

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

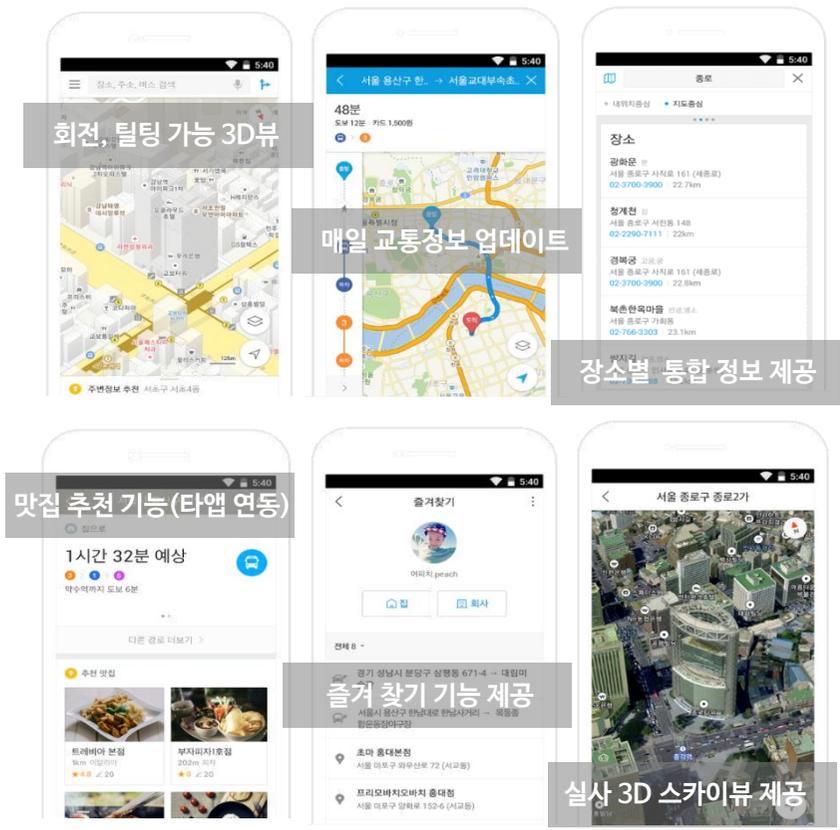
- 카카오, ‘다음지도’ 개편한 ‘카카오맵’ 공개, 다양한 O2O 서비스 플랫폼과 연동을 통한 시너지 창출에 집중

: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

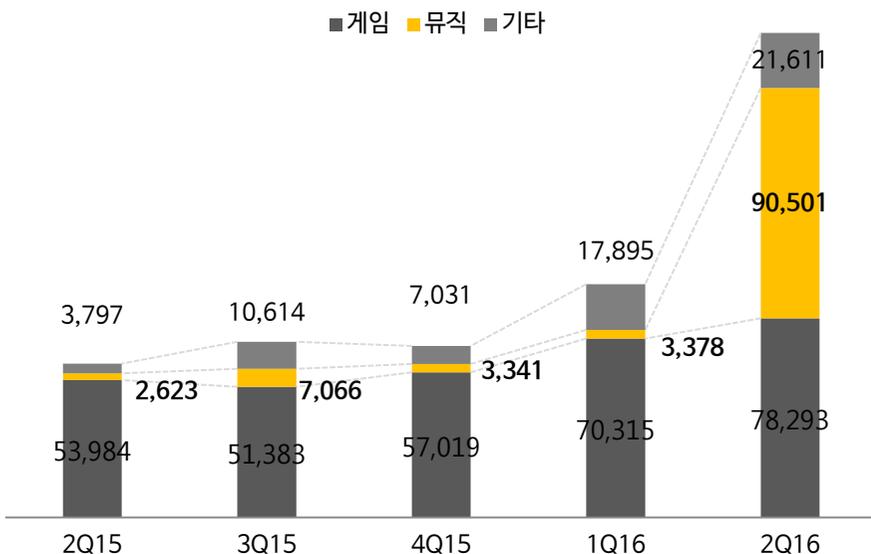
: 카카오는 2분기 콘텐츠 사업 매출은 약 1,904억 원으로 음악 콘텐츠 매출 비중이 약 48%를 나타냄

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

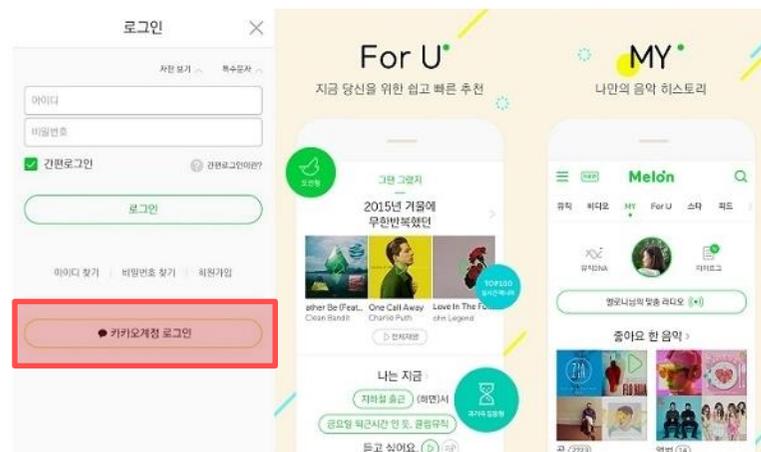
: 카카오는 국내 1위 음악 스트리밍 서비스인 멜론과 카카오 플랫폼의 적극적인 연동을 통해 이용자 및 수익 확대를 본격화할 전망

### 카카오 2분기 콘텐츠 매출 현황

#### 카카오 2분기 콘텐츠 사업별 매출



### 멜론 4.0 업데이트 내용



#### 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\*

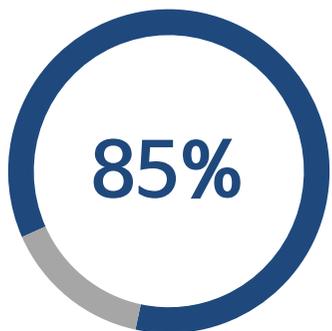
4,000,000

(2016년 9월 기준)

\*활동 광고주 : 페이스북 페이지 상에서 실제 광고를 집행하는 사업자



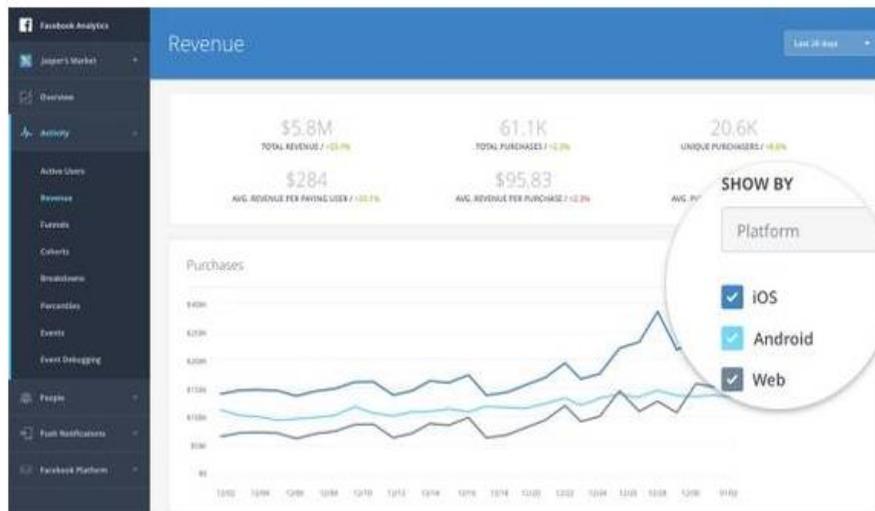
페이스북 광고주 모바일 활용 비중



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

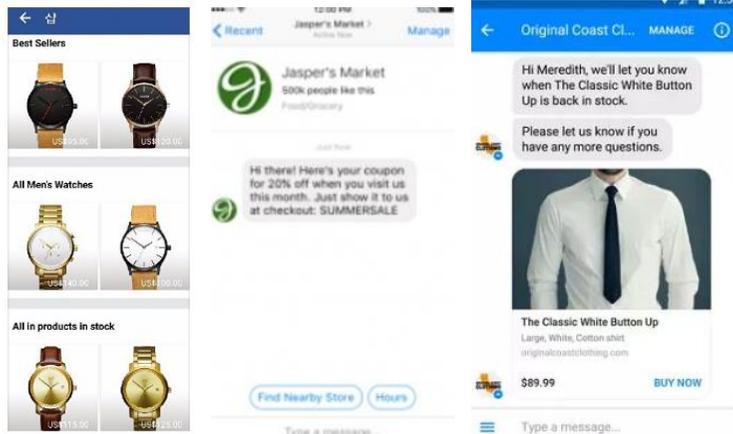
## D. 페이스북-페이스북 메신저, 플랫폼 영역 확대

- 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



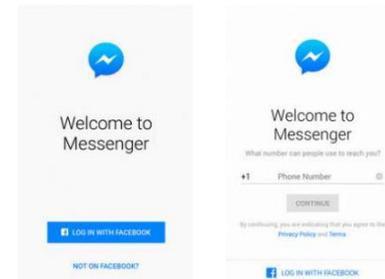
#### 페이스북-페이스북 메신저 쇼핑 관련 서비스



- 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



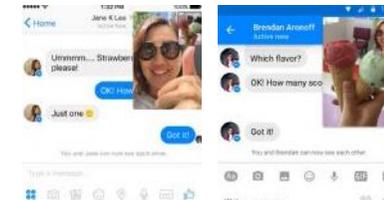
#### 페이스북 메신저 전화통화 관련 서비스



- 페이스북 메신저를 통한 통화 기능 이용 MAU 3억 명 돌파



#### 페이스북 메신저 실시간 동영상 관련 서비스



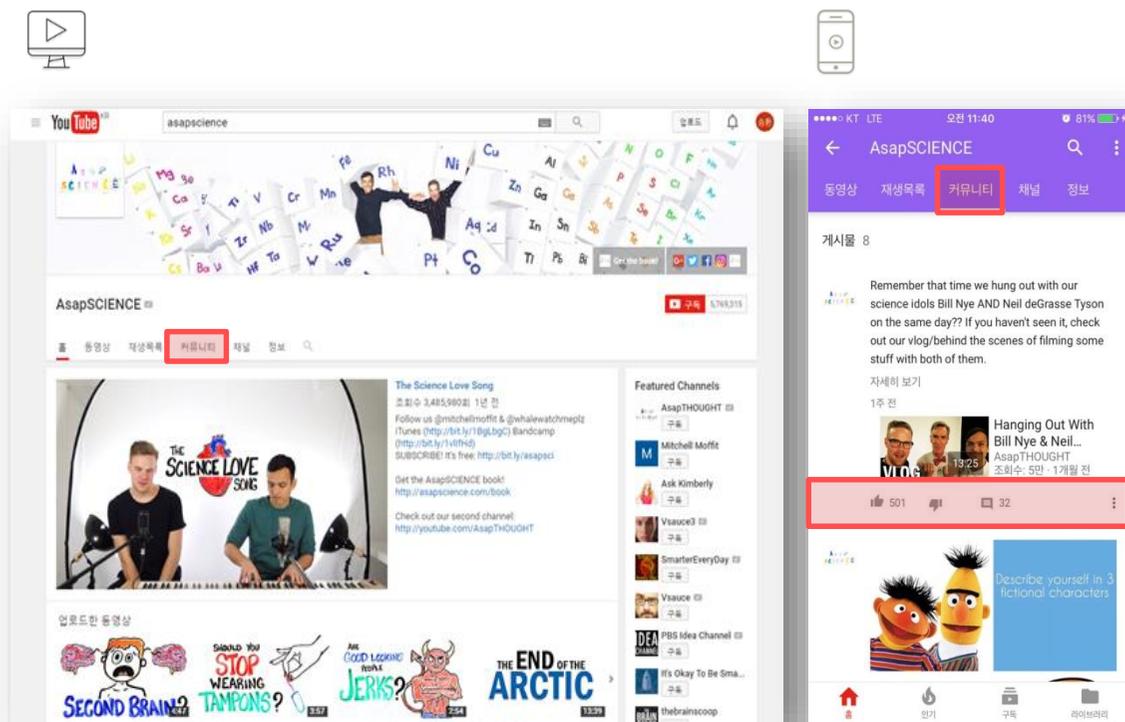
- 페이스북 메신저에 인스턴트 비디오 기능을 추가하여 대화 중에 실시간 동영상 시청 가능

# 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

  
**27,000,000**  
UV

  
**230,000,000**  
PV

#### 판도라 Prism Social 커버리지

  
**54,000,000**  
팬수

  
**16**  
카테고리

  
**200**  
페이지수

### 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

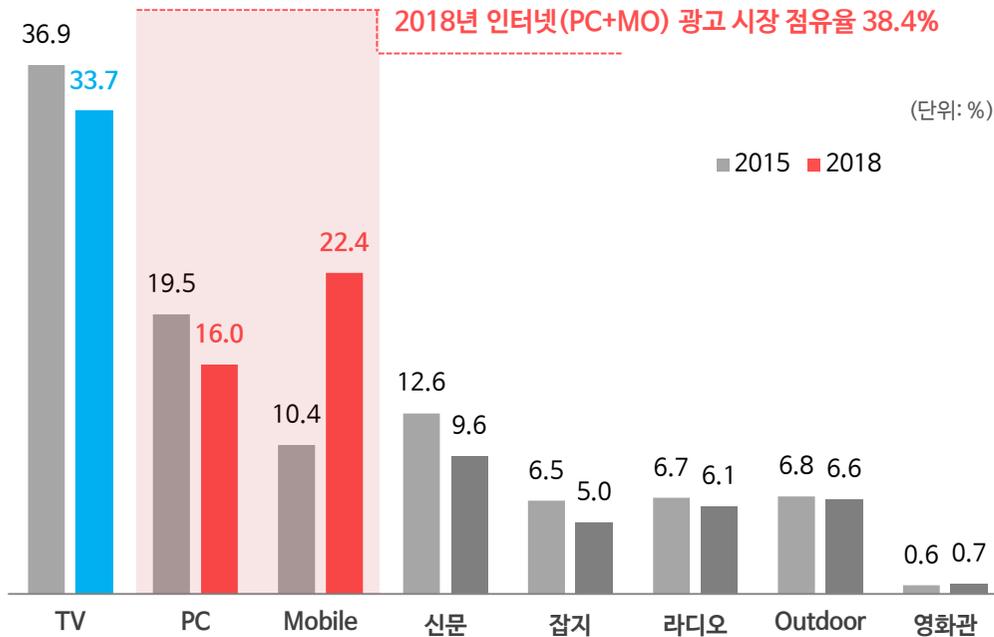
- 2018년 인터넷(PC+MO) 광고 시장 점유율 약 38.4%로 TV 광고 대비 약 4.7%p 높게 나타날 전망

: 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)

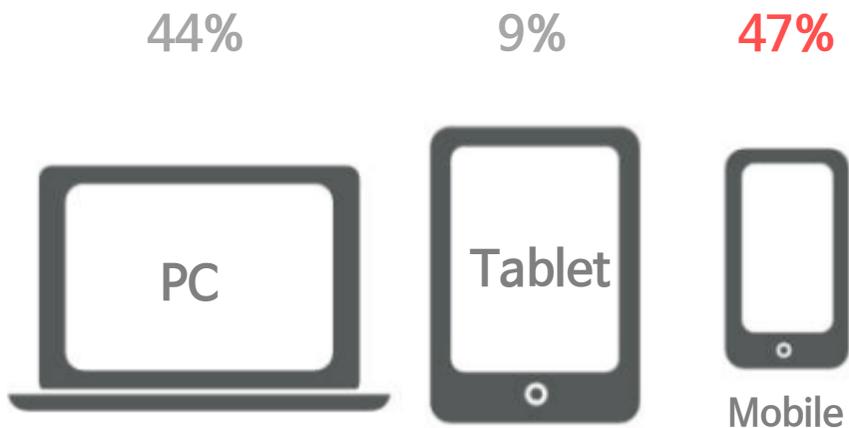
순위	2015	광고시장규모	순위	2018	광고시장규모
1	USA	182,615	1	USA	201,387
2	China	73,601	2	China	92,482
3	Japan	36,590	3	Japan	38,181
4	UK	24,901	4	UK	28,641
5	Germany	21,412	5	Germany	23,079
6	South Korea	11,364	6	South Korea	12,137
7	France	11,278	7	Australia	11,553
8	Australia	10,634	8	France	11,540
9	Brazil	10,146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



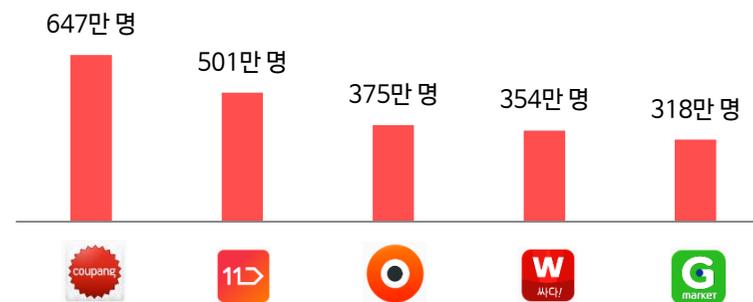
국내 모바일 쇼핑 이용 현황



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