 카카오톡 채팅탭 > 채팅리스트 영역 내 광고 노출 개수 변경 : 최대 광고 노출 개수 1개 → 2개
		· 모먼트 메시지 광고 동영상 등록 방식 변경 : 모먼트 > 메시지 > 메시지 만들기 경로에 신규 동영상 업로더 적용 ↳ 채널 기반 동영상 업로드 제공 (내 채널에 동영상 업로드 후 소재로 첨부) ↳ 동영상 관리 메뉴 제공 (동영상 관리 메뉴에서 채널에 등록된 동영상 관리 가능) *채널X도달, 개인화메시지X도달 캠페인에서는 동영상 소재 등록 지원되지 않으므로, 메시지 만들기 경로에서 동영상 소재 등록 필요
		· 카카오퍼머스 > 상품 카탈로그 캠페인 노출 지면 확장 : 선물하기 홈 '실시간 선물랭킹'에 상품 카탈로그 캠페인의 상품 노출
	메타	· Meta AI & 레이밴 메타 한국 출시 : Meta AI 한국 정식 출시되어 Meta AI 앱 또는 기존 Instagram, Facebook, Messenger 앱 내에서 바로 사용 가능 ↳ 혁신적인 웨어러블 디바이스 레이밴 메타(Ray-Ban Meta) 스마트 글래스도 한국 정식 판매 시작
		· 가치 조정(Value Rules) 기능 업데이트 : 연령, 성별, OS, 위치, 노출위치 등의 기준으로 입찰 가중치를 조정해, 비즈니스에 더 가치 있는 고객에게 광고 노출을 집중시키는 기능 ↳ 전환값 극대화 성과 목표에서도 사용할 수 있게 업데이트 (기존에는 전환수 최대화 성과목표에서만 적용 가능)
		· 맞춤 타겟의 구매 이벤트 보존 기간 확장 : 웹사이트 및 모바일 앱의 맞춤 타겟 보존 기간이 구매 전환 이벤트에 한해서 기존 180일 → 730일(2년)로 확장 ↳ 신규 고객 확보 캠페인의 제외 타겟팅 정확도 개선, 리타겟팅 및 유사 타겟 품질 향상 ↳ 별도 설정 없이 자동 적용, 구매 외 기타 이벤트 유형은 기존 180일 유지
		· Instagram API 지표 추가 & 리포팅 업데이트 : Instagram API에 주요 지표 추가 및 리포팅 강화를 위한 업데이트 적용 ↳ 크리에이터 캠페인 운영 효율화, 앱 내 인사이트 대시보드와 동일한 수치를 제공하여 리포트 정확도를 강화할 수 있는 사항 등이 업데이트
	티빙	· TVING Beta 광고 상품 출시 : TVING과 Wawe의 지면을 활용한 새로운 광고 상품 3종이 Beta로 출시 ① KBO 라이트 PKG - 소재 제작 리소스 없이 합리적인 비용으로 집행 가능한 KBO Entry형 광고 PKG (Beta 진행 기간: 2026.05.20 ~ 2026.07.31) ② TW 아웃스트림 - TW 홈 피드에 고정되어 모든 방문자에게 노출되는 프리미엄 네이티브 동영상 광고 (Beta 진행 기간: 2026.06.01 ~ 2026.07.31) ③ TW 스플래시배너 - TW 모바일 앱 실행 시 초기 로딩 화면에서 함께 노출되는 이미지 광고 (Beta 진행 기간: 2026.06.01 ~ 2026.07.31)

MEDIA NEWS BRIEF

구분	매체명	주요 내용
광고 정책 및 상품	틱톡	• Meta Creative Import 기능 업데이트 : 메타 광고 운영중인 소재를 손쉽게 틱톡 광고관리자로 끌어올 수 있는 기능 ↳ 메타 계정을 연동하면 기존 메타 크리에이티브를 Creative Library로 가져오고, 틱톡 네이티브 9:16 형식에 맞게 변환 가능
		• TopReach(TopView + TopFeed) 출시 : 탑뷰와 탑피드를 하나의 구매 솔루션으로 통합하여, 하루 동안 최대 도달과 높은 가시성을 제공 가능한 프리미엄 상품 ↳ 고정 CPM 기본 7,477원, 18+/OS 9,346원 (최소 집행금액 별도 담당자 문의)
	당근	• 신규 목표 <브랜드 지점 방문 늘리기> 출시 (CBT) : 프랜차이즈 본사가 하나의 캠페인에서 여러 지점 (비즈프로필)을 한 번에 광고하고, 유저 근처 지점에 자동 연결하는 네이티브 피드 광고 출시
		• 스토리 피드 내 동영상 광고 노출 가능 : 전문가모드 웹사이트 동영상 광고 / 리드폼 동영상 광고 상품을 통해 당근 스토리 피드 내 동영상 광고 노출 가능
		• 리드폼 상품 신규 업데이트 ↳ Google Sheets 연동 기능 : 전문가모드 리드폼으로 신청이 들어오는 즉시, 지정한 Google Sheets에 신청 정보를 자동으로 적재하는 기능 업데이트 ↳ 리드폼 질문 유형 ‘지역’ 추가 : 주관식, 객관식 항목 외 ‘지역 ’ 선택지 (시/군/구 단위) 구성 가능
	토스	• 디스플레이 광고 캠페인 세팅 구조 개편 (7/1 정식 배포) ↳ 세트 포맷 변경 : (기존) 포맷별 세트 설정 → (변경) 하나의 세트에서 문구, 이미지, 비디오 포맷 운영 가능 ↳ 소재 유형 통합/개편 : 3가지 소재 유형 체계로 통일하여, 소재 유형과 비율 기준으로 시스템이 지면을 자동 매칭 ↳ 애셋 보관함 자동 저장 기능 : 최근 사용한 소재, URL을 자동 저장하여, 신규 세팅 시 불러오기 가능
		• 잠재고객 모으기 웹훅 연동 기능 오픈 : 잠재고객 모으기 캠페인을 통해 제출된 잠재고객 정보를 광고주 서버로 자동 전송하여 실시간으로 수신 가능
		• 이벤트 마커 기능 업데이트 : 배너 대시보드의 시간/일별 성과 그래프에서 주요 캠페인 변동사항을 함께 확인 가능
	스포티파이	• 캐러셀 애드 상품 신규 출시 : 최대 6장의 이미지를 활용하여 유저의 인터랙션을 적극적으로 유도하는 스와이프형 디스플레이 포맷 신규 출시
	마이크로소프트 애즈	• Bing BrandZone Ads 신규 출시 : Bing에서 브랜드 키워드 혹은 브랜드+상품 키워드 검색 시, 검색 결과 상단에 노출되는 상품으로, 6월 15일 정식 출시
	스냅챗	• Reminder Ads 기능 : 중요한 마케팅 일정 전 유저에게 자동 푸시 알림을 발송하는 기능으로, 기존 광고 지면에 해당 옵션을 추가하여 당일 캠페인의 목적 달성을 극대화

MEDIA NEWS BRIEF

광고주 대상 크레딧 프로모션

구분	매체명	주요 내용
광고주 대상 크레딧 프로모션	티빙	· 신규&휴면 광고주 대상 크레딧 지급 프로모션 1) 기간: 7월 ~ 9월 2) 대상: 신규 광고주 또는 최근 12개월 간 미집행 광고주 3) 혜택: ① 분기 내 2천만 원 ~ 7천만 원 미만 집행 시 (*Non KBO 일반 상품 Only / PPL 상품 제외): 청약 금액의 50%를 베이직 인스트림 스킵퍼블 상품으로 추가 노출 제공 (선착순) ② 분기 내 1억 원 이상 집행 시 (*KBO 상품 금액 포함, PPL 상품 제외): 청약 금액의 30%를 베이직 인스트림 스킵퍼블 상품으로 추가 노출 제공 (선착순) + BLS 1회 제공 4) 참고: 3분기에는 일시적으로 기존 연간 프로모션 적용 불가
	SMR	· 쿠팡플레이 2~3 분기 웰컴 PKG 프로모션 1) 기간 : 4월 ~ 9월 2) 대상 : 쿠팡플레이 최초 집행 광고주 3) 혜택 : 쿠팡플레이 개런티 금액의 30% 보너스 제공 (기존 10% → 프로모션 30%)
	카카오	· 신규&증액 SME 광고주 대상 무상 크레딧 지급 프로모션 (ASAP 프로그램) 1) 기간 : 7월 ~ 9월 2) 대상 : 신규 (분기 평균 10만 원 미만 or 신규 사업자) 또는 증액 광고주 (분기 평균 10만 원 이상 사업자) 3) 혜택 : ① 신규 광고주 : 월 최소 200만 원 광고 집행 시 무상 캐시 지급 (월별 차등 지급 - 1개월 차 50%, 2개월 차 70%, 3개월 차 120%) ② 증액 광고주 : 분기 평균 집행 금액 20% 이상 증액 시 무상 캐시 100% 지급 (월 최소 300만 원 이상 소진 필요, 기존 매출 제외한 증액분의 100% 캐시 지급)
	틱톡	· 신규&휴면 광고주 대상 크레딧 지급 프로모션 1) 기간 : 7월 ~ 9월 2) 대상 : 신규 광고주 또는 최근 6개월 간 미집행 광고주 3) 혜택 : 캠페인 첫 30일 기준 집행 금액에 따른 Ad Credit 지급 (750만 원(\$5k) 집행 시 450만 원(\$3k) 지급 / 1,500만 원(\$10k) 집행 시 750만 원(\$5k) 지급)

MEDIA NEWS BRIEF

광고주 대상 크레딧 프로모션

구분	매체명	주요 내용
광고주 대상 크레딧 프로모션	핀터레스트	- Auction 캠페인 광고주 대상 크레딧 지급 프로모션 1) 기간 : 7월 ~ 9월 2) 대상 : Auction 캠페인 집행 광고주 (신규 및 기존) 3) 혜택 : 집행 금액의 25% 이상 무상 크레딧 제공 - Auction 캠페인 한정되며 테이크오버 상품 미포함
	레딧	3분기 신규 광고주 대상 크레딧 지급 프로모션 1) 기간 : 7월 ~ 9월 2) 대상 : \$10k 이상 집행하는 신규 광고주 3) 혜택 : 집행 금액의 ~20% 크레딧 제공 - 광고주당 최대 지급 가능 크레딧: \$20k (전체 프로그램 예산 한도: \$50k) - 제공된 크레딧 3분기 내 사용 필수
		- 케이스스터디 크레딧 지급 프로모션 1) 기간 : 7월 ~ 12월 2) 대상 : 레딧과의 협업으로 케이스 스터디를 제작하는 광고주 3) 혜택 : 집행 금액의 ~5% 크레딧 제공 - 광고주당 최대 지급 가능 크레딧 \$15k - 콘텐츠 외부 활용 동의, 1회 이상 캠페인 지속 집행 등 조건 충족 필수
	스냅챗	- 신규 및 마켓 확장 광고주 대상 크레딧 지급 프로모션 1) 기간 : 6월 15일 ~ 7월 30일 2) 대상 : ① 스냅챗 신규 광고주 ② 마켓 확장하는 기존 광고주 3) 혜택 : 집행 금액의 10~30% 크레딧 제공

MEDIA NEWS BRIEF

구분	매체명	주요 내용
프로모션	넷플릭스	· 2Q~4Q 신규광고주 프로모션 1) 기간 : 4월 ~ 12월 2) 대상 : 라이브 시점 기준, 직전 12개월 내 넷플릭스 광고를 집행한 이력이 없는 광고주 3) 혜택 : 지정 기간(26.04.01 ~ 26.12.31) 내 집행 예산에 한하여 추가 20% 보너스 Impression 혜택 제공
		· 6~7월 스포츠 패키지 프로모션 1) 기간 : 6월 ~ 7월 2) 대상 : 기간 내 스포츠 관련 타겟팅이 적용된 캠페인 3) 혜택 ① 스포츠 타이틀셀렉션 플러스 적용 시, 할증률 30% → 10% 적용 ② 스포츠 장르 / 타이틀셀렉션 / 관심사 타겟팅 시, 집행 금액에 따라 보너스 인벤토리 제공 └ 5,000만 원 이상 집행 시, 노출량 5% 추가 └ 1억 원 이상 집행 시, 노출량 10% 추가
	네이버	· 더블크라운 프로모션 1) 기간 : ~ 9월 30일 (연장) 2) 대상 : 기간 내 더블크라운 상품 부킹 시 3) 혜택 : 더블크라운 > "홈우측 전면형 상품" 이미지형 단가 50%, 동영상형 단가 20% 할인 적용
		· 3분기 동영상 상품 프로모션 1) 기간 : 7월 1일 ~ 9월 30일 2) 대상 : 주요 CPM 상품 (네이버TV 5초 skip형 인스트림, 스포츠 VOD 5초 skip형 인스트림, 치지직 15초 skip형 인스트림) 3) 혜택 : 기존 단가 30% 할인 적용
	KREAM(크림)	· DA 상품 론칭 프로모션 1) 기간 : 1월 26일 ~ 9월 30일 인벤토리까지 2) 대상 : KREAM 광고 상품 집행 시 3) 혜택 ① 스플래시, 런치팝업, 스마트채널 띠배너 상품 공시가 대비 10% 할인 ② 숏컷 상품 구좌 공시가 대비 25% 할인 (3/30 출시)

MEDIA NEWS BRIEF

구분	매체명	주요 내용
프로모션	소모임앱	2026 프로모션 1) 기간 : ~ 12월 31일 2) 대상 : 소모임 네이티브 광고 전 구좌 3) 혜택 : 기존 단가 대비 약 42% 할인 적용
	안랩 V3	- 신규 광고주 특별 프로모션 1) 기간 : ~ 7월 31일 2) 대상 : 신규 광고주 500만 원 이상 집행 시 (최근 3개월 미집행) 3) 혜택 : 월 최대 5,000만 원 내 부킹 물량의 +60% 서비스 노출 추가 제공
	에브리타임	3분기 프로모션 1) 기간 : ~ 9월 30일 2) 대상 : 3분기 진행 광고주 3) 혜택 : 주말 하단 팝업(1일) 30% 할인, 주말 패키지 (하단팝업+스플래시) 50% 할인, 첫 집행 광고주 대상 홈 아이콘 50% 할인 제공
	스포티파이	- 오디오 소재 무상 제작 지원 프로모션 1) 기간 : 7월 ~ 9월 2) 대상 : 스포티파이 신규 및 기존 광고주 3) 혜택 : 오디오 광고 소재 1회 무상 제작 지원 - 스크립트 작성, 성우 녹음, 배경음악 믹싱 포함
	레딧	- 테이크오버 첫 구매 광고주 할인 프로모션 1) 기간 : 7월 ~ 12월 2) 대상 : 레딧 테이크오버 상품 구매 이력이 없는 광고주 3) 혜택 : 상품 종류에 따라 15~20% 할인 - FV(퍼스트뷰), RTO(레딧 테이크 오버) : 15% - CTO(카테고리 테이크 오버) : 20%

03

NEW MEDIA

네이버
SPOTV
토스플레이스

신규 상품

네이버

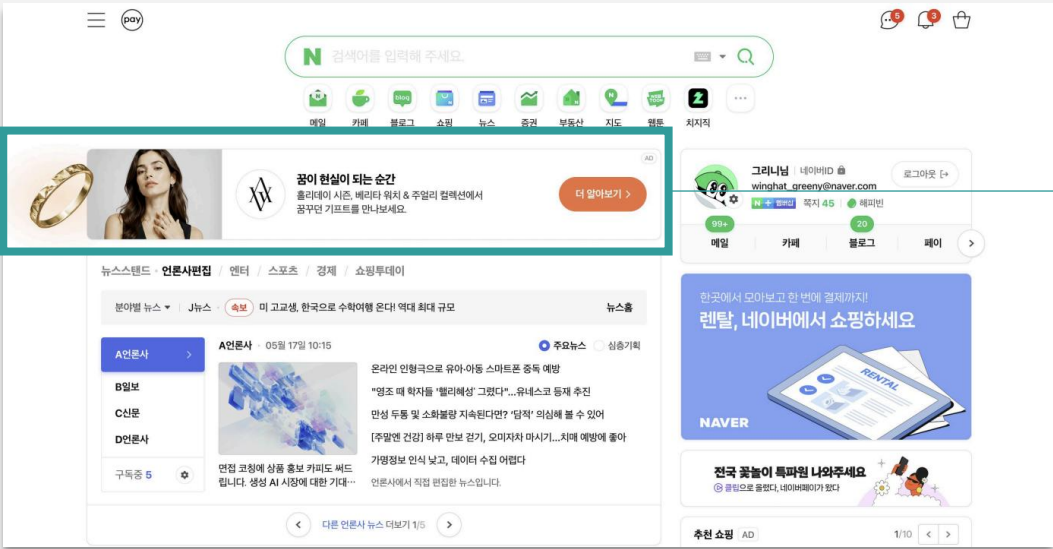
네이버 PC 메인 최상단 영역에 고정 시간동안 독점 노출할 수 있는 타임보드 이미지 모션형 출시
보장형 디스플레이 광고로 퀄리티와 특성이 잘 드러나는 모션형 상품은 브랜드 각인에 효과적

광고 형태	상품 유형	판매 방식	미디어 파워
PC	이미지	CPT	MAU 4,200만

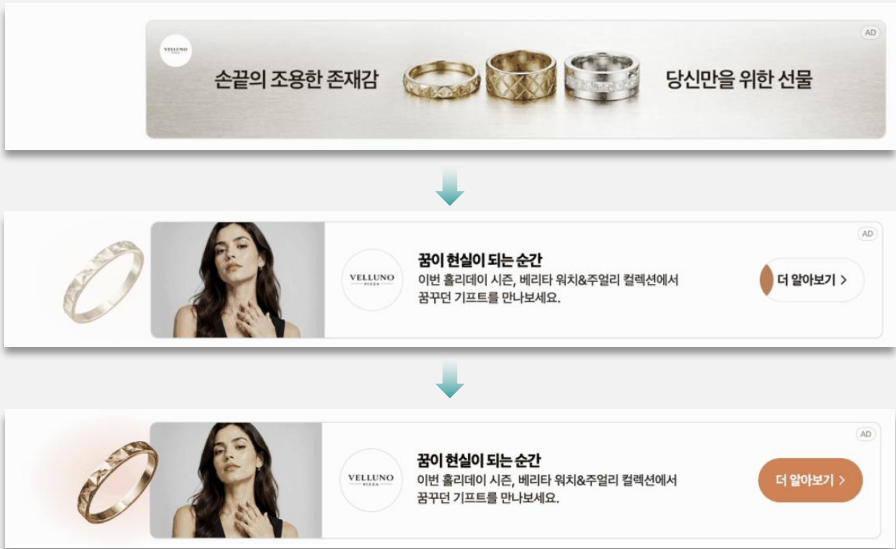
New

타임보드 이미지 모션형

단순 이미지만 노출되던 기존 타임보드와 달리
타임보드 좌측 여백을 활용한 오브젝트 모션 효과와 이미지 전환 효과 제공



모션 예시



신규 상품

SPOTV

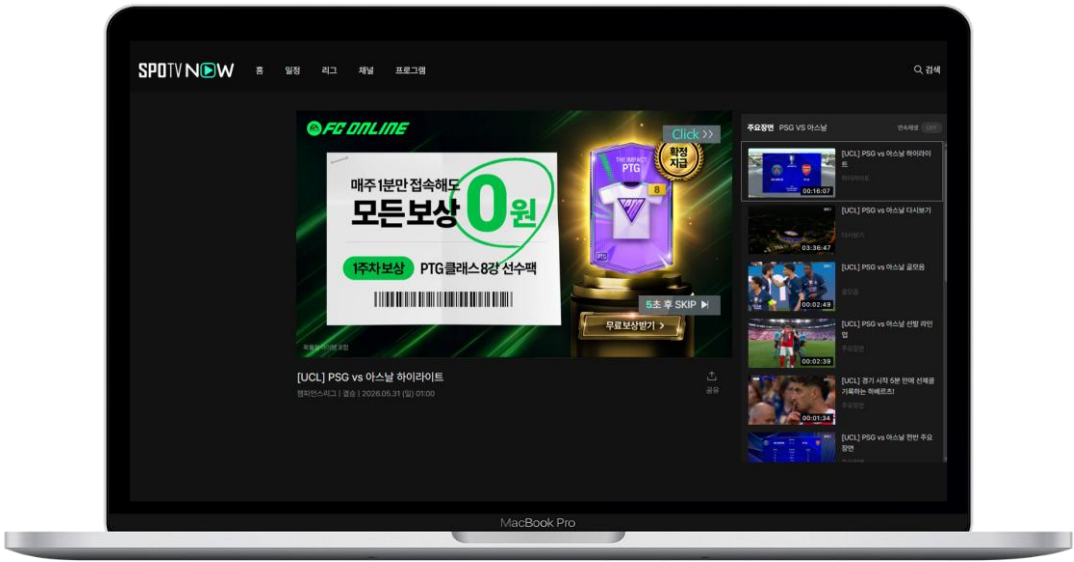
국내외 주요 인기 스포츠를 생중계하는 스포츠 전문 OTT 플랫폼
1844 남성 타겟 중심의 라이브 및 쇼츠, VOD 등 다양한 스포츠 콘텐츠 제공

광고 형태	상품 유형	판매 방식	미디어 파워
PC / MO	배너 / 영상	CPT	MAU 60만

New

배너 프리롤

이미지 한 장으로 영상 소재 없이 집행 가능한 배너형 프리롤 상품
동영상 재생 전 전면 노출을 통해 높은 주목도와 도달 확보 가능



신규 매체

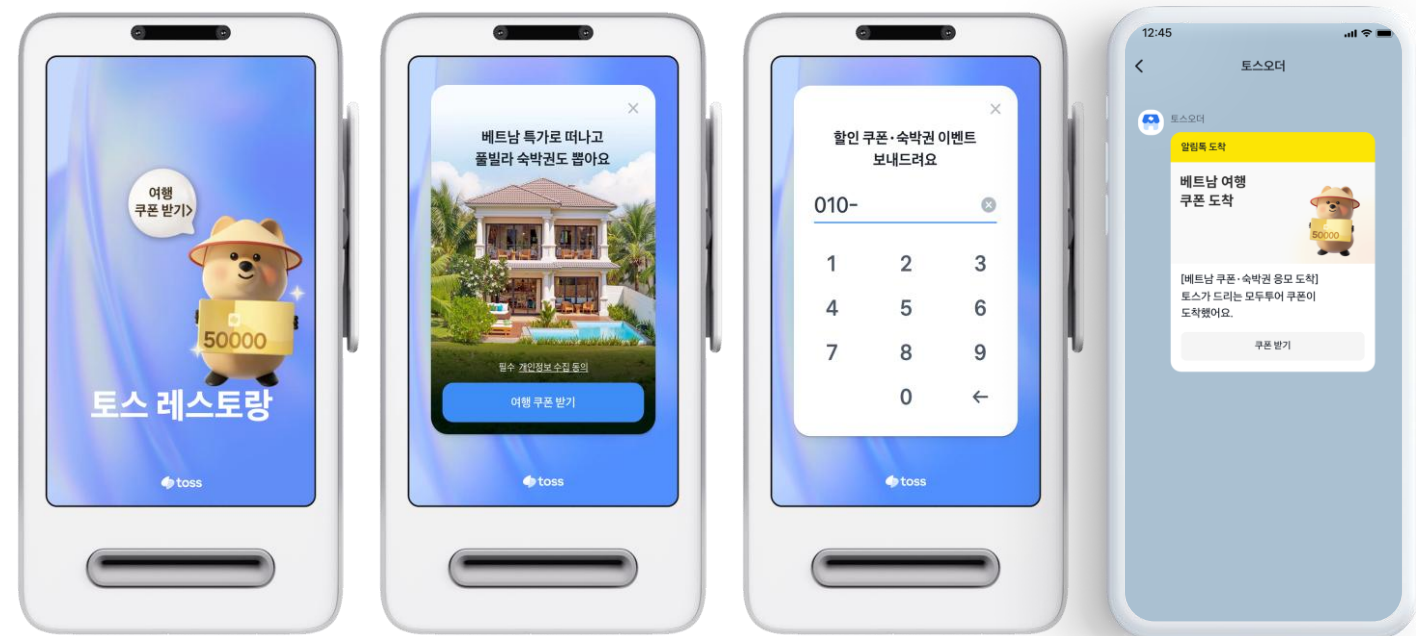
토스플레이스

약 38만개 오프라인 가맹점을 보유한 All-In-One 결제 디바이스 매체
사장님/고객 대상으로 매장 이용 전 과정에서 브랜딩부터 퍼포먼스까지 광고 집행 가능

광고 형태	상품 유형	판매 방식	미디어 파워
프론트 / 포스	배너	CPT	광고 활성 가맹점 20만, 포스 활성 매장 9만+
MO (알림톡)	PUSH	발송 건당 과금	소비자 240만+ / 사장님 23만+

프론트 광고 (소비자 타겟)

고객의 주문/결제 전 과정에서 높은 주목도를 확보할 수 있는 광고 상품
광고로 느껴지지 않는 차별적 소재로 긍정적 경험 제공



① 캐릭터 클릭

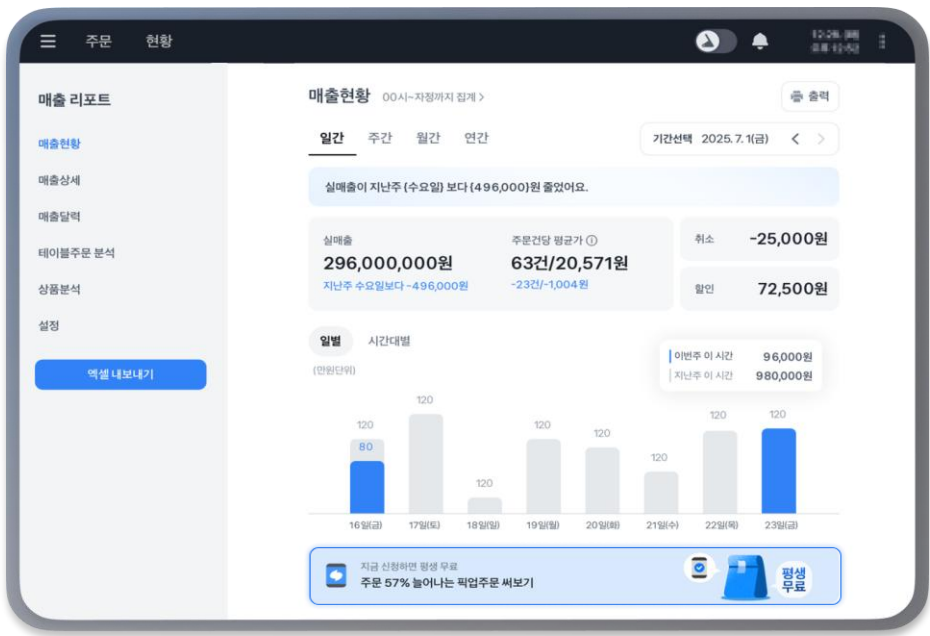
② 전면 팝업 노출

③ 전화번호 입력

④ 알림톡 발송 (랜딩 유도)

포스 광고 (사장님 타겟)

사장님이 매장 운영을 위해 필수적으로 사용하는 POS 내 핵심 지면에 노출되는 광고 상품
매출·재고·운영 현황을 확인하는 고관여 환경에서 높은 주목도 확보 가능



함께 보면 좋은,
CJ메조미디어 추천 콘텐츠



2026 트렌드 리포트



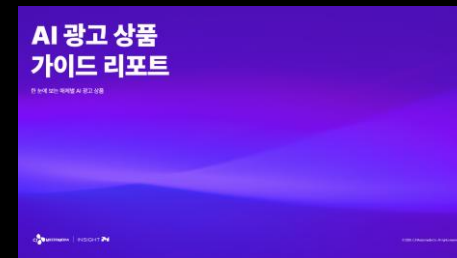
2026 타겟 분석 리포트



2026 디지털 라이프 스타일 리포트
_ 생성형 AI



2026 디지털 라이프 스타일 리포트
_ 재테크



AI 광고 상품 가이드 리포트

INSIGHT

MEDIA | MARKET | CONSUMER

연락·문의



뉴스레터 구독신청



INSIGHT M 자료실



※ 본 보고서의 저작권은 CJ메조미디어에게 있습니다. 무단 도용·배포·복제를 금하며, 인용·활용 시에는 반드시 사전 동의를 득해야 합니다.