

MEDIA & MARKET REPORT 2026. 05

- MEDIA
- MARKET
- CONSUMER



01

MARKET ISSUE

야구 팬덤의 일상에 침투하는 'KBO 팬덤 마케팅' 본격화
생성형AI 활용한 개인화 마케팅 활발
등산과 여행이 결합된 '산트립' 트렌드 부상

야구 팬덤의 일상에 침투하는 ‘KBO 팬덤 마케팅’ 본격화

외식, 금융, 이커머스 등 여러 산업군에서 KBO 리그와 브랜드를 결합한 KBO 팬덤 마케팅을 본격화하기 시작

KBO 리그는 지난해 1200만 명 관중이라는 역대급 흥행을 달성, 특히 2030 여성 팬덤이 주류로 떠오르며 굿즈 구매와 이벤트 참여가 더욱 활발

기업은 야구 팬덤의 일상에 침투하는 KBO 팬덤 마케팅으로 실질적 매출 증대라는 가시적인 성과 창출이 가능할 것으로 기대

KBO 팬덤 마케팅 사례

외식



스타벅스

구단별 텀블러와 키링, 머그잔 등 팬덤 굿즈를 제작하고 야구장 간편 간식으로 '베이스볼 미트 칠리 핫도그'와 '베이스볼 매실 그린티' 등 KBO 신메뉴 출시로 팬덤 공략

금융



신한은행

신한은행은 야구 구단 성과와 우대금리 혜택을 결합한 '2026 신한 SOL KBO 리그 적금'을 출시, 가입자가 선택한 야구팀의 성적에 따라 금리를 차등 적용해 팬덤 응원 열기 확산

이커머스



CJ온스타일

CJ온스타일은 KBO 리그 미디어데이 행사 현장 부스에서 KBO와 함께 제작한 구단별 굿즈를 공개, 구단 캐릭터를 활용한 굿즈가 출시 나올 만에 25,000개를 돌파하며 큰 인기

생성형AI 활용한 개인화 마케팅 활발

최근 유통업계에서 취향 반영과 재미를 주는 경험을 원하는 젊은 소비자층을 겨냥해 생성형 AI를 활용한 개인화 마케팅이 활발
AI를 활용하면 참여율 제고뿐 아니라 시간과 비용 등 캠페인 운영 효율성 측면, 트렌디한 브랜드 이미지 구축 및 화제성에도 도움이 되기 때문
기업의 소통 방식이 정보 전달에서 경험 공유로 변화하는 가운데 시가 브랜드에 대한 몰입도를 높이고 개인화된 경험을 더욱 확장 시켜줄 것으로 기대

생성형AI 활용 개인화 마케팅 사례

이미지



하나투어 '나만의 여행 피규어'

사진 한 장만 올리면 시가 북극, 도쿄, 호주, 뉴욕, 런던 등
랜드마크를 배경으로 나만의 여행 피규어 이미지를 제작,
여행의 설렘과 순간 이동과 같은 재미있는 경험 제공

음원



배스킨라빈스 '러브 주크박스'

해피포인트 앱에 사연과 사진을 업로드하면, 시가 사연에
어울리는 맞춤형 음원과 커버 이미지를 즉석 생성, 시 러브송을
담은 나만의 앨범을 지인에게 공유하는 개인화된 경험 제공

디자인



코렐 '코렐 AI 플레이트 캠페인'

코렐 베이스 패턴을 선택한 뒤 개인의 관심사나 취향 등이 담긴
이미지를 업로드하면 시가 코렐과 어울리는 접시 디자인 생성,
디자이너가 되어보는 경험으로 브랜드 로열티 강화

등산과 여행이 결합된 ‘산트립’ 트렌드 부상

러닝에 이어 등산이 Z세대들에게 힙한 취미로 자리잡으며, 혼자 또는 크루를 결성해 등산을 테마로 한 여행을 즐기는 ‘산트립’이 인기 SNS 인증과 갓생 트렌드가 결합된 Z세대의 새로운 여행 문화로 단순히 정상을 오르는 것을 넘어 건강과 성취감을 동시에 찾는 힐링 여정으로 인식 최근 2030세대를 중심으로 운이 트이는 개운(開運) 산행 ‘관악산 챌린지’ 유행에 힘입어 등산 관련 제품 및 서비스의 인기도 더욱 증가하는 추세

등산 관련 제품 및 서비스 사례

여행



승우 여행사 - 산행 입문 프로그램

초보 산행자를 위해 복장 선택, 배낭 꾸리기 등 기초 준비부터 스틱 활용법, 경사도에 따른 보행법 등 전문 가이드가 동행해 안전하게 밀착 지도해 주는 입문자용 트레킹 상품 출시

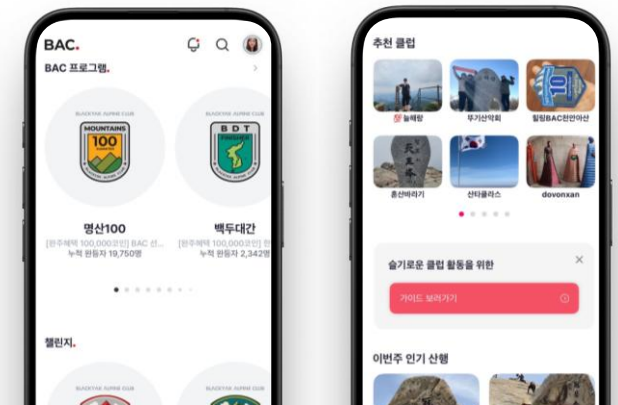
패션



MLB - 고프코어룩

믹스를 뜻하는 ‘고프(Gorp)’와 평범한 스타일을 추구하는 ‘놈코어(Normcore)’의 합성어로, 기능성 아웃도어 의류와 일상복을 믹스&매치하는 편하고 자연스러운 무드의 제품 출시

앱 서비스



블랙야크 - 블랙야크 알파인 클럽 BAC

GPS로 등산 활동을 인증·기록하고 공유하는 앱으로 100대 명산 정상 정복 등 도전 과제를 제공하고 디지털 배지를 수집하는 게임 퀘스트 형식으로 2030세대에게 인기



02

MEDIA ISSUE

네이버, '통합 광고주센터'로 광고 플랫폼 전면 개편
X, DM 기능 분리한 독립형 메시지 앱 'X챗' 출시
넷플릭스, 키즈 전용 앱 '넷플릭스 놀이터' 출시

네이버, '통합 광고주센터'로 광고 플랫폼 전면 개편

네이버는 검색 광고와 디스플레이 광고를 통합해 한 화면에서 캠페인 성과 및 주요 지표를 실시간 모니터링할 수 있는 '통합 광고주센터'로 플랫폼 개편
기존에는 광고 유형에 따라 서로 다른 시스템을 드나들며 캠페인을 관리해야 했으나 개편 이후에는 전체 캠페인을 한 번에 파악하고 통합 관리·운영 가능
AI 기반 인사이트와 자동화 기능을 통해 광고 운영 효율성을 높이고, 신규 분석 지표로 보다 상세한 데이터를 분석할 수 있을 것으로 기대

광고 플랫폼 개편 주요 내용




	기존	개편 후 (2026.03.30~)
플랫폼 구조	검색 광고(SA)/디스플레이 광고(DA) 이원화	'통합 광고주센터'로 단일화 하나의 아이디로 통합된 네이버 광고주센터에서 검색과 디스플레이 광고의 예산 설정 및 집행을 한 번에 처리 가능
캠페인 관리	유형별 별도 시스템 관리(비교 분석 불편)	모든 캠페인 통합 관리 및 비교 분석 가능한 대시보드 제공 전환 매출액, 일 예산 등 원하는 데이터 지표를 추가해 사용자 지정 화면 설정 가능
운영 방식	광고주가 수동으로 데이터 분석 및 설정	AI 기반 인사이트 및 최적화 운영 전략 제안 AI가 광고 데이터를 실시간으로 분석해 "현재 비용 대비 클릭률이 낮으니 소재를 변경하세요"와 같은 구체적인 운영안 제시
성과 지표	플랫폼별 상이한 지표 명칭 및 기준	성과 지표 표준화 및 '기여전환 지표' 등 신규 분석 지표 도입 기여전환 지표는 유효 클릭 기반의 광고 반응 경로를 추적하는 개념으로 클릭이 실제 전환으로 이어지는 여정까지 분석 가능

X, DM 기능 분리한 독립형 메시징 앱 'X챗' 출시

X 플랫폼에서 기존의 다이렉트 메시지(DM) 기능을 분리해 고도화한 독립형 메시징 애플리케이션 'X챗'을 출시
 X챗의 분리는 핵심 서비스들을 각각의 앱으로 분리해 완성도를 높이고, 계정 기반으로 다시 묶어 서비스가 연결되는 모듈형 슈퍼앱 구조를 위한 조치
 카카오톡이 장악한 국내 메시지 시장에서 암호화 기능을 기반으로 보안과 프라이버시를 강화한 'X챗'이 새로운 변수가 될 수 있을지 귀추가 주목

'X챗' 주요 내용



보안 및 프라이버시 강화	커뮤니케이션 확장	AI 및 금융 서비스 연동
<div style="text-align: center;"></div> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 종단 간 암호화(E2EE)를 기본 적용해 발신자·수신자 외 메시지 확인 불가 ✓ 스크린샷 캡처 방지 및 시간을 설정해 읽은 메시지가 자동 삭제되는 기능 지원 ✓ 앱 내 광고가 없으며 사용자 활동 데이터 추적 배제 	<div style="text-align: center;"></div> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 전화번호 인증·노출 없이 X 계정으로 전 세계 사용자와 소통 가능 ✓ 고품질 실시간 음성·영상 통화 가능 ✓ 고용량 파일 및 미디어 공유 지원 ✓ 최대 481명 대규모 그룹 채팅 가능 ✓ 메시지 수정 및 삭제 기능 지원 	<div style="text-align: center;"></div> <ul style="list-style-type: none"> ✓ AI 모델 'Grok'과 결합해 정보 검색이나 AI 요약 및 일정 관리 등 AI 비서까지 지원 ✓ 즉시 송금, 결제, 주식 및 암호화폐까지 거래 가능한 X Money 연내 연동 예정 <p style="font-size: small;">* X Money : 송금, 결제, 은행, 투자 기능을 통합한 X의 차세대 통합 금융 서비스</p>

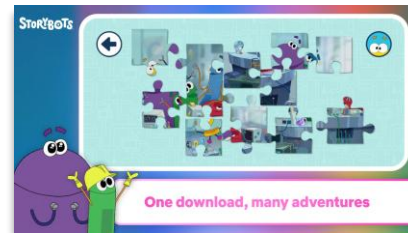
넷플릭스, 키즈 전용 앱 ‘넷플릭스 놀이터’ 출시

넷플릭스가 8세 이하 어린이를 위한 키즈 전용 독립형 앱 ‘넷플릭스 놀이터(Netflix Playground)’를 전 세계로 확대 출시
넷플릭스 구독자라면 콘텐츠 시청 외에도 퍼즐 맞추기, 색칠하기, 스티커 만들기 등 인터랙티브 미니게임을 무료로 이용 가능
체험형 콘텐츠로 어린이 이용자의 플랫폼 체류 시간을 늘리고, 광고 없는 환경과 자녀 보호 기능 제공으로 부모 구독자의 이탈을 방지하기 위한 전략

‘넷플릭스 놀이터(Netflix Playground)’ 주요 내용



출시 일정	4월 28일 한국 서비스 오픈 (현재 미국, 캐나다, 영국, 호주, 필리핀, 뉴질랜드에서 선출시)
이용 방법	스마트폰이나 태블릿에 앱 다운로드 후, 기존 넷플릭스 계정으로 로그인하면 무료 이용 가능 콘텐츠는 오프라인에서도 구동돼 비행기나 이동 중인 차량에서도 끊김 없이 시청 가능
자녀 보호 기능	연령대에 맞는 콘텐츠만 노출하는 키즈 프로필, 특정 시리즈 차단, 프로필 잠금용 PIN 설정, 자녀 시청 기록 확인, 자동 재생 비활성화 등 부모 관리 기능 제공



〈페파 피그〉, 〈세서미 스트리트〉, 〈닥터 수스의 스니치 이야기〉, 〈호튼!〉, 〈스토리봇〉, 〈우당탕탕 공룡들〉, 〈닥터 수스의 빨간 물고기·파란 물고기〉, 〈렛츠 컬러〉 등 아동용 IP기반의 게임 콘텐츠 제공

MEDIA NEWS BRIEF

구분	매체명	주요 내용
광고 정책 및 상품	네이버 NOSP	<ul style="list-style-type: none"> 9회 전국동시지방선거 선거광고 패키지 출시 : 5/21 ~ 6/2 기간 동안 정당 광고, 후보자 광고 집행 가능
		<ul style="list-style-type: none"> 지도앱 - 버블키워드 패키지 출시 : 검색창 하단에 브랜드 로고 + 키워드 문구가 버블 형태로 노출되는 상품으로, 1일 독점 노출 가능(CPT)
		<ul style="list-style-type: none"> 팬덤 브랜드검색 신규 유형 출시 : 정식 활동 중인 가수 및 배우 한정으로 이벤트 특화 키워드 검색결과 상단 독점 노출 유형
		<ul style="list-style-type: none"> 치지직 LCK 정규시즌 1,2라운드 생중계 패키지 출시 : LoL 생중계/VOD내 노출되는 생중계 패키지 상품 출시, 생중계의 경우 15초 Skip / 5초 Skip 동영상 광고 상품 선택 가능
		<ul style="list-style-type: none"> 더블크라운 - 홈우측 전면광고 동영상형 추가 : 더블크라운(스페셜DA + 홈우측 전면광고)의 홈우측 전면광고에서 이미지 외 동영상형 광고 집행 가능(최대 6초 영상 제한)
	네이버	<ul style="list-style-type: none"> 플레이스광고 - 부동산 업종 광고 PC 노출 확대 : 부동산 단지명 영역 및 PC 네이버페이 부동산 영역에서 플레이스광고 노출 가능
		<ul style="list-style-type: none"> 네이버 클립 이미지피드 노출 : 기존 동영상 형태만 노출 가능했던 네이버 클립(Clip) 지면에 이미지 형태 광고도 노출 가능
		<ul style="list-style-type: none"> ADVoost소재 'AI활용' 마크 자동 표기 : AI 기본법 준수에 따른 AI 생성 콘텐츠 표기 의무화로 ADvoost소재 내 'AI활용' 마크 자동 표기
	구글	<ul style="list-style-type: none"> Image to Video 기능 업데이트 : 구글의 AI 영상 생성 모델 Veo를 활용해 정지된 이미지를 동영상 광고로 즉시 변환하는 'Image to Video' 기능 출시
		<ul style="list-style-type: none"> 구글애즈 AI Max 성과 분석 : AI 기반 검색 광고 프로젝트 'AI MAX'의 성과를 분석하고, 키워드 관리 및 무관한 URL 제외 가능. 이를 통해 추가 전환 보존 및 비용 효율 향상

MEDIA NEWS BRIEF

구분	매체명	주요 내용
광고 정책 및 상품	카카오	<ul style="list-style-type: none"> • 카카오 선물하기 홈 CPT 신규 상품 출시 : 카카오톡 선물하기 홈 메인 배너 영역에 커스텀 비즈보드 형태로 노출되는 상품 신규 출시 <ul style="list-style-type: none"> ↳ 일정 : 광고 등록 오픈 - 3/25(수), 집행 일시 기준 61분 전 구좌부터 구매 가능, 광고 노출 시작 - 4/8(수) ↳ 구성 : 1일 12구좌(9시~21시 동안 1시간 단위 CPT 판매) / 단가 약 120만 원 ~ 200만 원 선으로 시간대 및 시즌 별 상이 / 카카오 선물하기 랜딩으로만 집행 가능 / 타겟팅 불가
		<ul style="list-style-type: none"> • 모먼트 신규 메시지 유형 '카탈로그형 beta' 출시 : 하나의 메시지에 최대 7개의 콘텐츠를 담을 수 있는 메시지 유형 출시
		<ul style="list-style-type: none"> • 디스플레이 광고의 프로필 에셋 내 채널 연동 기능 추가 : 랜딩 URL과 별개로 프로필 URL을 채널로 설정 가능, 채널 친구가 아닌 사용자는 채널 추가 팝업 노출로 친구 추가 유도 가능
		<ul style="list-style-type: none"> • 모먼트 '통합 광고 식별 체계' 도입 : 크로스디바이스 인식, 타겟팅 정확도 향상, 전환 측정 강화를 위해 사용자 기반 '통합 광고 식별 체계' 도입
		<ul style="list-style-type: none"> • 디스플레이 '이미지 카탈로그' 소재 유형 지원 종료 : 디스플레이 소재 유형 중 하나인 '이미지 카탈로그'의 노출 지원이 종료될 예정 <ul style="list-style-type: none"> ↳ 일정 : 신규 소재 생성 불가 - 4/22(수), 광고 노출 종료 - 5/11(월), 해당 일자까지 종료되지 않은 소재는 시스템 상에서 일괄 정지 처리되어 노출 중단
	메타	<ul style="list-style-type: none"> • 특정 국가 게재 광고에 대한 위치 수수료 도입 : 오스트리아-튀르키예(5%), 프랑스-이탈리아-스페인(3%), 영국(2%) <ul style="list-style-type: none"> ↳ 디지털 서비스 세금으로 인해 부과되는 수수료로, 한국은 직접적인 위치 수수료 적용 국가에 포함되지 않지만 해당 국가 사용자들에게 광고 노출 시 수수료 부과(7/1~)
		<ul style="list-style-type: none"> • 카탈로그 판매 캠페인의 타겟 설정 UI 업데이트 : (기존)타겟 유형에서 리타겟팅 선택 → (변경)지정된 타겟 내 맞춤 타겟으로 리타겟팅 설정 <ul style="list-style-type: none"> ↳ 어드밴티지+ 카탈로그 광고의 타겟 설정 UI가 변경 적용되며, 4월부터는 협력광고 계정에도 순차 적용 예정
		<ul style="list-style-type: none"> • 광고 포맷 선택 과정 간소화 : (기존)광고 포맷 직접 선택 → (변경)크리에이티브 업로드 시 메타의 자동화 시스템이 최적의 포맷을 적용할 수 있도록 지원 <ul style="list-style-type: none"> ↳ 어드밴티지+ 카탈로그는 슬라이드가 기본 포맷으로 설정, 단일 이미지 또는 동영상은 사이트 링크 또는 제품 등 다양한 추가 포맷 사용 가능
		<ul style="list-style-type: none"> • 인스타그램 라이브 방송 광고 한국 롤아웃 : 인스타그램 라이브 중인 방송 그대로를 크리에이티브 소재로 활용해 피드, 릴스, 스토리 지면에 노출할 수 있는 상품 <ul style="list-style-type: none"> ↳ 26년 3월부터 한국에 순차적 롤아웃되며, 메타 담당자가 있는 광고 계정은 사전 Allowlist 신청 가능

MEDIA NEWS BRIEF

구분	매체명	주요 내용
광고 정책 및 상품	SMR	<ul style="list-style-type: none"> · 백상예술대상 특판 출시 : 올 상반기 높은 화제성과 대중적 관심이 집중될 것으로 예상되는 백상예술대상의 주목도를 선점할 수 있는 상품 <ul style="list-style-type: none"> ↳ 특판 노출 일정 : 5/8(금) ~ 5/21(목), 시상식 일정 - 5/8(금) 19시 50분 ↳ 임팩트 패키지 - 단가 : 5천만 원 / 상품 : 1st view(백상 시상식 클립 최초 시청 시), 콘텐츠 타겟팅(백상 시상식 관련 전체 클립) / 보너스율 : 10% → <i>선착순 1구좌 Sold Out</i> ↳ 일반 패키지 - 단가 : 3천만 원 / 상품 : 콘텐츠 타겟팅(백상 시상식 관련 전체 클립) / 보너스율 : 5%
		<ul style="list-style-type: none"> · 제9회 전국동시지방선거 비정당 광고주 대상 특판 출시 : 선거 기간 증가하는 시사 이슈 화제성을 커버할 수 있는 상품 <ul style="list-style-type: none"> ↳ 특판 구성 - 단가: 3천만 원 / 기간: 1개월 / 상품: 라이브 스트리밍(방송사 뉴스 유튜브 채널), 큐레이션 타겟팅(뉴스, 시사, 경제 유관 프로그램 & 채널 노출) / 보너스율: 5%
	넷플릭스	<ul style="list-style-type: none"> · 체중 감량 관련 카테고리(Weight Loss) 광고 집행 허용 : 식단, 관리, 식사 대체 프로그램 등 체중 감량과 관련된 카테고리 정책 완화
	당근	<ul style="list-style-type: none"> · 전문가모드 전환 CVR, CPA 지표 추가 : 리드폼 잠재고객 수집 및 외부 전환 항목 5개(구매, 회원가입, 설치, 잠재고객 수집, 서비스 신청)에 대한 성과 확인 가능

MEDIA NEWS BRIEF

광고주 대상 크레딧 프로모션

구분	매체명	주요 내용
광고주 대상 크레딧 프로모션	네이버	<ul style="list-style-type: none"> • 네이버 퀵윈 프로그램 <ol style="list-style-type: none"> 1) 기간 : 월 단위 진행 2) 대상 : PA(Potential Account) 광고주 3) 혜택 : 약정 금액 목표 달성 시, 구간 별 서비스 지급 <ul style="list-style-type: none"> ↳ 집행 구간: 1천만 원 / 2천만 원 / 3천만 원 / 5천만 원 / 1억 원 이상 ↳ 혜택 : 구간 별 약 20%에 해당하는 금액을 서비스로 지급, 아래 2개 타입 중 택 1 가능(서비스 금액은 구간별 상이) <ul style="list-style-type: none"> - A Type 스토어 리워드 : 네이버 스토어 광고주가 고객대상으로 발급하는 할인쿠폰을 네이버가 지원 / B Type 보장형 구좌 : 스마트채널, 브랜딩 DA 등 선택 가능
	카카오	<ul style="list-style-type: none"> • 신규&중액 SME 광고주 대상 무상 크레딧 지급 프로모션(ASAP 프로그램) <ol style="list-style-type: none"> 1) 기간 : 4월 ~ 6월 2) 대상 : 신규(분기 평균 10만 원 미만 or 신규 사업자) 또는 중액 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 - 1개월차 50%, 2개월차 70%, 3개월차 120%) <ul style="list-style-type: none"> ② 중액 광고주 : 분기 평균 집행 금액 20% 이상 증액 시 무상 캐시 100% 지급(월 최소 300만 원 이상 소진 필요, 기준 매출 제외한 증액분의 100% 캐시 지급)
	메타	<ul style="list-style-type: none"> • 광고주 리워드 프로그램(26년 2분기) <ol style="list-style-type: none"> 1) 기간 : 4월 ~ 6월 2) 대상 : MBPA (Meta Business Partners for Agencies) 혜택 중 하나로, 광고 계정별 메타의 추천 솔루션을 도입하고 일정 금액 이상을 사용한 광고주 3) 혜택 : 분기별 메타 추천 솔루션 도입 및 금액 조건 충족 시 다음 분기 초 광고 쿠폰 제공 <ul style="list-style-type: none"> ↳ 26년 1&2분기는 총 5개 솔루션을 대상으로 리워드 제공 - 전환 API, 릴스, 파트너십 광고, 잠재고객용 광고, Gen AI 크리에이티브
	틱톡	<ul style="list-style-type: none"> • 신규&휴면 광고주 대상 크레딧 지급 프로모션 <ol style="list-style-type: none"> 1) 기간 : 4월 ~ 6월 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 300만 원(\$2k) 지급 / 1,500만 원(\$10k) 집행 시 750만 원(\$5k) 지급)
	티빙	<ul style="list-style-type: none"> • 신규&휴면 광고주 대상 크레딧 지급 프로모션 <ol style="list-style-type: none"> 1) 기간 : 4월 ~ 6월 2) 대상 : 신규 광고주 또는 최근 12개월 간 미집행 광고주 3) 혜택 : 베이직 인스트림(보장형 스키퍼블) 제공 <ul style="list-style-type: none"> ↳ 26년 연간 : 월 3천만 원 이상 집행 시 베이직 인스트림 1천만 원 제공 ↳ 2분기 : ①월 7천만 원 이상 집행 시 베이직 인스트림 1천만 원 제공, ②월 1억 원 이상 집행 시 베이직 인스트림 2천만 원 제공 + 희망 시 BLS 1회 지원

MEDIA NEWS BRIEF

구분	매체명	주요 내용
프로모션	넷플릭스	<ul style="list-style-type: none"> • 2Q~4Q 신규광고주 프로모션 <ol style="list-style-type: none"> 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
		<ul style="list-style-type: none"> • 5월 가정의달 프로모션 <ol style="list-style-type: none"> 1) 기간 : 5월 2) 대상 : 5월 기간 내 TOP10 타겟팅 / 일시정지 상품 집행 캠페인 3) 혜택 <ol style="list-style-type: none"> ① 5,000만 원 이상 집행 시: Top 10 타겟팅 할증률 40% → 30% 적용 또는 일시정지 광고 상품 10% 보너스 인벤토리 제공 중 택1 ② 7,500만 원 이상 집행 시: 상기 두 가지 혜택 모두 제공
		<ul style="list-style-type: none"> • 6~7월 스포츠 패키지 프로모션 <ol style="list-style-type: none"> 1) 기간 : 6월 ~ 7월 2) 대상 : 기간 내 스포츠 관련 타겟팅이 적용된 캠페인 3) 혜택 <ol style="list-style-type: none"> ① 스포츠 타이틀셀렉션 플러스 적용 시, 할증률 30% → 10% 적용 ② 스포츠 장르 / 타이틀셀렉션 / 관심사 타겟팅 시, 집행 금액에 따라 보너스 인벤토리 제공 <ul style="list-style-type: none"> ↳ 5,000만 원 이상 집행 시, 노출량 5% 추가 ↳ 1억 원 이상 집행 시, 노출량 10% 추가
	네이버	<ul style="list-style-type: none"> • 더블크라운 프로모션 <ol style="list-style-type: none"> 1) 기간 : ~ 6/30 2) 대상 : 기간 내 더블크라운 상품 부킹 시 3) 혜택 : 더블크라운 > "홈우측 전면형 상품" 단가 50% 할인 적용
	네이버웹툰	<ul style="list-style-type: none"> • 5~6월 프로모션 <ol style="list-style-type: none"> 1) 기간 : 5월 4일 ~ 6월 30일 2) 대상 : 네이버웹툰 빅배너 상품 집행 시 3) 혜택 : 공시단가 30% 할인 CPM 7,000 → 4,900원

MEDIA NEWS BRIEF

구분	매체명	주요 내용
프로모션	Daum(다음)	<ul style="list-style-type: none"> • 2Q 2+1 프로모션 1) 기간 : 4월 ~ 6월 2) 대상 : 패키지 2구좌 구매 시 3) 혜택 : 동일 패키지 1구좌 추가 제공
	SMR	<ul style="list-style-type: none"> • 2분기 프로모션 1) 기간 : 4월 ~ 6월 2) 대상 : 쿠팡플레이 최초 집행 광고주 3) 혜택 : 쿠팡플레이 개런티 금액의 30% 보너스 제공(기존 10% → 프로모션 30%)
	당근	<ul style="list-style-type: none"> • 신규 광고주 프로모션 1) 기간 : 3월 ~ 5월 2) 대상 : ①당근 전문가모드 신규 광고주 ②당근 휴면 광고주(25.07.01 ~ 26.02.28 내 간편모드 / 전문가모드 미집행 광고주) 3) 혜택 : 구간별 프로모션 혜택 제공(VAT포함 기준) <ul style="list-style-type: none"> ↳ 110만 원 이상 ~ 330만 원 미만 : 무상캐시 20% 지급 ↳ 330만 원 이상 : 무상캐시 50% 지급(최대 330만 원)
	블라인드	<ul style="list-style-type: none"> • 2Q 프로모션 1) 기간 : 4월 ~ 6월 2) 대상 : 기존 광고주 / 신규 광고주(최근 1년 이내 미집행 광고주) 3) 혜택 : 집행 금액 별 서비스 제공 <ul style="list-style-type: none"> ↳ 기존 광고주 : 1천만 원 집행 시 500만 원 서비스 제공, 2천만 원 집행 시 1,200만 원 서비스 제공 ↳ 신규 광고주 : ①CPC 400원대 보장 ②관심사, 페르소나 타겟팅(20%) 할증까지는 미적용
	SNOW (스노우)	<ul style="list-style-type: none"> • 2Q 프로모션 1) 기간 : 4월 ~ 6월 2) 대상 : 스노우패밀리 스플래시 광고 상품 3) 혜택 : 공시가 대비 20% 할인
	열풍타	<ul style="list-style-type: none"> • 상반기 프로모션 1) 기간 : 1월 ~ 6월 2) 대상 : 스퀘어배너 광고 상품 집행 시 3) 혜택 : 스퀘어배너 CPM 단가 20% 할인

MEDIA NEWS BRIEF

구분	매체명	주요 내용
프로모션	직방	<ul style="list-style-type: none"> • 2Q 프로모션 <ol style="list-style-type: none"> 1) 기간 : 4월 ~ 6월 2) 대상 : 기간 내 집행 캠페인 3) 혜택 <ol style="list-style-type: none"> ① 앱광고 비즈마커(모델하우스) 단지 단위 서비스 증정 ② 앱광고 호갱노노 단지마커 / 분양정보 스페셜DA 3주 이상 진행 시 동일 상품 기간 추가 제공 ③ 채널톡 200원 → 150원 단가 적용 ④ 채널톡 신규 템플릿 적용 시 발송 물량 10% 추가 증정 ⑤ 메타 광고 현장 첫 광고 집행 시 20% 추가 노출
	JTBC 유튜브	<ul style="list-style-type: none"> • 4~5월 프로모션 <ol style="list-style-type: none"> 1) 기간 : 4월 ~ 5월 2) 대상 : 기간 내 집행 캠페인 3) 혜택 : 최대 40% 금액 보너스 제공
	카카오뱅크	<ul style="list-style-type: none"> • 2Q 프로모션 <ol style="list-style-type: none"> 1) 기간 : 4월 ~ 6월 2) 대상 : 신규 광고주(최근 3개월 미집행) 3) 혜택 : 광고비의 20% 추가 서비스 제공(최대 1,000만 원)
	관다	<ul style="list-style-type: none"> • 2Q 프로모션 <ol style="list-style-type: none"> 1) 기간 : 4월 ~ 6월 2) 대상 : 기간 내 집행 캠페인 3) 혜택 <ol style="list-style-type: none"> ① 모든 캠페인 : 30% 노출 서비스율 제공 ② 식음료·금융 업종 : 50% 노출 서비스율 제공 ③ 논스킵 동영상 40% 단가 할인
	KREAM(크림)	<ul style="list-style-type: none"> • DA 상품 론칭 프로모션 <ol style="list-style-type: none"> 1) 기간 : 1월 26일 ~ 6월 30일 인벤토리까지 2) 대상 : KREAM 광고 상품 집행 시 3) 혜택 <ol style="list-style-type: none"> ① 스플래시, 런치팝업, 스마트채널 띠배너 상품 공시가 대비 10% 할인 ② 숏컷 상품 구좌 공시가 대비 25% 할인(3/30 출시)

03

NEW MEDIA

네이버지도
에이블리
번개장터
아파트너

신규 상품

네이버지도

단순 길 찾기를 넘어 예약, 리뷰 등 로컬 중심의 생활 편의 서비스를 제공하는 플랫폼 유저의 이용 플로우에 최적화된 버블키워드 패키지 출시

광고 형태	상품 유형	판매 방식	미디어 파워
MO	버블키워드 / 배너	CPT	MAU 3,000만

New 버블키워드 패키지

검색창 하단에 브랜드 로고 + 키워드 문구가 버블 형태로 노출되는 상품으로 지도 앱 실행 시 높은 주목도를 자랑하는 첫 번째 버블을 1일간 독점 운영

노출 영역

버블키워드

스마트채널

*런처 탭의 스마트채널까지 포함

랜딩타입 3종

검색결과

플레이스 페이지

저장리스트

*지도 앱 내부 랜딩만 가능(스마트채널은 아웃랜딩 가능)

신규 상품 **에이블리**

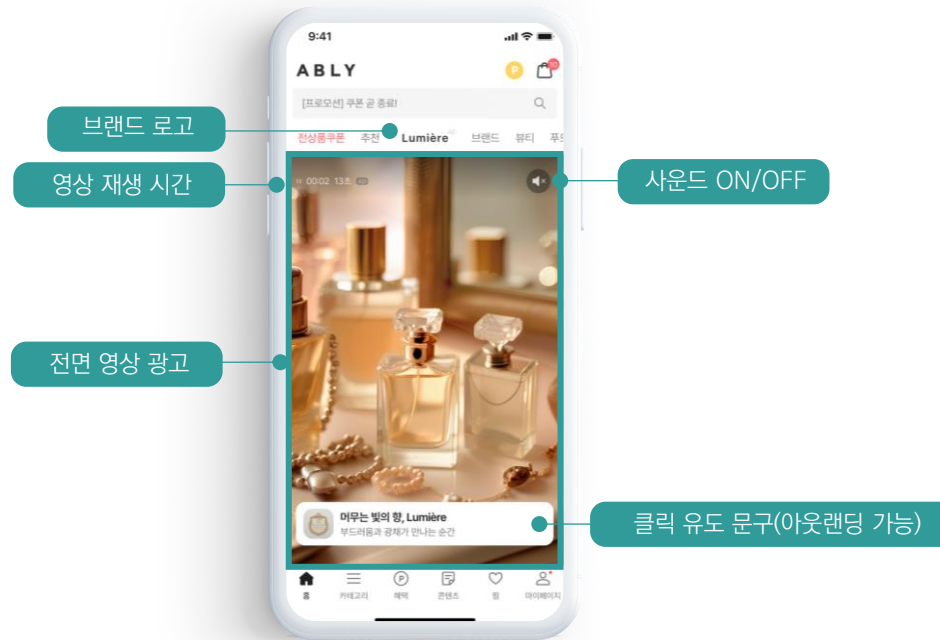
1,000만 여성 유저가 활동하는 국내 온라인 쇼핑몰 2위 플랫폼

셀럽 마켓을 넘어 패션, 뷰티, 디지털, 라이프, 식품까지 아우르는 스타일 커머스 앱

광고 형태	상품 유형	판매 방식	미디어 파워
MO	동영상	CPT	MAU 1,005만

New 프리미엄 브랜딩 전면 배너

에이블리 메인 상단 탭에 브랜드 로고가 고정으로 독점 노출되는
풀스크린 영상의 SOV 100% 보장 상품



신규 상품

번개장터

2,000만 회원이 이용하는 전국 단위의 브랜드 중고 거래 플랫폼

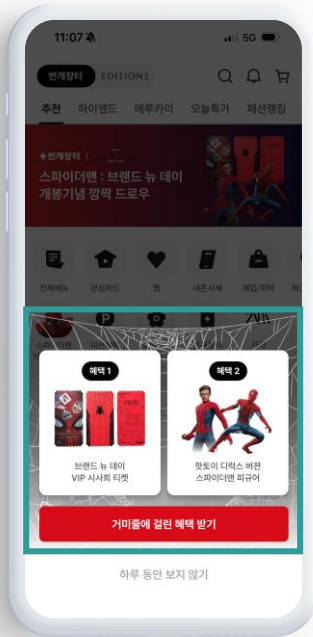
트렌드에 민감하고 구매력 높은 MZ세대를 중심으로 패션부터 디지털, 가전, 스타 굿즈까지 거래 활발

광고 형태	상품 유형	판매 방식	미디어 파워
MO	배너 / 아이콘	CPT / CPM	MAU 380만

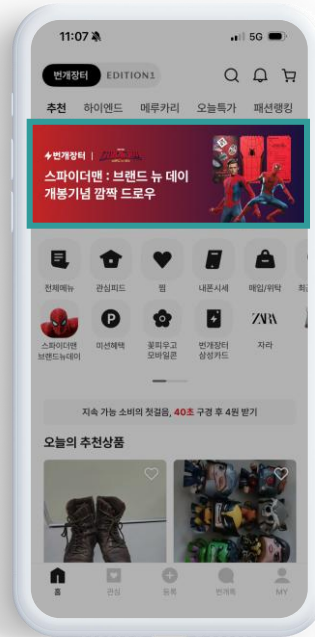
*PC+MO 통합 MAU 700만

New 디스플레이 광고

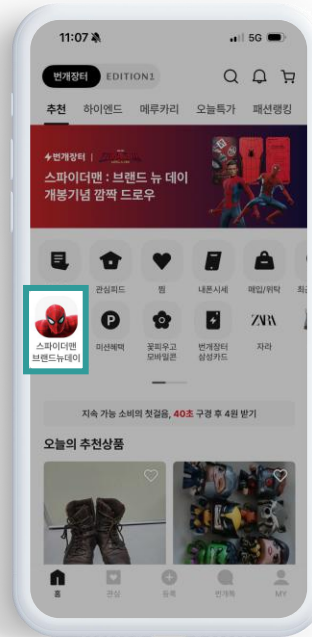
유저의 쇼핑 동선을 따라 인지, 탐색 단계에 노출시킬 수 있는 광고 상품으로
주요 지면 내 자연스러운 네이티브 노출을 통해 유저 거부감 최소화 및 브랜드 주목도 제고



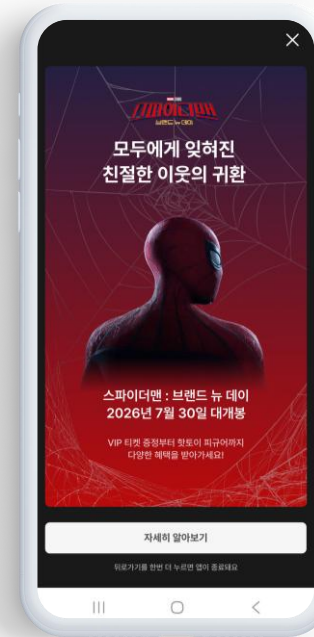
홈 팝업 배너



탑 배너



숏 컷



앱 종료 광고

신규 상품

아파트너

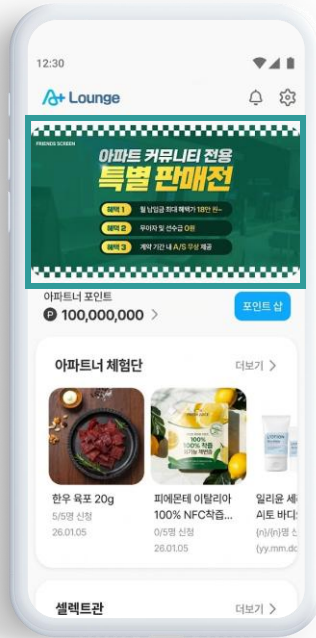
전국 4,300개 단지, 국내 아파트 약 20%가 사용하는 아파트 관리 앱

자산과 소비력이 검증된 입주민 대상 데모, 지역뿐 아니라 아파트 브랜드, 준공 연도 등 정교한 타겟팅 지원

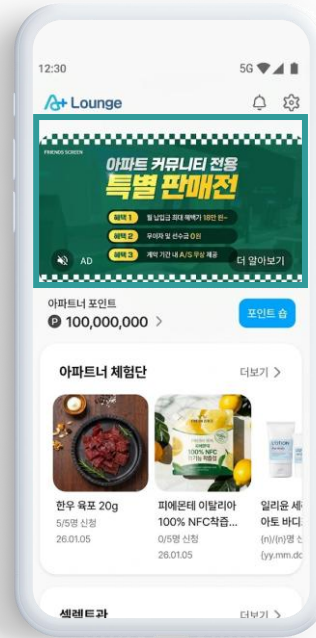
광고 형태	상품 유형	판매 방식	미디어 파워
MO	동영상	CPM	MAU 150만

New 동영상 광고

앱 내 3개의 핵심 지면에 노출되어 브랜드 인지도 향상부터 제품·서비스 전환까지 폭넓은 캠페인 목표 달성 가능



썸네일 이미지 송출(1초 이내)



동영상 자동 재생(1회) 후 자동 정지

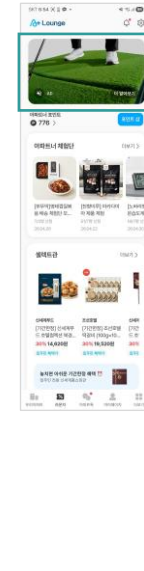
노출지면



앱 메인 하단



소통공간 게시글 상세 하단



라온지 상단

함께 보면 좋은,
메조미디어 추천 콘텐츠



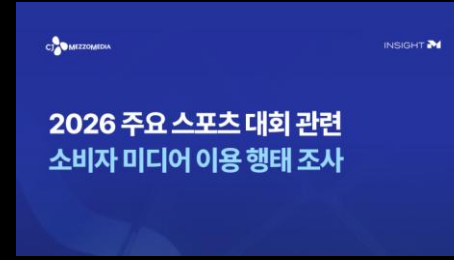
2026 디지털 미디어 마일스톤



2026 타겟 분석 리포트



2026 트렌드 리포트



스포츠 대회 관련 소비자 미디어 이용 행태



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.