

20
16

SEP

no. 262

MEDIA TREND

디지털 미디어 & 마켓 이슈

INDEX

디지털 미디어 & 마켓 이슈

MEDIA ISSUE

- A. 카카오, 신규 지도 서비스 '카카오맵' 출시
- B. 카카오, '멜론' 연동을 통한 콘텐츠 서비스 영역 강화
- C. 페이스북, 활동 광고주 400만 돌파 및 성과측정 도구 공개
- D. 페이스북-페이스북 메신저, 플랫폼 영역 확대
- E. 유튜브, '커뮤니티 탭' 서비스 제공 및 SNS 기능 강화
- F. 판도라tv 광고플랫폼 '브랜드 임팩트' 공개

MARKET ISSUE

- G. 인터넷광고 시장, 2018년 TV 광고 추월할 것으로 예상
- H. 온라인 커머스 시장, 모바일 성장세 지속

A. 카카오, 신규 지도 서비스 ‘카카오맵’ 출시

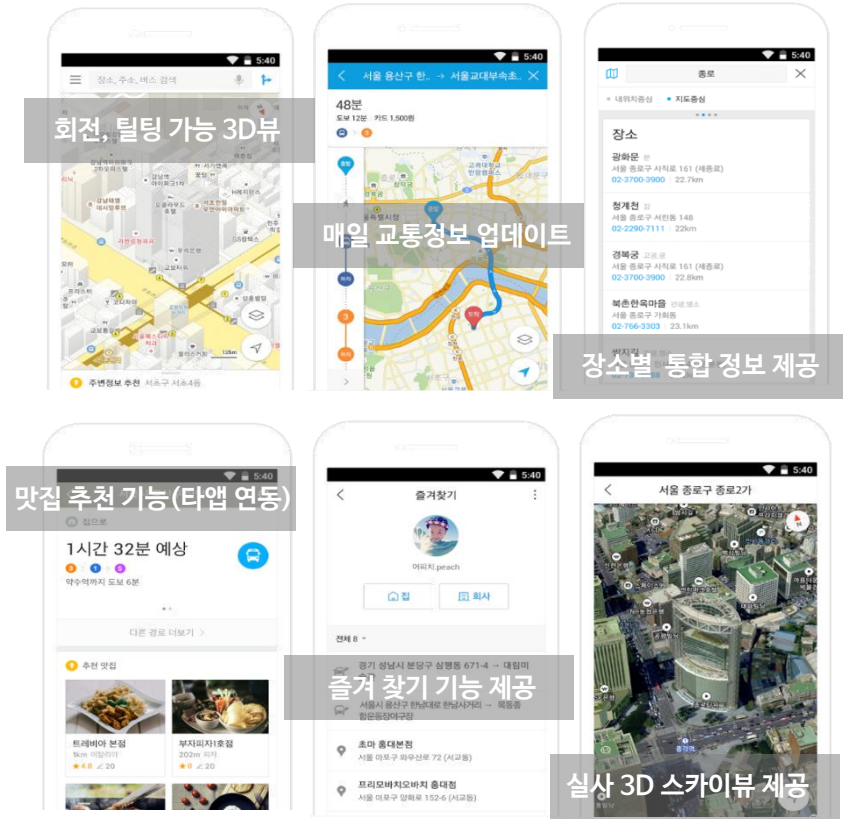
- 카카오, ‘다음지도’ 개편한 ‘카카오맵’ 공개, 다양한 O2O 서비스 플랫폼과 연동을 통한 시너지 창출에 집중

:카카오는 기존 다음지도 서비스를 개편한 신규 서비스 ‘카카오맵’ 출시

:카카오맵은 지도 서비스 최초로 ‘벡터’ 방식을 적용하여 데이터를 서버에서 실시간으로 제공하며, 3D 스카이뷰 제공을 통해 실감나는 위치 정보 확인 가능

:최근 카카오는 모바일 내비게이션 등 위치 기반 플랫폼을 강화하고, 자사의 O2O 플랫폼 뿐만 아니라 타사 플랫폼과도 적극적인 연계를 시도하고 있음

카카오 신규 지도 서비스 ‘카카오맵’



카카오 ‘다음지도’ 개편한 ‘카카오맵’ 신규 출시

회전 및 틸팅이 가능한 3D view 제공

- 벡터 기반의 지도로 360도 회전 및 틸팅을 통해 실감나는 위치 정보 제공

검색창을 통한 장소 통합 정보 확인

- 메뉴의 이동 없이 검색창을 통해 검색 장소의 위치, 전화번호, 대중교통 등 통합된 정보를 한번에 제공

맛집 등 주변 명소 정보 노출(타 O2O 서비스 연동 확대)

- 검색된 장소의 맛집 정보 및 거리 예상 정보를 제공
- 카카오는 위치기반 플랫폼을 꾸준히 업데이트 하고 타 O2O 서비스와 연동을 확대해나갈 예정

B. 카카오, '멜론' 연동을 통한 콘텐츠 서비스 영역 강화

- 카카오는 멜론 인수를 통해 2분기 음악 콘텐츠 매출 큰 폭으로 상승, 본격적인 카카오 플랫폼과 연동을 통해 서비스 이용 확대에 집중

: 카카오는 2분기 콘텐츠 사업 매출은 약 1,904억 원으로 음악 콘텐츠 매출 비중이 약 48%를 나타냄

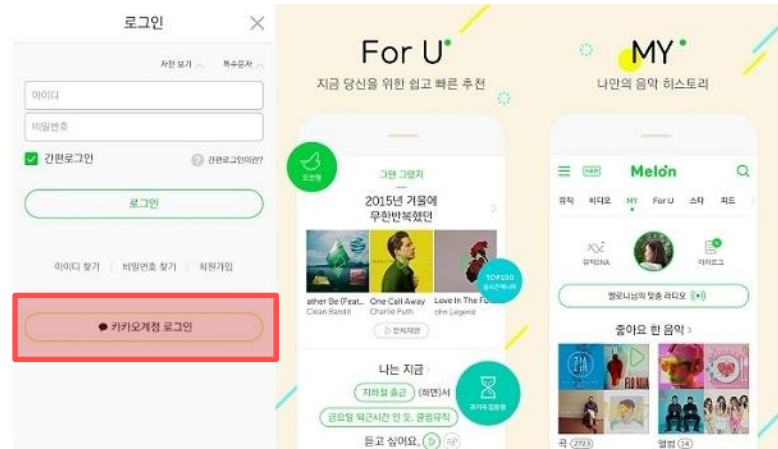
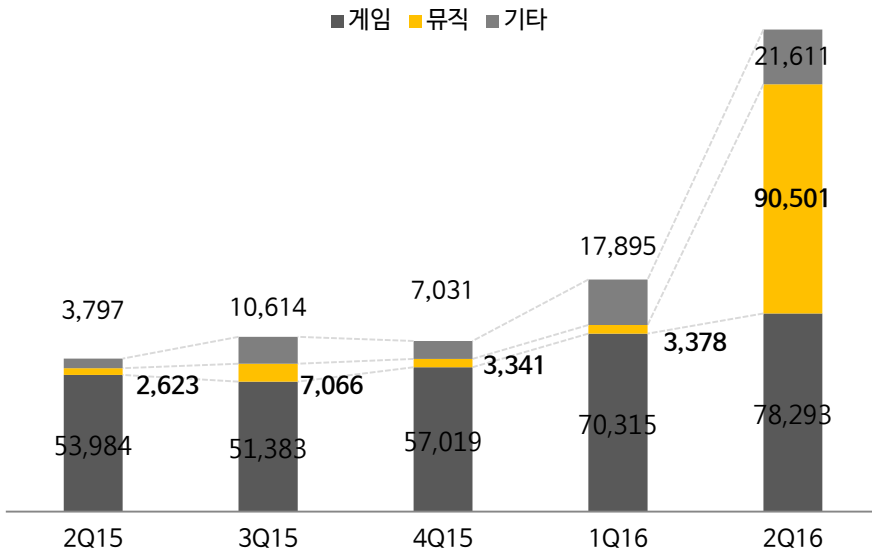
: 멜론은 4.0 버전은 카카오톡, 카카오 스토리 계정을 통한 접속이 가능하며, 기존 큐레이션 서비스를 강화하여 이용자의 편의성을 극대화함

: 카카오는 국내 1위 음악 스트리밍 서비스인 멜론과 카카오 플랫폼의 적극적인 연동을 통해 이용자 및 수익 확대를 본격화할 전망

카카오 2분기 콘텐츠 매출 현황

멜론 4.0 업데이트 내용

카카오 2분기 콘텐츠 사업별 매출



멜론 4.0 업데이트를 통한 카카오톡 연동

- 카카오는 4.0 업데이트를 통해 카카오톡, 카카오 스토리 계정과 멜론을 연동하여 별도의 가입 절차 없이 멜론 음원 및 영상 콘텐츠 이용 가능
- 또한, TPO에 따른 큐레이션 서비스인 포유(for U)와 이용자별 감상 이력 분석에 기반을 둔 개인화 서비스 '뮤직 DNA'를 통해 콘텐츠 이용에 편의성을 증가 시킴

C. 페이스북, 활동 광고주 400만 돌파 및 성과측정 도구 공개

- 페이스북 활동 광고주 6개월 만에 약 100만 증가, 신규 광고 성과 측정 도구 출시 등 광고 서비스 역량 강화

· 페이스북은 2016년 9월 기준 3월 공개한 페이스북 활동 광고주 대비 약 100만 증가한 400만을 기록

· 페이스북 활동 광고주 중 약 85% 이상이 모바일을 활용하고 있으며, 8월 한달 간 전체 활동 광고주의 약 20% 가량이 동영상 광고를 집행

· 페이스북은 신규 광고 성과 측정 도구를 공개하는 등 모바일을 비롯한 동영상 광고 서비스 역량 강화에 집중해나갈 것으로 보임

글로벌 페이스북 활동 광고주 현황



페이스북 활동 광고주*

4,000,000

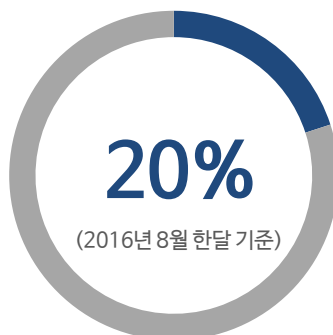
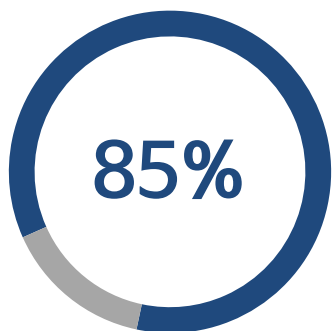
(2016년 9월 기준)

*활동 광고주 : 페이스북 페이지 상에서 실제 광고를 집행하는 사업자

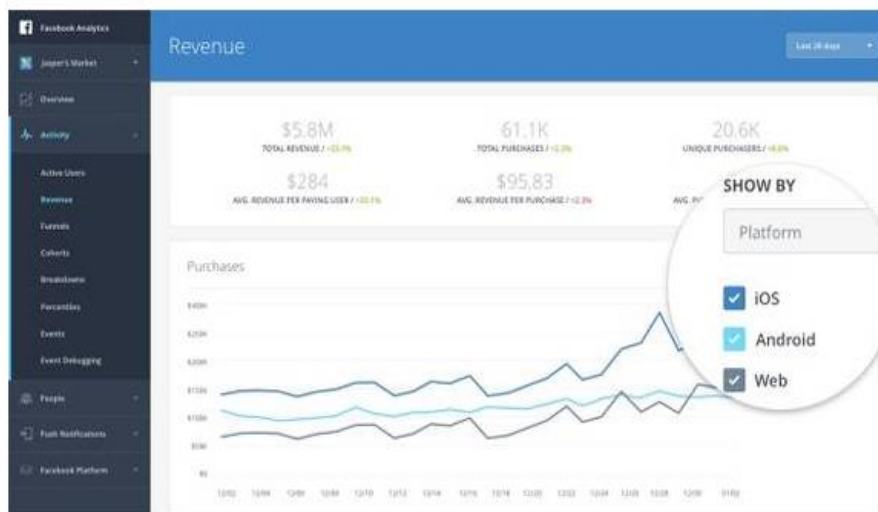


페이스북 광고주 모바일 활용 비중

페이스북 광고주 동영상 광고 비중



페이스북 광고 성과 측정 도구



페이스북 광고 성과 측정 도구 '앱을 위한 애널리틱스' 베타 서비스 공개

- 페이스북 '앱을 위한 애널리틱스(Analytics for Apps)'는 모바일 앱과 웹사이트를 다양한 디바이스로 방문하는 고객의 활동을 파악하고 성과를 측정하는 분석 도구
- 공개된 베타 버전에는 신규 기능인 '사용자 정보'와 인사이트 공유 기능 추가

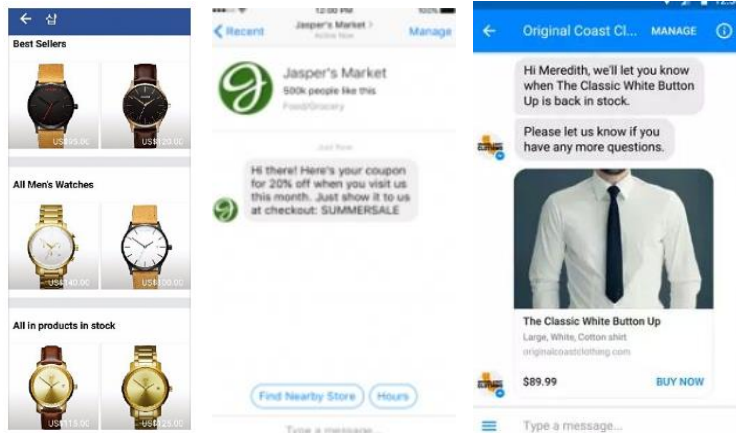
D. 페이스북-페이스북 메신저, 플랫폼 영역 확대

- 페이스북-페이스북 메신저를 통해 쇼핑, 통화, 실시간 동영상 등 다양한 서비스 영역으로 진출
 - : 페이스북은 페이스북 페이지와 페이스북 메신저를 기반으로 다양한 플랫폼 서비스 구현
 - : 페이스북 페이지에서 별도의 페이지 접속 없이 상품을 구매할 수 있는 페이지를 구축했으며, 메신저를 통한 결제 서비스 지원
 - : 페이스북 메신저를 통한 통화 서비스 이용 MAU는 약 3억 명을 돌파하는 등 페이스북-페이스북 메신저의 플랫폼 영역 확대는 지속될 전망

페이스북-페이스북 메신저 제공 플랫폼 서비스



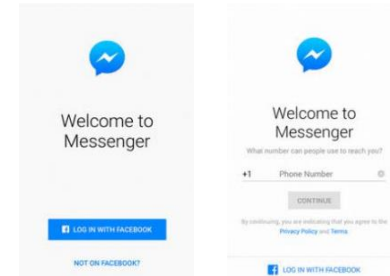
페이스북-페이스북 메신저 쇼핑 관련 서비스



- 페이스북은 회사의 별도 온라인 페이지에 접속 없이 페이스북 페이지 내에 개설된 '샵(Shop)'에서 제품의 가격과, 특징을 확인하고 구매할 수 있는 서비스 개설
- 페이스북 메신저 채팅봇에서 결제 기능을 추가하여 메신저 앱에서 직접 상품을 결제할 수 있는 기능을 구현



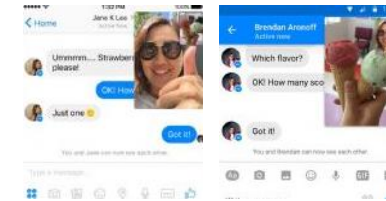
페이스북 메신저 전화통화 관련 서비스



- 페이스북 메신저를 통한 통화 기능 이용 MAU 3억 명 돌파



페이스북 메신저 실시간 동영상 관련 서비스



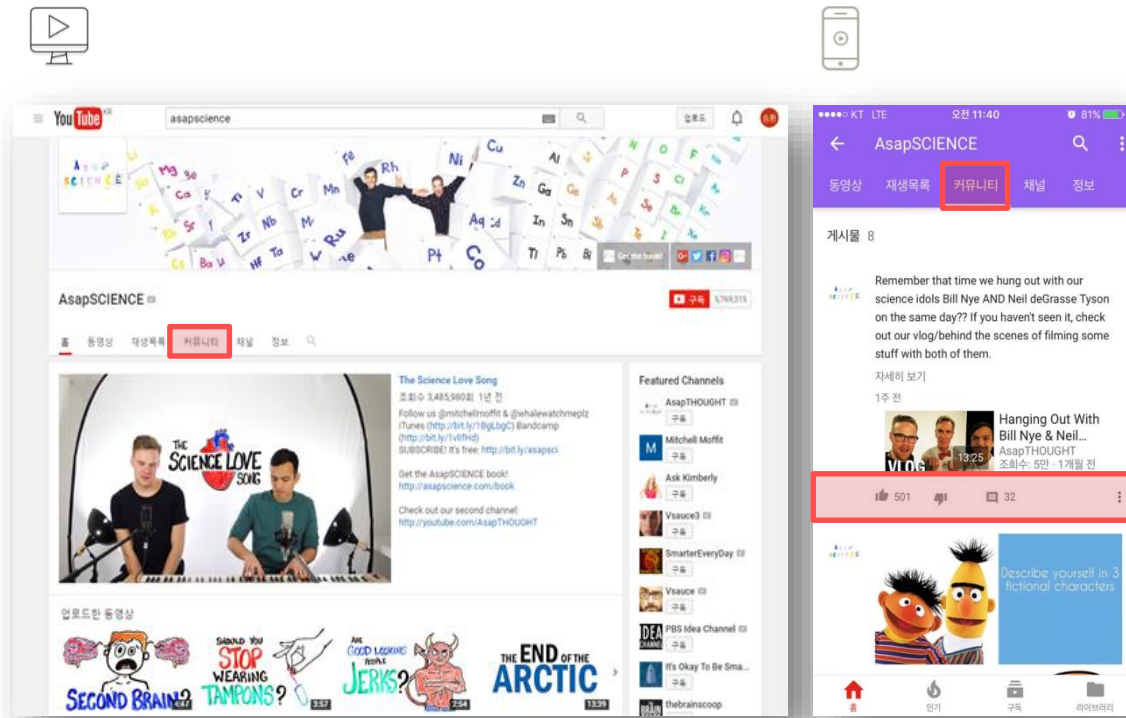
- 페이스북 메신저에 인스턴트 비디오 기능을 추가하여 대화 중에 실시간 동영상 시청 가능

E. 유튜브, '커뮤니티 탭' 서비스 제공 및 SNS 기능 강화

● 유튜브, SNS 플랫폼의 동영상 서비스 강화에 대응한 SNS 서비스 역량 강화

- : 최근 페이스북을 중심으로 다양한 SNS 플랫폼들이 동영상 서비스를 강화하며 유튜브를 위협하고 있음
- : 대표적인 동영상 서비스 플랫폼인 유튜브는 크리에이터 페이지에 '커뮤니티' 탭을 신설하고 SNS 서비스 기능을 강화함
- : 유튜브는 채팅기능 도입, 구글 플러스와의 연동 등 다양한 방법을 통해 유튜브에 SNS 기능을 강화하여 동영상 플랫폼 영역의 입지를 강화해 나갈 예정

유튜브 '커뮤니티' 탭 생성



▶ 유튜브 SNS기능 '커뮤니티' 서비스 신설

좋아요 및 댓글 기능

- 크리에이터 커뮤니티 탭 내에서 콘텐츠에 대한 좋아요 및 댓글을 올릴 수 있는 SNS 기능 제공

'구독'을 통한 콘텐츠 푸시 알림 기능 추가 예정

- 유튜브는 특정 크리에이터에 구독을 신청한 유저에 대해 모바일 푸시 알림 기능을 추가할 예정

유튜브 SNS 기능 추가 및 강화 예상

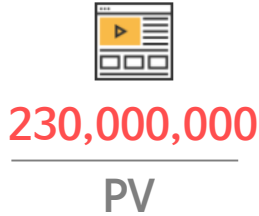
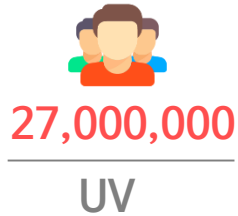
- 최근 다양한 SNS 플랫폼이 동영상 기능을 강화하면서 유튜브는 SNS 기능을 꾸준히 강화해나갈 전망

F. 판도라tv 광고플랫폼 ‘브랜드 임팩트’ 공개

- 판도라tv 광고 유통 플랫폼 ‘prism’ 의 광고 영상 확산을 추적하고 통계 지표로 제공하는 ‘브랜드 임팩트’ 출시
 - : 판도라tv의 prism은 프리롤 커버리지 UV 약 2,700만 명, 소셜 커버리지 팬 수 약 5,400만을 보유한 대표적인 동영상 광고 플랫폼
 - : 판도라tv는 ‘브랜드 임팩트’를 통해 광고 효과 분석을 고도화하는 등 동영상 광고 역량 강화에 집중할 전망

판도라 Prism 커버리지 현황

판도라 Prism Preroll 커버리지



판도라 Prism Social 커버리지



판도라tv 브랜드 임팩트



판도라tv 동영상 광고 플랫폼 프리즘 브랜드 임팩트 서비스 추가

- 판도라tv는 광고플랫폼 프리즘에 광고 영상 확산을 추적하여 특징을 한눈에 파악할 수 있는 ‘브랜드 임팩트’ 서비스 추가
- 판도라tv가 개발한 소셜 임팩트를 광고적으로 응용한 시스템으로 광고 영상 확산에 관한 정보를 수치와 그래프를 통해 통계 지표화시켜 제공

G. 인터넷광고 시장, 2018년 TV 광고 추월할 것으로 예상

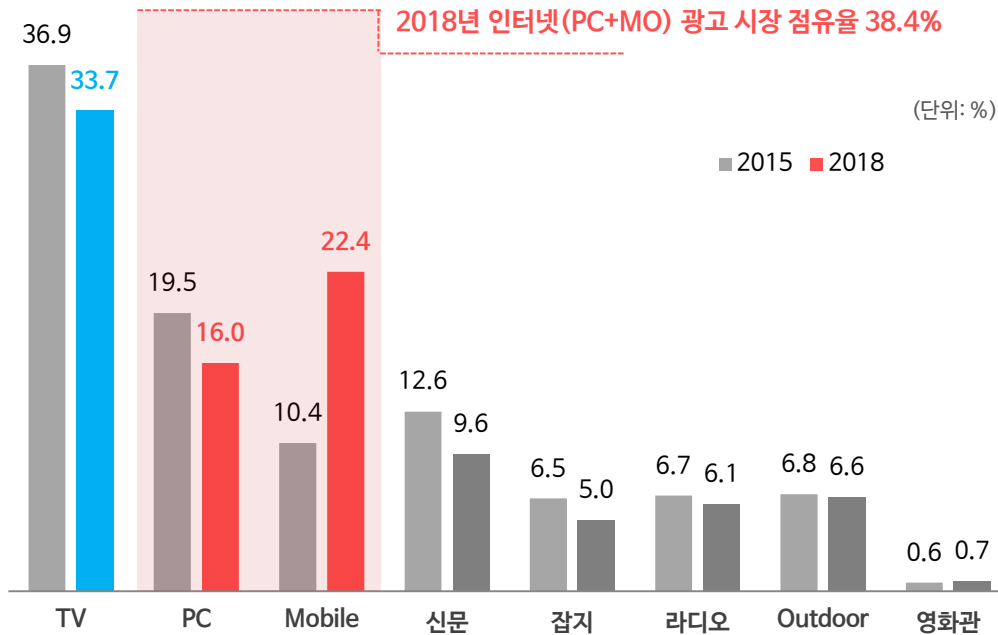
- 2018년 인터넷(PC+MO) 광고 시장 점유율 약 38.4%로 TV 광고 대비 약 4.7%p 높게 나타날 전망

: 글로벌 매체 조사 기관 제니스의 조사 결과에 따르면, 모바일과 PC를 합친 인터넷 광고 시장 점유율이 TV 광고 시장 점유율을 넘어설 것으로 예상

: 인터넷 광고 시장은 2015-2018년 연평균 약 14% 증가할 것으로 예상되며, 모바일 광고 시장 규모가 2017년 PC를 넘어설 것으로 보임

: 국가별 광고 시장 규모에서 한국은 2015년 약 113억 6,400만 달러에서 2018년 약 121억 3,700만 달러로 세계 6위 수준을 유지할 것으로 전망

매체별 광고 시장 점유율(2015 vs 2018)



국가별 광고 시장 규모

(단위: 백만 달러)

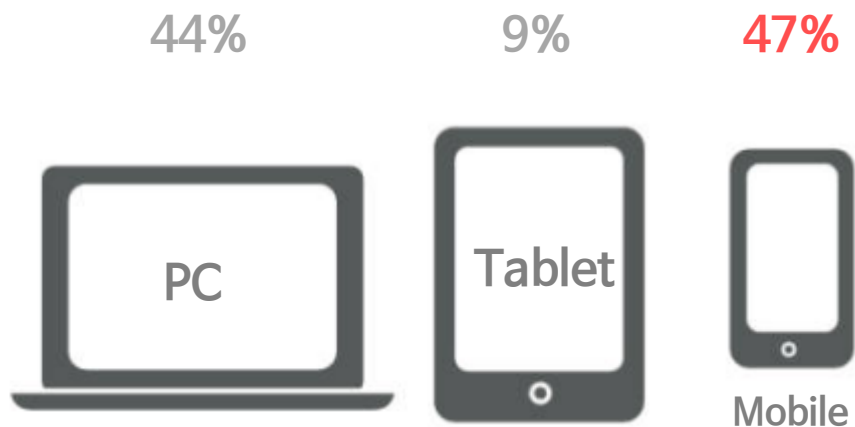
순위	2015	광고시장규모	순위	2018	광고시장규모
1	USA	182,615	1	USA	201,387
2	China	73,601	2	China	92,482
3	Japan	36,590	3	Japan	38,181
4	UK	24,901	4	UK	28,641
5	Germany	21,412	5	Germany	23,079
6	South Korea	11,364	6	South Korea	12,137
7	France	11,278	7	Australia	11,553
8	Australia	10,634	8	France	11,540
9	Brazil	10,146	9	Indonesia	10,517
10	Canada	8,782	10	Brazil	10,272

H. 온라인 커머스 시장, 모바일 성장세 지속

- 모바일 쇼핑 트래픽 점유율 47%로 PC 쇼핑 트래픽 추월, 국내 모바일 쇼핑 거래액 약 2조 9320억 원으로 사상 최대치 기록
 - : 전자 상거래 플랫폼 업체 디멘드웨어 조사 내용에 따르면, 모바일이 2분기 전체 디지털 쇼핑 트래픽에서 47%를 차지하며 44%를 차지한 PC를 넘어섬
 - : 스마트폰 보급 확대, 다양한 모바일 결제 서비스 출시 등 모바일을 통한 주문 점유율도 점차 증가 추세를 보이며 곧 PC를 추월할 것으로 예상
 - : 국내 모바일 쇼핑 시장은 사상 최대 거래액을 돌파하는 등 온라인 커머스 시장에서 모바일의 성장세는 지속적인 상승세를 나타낼 것으로 보임

글로벌 2분기 쇼핑 플랫폼 별 트래픽

TRAFFIC



ORDERS



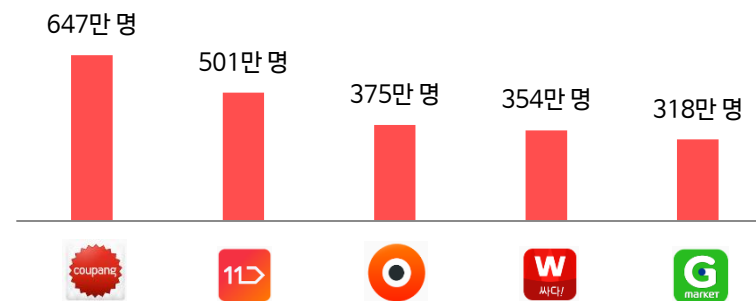
국내 모바일 쇼핑 이용 현황



모바일 쇼핑 거래액 사상 최대를 기록
2조 9,320억 원

모바일 쇼핑 앱 이용 패턴

한번에 **32초** 씩 하루 **10회** 평균 **2.6개 앱** 이용



~~more than expected!~~ nasmedia

나스미디어의 뉴스레터(나스리포트)를 수신하면
디지털 시장과 트렌드를 분석, 소개하는 다양한 리포트를 정기적으로 받아보실수 있습니다.

- 신청 방법: 나스미디어 홈페이지에서 뉴스레터 신청