

MEDIA & MARKET REPORT 2026. 04

- MEDIA
- MARKET
- CONSUMER



01

MARKET ISSUE

리커버리노믹스 트렌드로 급부상한 '사우나'
키즈 중심 공간 마케팅으로 부모 소비자 유인하는 유통업계
Z세대 겨냥한 즐거운 음주 경험 마케팅 활발

리커버리노믹스 트렌드로 급부상한 ‘사우나’

리커버리노믹스는 ‘회복(Recovery)’과 ‘경제(Economics)’의 합성어로 수면·사우나·각종 테라피 등 회복을 위한 소비가 트렌드가 되는 현상을 뜻함
 과거 노년층의 전유물이었던 사우나와 썬돔·효소 찜질 등 K-테라피가 회복을 위한 힙한 루틴으로 인식되면서 이를 SNS에 공유하는 Z세대가 증가
 브랜드는 디지털 세상에서 벗어나 온전히 내 몸에 집중하는 사우나를 디지털 디톡스 공간으로 재해석한 감각적인 마케팅으로 Z세대와 연결 모색

사우나 트렌드 반영한 마케팅 사례

사우나 투어



여행에미치다 X 먼데이사우나

여행 콘텐츠 플랫폼 ‘여행에미치다’와 사우나 커뮤니티 ‘먼데이사우나’가 협업해 일본 도쿄 사우나를 소개하고, 러닝 후 사우나에서 회복하고 맥주까지 제공되는 도쿄 사우나 투어 기획

사우나 협업



아모레퍼시픽 ‘에스트라’ X 마츠모토유

일본 사우나의 성지로 불리는 ‘마츠모토유’ 온천장에 에스트라 제품의 특별탕을 운영하고, 스킨케어를 체험할 수 있는 체험존과 어메니티를 비치해 사우나와 브랜드의 접점 형성

사우나 팝업



올리브영 X 토르홉

핀란드식 사우나 원리를 모티브로 한 온열 소금팩과 브러시가 포함된 홈사우나 케어템을 이달의 올영픽으로 선정하고, 올리브영 내 사우나 마을 콘셉트의 소금팩 체험 팝업을 오픈

키즈 중심 공간 마케팅으로 부모 소비자 유인하는 유통업계

온라인 쇼핑이 일상화되면서 매출 정체로 위기를 겪는 유통업계는 가격 경쟁 전략에서 벗어나 오프라인만이 제공할 수 있는 '공간 경험'을 강화
특히 자녀를 둔 부모 고객의 방문을 유도하고 가족 전체의 체류 시간을 늘려 매출을 견인할 수 있는 아이 친화형 체류 공간으로 빠르게 변모
골드키즈 트렌드와 맞물려 프리미엄과 다양한 유아동 콘텐츠를 결합한 키즈 중심 공간 전략은 앞으로도 더욱 활발해질 것으로 전망

키즈 중심 공간 마케팅 사례

성장센터



타임빌라스 수원점 - 슈퍼 키즈 성장센터

롯데백화점의 프리미엄 쇼핑몰 내 성장 케어 시스템과 전문적인 체육 활동 콘텐츠를 제공하는 키즈 성장센터 오픈, 차별화된 키즈 콘텐츠로 골드키즈 부모 고객 접점 확대

미술관



현대백화점 판교점 - 현대 어린이책 미술관

국내외 유명 작가들의 그림책 원화 전시와 교육 프로그램을 통해 아이들의 상상력을 자극하는 문화 예술 콘텐츠 제공, 쇼핑 중 아이와 쉬어 가기 좋은 공간으로 부모들의 큰 호응

박물관



아이파크몰 용산점 - 곤충 박물관

쇼핑몰 내 다양한 희귀 곤충과 파충류를 관찰하고 아이들이 직접 만져보며 체험할 수 있는 곤충 박물관을 오픈, 부모가 쇼핑할 동안 아이는 전문 스텝의 지도로 안전하게 체험 가능

Z세대 겨냥한 즐거운 음주 경험 마케팅 활발

자기 관리와 건강을 중시하는 웰니스 트렌드의 영향으로 Z세대 사이에서 술을 마시는 않는 소버 큐리어스(sober curious) 현상이 확산
주류 소비 감소로 침체 국면을 맞이한 주류업계는 젊은이들에게 건전하고 즐거운 음주 경험 인식을 심어주기 위한 마케팅을 활발히 전개
주류업계는 Z세대의 트렌드에 맞춰 가볍고 건강하게 즐길 수 있는 제품과 마케팅으로 향후 성장 동력을 확보할 것으로 전망

Z세대 겨냥 마케팅 사례

제철코어 제품 출시



세븐일레븐 - 스토로베리 말차하이볼

Z세대 트렌드 코드인 말차와 하이볼을 결합한 '말차하이볼'에 시즌 제철 과일인 상큼한 딸기를 결합, 알코올 도수 3도의 저도수 '스토로베리 말차하이볼'을 출시해 Z세대 공략

자격증 수여



하이트진로 - 술무살 자격증

음주 가능한 스무 살 성인이 된 순간을 기념하는 '술무살 자격증' 출시로 즐겁고 건전한 음주 문화 전파, 전국 주요 대학가와 핵심 상권 프로모션 현장에서 발급하며 Z세대와 공감대 강화

가차 팝업 오픈



롯데칠성음료 - 새로 가차샵

Z세대 트렌드인 가차 문화에 착안해 '새로 가차샵' 팝업을 열고, 굿즈 가차존 외 변온 라벨 체험, 미니병 꾸미기 등 체험존을 통해 브랜드 캐릭터인 새로구미 세계관을 확대하며 Z세대와 소통



02

MEDIA ISSUE

구글, 고속·고품질 AI 이미지 생성 모델 '나노 바나나2' 출시
네이버, 카페 운영자에게 수익 배분하는 '카페 비즈센터' 오픈

구글, 고속·고품질 AI 이미지 생성 모델 '나노 바나나2' 출시

구글은 고품질 추론 능력에 빠른 생성 속도를 결합한 차세대 AI 이미지 생성 및 편집 도구인 '나노 바나나2'(제미나이 3.1 플래시 이미지)를 출시
실시간 웹 검색과 제미나이의 최신 정보를 반영한 이미지 생성으로 인포그래픽·데이터 시각화 자료 등 정확하게 묘사가 필요한 자료를 만들 때 특히 유용
이전 모델 대비 3배 이상의 생산성 향상을 제공하는 나노 바나나2 출시로 이용자들은 Pro 모델급의 고품질 이미지를 훨씬 빠른 속도로 무료 이용 가능

'나노 바나나2' 주요 개선 내용

	나노 바나나1	나노 바나나2
화면비/해상도	1:1, 16:9, 9:16 기본 화면 비율 기본 1K 수준 해상도(무료 버전 기준)	21:9, 4:1, 1:8 등 다양한 화면 비율 추가 지원으로 창작 자유도 제고 및 초고화질 4K까지 해상도 지원으로 선명도 및 디테일 향상
텍스트 렌더링	왜곡/깨짐 현상 및 오타자 잦음	복잡한 타이포그래피와 문구의 철자를 선명하고 정확하게 렌더링해 광고 포스터, 패키지 디자인 등 제작 가능
일관성	캐릭터/사물 일관성 부족	하나의 워크플로우 내 최대 5명의 캐릭터와 14개의 사물 요소가 일관되게 유지되어 웹툰, 일러스트 등 스토리 보드 제작 가능
언어	약 40가지의 기본 다국어 지원	한국어를 포함한 100가지 이상의 언어로 번역 가능하고 텍스트의 맥락과 스타일 유지 가능



캐릭터 일관성을 유지한 나노 바나나2 스토리보드 예시

네이버, 카페 운영자에게 수익 배분하는 '카페 비즈센터' 오픈

네이버가 카페 내 광고 지면과 안전거래 수익을 운영자에게 배분하기 위해 수익화 도구를 관리하고 정산 받을 수 있는 '카페 비즈센터'를 공식 오픈
수익 배분을 통한 양질의 UGC 데이터 생성을 위한 동기 부여로 신뢰도 높은 콘텐츠의 축적과 AI 학습으로 네이버 AI의 경쟁력을 높이려는 전략
네이버는 수익화 도구를 지속적으로 다각화하여 카페 매니저와 플랫폼이 함께 성장하는 선순환 생태계를 구축하고 글로벌 SNS 공세에 대응할 계획

'카페 비즈센터' 수익화 도구 주요 내용

광고 수익

안전거래 수익

운영자가 직접 글을 쓰거나 광고 배너를 붙이는 방식이 아니라, 네이버가 운영하는 공식 광고가 카페 화면의 특정 위치에 노출되고 그 결과로 발생한 수익을 나눠 갖는 구조	운영 방식	카페 내에서 또는 카페 교차게시(N플리마켓)를 통해 안전거래 결제가 발생하면 수익이 지급되며 배송비는 포함되지 않음
카페 내 모바일 광고 지면 (카페 글 목록 상단, 게시판 목록 상단, 일반 글 상세 페이지, 거래 글 상세 페이지)	수익원	카페 내 상품 판매
광고 노출·클릭 기여도	배분 기준	판매 금액(구매 확정 기준)의 1%
광고 수익 설정은 '가지 등급'(6개 등급 중 상위 3번째 등급) 이상 카페만 연동 가능	가입 조건	'상품 등록 게시판'을 1개 이상 운영 중인 카페만 연동 가능
부정 클릭 유도나 어뷰징 행위는 수익 창출 제한	기타	취소나 환불이 발생하면 해당 금액은 차감

MEDIA NEWS BRIEF

구분	매체명	주요 내용
광고 정책 및 상품	카카오	<ul style="list-style-type: none"> 카탈로그 자동 연동 기능을 통한 선물하기/쇼핑탭 노출 지면 확장(2/25~) : 상품 카탈로그 캠페인 대상 카카오 커머스 선물하기/톡스토어로부터 카탈로그 자동 연동 기능을 통해 선물하기/쇼핑 탭 지면 노출 가능 프로필 풀뷰 상품 단가 조정(4/6~) : 4/6(월) 노출 구좌부터 카카오톡 친구탭 '프로필 풀뷰' 상품 단가가 5,000만원 → 3,500만 원으로 조정
		<ul style="list-style-type: none"> 카카오TV 서비스 종료에 따른 모먼트 메시지 지원 방식 변경(5월 중) : 기존 메시지 광고 동영상 소재를 등록 및 관리하던 카카오TV 서비스가 6/30에 종료 예정 <ul style="list-style-type: none"> 동영상 소재 활용 메시지 광고는 카카오TV 채널이 아닌 카카오톡 채널에 업로드 한 영상을 불러와 사용하도록 변경 채널X도달캠페인, 개인화메시지X도달캠페인 등 일부 경로에서의 동영상 소재 메시지 작성 지원이 종료되며 모먼트를 통한 메시지 작성 필요 라이브 동영상 소재는 5/27부터 소재 등록이 불가하며, 추후 모먼트 메시지 만들기를 통해 서비스 제공 예정이나 일정 미정
	SMR	<ul style="list-style-type: none"> SMR 상품 개편 : 매체 소비 트렌드에 따라 유튜브, 스마트TV, OTT 중심으로 SMR 상품 라인업 개편(기재된 상품 외 기존 상품은 모두 동일하게 유지) <ul style="list-style-type: none"> 개편 : SMR 1ST → 유튜브 1ST : 국내 지면 노출 → 유튜브 노출로 변경됨에 따라 상품명 변경 / 범퍼 : 국내 + 유튜브 지면 노출 → 유튜브 노출로 변경 & 타겟 무할증 제공 신규 : 유튜브 릴레이(CPD-일자 별 상이) / 유튜브TV(CPM 18,000원) / SMR TV홈배너(CPM 30,000원, 로드블록 조건 별 상이) / SMR 쿠팡플레이(CPM-조건 별 상이) 폐지 : SMR Live, SMR TV스트리밍 + (별도 문의 시 협의 구매 가능) 2026 프로야구(KBO) 클립 패키지 출시 : KBO 경기 하이라이트 클립부터 선수 인터뷰, 야구 비하인드, 팬들을 위한 영상까지 KBO의 화제성을 타겟팅 할 수 있는 패키지 <ul style="list-style-type: none"> 1구좌 2천만 원 / 유튜브 내 공식 경기 클립 및 야구 예능 클립에 노출 / 정규 시즌 내 월 선착순 구좌 판매
		<ul style="list-style-type: none"> 2026 프로야구(KBO) 정규시즌 광고 상품 출시 : 노출보장PKG, 퍼스트뷰 독점PKG, 70닝 장초수 독점PKG, 팬덤PKG(구단 타겟팅), 1주 집중 임팩트PKG, 2026 KBO 정규 시즌 패스로 구성 <ul style="list-style-type: none"> 월 단위 상품: 노출보장PKG(7천만 원) / 70닝 장초수 독점 PKG(2억 5천만 원) / 팬덤PKG(3천만 원) 주 단위 상품: 퍼스트뷰 독점PKG(1억) / 1주 집중 임팩트PKG(3천만 원) 연 단위 상품: 2026 KBO 정규 시즌 패스(6억)
	티빙	<ul style="list-style-type: none"> 2026 프로야구(KBO) 정규시즌 광고 상품 출시 : 노출보장PKG, 퍼스트뷰 독점PKG, 70닝 장초수 독점PKG, 팬덤PKG(구단 타겟팅), 1주 집중 임팩트PKG, 2026 KBO 정규 시즌 패스로 구성 <ul style="list-style-type: none"> 월 단위 상품: 노출보장PKG(7천만 원) / 70닝 장초수 독점 PKG(2억 5천만 원) / 팬덤PKG(3천만 원) 주 단위 상품: 퍼스트뷰 독점PKG(1억) / 1주 집중 임팩트PKG(3천만 원) 연 단위 상품: 2026 KBO 정규 시즌 패스(6억)
	넷플릭스	<ul style="list-style-type: none"> 장르 리포트 제공 기준 변경(3월 ~) : 넷플릭스 유저 보호 정책에 따라, Top10 타겟팅만 집행한 캠페인은 장르 레벨 리포트 제공 불가 <ul style="list-style-type: none"> -Top 10 타겟팅만 단독 집행한 경우 제공 불가 -Top 10 타겟팅과 다른 타겟팅을 함께 집행한 경우, (DIO) 랩업 리포트 내 Top 5 장르 슬라이드 제공 / (PG) Top10 타겟팅으로 집행된 분량을 제외한 영역의 장르별 노출 비중 확인 가능
틱톡	<ul style="list-style-type: none"> 탑뷰 CPM 단가 변경: 타겟팅 기본 6,217원 → 6,797원, 18+/OS 타겟 7,768원 → 8,496원, Reach 100% 12,459원(변동 없음) 	

MEDIA NEWS BRIEF

구분	매체명	주요 내용
광고 정책 및 상품		<ul style="list-style-type: none"> • 웹 전환 기여의 집계방식 변경 : 2~7일 온사이트 클릭 데이터 제외로 리포트 성과가 일부 하락해 보일 수 있으나, 실제 광고 송출 및 청구 금액에 영향 없음 <ul style="list-style-type: none"> ↳ 클릭 기여 : 랜딩 페이지로 연결되는 링크 클릭에 의한 전환만 집계 ↳ 참여 기여 : 좋아요, 공유, 저장 등 온사이트 클릭은 1일 내 데이터만 포함
	메타	<ul style="list-style-type: none"> • 릴스 트렌딩 광고(RTA) 한국 타겟 오픈 : 현재 가장 트렌디한 릴스 콘텐츠 바로 뒤에 노출되는 예약형 광고로 한정된 인벤토리로 선착순 판매 진행(고정 CPM 8,000원) • 경매형 타겟 빈도와 광고 순서 설정 오픈 : 경매형 Reach/Thruplay 캠페인 내 타겟 빈도 및 광고 순서 기능 오픈 <ul style="list-style-type: none"> ↳ 타겟 빈도(Target Frequency) : 광고가 적절한 횟수로 타겟에 도달할 수 있도록 빈도 관리 ↳ 광고 순서 설정(Ad Sequencing) : 광고 소재 순서를 원하는 대로 정렬하여 타겟에게 노출
	네이버 NOSP	<ul style="list-style-type: none"> • 자동차 시승광고 2.0 론칭 : 기존 시승광고 대비 스펙 업데이트 <ul style="list-style-type: none"> - 시승 의사가 높은 고관여 키워드(예: 시승행사, 시승이벤트, 신차라인업 등)로 노출 범위를 확대 - 자동차 전문영역 시승탭 내 시승컬렉션 노출, 자동차 포토뷰어 하단 시승배너 노출 - CPT Only 운영(기존 CPL 폐지) • KREAM DA 신규 광고 지면 출시 <ul style="list-style-type: none"> - 슷컷 : 앱 메인 화면에서 노출되는 홈 슷컷 지면 - KREAM DRAW : 크림 드로우 이벤트 당첨자에게 상품을 지급하는 이벤트로, 브랜드 및 제품 홍보에 효과적인 유저 참여형 광고 상품 • 네이버 브랜드검색-브랜드추천형 판매 정책 변경 : 템플릿 구조 상 일부 문구(예: '추천', '더 보기')의 수정이 불가한 상품으로, 의료광고 심의 기준을 고려하여 병의원 업종 판매 제한
	네이버 검색광고	<ul style="list-style-type: none"> • 쇼핑검색광고 네이버웹툰 모바일앱 광고 노출 확대 : 네이버웹툰 모바일앱 지면에 '우측 스크롤 형태'의 쇼핑 추천 광고 상품 노출
	당근	<ul style="list-style-type: none"> • '지도에서 범위 그리기' 타겟팅 출시 : 지도 위에 직접 원하는 범위를 그려 최대 10개의 범위를 선택하여 광고를 타겟팅 할 수 있는 기능 업데이트
	토스	<ul style="list-style-type: none"> • 토즈애즈 모바일 앱 오픈 : 모바일에서 캠페인, 세트, 소재 단위로 광고 집행 성과를 확인할 수 있는 '토스 비즈니스 앱' 애즈 메뉴 오픈

MEDIA NEWS BRIEF

광고주 대상 크레딧 프로모션

구분	매체명	주요 내용
<p>광고주 대상 크레딧 프로모션</p>	<p>네이버</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 네이버 킷윈 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 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 • 네이버 ADVoost Screen(DOOH) 프로모션 <ol style="list-style-type: none"> 1) 기간 : 4월 1일 ~ 4월 30일 2) 대상 : 네이버 공식 파트너사 거래 광고주 3) 혜택 : ①집행금액 100% 비즈쿠폰 환급 - 광고주당 최대 1억 원 지급 <ul style="list-style-type: none"> ②NOSP 브랜드검색 최대 500만 원 지원 (※ 사전 대상 확인 필수) - 25년~현재까지 브랜드검색 미집행 광고주 대상 / ADVoost Screen 1,000만 원 이상 집행 시 ③추가 집행 시 10% 비즈쿠폰 지급 - 프로모션 종료 이후 추가 집행 시 적용 (※ 모든 혜택은 선착순 지급, 조기 종료 될 수 있음)
	<p>카카오</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 신규 / 증액 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 증액 광고주(분기 평균 10만 원 이상 사업자) 3) 혜택 : ①신규 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"> ②증액 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)
	<p>틱톡</p>	<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)
	<p>티빙</p>	<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 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(2026년 4월 1일 ~ 2026년 12월 31일) 내 집행 예산에 한하여 추가 20% 보너스 Impression 혜택 제공
	Daum(다음)	<ul style="list-style-type: none"> • 2Q 2+1 프로모션 <ol style="list-style-type: none"> 1) 기간 : 4월 ~ 6월 2) 대상 : 패키지 2구좌 구매 시 3) 혜택 : 동일 패키지 1구좌 추가 제공
	당근	<ul style="list-style-type: none"> • 신규 광고주 프로모션 <ol style="list-style-type: none"> 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 <ol style="list-style-type: none"> 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 <ol style="list-style-type: none"> 1) 기간 : 4월 ~ 6월 2) 대상 : 스노우패밀리 스플래시 광고 상품 3) 혜택 : 공시가 대비 20% 할인
	에이블리	<ul style="list-style-type: none"> • 절반 지원 프로그램 <ol style="list-style-type: none"> 1) 기간 : 3월 ~ 4월 2) 대상 : 첫 집행 광고주, 500만 원 이상 집행 시 3) 혜택 : 광고비 50% 무상 지원(ex. 500만 원 유상 집행 시 + 250만 원 무상 집행 제공)

MEDIA NEWS BRIEF

구분	매체명	주요 내용
프로모션	SKB	<ul style="list-style-type: none"> • 2분기 프로모션 1) 기간 : 3월 3주차 ~ 6월 (기한 내 제안 건 중 확정 건 한정) 2) 대상 : ①6개월 내 미집행 광고주 중 1천만 원 이상 집행 광고주 ②기존 월 집행금액 대비 최소 월 500만 원 이상 증액 광고주 ③기존 광고주 중 리텐션이 필요한 광고주(담당자 협의를 통한 제한적 제공) 3) 혜택 : Btv 제안 과정에서 위 조건 충족 시, 담당자 사전 협의를 통해 제휴매체(옥외DOOH, 문자) 추가 제공
	열품타	<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
	JTBC 유튜브	<ul style="list-style-type: none"> • 4~5월 프로모션 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 1) 기간 : 4월 ~ 6월 2) 대상 : 신규 광고주(최근 3개월 미집행) 3) 혜택 : 광고비의 20% 추가 서비스 제공(최대 1,000만 원)
	KREAM(크림)	<ul style="list-style-type: none"> • DA 상품 론칭 프로모션 1) 기간 : 1월 26일 ~ 6월 30일 인벤토리까지 2) 대상 : KREAM 광고 상품 집행 시 3) 혜택 <ul 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

KREAM
롯데ON
에브리타임
키즈노트
당근

신규 상품

KREAM

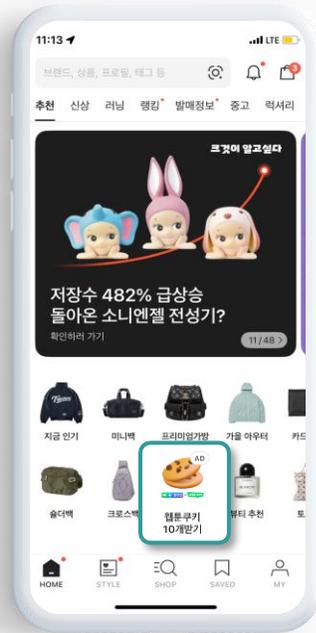
젊고 트렌디한 유저층을 보유한 온라인 한정판 거래 플랫폼

다양한 카테고리 내 관여도 및 소비력이 높은 영 타겟을 대상으로 한 캠페인 집행에 효과적

광고 형태	상품 유형	판매 방식	미디어 파워
MO	이미지	CPM	MAU 400만 (PC/MO 통합 900만)

New 홈 슛컷

앱 진입 시 가장 먼저 노출되는 지면으로 높은 가시성과 주목도를 확보할 수 있는 상품

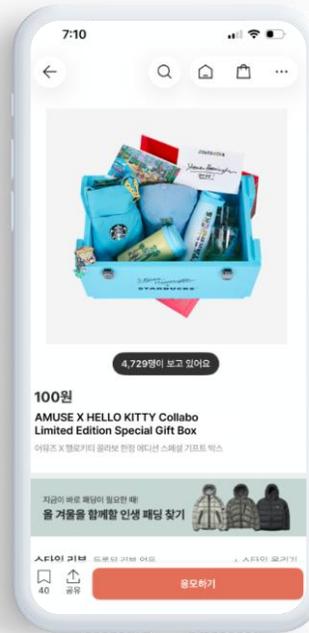


메인 페이지

New KREAM DRAW

KREAM DRAW 이벤트 당첨자에게 리워드를 지급하는 형태로 브랜드 및 제품 홍보에 효과적인 유저 참여형 상품

*제휴 프로모션으로 집행 가능 여부 사전 문의 필수



메인 페이지



메인 페이지 하단 - 상세페이지



참여 완료 랜딩 배너

신규 상품

롯데ON

뷰티, 패션, 럭셔리 업종을 중심으로 롯데의 통합 서비스를 제공하는 온라인 쇼핑 플랫폼
 롯데 유통군의 고가치 유저층을 활용한 다양한 캠페인 진행 가능

광고 형태	상품 유형	판매 방식	미디어 파워
MO / PC	이미지	CPT	MAU 270만

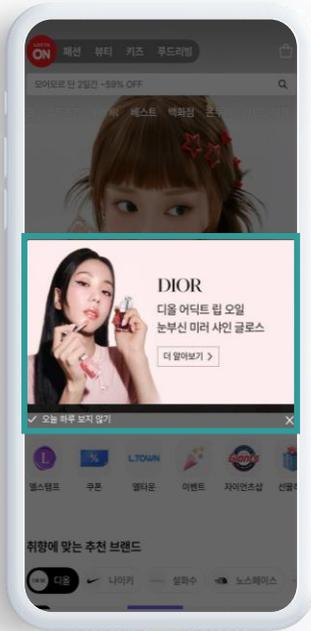
New 아웃랜딩 디스플레이 광고

롯데ON 내 입점이 어려운 특수업종 광고주를 대상으로 아웃랜딩 활용이 가능한 디스플레이 상품
 주목도 높은 지면 내 광고를 노출하여 강력한 브랜딩 효과 기대

*랜딩 설정 불가



스플래시



메인 헤더



빌보드



L.stamp 미션

* AOS Only



APP 종료 팝업

* 1st party 기반 타겟팅 지원



카카오톡 플러스 친구
(발송 건 수 당 과금)

신규 상품

에브리타임

누적 가입자 수 784만 명을 보유한 대학 생활 플랫폼

잘파(Gen Z + ALPHA) 세대 중심으로 대학교·학과·학번을 통해 정교한 타겟팅 가능

광고 형태	상품 유형	판매 방식	미디어 파워
MO	이미지	CPP	MAU 290만

New 홈 아이콘

앱 접속 시 가장 먼저 보이는 홈 화면 상단에 브랜드 아이콘 상시 노출
 유저 핵심 동선에 반복 노출되어 브랜드 인지도 강화 및 유입 증대에 효과적



홈 화면 - 홈 아이콘

신규 상품 **키즈노트**

키즈 네트워크 데이터를 기반으로 가족 라이프 사이클별 정교한 타겟 도달이 가능한 플랫폼
 가구 소비 결정권자인 2040세대 유저의 행동 패턴을 활용하여 고효율·다각도 광고 솔루션 제공

광고 형태	상품 유형	판매 방식	미디어 파워
MO	이미지 / 동영상	CPT	MAU 260만

New 인트로 PKG

앱 실행 시 가장 먼저 노출되는 스플래시 전면 배너와
 메인 화면 중간 배너에 노출되는 연계 상품으로 압도적인 주목도 확보 가능



스플래시



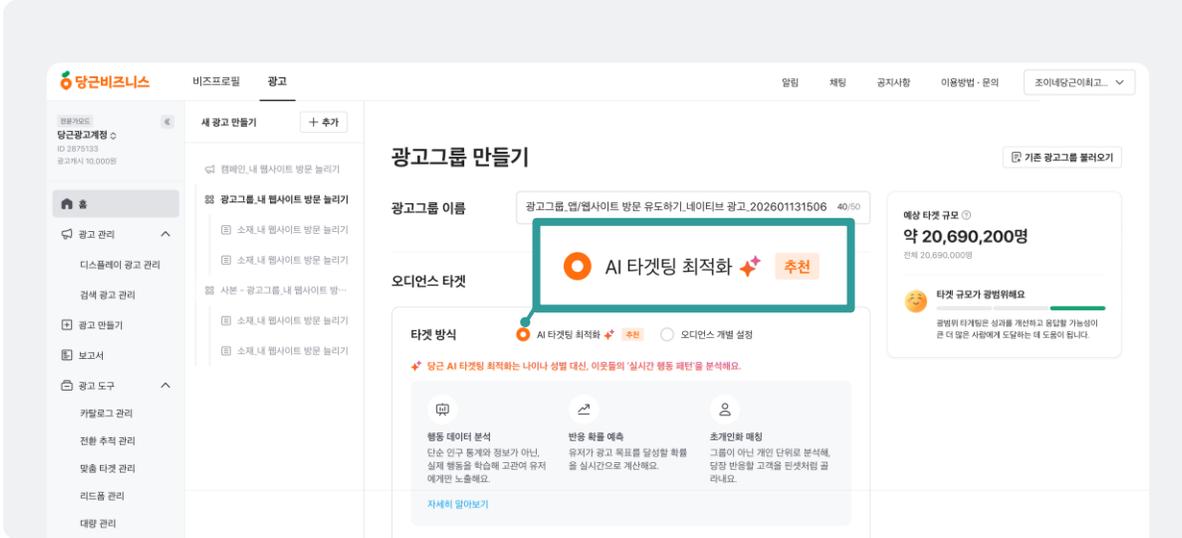
메인 화면 중간 배너

성과 개선을 목표로 학습된 시가 클릭·전환 가능성이 높은 잠재 고객을 찾아 광고를 노출하는 기능 출시
 시가 광고 반응 데이터를 학습하고 성과가 우수한 오디언스에 더 많은 예산을 배분하여 효율 개선

광고 형태	적용 상품	미디어 파워
MO	네이티브 광고(하위 모든 목표 적용 가능)	MAU 2,000만

New AI 타겟팅 최적화 기능

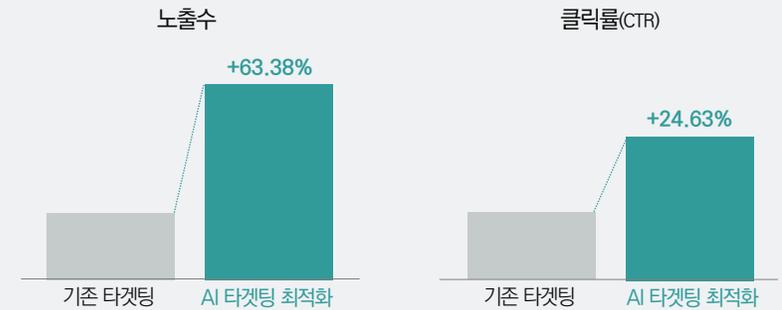
노출 볼륨 확대 및 예산 집행 효율 개선이 필요한 캠페인이나
 새로운 잠재 고객 확보가 필요한 캠페인에 효과적



당근비즈니스 > 광고그룹 만들기 > 오디언스 타겟 - 타겟 방식 “AI 타겟팅 최적화”

AI 타겟팅 최적화 기능 성과

당근 내부 테스트 결과, 기존 수동 타겟팅 방식 대비 노출 수, 클릭률, 전환 수 개선



업종별 성과

- 금융 업종 사례 : 구매당 비용(CPA) 기존 타겟보다 약 30% 감소
- 식음료 업종 사례 : CPC 상승폭 5% 내 10배 이상 도달 노출량 확보
- 뷰티 업종 사례 : 기존 타겟 대비 CPA 2~3배 감소

함께 보면 좋은,
메조미디어 추천 콘텐츠



2025 타겟 분석 리포트



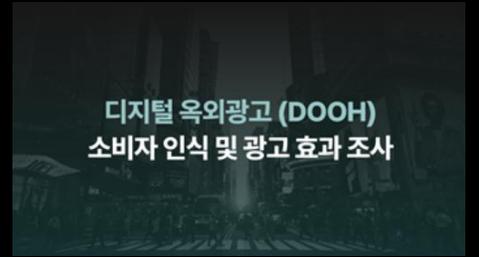
2025 업종 분석 리포트



2026 트렌드 리포트



2026 디지털 미디어 마일스톤



디지털 옥외광고 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.