

MEDIA & MARKET REPORT 2025. 10

- MEDIA
- MARKET

CONSUMER



01

MARKET ISSUE

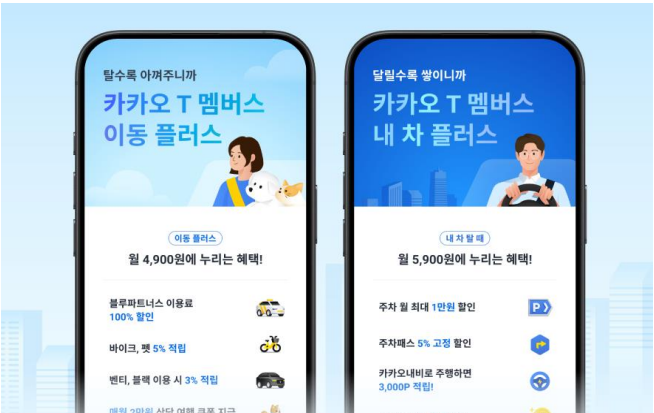
구입에서 구독 트렌드, 새로운 구독 서비스 출시 활발
패션업계, F&B 사업으로 고객 접점 확대
랜덤 소비에 빠진 MZ세대, 무작위 뽑기 '가차' 인기

‘구입’에서 ‘구독’ 트렌드, 새로운 구독 서비스 출시 활발

국내 구독 경제 시장 규모는 2016년 약 26조 원에서 2020년에는 약 40조 원으로 확대, 올해 약 100조 원 규모까지 성장 예상(KT경제경영연구소)
콘텐츠 구독을 넘어 식료품, 가전, 통신, 배달, 여행, 모빌리티까지 일상의 전 영역에 구독 서비스가 자리 잡으며 ‘구입’에서 ‘구독’ 라이프스타일로 변화
구독 서비스는 이용자 락인으로 기업의 안정적인 수익 모델 확보와 소유보다 경험을 중시하는 젊은 세대의 소비 트렌드가 맞물리며 더욱 성장할 전망

신규 구독 서비스 출시 사례

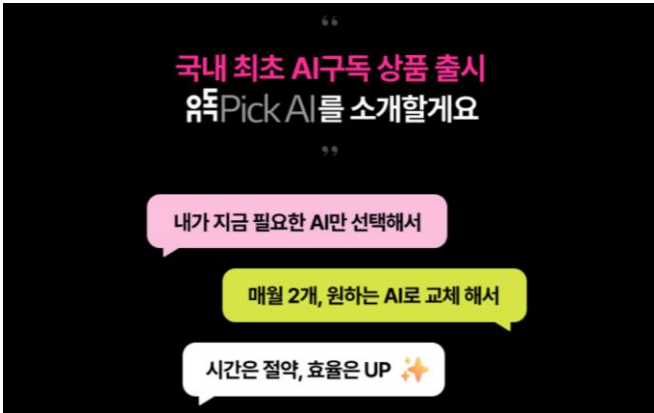
모빌리티



카카오 모빌리티 – 카카오 T 멤버스

구독 서비스 ‘카카오 T 멤버스’ 출시, 기존 택시 서비스에 할인 쿠폰과 포인트 적립 등 혜택을 강화한 ‘이동 플러스’와 차량 소유자의 유지비 절감에 초점을 둔 ‘내 차 플러스’로 구성

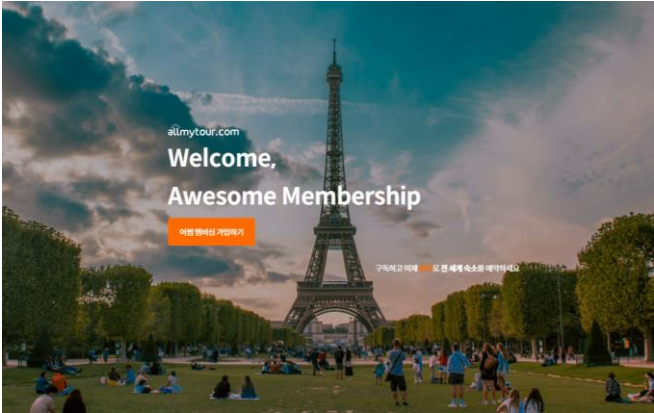
통신



LG U+ – 유독픽 AI

월 1만 원 대의 AI 구독 서비스 ‘유독픽(Pick) AI’ 출시, 챗봇 형태의 대화형 검색 AI 3종과 디자인·학습·편집 등 특화형 AI 7종 중 각 택 1씩 매월 2개의 AI 서비스 이용 가능

여행



올마이투어 – 어썸 멤버십

글로벌 프리미엄 호텔과 리조트, 펜션 등 전 세계 300만 개 숙소를 B2B 공급 원가에 예약할 수 있는 숙박 구독 멤버십, 월 1,900원 구독으로 숙소 봉사료, 세금 및 플랫폼 수수료 혜택

패션업계, F&B 사업으로 고객 접점 확대

소비 위축 등 시장 불황이 이어지고 있는 패션업계가 식음료(F&B) 사업으로 외연을 확장해 고객 접점을 넓히는 모습
패션업계의 F&B 사업 확장은 단순한 부가 사업이 아니라 브랜드 충성도를 높이는 경험 마케팅의 일환으로 달라진 소비 트렌드를 반영한 전략
패션과 미식을 결합한 감각적인 공간에서 브랜드 친화적인 소통을 강화하고, 세계관을 확장하며 라이프스타일 브랜드로 도약

패션업계 F&B 사업 확장 사례

루이비통



르 카페 루이비통

서울 청담동 '루이비통 메종 서울'에 패션과 문화, 미식이 교차하는 레스토랑 '르 카페 루이비통' 오픈, 한국적 풍미에 프랑스 생트로페와 파리의 영감을 더한 시그니처 메뉴 구성

ZARA



자카페

명동 눈스퀘어 플래그십스토어에 '자카페'를 오픈, 한국의 '돌담'을 모티브로 한 인테리어와 수정과 라떼, 모나카 등 한국적인 메뉴로 전통과 현대 패션 문화를 감각적으로 재해석

랄프로렌



랄프스 커피

뉴욕에서 시작한 '랄프스 커피'는 글로벌 32번째 매장을 서울 신사동에 오픈, 상징적인 짙은 녹색과 우드 인테리어 및 시그니처 굿즈 판매로 의류 소비를 넘어 브랜드 향유 경험 가능

랜덤 소비에 빠진 MZ세대, 무작위 뽑기 ‘가차’ 인기

최근 유통업계를 중심으로 어떤 상품이 나올지 알 수 없는 것에 기대감과 즐거움을 느끼는 랜덤 뽑기 ‘가차(Gacha)’ 열풍이 지속
손잡이를 돌릴 때 나는 일본어 의성어인 ‘가차가차(がちゃがちゃ)’에서 유래한 ‘가차’는 피규어나 굿즈를 랜덤으로 제공하며 MZ세대를 중심으로 부활
예측 불가능한 즐거움과 즉각적인 보상 심리에 대한 도파민, 성취감이 놀이 문화로 발전해 SNS 인증 및 수집 등 하나의 문화로 자리 잡을 것으로 기대

가차 마케팅 사례

유통



HDC 아이파크몰

용산 아이파크몰에 1,000여 개의 캡슐 토이를 만나 볼 수 있는
캡슐 토이 천국 ‘가차 파크’를 오픈, 1020세대 방문객 수가
크게 증가하며 트렌디한 놀이 문화 공간으로 자리매김

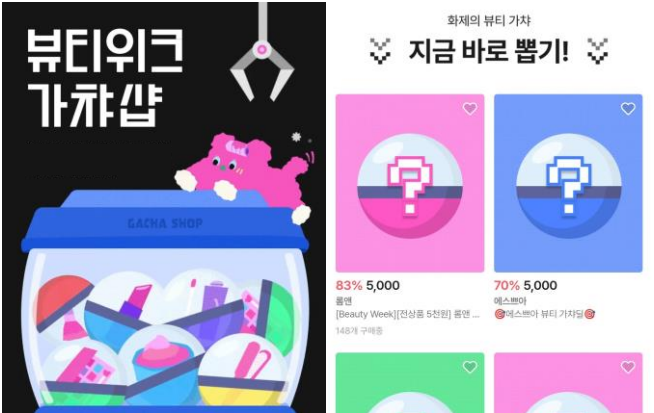
편의점



세븐일레븐

‘2025 KBO 프로야구 컬렉션 카드’가 출시 20일 만에
250만 팩이 판매, 10개 구단 별 선수 151명의 카드가 한 팩에
3장씩 랜덤으로 구성, 팬들 사이에서 수집·교환 등 인기몰이

이커머스



에이블리

에스브이, 페리페라 등 인기 브랜드와 협업해 5천 원대로
무작위 뽑기 구매 가능한 온라인 가차 뷰티 상품 출시
1020세대에게 인기를 끌며 브랜드별 거래액이 최대 9배 증가



02

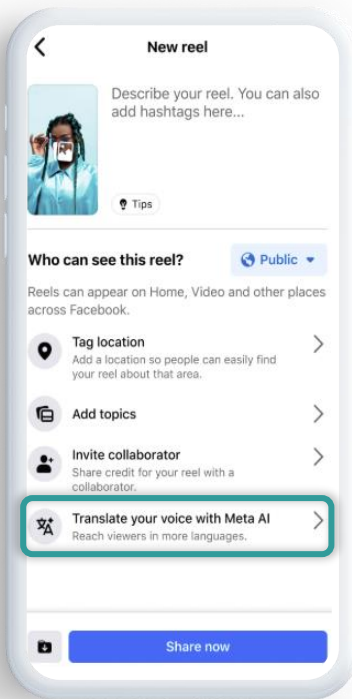
MEDIA ISSUE

메타, 페이스북·인스타그램에 AI 더빙 기능 도입
유튜브, 신진 크리에이터 지원 '하이프(hype)' 기능 출시

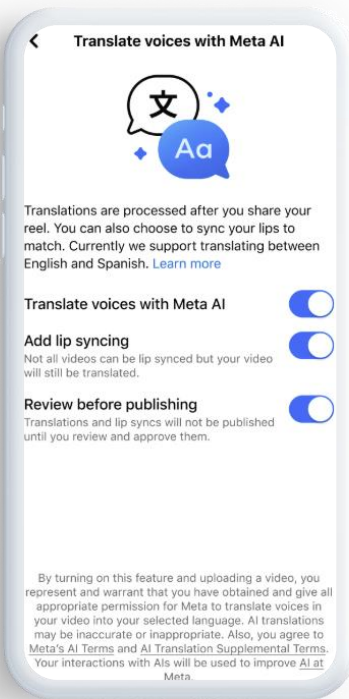
메타, 페이스북·인스타그램에 AI 더빙 기능 도입

메타가 페이스북과 인스타그램에 AI 음성 더빙 기능을 도입, 크리에이터들은 별도의 녹음이나 편집 없이 릴스를 다국어로 업로드 가능
AI 더빙은 크리에이터의 목소리와 어조 복제 및 입술 움직임까지 동기화해 마치 번역된 언어를 구사하는 듯한 자연스러운 더빙 영상으로 변환
크리에이터들은 언어 장벽을 넘어 전 세계 시청자들과 소통하며 글로벌 팔로워 확대 가능, 향후 영어-스페인어 번역 외 더 많은 언어가 추가될 전망

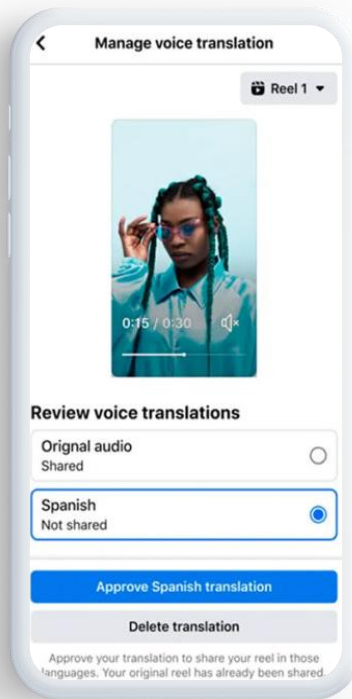
메타 AI 더빙 주요 내용



릴 게시 전 Meta AI로 음성 번역 클릭



립싱크 기능 활성화 여부 선택



영어-스페인어 간 상호 번역 지원

AI 더빙 기능 제공 범위

페이스북은 1000명 이상의 팔로워를 보유한 크리에이터에게만, 인스타그램은 모든 공개 계정 크리에이터들이 AI 더빙 기능 활용 가능

크리에이터/시청자 제어 가능

크리에이터는 AI 더빙 기능을 언제든지 켜고 끌 수 있고, 번역 내용 검토/삭제 가능
시청자는 설정 메뉴에서 번역 더빙 영상 시청 여부 선택 가능

성과 지표 데이터 제공

번역된 더빙 콘텐츠를 게시하면 시청자가 어떤 언어로 시청하는지 확인 가능한
언어별 조회수 분석 지표 데이터 제공

유튜브, 신진 크리에이터 지원 ‘하이프(Hype)’ 기능 출시

유튜브는 전 세계 신진 크리에이터의 성장과 팬덤 형성을 지원하는 ‘하이프(Hype)’ 기능을 공식 출시

구독자 50만 명 미만의 크리에이터가 지난 7일 이내 업로드한 영상에 시청자가 하이프를 보내면 포인트가 쌓이고, 포인트는 순위 리더보드에 반영
시청자는 매주 최대 3개 영상에 하이프를 보낼 수 있고, 좋아하는 크리에이터가 하이프 순위 리더보드 상위에 랭크될 수 있도록 돕는 추천 시스템

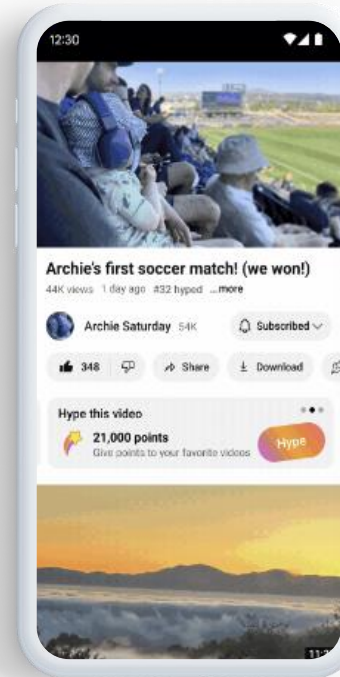
‘하이프(Hype)’ 기능 주요 내용

팬을 위한 기능

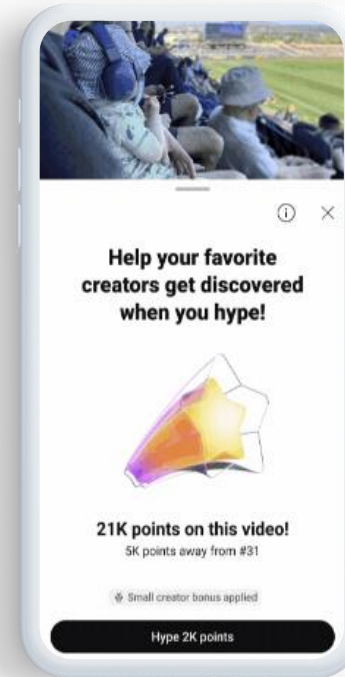
- ✓ 영상 바로 아래 하이프 전용 버튼이 노출되어 보다 쉽게 크리에이터 응원 가능
- ✓ ‘Hyped’ 카테고리 홈 피드 필터링 가능
- ✓ 하이프를 보낸 영상이 리더보드에 근접하면 알림 수신 가능

크리에이터를 위한 기능

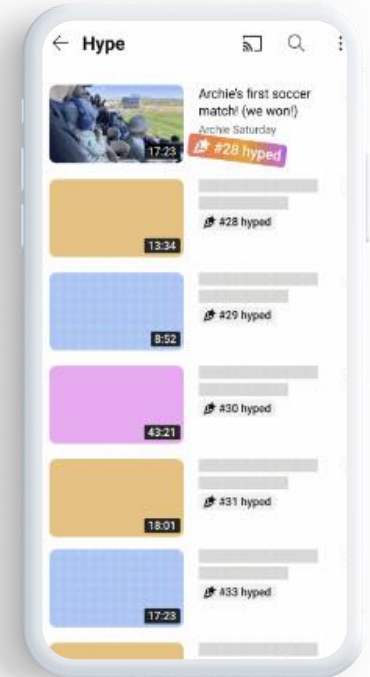
- ✓ 유튜브 스튜디오 모바일 앱에서 각 영상이 받은 하이프 수와 하이프 포인트 확인 가능
- ✓ 구독자가 적은 채널일수록 보너스 포인트를 제공 등 상위 랭크에 유리한 혜택 제공
- ✓ 영상 분석에 새로운 하이프 카드 추가, 주간 데이터 요약에서 관련 내용 확인 가능



영상 하단에 하이프 전용 버튼 노출



크리에이터에게 하이프 포인트 전송



리더보드 상위권 진입 시 알림 수신

MEDIA NEWS BRIEF

구분	매체명	주요 내용
광고 정책 및 상품	메타	· 협력광고 ‘인지도 목표’ 관련 업데이트 ↳ 예약 구매 지원 : 협력광고의 ‘인지도 목표’에서 예약 구매가 지원되면서, ‘Meta Moment Maker(M3)’ 전략 활용 등 더 고도화된 캠페인 운영 가능 ↳ 동영상 조회 성과 목표 지원 : ‘Thruplay 및 동영상 2초 이상 조회’를 성과 목표로 사용하여, 영상 소재 중심의 브랜딩 캠페인 운영 가능 ↳ 리테일러가 공유한 맞춤 타겟 활용 : 기존 리테일러 맞춤 타겟은 ‘판매’ 목표에서만 사용할 수 있었으나, 인지도 목표에서도 사용할 수 있도록 업데이트 (맞춤 타겟 공유 여부는 리테일러별로 상이)
		· ‘여러 광고주의 광고’ 노출위치 확대 : 다른 광고주들의 광고가 함께 노출되어 다양한 제품 탐색 사용자에게 도달 가능한 ‘여러 광고주의 광고’ 노출위치가 최근 인스타그램 릴스도 포함하도록 업데이트
		· ‘프로필 및 페이지 방문’ 광고 및 ‘Instagram 팔로우’ 지표 업데이트 : 트래픽 목표에서만 지원되던 ‘프로필 및 페이지 방문’ 성과 목표가 참여 목표에서도 지원, 광고 관리자에서 ‘Instagram 팔로우’ 지표 지원
	구글	· 검색 캠페인 AI MAX 기능 오픈 : 검색어 매칭, 자동 생성 애셋, 최종 URL 최적화 등을 제공하는 AI Max 기능이 실험적으로 오픈. 현재 한국에서는 검색어 매칭만 활용 가능, 그 외 순차적 적용 예정
		· KR Premiere CTV Network (PCN) 포털 오픈 : PCN 관련 리소스를 통합적으로 제공하는 웹사이트 오픈. 소재 검수 정책, MPP 리스트, 오디언스별 인벤토리 사이즈 시뮬레이션 등 제공
	카카오	· 채팅탭 채팅리스트 내 광고 신규 노출 : 9/1(월)부터 카카오 디스플레이 상품의 노출 자면에 채팅탭 내 채팅리스트 추가, 채팅리스트 스크롤 시 광고 표기
		· 다음 쇼핑박스 판매처 변경 : 10월부터 다음 쇼핑(쇼핑박스)의 모먼트 구매가 중단되며, 이후 쇼핑박스는 네이버를 통해 판매
		· 모먼트 소재 관련 업데이트 : 동영상 소재 입찰방식 CPV 외 확대 (CPM, CPA, CPC 등), 행동유도버튼 색상 선택 가능, 이미지/동영상 네이티브 소재에도 슬라이드 형태 추가, 4:5 비율 이미지 등록 지원
		· 메시지 광고 발송 순서 변경 : 9/16(화)부터 전체친구에게 발송하는 메시지 광고의 발송 순서가 ‘발송시점’의 최신친구 순에서 ‘발송예약’시점의 최신친구 순으로 변경
	틱톡	· 스마트+ 캠페인과 수동 캠페인의 생성 플로우 통합 : 앱프로모션, 리드생성, 판매 목표 캠페인에서 수동/Smart+ 중 선택할 필요 없이 하나의 통합된 플로우로 캠페인 생성 가능 (9월말부터 순차 롤아웃)

MEDIA NEWS BRIEF

구분	매체명	주요 내용
광고 정책 및 상품	네이버	· DOOH 통합 상품 ‘ADVoost Screen’ 상품 출시 : 네이버 선별 미디어 네트워크 기반 통합 상품 구성 가능, DOOH 리스트업 / 운영 / 제작 / 리포트 리소스 절감 효과 기대
		· LoL 2025 월드챔피언십 생중계 패키지 출시 : LoL 2025 월드챔피언십 대회 생중계 / VOD 내 광고 노출 (10/14 - 11/9)
		· 성과형DA 신규 피드 UI 신설 : 사용자의 스크롤 동작에 따라 이미지가 자동으로 상하 이동되는 인터랙션 타입 추가 (9/25부터 노출)
	티빙	· KBO 포스트시즌 상품 출시 : 정기 청약 9/17(수) 오전 10시부터 포스트시즌 종료 시점까지 판매, 3구좌 이상 다중 구좌 구매 시 10% 할인 혜택 제공 ↳ 퍼스트 뷰 - KBO 접속 시 최초 노출, 시리즈별 고정 노출로 브랜드 인지도 극대화 (WC/준PO 1억, PO 1.25억, KS 1.5억) ↳ 7이닝 Stretch PKG - 포스트시즌 전 경기 7회 초 종료 Break Time 독점 노출, 장초수 소재 활용 가능 (2.5억) ↳ 포스트시즌 PKG - 전 경기 랜덤 실시간 대체 광고, 15/30초 소재 SKIP 없이 안정적 도달 확보 (0.8억) ↳ KBO Safe PKG - 성인 타겟팅 필수 업종 전용 패키지, 15/30초 소재 집행 가능 (0.8억)
	SMR	· 수험생 패키지 출시 : 2026학년도 수험생과 학부모 공약을 위한 특판 출시 - 25년 4Q 판매 / 1개월 기준 단가 2천만 원 / 보너스율 5% 제공
	크리테오	· 주류광고 정책 변경 : 한국주류산업협회의 사전 심사를 통과한 경우, 크리테오 내부 검토를 거쳐 자체 가이드라인에 따라 캠페인 집행 가능
	넷플릭스	· 일시정지 광고정책 업데이트 : 대출 및 신용 기회 카테고리 일시정지 광고 집행 가능
	당근	· 리드폼 동영상 광고 출시 : 리드폼 캠페인에서 동영상 소재 활용 가능 (9/1)
	캐시노트	· 전체 메뉴 서비스 리스트 배너 상품 출시 : 캐시노트 서비스와 동일한 구성의 네이티브 배너 상품 출시 (CPT)

MEDIA NEWS BRIEF

구분	매체명	주요 내용
광고 정책 및 상품	토스	· ‘클릭 최대화’ 입찰방식 오픈 : 주어진 예산 내 배너 클릭 수를 극대화하는 자동 입찰 전략 기능 (‘방문 유도하기’ 캠페인 목표에 한하여 적용 가능)
		· 세로형 영상 배너 광고 타입 확장 : 세로형 영상 소재 지원 및 지면 확대 (OBT)
프로모션	넷플릭스	· 최소집행금액 인하 프로모션 1) 기간 : 9월 1일 ~ 10월 31일 내 캠페인 시작 (종료일 : 최대 11월 30일까지) 2) 대상 : 최근 1년간 넷플릭스 광고 집행 이력이 없는 광고주 (2024년 9월 1일 ~ 2025년 8월 31일 내 미집행) 3) 혜택 : 월 최소 청약금액 3,000만 원에 집행 가능 (기존 5,000만 원)
	토스	· 신규/이탈 광고주 모객 프로모션 1) 기간 : 25년 하반기 2) 대상 : 사업자번호가 처음 등록되었거나, 6개월 이상 매출 0원인 광고주 3) 혜택 : 첫 60일 내 충전 금액 기준 구간 별페이백 지급 (1구간 : 50만 원, 환급률 100% / 2구간 : 150만 원, 환급률 66.67% / 3구간 : 300만 원, 환급률 50%)
	블라인드	· 연장 부킹 프로모션 1) 기간 : 25년 9월 1일 ~ 12월 31일 제안 건 2) 대상 : 500만 원 이상 연속 집행 캠페인 3) 혜택 : 예산별 기본 서비스율 + 추가 서비스 10% 제공
	SOOP	· 추석맞이 비게임 업종 가을 프로모션 1) 기간 : 25년 9월 1일 ~ 10월 31일 이내 부킹 된 캠페인 2) 대상 : 비게임 업종 캠페인 3) 혜택 : 신규 100%, 기존 50% 만큼 집행 예산에 따라 서비스 제공 : 식음료 및 건기식 캠페인의 경우 신규/기존 상관없이 유상 집행 금액의 100% 서비스 제공

MEDIA NEWS BRIEF

구분	매체명	주요 내용
프로모션	TG	• TG KT 제휴 프로모션 1) 기간 : 25년 9월 18일 ~ 12월 31일 2) 대상 : KT 제휴를 활용하여 TargetingGates를 집행하는 모든 광고주 3) 혜택 : 부킹 광고비의 10% 무상 포인트 충전 (최소 100만 원 이상 부킹 권장)
	NHNAD	• 페이코캠퍼스 CPA 광고 상품 프로모션 1) 기간 : 25년 9월 1일 ~ 12월 31일 2) 대상 : 전환 유도 패키지 집행 이력이 없는 신규 광고주 3) 혜택 : 전환 유도 패키지 첫 집행 시, 패키지 내 APP PUSH 상품 무상 제공 *CPA 단가 내 리워드 금액(페이코포인트) 포함
		• KCP 볼링픽 광고 첫 집행 프로모션 1) 기간 : 25년 10월 1일 ~ 12월 31일 2) 대상 : 신규 광고주 3) 혜택 : 스코어보드 영상 광고 지면 3개월 1,500만 원 → 300만 원 할인가로 집행 가능
	안랩	• 안랩 추석 프로모션 1) 기간 : 25년 9월 22일 ~ 10월 30일 2) 대상 : 10월 3일 ~ 10월 12일 기간 포함하여 진행되는 500만 원 이상 캠페인 (VAT별도) 3) 혜택 : 부킹 금액의 60% 서비스 제공 • 안랩 토스트배너 추석 프로모션 1) 기간 : 25년 9월 22일 ~ 10월 31일 2) 대상 : 추석 연휴 10월 3일 ~ 10월 9일 기간 포함하여 진행되는 500만 원 이상 캠페인 (VAT별도) 3) 혜택 : 300만 원 서비스 물량 제공
	인아웃	• 4분기 프로모션 1) 기간 : 25년 10월 1일 ~ 12월 31일 2) 대상 : 2025년 4분기(10/1 ~ 12/31) 중 진행되는 모든 광고 건 3) 혜택 ① 광고상품 10% 추가 할인 (개별상품 : 10% / 패키지 상품 : 기본 할인을 10~15% + 추가 10% 할인 적용하여 총 20~25%할인 적용) ② 계약 금액별 참여형 or 체험단 광고 추가 서비스 제공

03

NEW MEDIA

경기지역화폐
플렉슬
카카오뱅크

신규 매체

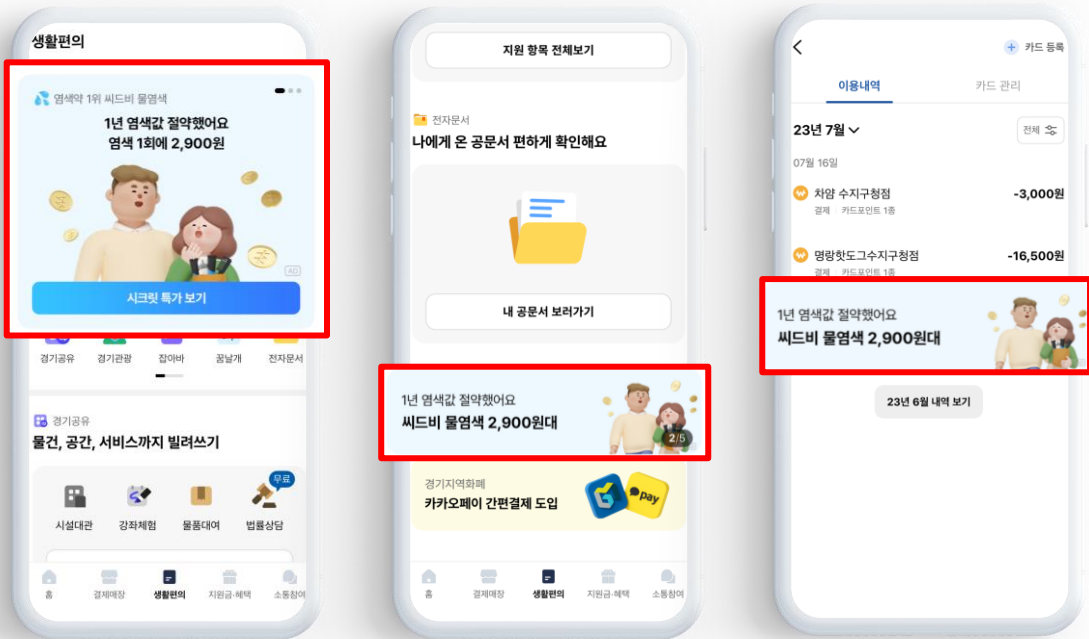
경기지역화폐

가입자 수 820만 명 이상의 경기도 도민 60%가 사용하는 지역페이 앱
경기도 내 28개 시/군 거주 유저들의 지역화폐 및 민생회복 소비 쿠폰 사용을 위한 필수 서비스

광고 형태	상품 유형	판매 방식	미디어 파워
MO	이미지	CPP/건당과금	MAU 370만

배너 패키지

앱 내 주목도 높은 3개 지면 (생활 편의 상단/하단, 이용내역 상단)을
결합하여 높은 광고 인지도 및 도달 확보 가능



APP PUSH

경기 지역 거주자 최대 500만 명까지 발송 가능하며
지역(시/군 단위), 연령, 성별 타겟팅 가능



신규 매체

플렉슬

전 세계 학생 및 전문가 유저 약 850만 명을 보유한 필기 기반 플랫폼
Z세대, 특히 20대가 주로 사용하는 앱으로 필기 및 플래너 용도로 활용하는 집중도 높은 타겟에게 노출 가능

광고 형태	상품 유형	판매 방식	미디어 파워
MO	이미지/콘텐츠	CPP	MAU 60만

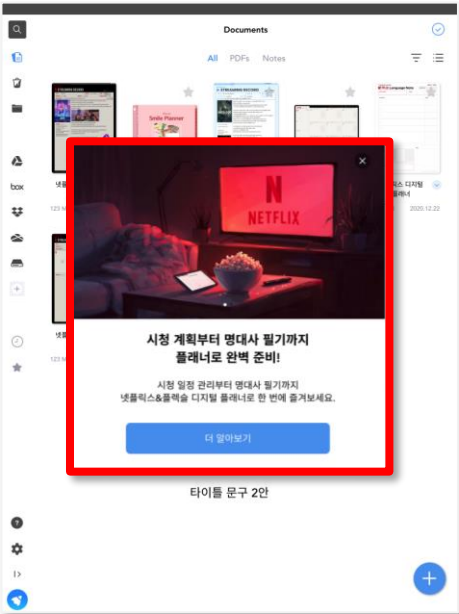
스플래시

앱 실행 시 전면 노출되어
높은 주목도 확보 가능



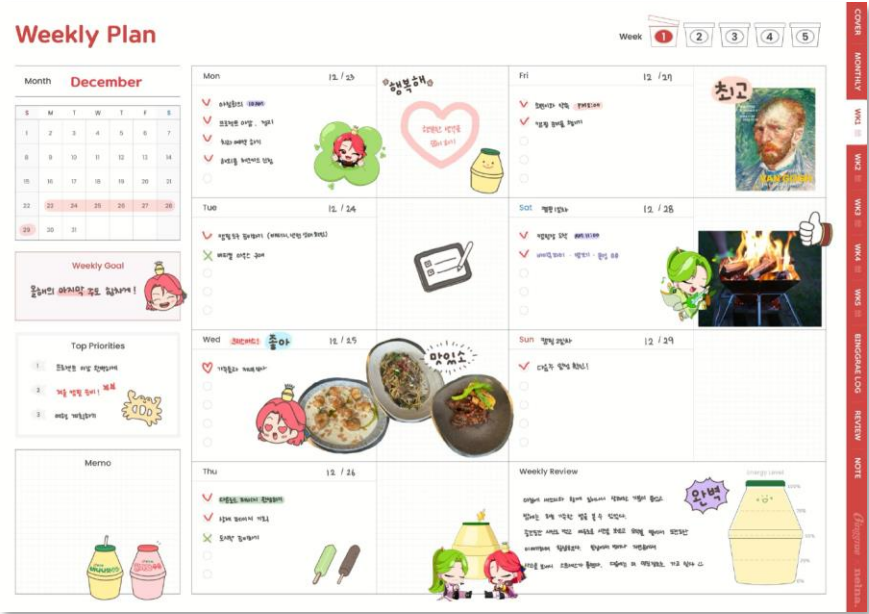
팝업

필기 노트 선택 시면 진입 시
팝업 형태로 노출



브랜드 커스터마이징 콘텐츠

유저의 문서함에 브랜드 커스텀 콘텐츠(템플릿, 스티커 등)를 지급하여
자연스러운 브랜드 노출 경험 제공



신규 상품

카카오뱅크

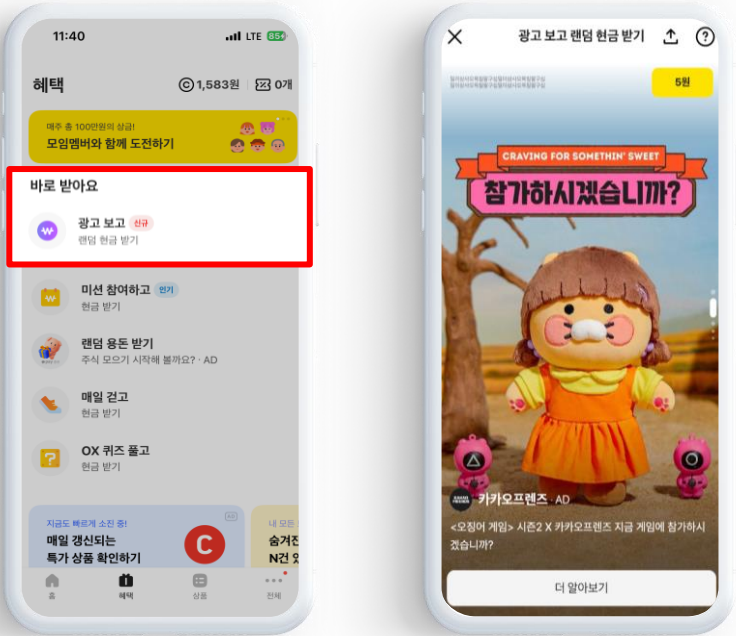
2,500만 명 이상의 고객을 보유한 국내 대표 모바일 금융 플랫폼

경제력을 갖춘 3040세대 타겟 대상 DA 광고뿐 아니라 앱 내 다양한 서비스와 제휴 가능

광고 형태	상품 유형	판매 방식	미디어 파워
MO	이미지/리워드	CPC	MAU 1,900만

광고 보고 랜덤 현금 받기

혜택 탭 내 ‘광고 보고 랜덤 현금 받기’ 서비스 진입 시
전면 피드형으로 노출되어 높은 유입 및 노출 임팩트 확보 가능



© 2006 The Authors



2025 타겟 분석 리포트



2025 트렌드 리포트



2025 디지털 미디어 마일스톤



생성형 AI 광고 소비자 인식 조사



디지털 광고 소비자 인식 조사

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.