

©2026. CJ Mezzomedia Co. All rights reserved.

MEDIA NEWS REPORT

2026.09



01. MEDIA ISSUE

방송미디어통신위원회, TV 방송 광고 확대 추진
유튜브, 크리에이터 보호와 양질의 콘텐츠를 위한 정책 개편
오픈AI, 청소년을 위한 '챗GPT for Teens' 출시



방송미디어통신위원회, TV 방송 광고 확대 추진

방송미디어통신위원회가 광고 총량제 확대, 중간광고 허용 횟수 증대 등 방송광고 규제를 개선하는 내용의 방송법 시행령 개정안을 의결
10월부터 시행 예정인 개정안은 프로그램 당 광고 시간 총량 규제가 폐지되고 1일 광고 시간 확대 및 30분짜리 짧은 프로그램에도 중간광고를 허용
OTT, 유튜브 등 디지털 미디어로의 광고 쏠림 현상에 대응한 비대칭 규제 완화로 방송사들이 콘텐츠 제작 재원을 확충하는데 도움을 줄 것으로 기대

‘방송법 시행령 개정안’ 주요 내용

광고 일 총량제

방송 시간의 20%로 확대



- ✓ 프로그램당 광고 편성 시간 총량 규제 폐지
- ✓ 채널별 1일 광고 시간 총량 17% → 20% 확대
- ✓ 광고 쏠림 현상을 방지하기 위해 주시청시간대 별도 20% 총량 적용
(평일: 19~23시, 주말/공휴일: 18~23시)

중간광고

허용 기준 및 횟수 확대



- ✓ 중간광고 허용 최소 프로그램 길이를 45분 → 30분으로 완화
- ✓ 프로그램 길이별 중간광고 횟수 확대
(30~45분: 1회, 45~60분: 2회, 60~90분: 3회)

가상 및 간접광고

허용 범위 및 크기 완화



- ✓ 기존 오락, 운동경기 중계 등 일부 장르에만 제한적 허용 → 교양 프로그램까지 허용
(어린이, 보도, 시사/논평 등 제외)
- ✓ 가상/간접광고의 크기 제한을 화면의 1/4 → 1/3 이하로 완화

자막 및 데이터 광고

광고 크기 규제 완화



- ✓ 자막광고 및 데이터 방송 채널 광고(IPTV, CATV) 크기 제한을 화면의 1/4 → 1/3 이하로 완화
- ✓ 중간광고 시작 전 알림 자막에 적용되던 화면의 1/32 이상 크기로 표기 제한 규정은 폐지

유튜브, 크리에이터 보호와 양질의 콘텐츠를 위한 정책 개편

AI와 자동화 영상 제작 툴의 발전으로 저품질 AI 콘텐츠를 활용해 단기간 조회수를 늘리는 채널이 급증하자 유튜브는 수익 창출 조건을 강화 반면 진정성 있는 오리지널 콘텐츠를 제작하는 크리에이터들의 노출 기회를 확대하고 이들이 초기부터 수익을 낼 수 있도록 쇼핑 정책 완화 무분별한 스팸성 저품질 콘텐츠의 퇴출로 시청 환경이 정화되고 기획력 있는 크리에이터들이 공정하게 보상받는 생태계가 조성 될 것으로 기대

‘유튜브 수익 창출 정책 개편’ 주요 내용

	기존	개편
YPP (YouTube Partner Program) 수익 창출 조건	최근 1년간 공개 롱폼 시청 시간 4,000시간 3개월간 공개 쇼츠 조회수 1,000만 회	최근 1년간 공개 롱폼 시청 시간 8,000시간, 3개월간 공개 쇼츠 조회수 2,000만 회로 2배 상향 기존 수익 창출 채널은 예외, 신규 채널에만 적용
AI 콘텐츠 규제	AI 생성 또는 수정된 콘텐츠에 대한 라벨 표기 의무	기계적으로 대량 생산된 저품질 AI 양산형 콘텐츠에 대해 AI 라벨을 붙이더라도 수익 창출 제한 독창적인 기획, 직접 녹음한 내레이션 등 사람의 진정성 있는 참여 증명 필요
콘텐츠 재사용 기준	타 플랫폼 영상의 단순 번역 및 짜깁기 편집 일부 허용	해외 영상 무단 도용 및 단순 번역, 찔막한 클립의 단순 재가공 엄격 금지 타인의 영상을 재사용할 때는 반드시 본인의 독창적인 비평, 해설 혹은 새로운 가치 포함
수익화 및 쇼핑	구독자 1만 명 이상, 쇼핑 어필리에이트 제휴 링크 활용 가능	1차 수익 창출 자격(구독자 500명, 최근 90일 이내 동영상 최소 3회 이상 업로드)만 달성해도 즉시 쇼핑 태그 및 어필리에이트 제휴 링크 활용 가능하도록 정책 완화

오픈AI, 청소년을 위한 '챗GPT for Teens' 출시

오픈AI가 안전장치를 대폭 강화한 청소년 전용 AI 서비스인 '챗GPT for Teens'를 공개하고 전 세계에 순차적으로 도입 예정
가입 시 나이를 13~17세로 입력하거나 시스템이 18세 미만으로 추정하면 자동으로 전용 모드가 적용되어 유해한 콘텐츠 차단 및 통제 기능 제공
이번 출시는 미성년자 AI 규제 강화 흐름을 반영해 10대들의 과도한 AI 의존을 줄이고, 향후 AI 시장의 미래 고객을 선점하기 위한 전략으로 풀이

'챗GPT for Teens' 주요 기능

안전장치 및 보호 기능

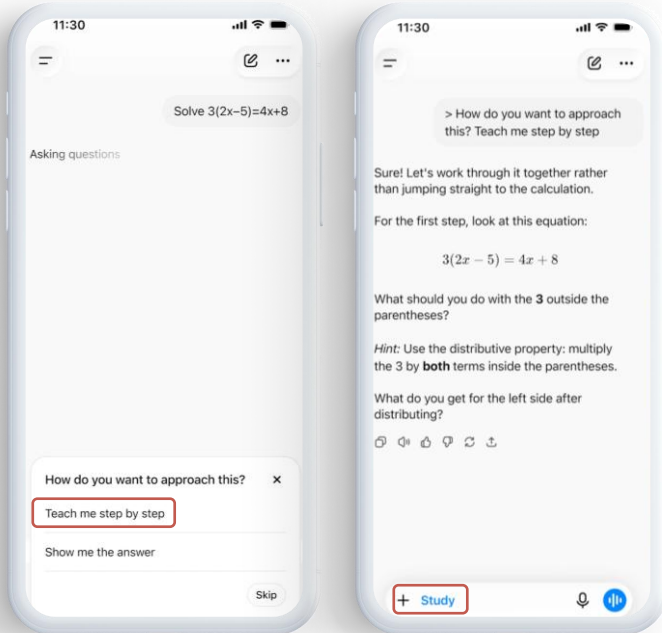
- ✓ 자해, 폭력, 섭식장애, 위험 행동, 성적·노골적 콘텐츠 등 청소년 정서에 부정적인 영향을 미칠 질문 시, AI 답변 출력에 엄격한 필터링을 적용
- ✓ 시가 로맨틱한 분위기의 연애 언어를 사용하지 못하도록 하는 등 감정적 의존 방지
- ✓ 청소년이 민감하거나 사적인 사진을 업로드할 때 주의를 주는 기능 탑재

학습 지원 기능

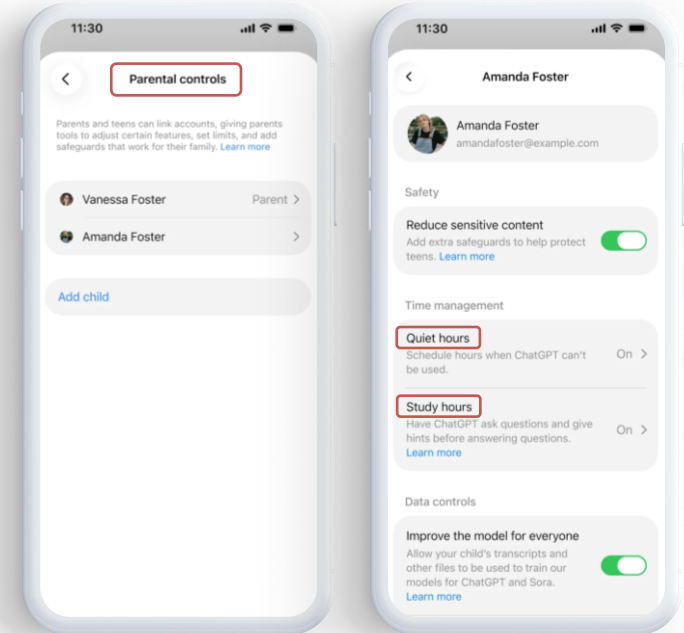
- ✓ 학습 관련 질문에 즉시 정답을 제공하기 보다 시각화 자료를 활용하거나 단계별 원리를 제시하여 스스로 문제를 해결하도록 돕는 방식 도입
- ✓ 부모가 'Study Hours'로 설정하지 않은 경우에도 숙제의 답만을 찾는 의도를 감지해 'Study Mode'로 전환하는 '책임감 있는 숙제 알리미' 기능 장착

부모 제어 기능

- ✓ 'Study/Quiet Hours' 설정, 고위험 알림 수신 등 부모가 자녀의 건강한 AI 사용을 관리할 수 있는 부모 제어 기능 제공



과제의 답만을 찾으려고 할 때 단계별 문제 해결을 돕는
스터디 모드(Study Mode) 제공



자녀 계정을 연동한 부모가 자녀의 접속을 관리할 수 있는
부모 제어(Parental Controls) 기능 제공

02. NEW MEDIA

넷플릭스 – 인터랙티브 영상 광고

배달의민족 – 리뷰 완료 배너, 배달현황 핀 광고

카카오T – 스플래시, 통합 검색 추천 배너

K.ride – K.ride 패키지



신규 상품

넷플릭스

넷플릭스 ‘인터랙티브 영상 광고’ 신규 광고 유형 출시(3분기 베타 진행 중)
새로운 인게이지먼트 형태의 포맷으로 사용자가 시청하는 디바이스에 따라 다른 방식으로 참여 유도

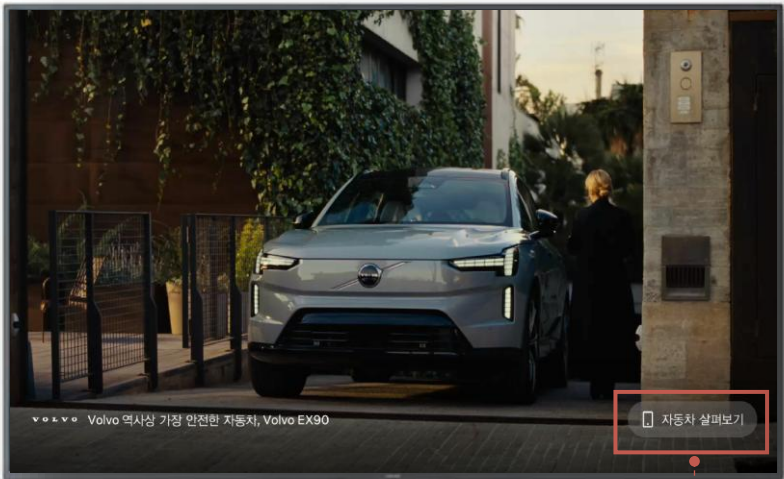
광고 형태	상품 유형	판매 방식	미디어 파워
CTV/PC/MO	영상 광고	CPM	MAV* 1080만

*MAV : Monthly Active Viewer(월간 활성 시청자)

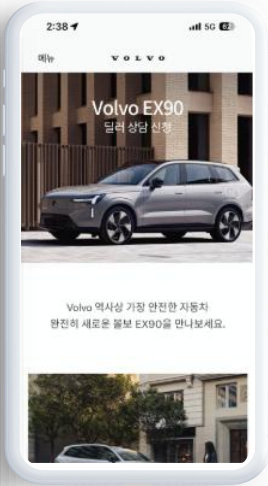
NEW

인터랙티브 영상 광고(Beta)

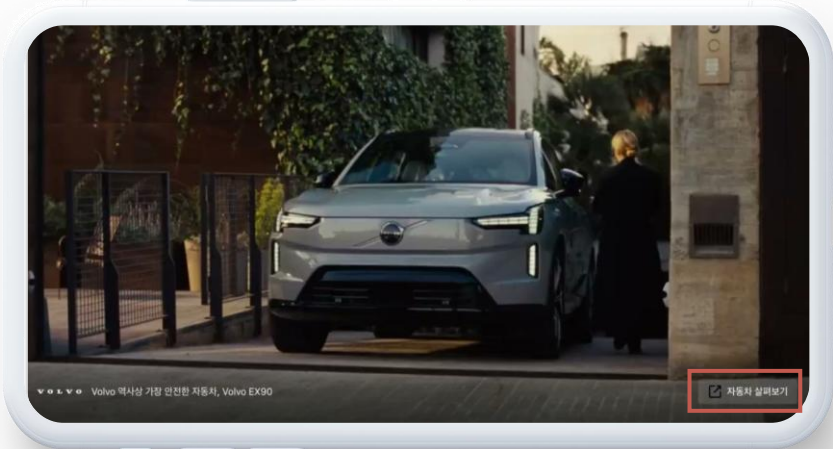
CTV에서는 ‘Send to Phone’ CTA 또는 QR 노출, PC/MO에서는 클릭어블 링크 노출
몰입도 높은 시청 환경을 활용한 유저 인터랙션 유도 가능



CTV 인터렉션



CTV 화면에서 CTA 클릭 시
넷플릭스 모바일 앱 알림 전송
이후 광고주 랜딩페이지로 이동



PC/MO 클릭어블 링크

신규 상품

배달의민족

탐색-주문-배달-리뷰까지, 유저 동선 전 과정을 커버하는 노출 지면 운영

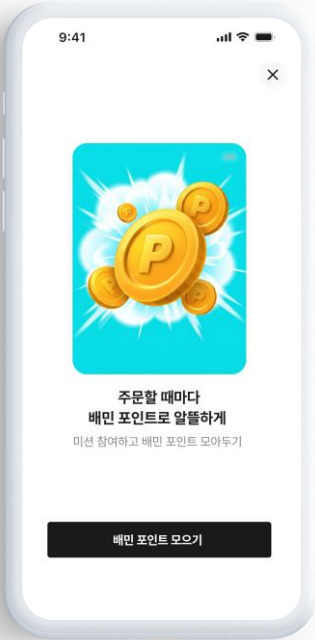
‘배달현황 핀광고’, ‘리뷰완료 배너’ 신규 상품 출시로 고객 접점 확대

광고 형태	상품 유형	판매 방식	미디어 파워
MO	DA	CPT	MAU 2,000만

NEW

리뷰완료 배너

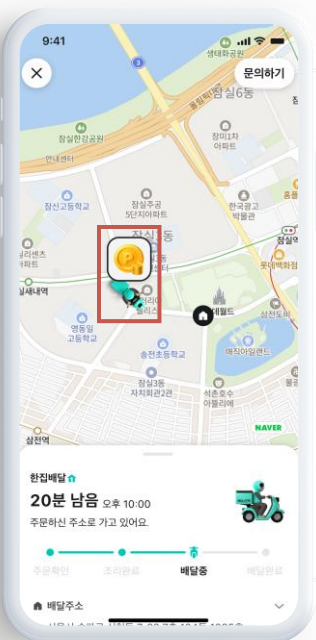
1일 1구좌 독점, 리뷰 작성 완료 순간을 단독 점유하는 전면형 광고
경쟁 광고 없는 100% 주목 환경에서 CTR 18%, 외부 랜딩까지 연결



NEW

배달현황 핀 광고

배달 시작부터 도착까지 유저가 계속 들여다보는 지도 위 브랜드 노출
실시간 이동 경로를 따라 지속 각인, 1일 약 65만 노출, CTR 9%



신규 상품

카카오 T

월 1,440만 명 이상의 유저의 이동을 잇는 스마트 모빌리티 앱

스플래시 광고 영역 80% 확장으로 주목도 극대화, 고객 접점 확대가 가능한 통합 검색 추천 배너 신규 출시

광고 형태	상품 유형	판매 방식	미디어 파워
MO	스플래시/배너	CPD	MAU 1,440만

UPGRADE

스플래시

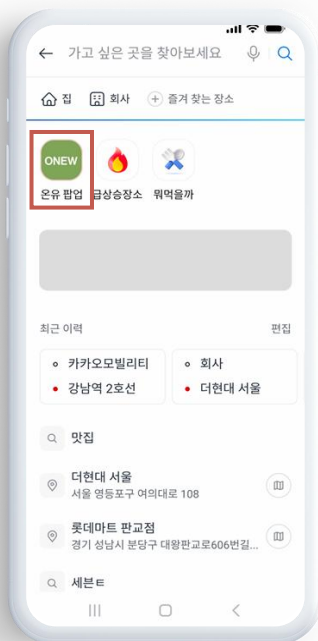
앱 실행 시 단독 노출되는 지면의 광고 영역 확장
광고 영역 확대로 인해 높은 주목도와 임팩트 있는 소재 노출 가능



NEW

통합 검색 추천 배너

통합검색 첫 진입 시 검색창 하단 첫 번째 노출되는 버튼형 이미지 광고
이용자 검색 의도에 따른 맞춤형 노출 가능



신규 매체

K.ride

카카오모빌리티가 운영하는 외국인 전용 글로벌 모빌리티 플랫폼으로 언어와 결제 장벽 없이 택시 호출 가능
구매력 높은 방한 관광객의 주요 동선 전반에서 브랜드 메시지를 노출하는 최적의 글로벌 매체

광고 형태	상품 유형	판매 방식	미디어 파워
MO	스플래시/배너	CPP	MAU 20만

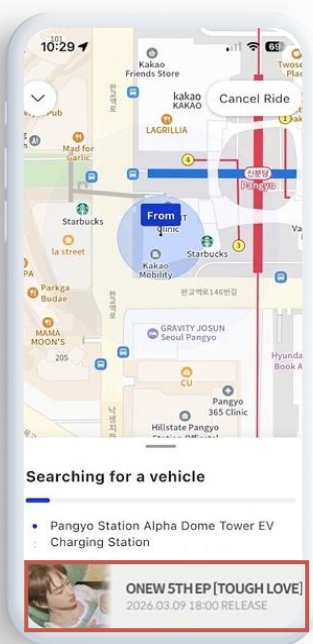
NEW

K.ride 패키지

스플래시 노출 후 서브 배너로 이어지는 패키지 상품
앱 실행부터 홈 체류까지 이어지는 연속 노출 구조로 메시지 회상도 극대화



스플래시



통합 검색 추천 배너

03. MEDIA NEWS BRIEF

광고 정책 및 상품
광고주 대상เครดิต 프로모션
프로모션



MEDIA NEWS BRIEF

구분	매체명	주요 내용
광고 정책 및 상품	네이버 NOSP	· 네이버 인스트림 동영상 광고 노출 지면 변경(9/10~) : 네이버TV 서비스가 클립으로 이전되며 인스트림 동영상 노출지면에서 네이버TV 제외 및 치지직 중심으로 동영상 노출 예정
		· 치지직 인스트림 광고 상품 개편 : 인스트림 5초 SKIP 상품 판매 종료 및 인스트림 15초 SKIP 단일 상품 운영 (소재 길이가 15초 보다 낮을 경우 Non-Skip으로 노출됨)
	네이버	· 네이버 카탈로그 판매 - 소재 신규 UI 추가 : 카탈로그 소재 내 쿠폰 정보, 최대 할인가 정보 등 주요 정보들이 추가된 신규 UI가 기존 UI와 함께 효율에 따라 소재 최적화되어 노출
		· 네이버 쇼핑검색 광고 - 네이버 부동산 PC 광고 노출 확대 : 네이버 부동산 PC 지면에 우측 스크롤 형태의 쇼핑 추천 광고 상품 노출 확대
		· 네이버 쇼핑검색광고 (쇼핑브랜드형) - 네이버 쇼핑 카탈로그 페이지 내 광고 노출 종료 : 네이버 쇼핑 카탈로그 페이지 내 쇼핑 브랜드형 광고 노출 종료
	구글	· Text Disclaimers for Search Ads : 검색광고에 법적 고지·면책 문구를 캠페인 단위로 등록해 우선 노출하는 기능
		· 디맨드젠 동영상 화면비 자동 변환 : 기존 영상을 가로형·세로형·정사각형으로 자동 변환해 다양한 광고 지면에 활용하는 기능
		· 유니크 리치 리포팅 확대 : 검색·쇼핑·PMax 등 모든 캠페인 유형을 포함해 중복을 제거한 통합 도달범위를 확인하는 기능
		· URL 코드를 활용한 CPB 연동 : 크리에이터가 공유한 영상별 URL을 통해 크리에이터 영상을 Google Ads 계정에 간편하게 연결하는 기능
		· Reach & Frequency 최적화 솔루션(FROG) : 여러 유튜브 캠페인의 중복 도달과 노출 빈도를 캠페인 그룹 단위로 통합 최적화하는 솔루션
		· 유튜브 공개 조회수(Public View) 기준 변경 : 인스트림 동영상(광고 및 오가닉)의 재생이 시작되는 즉시, 공개 조회수(Public Views)로 집계 (광고 과금 및 최적화 기준은 유지)
		· YouTube Creator Partnerships : 크리에이터 발굴·연락부터 영상 부스팅 및 오가닉·광고 성과 분석까지 통합 관리하는 YCP 허브 출시

MEDIA NEWS BRIEF

구분	매체명	주요 내용
광고 정책 및 상품	넷플릭스	• 넷플릭스 – SBS 프로모션 패키지 출시 -SBS 타이틀 셀렉션 패키지 : 넷플릭스 내 SBS 상위 75개 타이틀을 포함하여 인기 타이틀 타겟팅 가능 -SBS 통합 스페셜 패키지 : SBS Top 10과 넷플릭스 SBS 타이틀 셀렉션을 동시 구매할 시, SBS 방송 광고 구좌에서 추가 임프레션을 제공하는 형식으로 베네피트 제공
		• 노출 빈도 제한 업데이트 -기존 적용된 노출 빈도 제한 기준 대비 완화되었으며, 제품 카테고리 기준 빈도 제한은 폐지 - (기존) 시간당 1회, 하루 3회, 주 14회, 월 40회 → (변경) 시간당 3회, 하루 6회, 주 28회, 월 100회
		• 주류 관련 정책 완화 -주류(Alcohol) 광고주가 보유한 1st Party Audience를 포함 또는 제외 타겟팅에 모두 활용 가능 -Audience Expansion(오디언스 확장) 기능은 1st Party Audience를 포함하는 경우만 활용 가능
	토스	• 올리브영 미션형 협력광고 출시 -토스 앱 내 미션을 통해 유저를 올리브영 상품 페이지로 유입시키는 오프사이트 리테일 미디어 상품 출시 -온라인 행동뿐 아니라 오프라인 결제 이력까지 활용하여 올리브영 구매 경험이 있는 유저 커버리지 확장 가능 -과금은 미션 완료 기준 CPA 방식으로 진행 (상품 구경하기 : 완료당 20원, 좋아요 누르기 / 상품 담기 : 완료당 30원)
		• 신규 네이티브 광고 상품 출시(7/28~) : 사용자가 상품 · 앱 · 서비스를 탐색하는 흐름 안에서 자연스럽게 발견되고, 브릿지 페이지 통해 상세 정보를 확인하여 전환으로 이어지는 상품
	당근	• 앱 설치·잠재고객 모으기 tCPA 최소값 조정 : 앱 설치·잠재고객 모으기 캠페인의 tCPA(target CPA) 입력 최소값을 기존 4,000원에서 100원으로 변경
		• 브랜드 지점 방문 늘리기 캠페인(OBT) : 여러 지점을 운영하는 브랜드가 지점별 광고를 한 번에 만들고 관리할 수 있는 전문가모드 캠페인 출시
		• 리드폼 질문 유형 3종 추가 -날짜 질문 유형 : 유저가 희망하는 날짜 또는 날짜 범위 선택 가능 -생년월일·성별 유형 : 직접 입력 없이, 유저의 본인인증 정보로 생년월일·성별이 자동으로 기입 -도로명 주소 : 기존 지역 질문(시/도·시/군/구)에 더해, 유저가 도로명으로 주소를 검색하여 기입 가능

MEDIA NEWS BRIEF

구분	매체명	주요 내용
광고 정책 및 상품	카카오	· 신규 메시지 ‘ 스포츠라이트형 ’ 유형 출시 : 카카오톡 채팅방 진입 시 별도의 클릭 없이 웹사이트를 바로 확인할 수 있는 프리미엄 메시지 유형, 출시 기념 50% 할인하여 건당 50원(VAT별도)으로 집행 가능
		· 픽셀&SDK 모델링된 전환 지표 제공 : 기술적 제약으로 광고 클릭과의 연결이 유실된 전환을 머신러닝으로 추정하여 모먼트 보고서 픽셀&SDK 전환 지표에 반영
		· 당일 데이터 실시간 조회 기능 제공 : 기존 전일까지의 데이터만 조회 가능했으나 보고서 내 당일 실시간 데이터까지 조회할 수 있도록 개선 (단, 상품별 보고서 및 IOS 앱 성과 SKAN 보고서는 실시간 제공 불가)
		· 메시지 광고 친구 추가 지표 집계 기준 변경 : 메시지 광고에 설정된 채널 추가 버튼을 클릭하여 추가해야만 집계되었으나 메시지 광고를 열람한 뒤 채널을 추가하는 경우에도 친구 추가 지표로 집계
		· 카카오 선물하기 홈 CPT 랜딩 허용 범위 확장 : 기존에는 선물하기 랜딩만 가능했지만 선물하기 및 카카오 쇼핑 라이브 랜딩까지 허용 확장
		· 카카오톡 브랜드픽 메시지 집행 기준 확대 : 일부 광고주 대상으로만 집행 가능했으나 전체 광고 계정 집행 가능하도록 기준 확대
	티빙	· 퍼스트뷰 상품 출시 (Beta) -티빙-웨이브 이용자가 그날 처음 접하는 광고 슬롯을 1일 단위로 독점하는 프리미엄한 CPD 상품으로 강력한 브랜드 첫인상 선점 가능 (Beta 기간: 8/10 ~ 9/30) -논스킵으로 운영되며 소재 별 단가 상이 - 15초 소재 단가 2,500만 원 / 30초 소재 단가 3,500만 원 -브랜드 테이크오버 PKG 출시 (Beta): 퍼스트뷰 상품 출시와 함께 유저 여정의 핵심 3구간을 하루동안 독점하며 반복 각인 하는 패키지로 총 5,000만 원 구성이나 베타 기간 동안 4,000만 원으로 할인 제공 · 골든 에이지 타겟팅 상품 출시 -시니어 세대의 미디어 소비가 TV에서 OTT로 이동하는 흐름에 맞춰 구매력 높은 액티브 시니어 팬덤 대상 브랜드 메시지를 전달할 수 있는 상품 -단가: 1구좌 1천만 원 / 상품 유형: 라이프, 프리미엄 2종 ↳ 라이프: 생활 밀착형 콘텐츠 (트로트, 일일/주말 드라마, 가족예능, 건강 등) 위주의 인스트림 프리롤 + 미드롤 ↳ 프리미엄: 브랜드 신뢰도를 높이는 고관여·고신뢰 콘텐츠 (골프, 두뇌 장르 예능, 시사교양, 뉴스 등) 위주의 인스트림 프리롤 + 미드롤

MEDIA NEWS BRIEF

구분	매체명	주요 내용
광고 정책 및 상품	틱톡	• 타pch 크리에이티브 시퀀싱 출시 -틱톡의 가장 프리미엄 지면인 탑뷰와 탑피드를 결합한 1일 스토리텔링 솔루션 -탑뷰에서 강력한 첫인상을 전달한 후, 참여한 사용자에게 탑피드에서 두번째 크리에이티브를 순차적으로 노출
	SMR	• 2026년 추석 특판 출시 -추석 연휴 소비가 집중되는 시즌동안 브랜드 임팩트와 실질 구매 접점을 공략할 수 있는 패키지 상품 -브랜드PKG: 추석 기간 화제성 있는 콘텐츠를 선점하며 타겟 도달 강화가 가능한 상품 / 기간: 1개월 / 단가: 3천만 원 / 보너스율: 10% / 상품구성: SMR Best, 도달보장 -선물PKG: 업종 맞춤 콘텐츠 큐레이션과 함께 추석 선물 구매 의향이 검증된 오디언스를 공략하는 상품 / 기간: 1개월 / 단가: 2천만 원 / 보너스율: 5% / 상품구성: 콘텐츠 큐레이션, 오디언스 타겟팅
	메타	• 말레이시아/태국 타겟 집행 시 광고주 인증 필수(26.08~) : 인증 알림 수신 후 14일 이내 광고주 인증 필수 (미완료 시 광고 게재 중단) -인증 방법: Meta Business Suite > 비즈니스 설정 > 승인 및 인증에서 진행
		• Meta Ads AI Connectors 오픈 베타 출시: Claude, ChatGPT, Gemini 등 AI 에이전트와 광고 기능 직접 연동 지원 -메타 광고계정을 AI 도구에 연결하여, 자연어 대화를 통한 캠페인 생성/수정, 성과 리포팅, 크리에이티브 관리, 예산 최적화 등 광고 관리 가능 -별도 API 키 없이 Meta 보안 로그인으로 연동되며, 실제 계정 데이터 직접 접근하여 동작
		• ‘이 광고에 게재 집중(Push Delivery)’ 신규 기능 출시 : 신규 소재에 최대 30일간 예산을 우선 배분하여 초기 학습 기회 보장 -기존 소재로 인해 새 소재가 노출 기회 얻지 못할 경우 유용하게 활용 가능 / ‘크리에이티브 테스트’ 기능과 동시 사용은 불가
	메타	• 트래픽 캠페인 성과 목표 통합 -트래픽 캠페인 성과 목표인 ‘링크 클릭 수 극대화’와 ‘랜딩 페이지 조회 극대화’가 하나의 상위 목표인 ‘방문 수 극대화’로 통합 -방문 수 극대화는 실제 도착지에 도달할 가능성이 높은 사람에게 광고를 최적화하는 목표로, 기존 ‘링크 클릭 수 극대화’ 대비 더 높은 효율 기대

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 1일 ~ 9월 30일 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
	메타	광고주 리워드 프로그램 (26년 3분기) 1) 기간: 7월 1일 ~ 9월 30일 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 ↳ 26년 3분기는 총 6개 솔루션을 대상으로 리워드 제공 - 전환 API, 릴스, 파트너십 광고, 잠재고객용 광고, 생성형 AI 크리에이티브, 어드밴티지+
	SMR	쿠팡플레이 8~9월 웰컴 PKG 프로모션 1) 기간 : 8월 1일 ~ 9월 30일 2) 대상 : 쿠팡플레이 최초 집행 광고주 3) 혜택 : 쿠팡플레이 개런티 금액의 50% 보너스 제공 (기존 10% → 프로모션 50%)

MEDIA NEWS BRIEF

광고주 대상 크레딧 프로모션

구분	매체명	주요 내용
광고주 대상 크레딧 프로모션	카카오	신규&증액 SME 광고주 대상 무상 크레딧 지급 프로모션 (ASAP 프로그램) 1) 기간 : 7월 1일 ~ 9월 30일 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)
		커머스 카탈로그 연동 베네핏 프로모션 1) 기간 : 5월 21일 ~ 9월 30일 2) 대상 : 선물하기 및 톡스토어에 입점 되어있으며, 프로모션 기간 내 카탈로그 연동을 진행한 사업자 3) 혜택 : 100만 원의 무상캐시 지급 4) 참고 : 무상캐시는 지급일 기준 90일 내 사용 필요 / 7월부터 카카오 커머스 판매자 센터에서 자동 지급
	틱톡	올영세일 협력광고 패키지 프로모션 1) 기간 : 3분기(8~9월) 올영세일 시즌 2) 대상 : 3분기 올영세일시 협력광고 집행 브랜드 3) 혜택 : 3분기 올영세일 기간 협력광고 운영 브랜드 대상, 광고비 금액 구간에 따라 크레딧 혜택을 제공 └ Tier 1 Brands: 최소 집행금액 3,000만 원 / 6월 올영세일 기간 협력 광고비 대비 증액분의 20% 크레딧 지급 └ Tier 2 Brands: 최소 집행금액 1,000만 원 / 6월 올영세일 기간 협력 광고비 대비 증액분의 15% 크레딧 지급 └ 신규/휴면 브랜드: 최소 집행금액 700만 원 / 350만 원 크레딧 지급
		신규&휴면 광고주 대상 크레딧 지급 프로모션 1) 기간: 7월 1일 ~ 9월 30일 2) 대상 : 에이전시 내 최초 집행 또는 1년 이상 휴면 광고주 3) 혜택 : 캠페인 첫 30일 기준 집행 금액에 따른 크레딧 지급 (300만 원(\$2k) 집행 시 300만 원(2k) 지급 / 750만 원(\$5k) 집행 시 450만 원(\$3k) 지급 / 1,500만 원(\$10k) 집행 시 750만 원(\$5k) 지급) 4) 참고 : 300만 원(\$2k) 구간 크레딧 혜택만 조건 일부 상이 - 사업자 기준 틱톡 최초 집행 시

MEDIA NEWS BRIEF

일반 프로모션

구분	매체명	주요 내용
프로모션	넷플릭스	2Q~4Q 신규광고주 프로모션 1) 기간 : 4월 1일 ~ 12월 31일 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
		추석 시즌 프로모션 1) 기간 : ~ 9월 30일 2) 대상 : 기간 내 집행 광고주 3) 혜택 : 집행 금액 별 TOP10 할증률 할인 및 보너스 노출량 추가 제공 ↳ Gross 5,000만 원 이상 : TOP10 할증률 40% → 30% (10% 할인) OR 보너스 노출량 10% 추가 제공 중 택1 ↳ Gross 7,500만 원 이상 : TOP10 할증률 40% → 30% (10% 할인) + 보너스 노출량 10% 추가 제공 ↳ Gross 1.25억 원 이상 : TOP10 할증률 40% → 25% (15% 할인) + 보너스 노출량 10% 추가 제공
		하반기 PMP 단가 할인 프로모션 1) 기간 : ~ 12월 31일 2) 대상 : PMP 구매방식 첫 진행 광고주 (기존 DIO, PG 진행이력이 있더라도 PMP 진행이 처음이라면 프로모션 대상에 포함) 3) 혜택 : PMP 최소 입찰가 20% 할인 혜택 제공
		PMP Cross-Channel Reach 스테디 프로모션 1) 기간 : ~ 12월 31일 2) 대상 : 넷플릭스 - Cross-Channel Reach 스테디를 진행하고자 하는 광고주 (*Youtube에 한해 Cross- Channel 테스트 지원) 3) 혜택 : PMP 최소 입찰가 20% 할인 혜택 제공

MEDIA NEWS BRIEF

일반 프로모션

구분	매체명	주요 내용
프로모션	네이버	치지직 인스트림 개편 할인 프로모션 1) 기간 : 9월 1일 ~ 12월 31일 2) 대상 : PM_치지직_인스트림_15초 SKIP(신) 상품 집행 시 3) 혜택 : 월 집행액 구간에 따라 공시 단가(CPM 13,000원) 대비 30~60% 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
		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
	스노우	스노우/패밀리 스플래시 하반기 프로모션 1) 기간 : ~ 10월 31일 2) 대상 : 기간 내 진행 광고주 3) 혜택 : 스노우 / 스노우 패밀리 스플래시 광고 단가 할인 적용 ① M_스노우_스플래시 : (기존) 15,000원 → (변경) 12,000원 ② M_스노우패밀리_스플래시 : (기존) 10,000원 → (변경) 8,000원
	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

일반 프로모션

구분	매체명	주요 내용
프로모션	JTBC유튜브	2026 8~9월 프로모션 1) 기간 : ~ 9월 30일 2) 대상 : 8~9월 내 진행 광고주 3) 혜택 : 8~9월 집행 건 한정으로 계약 조건에 따라 하기 기존 보너스 포함 최대 혜택 45%까지 적용 가능 ↳ 기존 보너스 ① 신규 광고주 보너스 10% 제공 (최대 3개월 가능) ② 집행 금액 구간별 보너스 적용 (2천만 원 이상 : 5% / 3천만 원 이상 : 10% / 5천만 원 이상 : 15%)
	레딧	테이크오버 첫 구매 광고주 할인 프로모션 1) 기간 : 7월 1일 ~ 12월 31일 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%
	소모임앱	2026 프로모션 1) 기간 : ~ 12월 31일 2) 대상 : 소모임 네이티브 광고 전 구좌 3) 혜택 : 기존 단가 대비 약 42% 할인 적용
	스포티파이	오디오 소재 무상 제작 지원 프로모션 1) 기간 : 7월 1일 ~ 9월 30일 2) 대상 : 스포티파이 신규 및 기존 광고주 3) 혜택 : 오디오 광고 소재 1회 무상 제작 지원 ↳ 스크립트 작성, 성우 녹음, 배경음악 믹싱 포함
	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

MEDIA NEWS BRIEF

일반 프로모션

구분	매체명	주요 내용
프로모션	캐치테이블	영화 / OTT / 콘텐츠 업종 신규 패키지 프로모션 1) 기간 : 상시 2) 대상 : 3분기 진행 광고주 3) 혜택 : 영화 브랜드 광고 최대 83% 할인가 제공, DA 단독 패키지 부터 오프라인 매장 광고 패키지까지 KPI 별 패키지 선택 가능
	관다	2학기 프로모션 1) 기간 : 8월 1일 ~ 10월 31일 2) 대상 : 기간 내 Live 캠페인 3) 혜택 ① 모든 캠페인 노출 서비스율 30% 제공 ② 중점 업종 (대학 & 교육) 노출 서비스율 50% 제공 ③ 500만 원 부킹 시, 스플래시 1주 독점 무상 제공
	티켓링크	8~9월 스포츠 패키지 할인 프로모션 1) 기간 : 9월 프로야구 정규리그 종료시점까지 2) 대상 : 기간 내 진행 광고주 3) 혜택 : 스포츠 패키지 A/B 상품 단가 할인 적용 ① 패키지 A (스포츠 상단 띠배너 + 스포츠 스케줄 띠배너) : (기존) 900만 원 → (변경) 500만 원 ② 패키지 B (스포츠 스케줄 띠배너 + 검색창 띠배너) : (기존) 800만 원 → (변경) 400만 원

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

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.