

---

# 2017 업종분석 리포트

2016 연간광고비 분석  
(PCDA/MobileDA/동영상)



# Contents

## 1. 광고비 현황

1-1. 디지털 광고비 현황

1-2. 월별 광고비 추이

1-3. Top 10 디지털 매체별 광고비

1-4. PC/모바일 DA Top 10 광고주

1-5. PC/모바일 DA Top 3 광고주 집행 매체

## 2. 업종별 트렌드

## 3. 업종별 캠페인 사례

## 광고비 Data 기준

1. 광고비 Data Source : 리서치애드

2. 광고비 항목 및 해당 Data 조건

'16년부터 기존 PC/Mobile 외에 동영상 항목 별도 구분

1) PC DA

※ 매체 광고비 산출 시, 단일 매체 기준

2) Mobile DA

※ 리서치애드 여건상 페이스북 모바일 버전 광고 비용 산출 제한

※ 매체 광고비 산출 시, 네트워크 플랫폼이 있는 경우 단일 매체가 아닌 플랫폼 기준으로 합산

3) 동영상

대상 매체: 유튜브, 페이스북, 네이버tv캐스트, 다음tv팟, 곰tv, 판도라tv, SBS, iMBC, KBS, 엠군, 풀빵닷컴

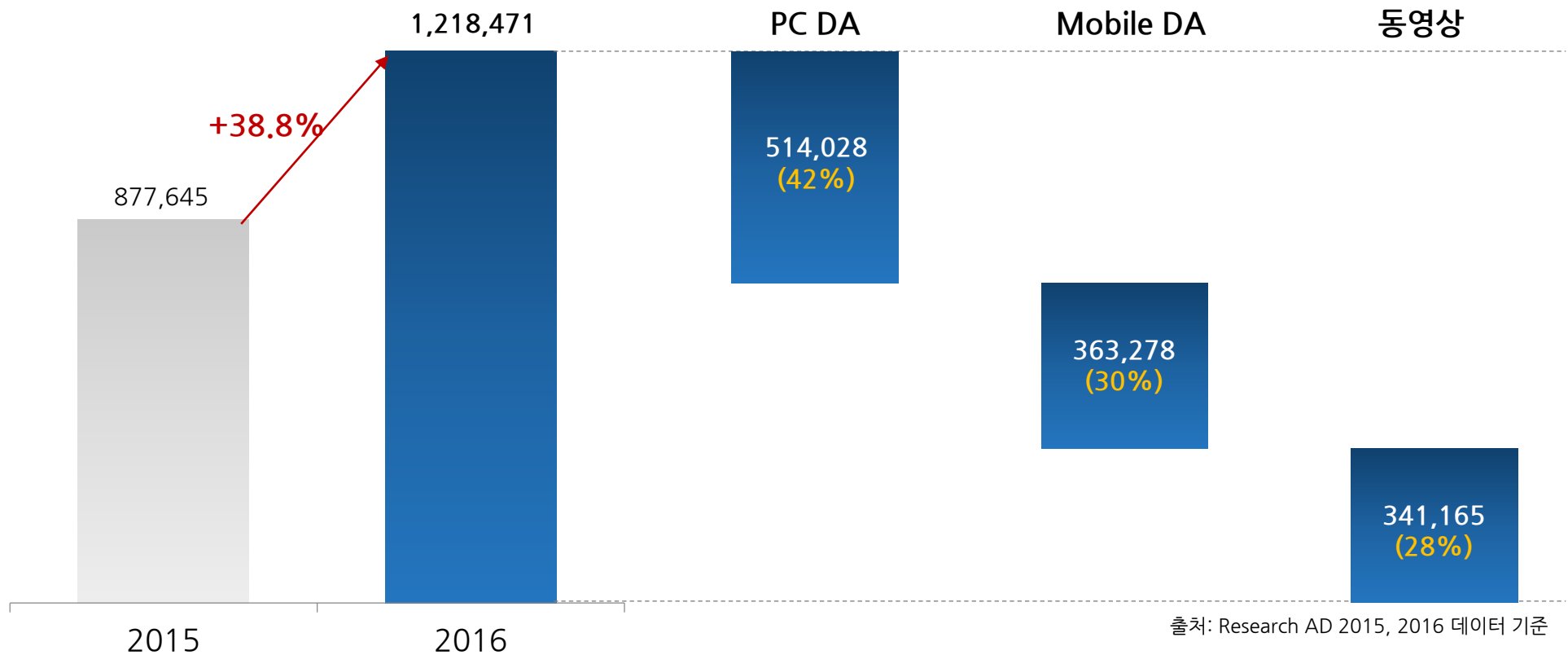
수집내용: 프리롤 광고. 단 페이스북은 뉴스피드 내 동영상 Sponsor Ad

- 2015년 대비 38.8% 성장, PC DA 비중이 42%로 가장 높고 모바일 30% 동영상 28%로 비중 유사

2015, 2016 디지털 총 광고비 (PC, 모바일 DA 및 동영상)

단위: 백만 원

[전 업종 디지털 광고비 현황]

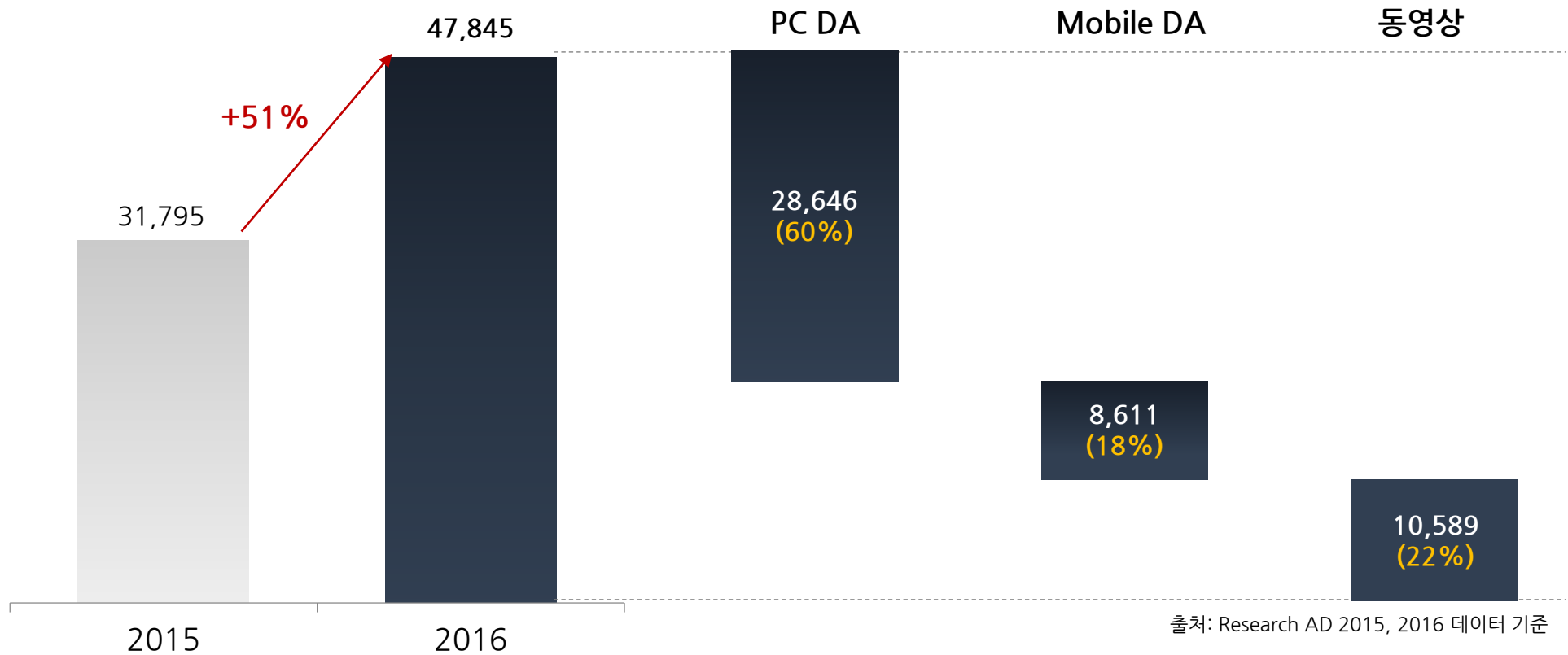


- 2015년 대비 51% 성장, 타업종 대비 PC 광고 비중이 60%로 높은 편

2016 디지털 총 광고비 (PC, 모바일 DA 및 동영상)

단위: 백만 원

[자동차 디지털 광고비 현황]

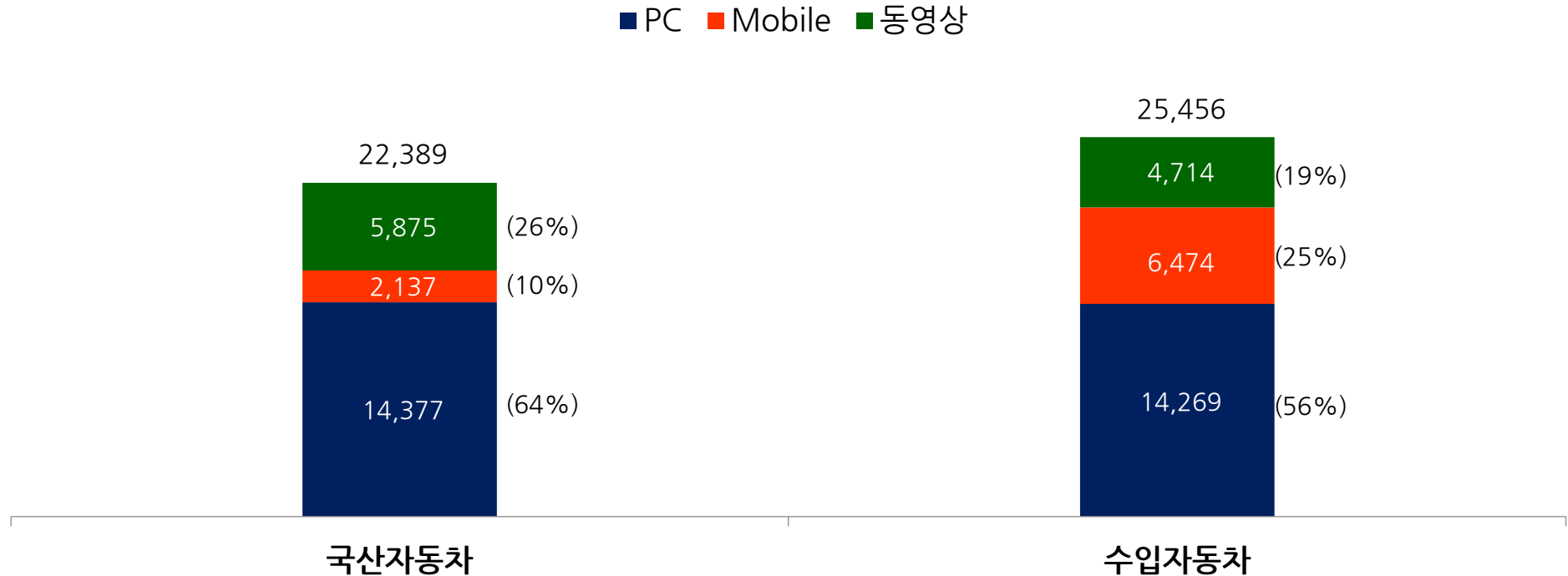


출처: Research AD 2015, 2016 데이터 기준

- 수입자동차 광고비 규모가 국산자동차 대비 더 큰 편이며, 상대적으로 수입자동차는 모바일, 국산자동차는 동영상 광고 비중 高

2016 자동차 세부 업종별 디지털 총 광고비 (PC, 모바일 DA 및 동영상)

단위: 백만 원

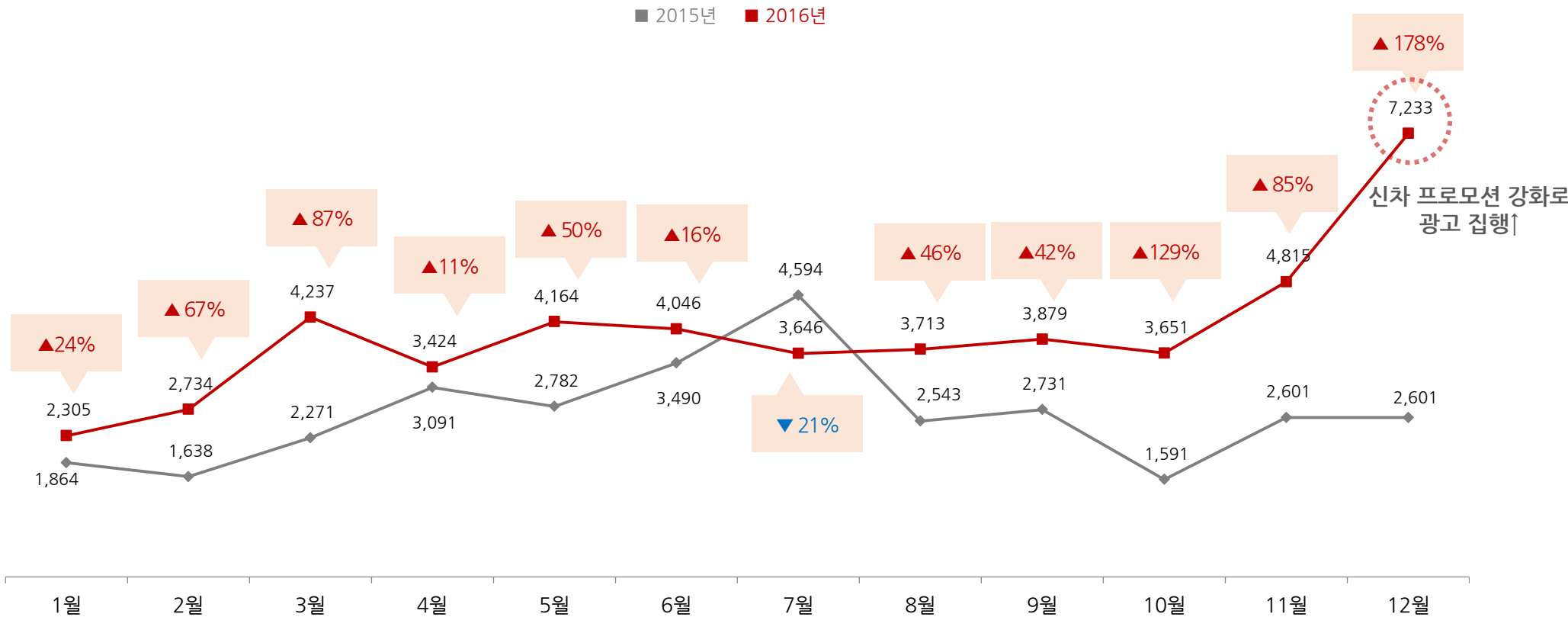


출처: Research AD 2016 데이터 기준

- 7월 제외하고 지난해 대비 대체로 소폭 성장세, 12월 광고비 증가율 가장 크고, 최고 광고비 기록

2016 디지털 월별 광고비 2015 VS 2016

단위: 백만 원

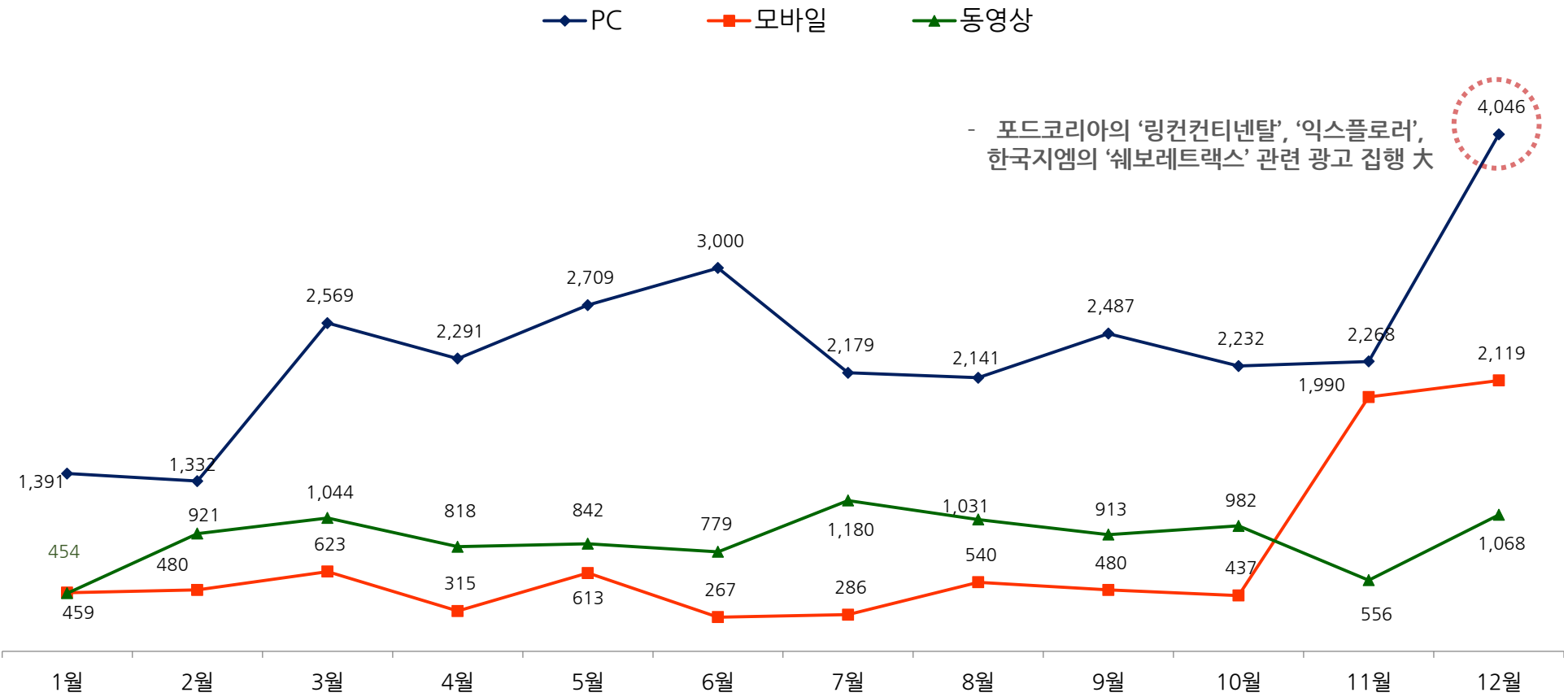


출처: Research AD 2015, 2016 데이터 기준

- 월별 각 매체 광고비 PC가 가장 높은 편이고 다음으로 동영상 > 모바일 순, 매체 모두 12월 최대 규모

2016 디지털 월별 광고비 PC DA vs Mobile DA vs 동영상

단위: 백만 원



출처: Research AD 2016 데이터 기준



- PC DA 다음과 네이버, 모바일 DA 네이버와 아담, 동영상은 유튜브의 집행비 최대

항목별 Top 10 매체 광고비 기준

단위: 백만 원

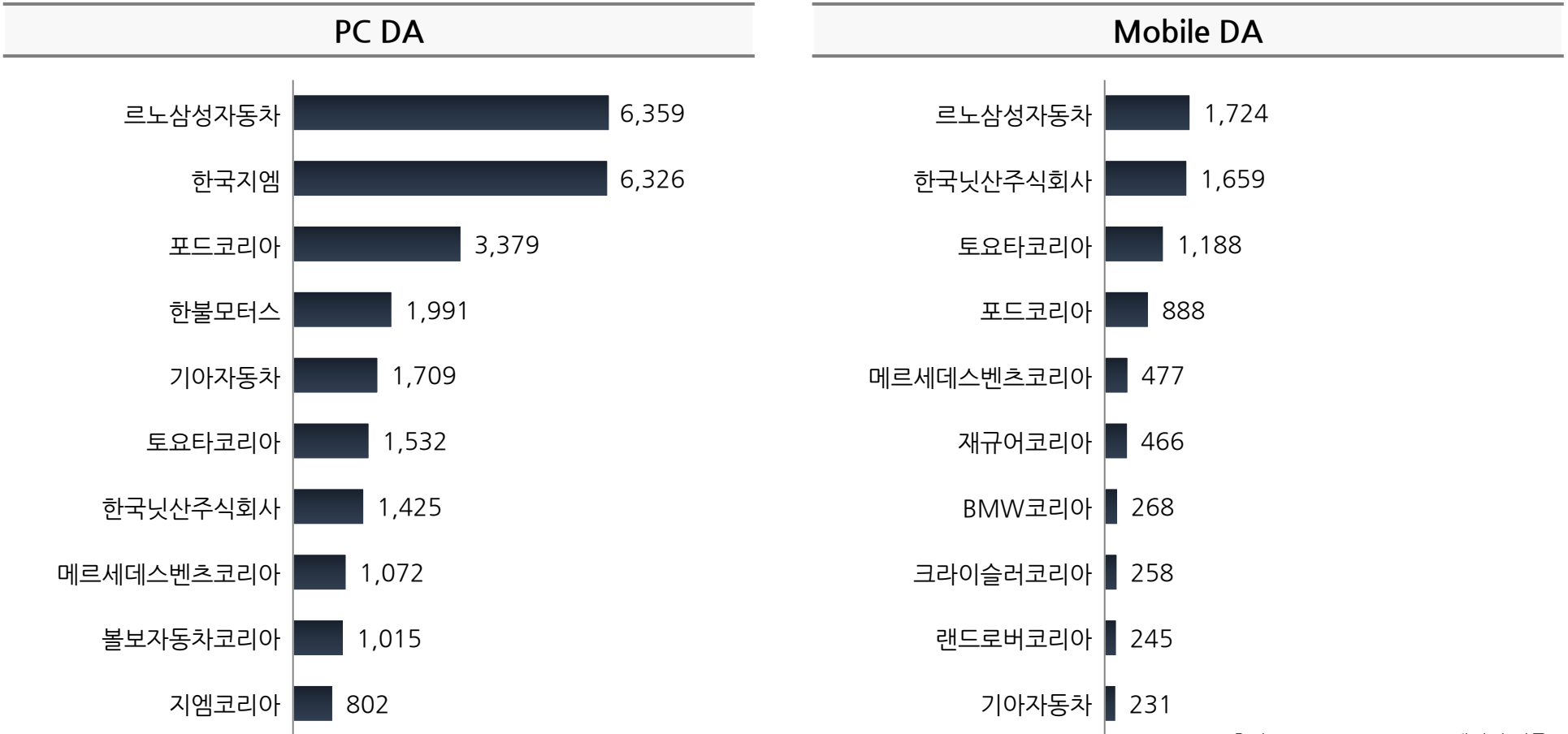
	PC DA		Mobile DA		동영상	
1	다음	13,485	네이버	3,731	유튜브	4,587
2	네이버	11,648	아담	3,705	네이버	1,891
3	네이트	2,393	애드몹	482	페이스북	1,890
4	조선닷컴	270	카카오톡(플러스친구)	395	다음	1,143
5	유튜브	178	캐시슬라이드	103	SBS	418
6	줌닷컴	78	인모비	52	곰TV	265
7	페이스북	60	cgv.co.kr	23	iMBC	154
8	연합뉴스	52	카울리	21	엠군	112
9	지마켓	51	A-PLUS	21	판도라TV	93
10	다나와	38	오마이뉴스	11	플빵닷컴	28

출처: Research AD 2016 데이터 기준

- PC, 모바일 모두 르노삼성자동차 집행 금액 최대, 그 외로 PC는 한국지엠, 모바일은 한국닛산 집행금액 대

광고비 Top 10 광고주 \_자동차

단위: 백만 원



출처: Research AD 2016 데이터 기준

※ 동영상의 경우 광고주 데이터는 리서치 애드 별도 문의

- Top3 광고주별 주요 집행 매체는 PC는 다음과 네이버, 모바일은 네이버와 아담, 카카오톡(플러스친구) 순

Top3 광고주별 주요 집행 매체\_자동차

단위: 백만 원

PC DA

르노삼성 자동차	1	네이버	3,222
	2	다음	2,309
	3	네이트	716

한국지엠	1	다음	3,699
	2	네이버	1,633
	3	네이트	735

포드코리아	1	다음	2,528
	2	네이버	820
	3	한겨레	5

Mobile DA

르노삼성 자동차	1	아담	1,234
	2	네이버	459
	3	카카오톡(플러스친구)	27

한국닛산 주식회사	1	아담	918
	2	네이버	697
	3	애드몹	32

토요타 코리아	1	아담	569
	2	네이버	386
	3	카카오톡(플러스친구)	119

출처: Research AD 2016 데이터 기준

※ 동영상의 경우 광고주 데이터는 리서치애드 별도 문의

# Contents

1. 광고비 현황

2. 업종별 트렌드

2-1 2016년 이슈

2-2 2017년 전망

3. 업종별 캠페인 사례



# 1) 상반기 판매실적 우수, 하반기 주춤

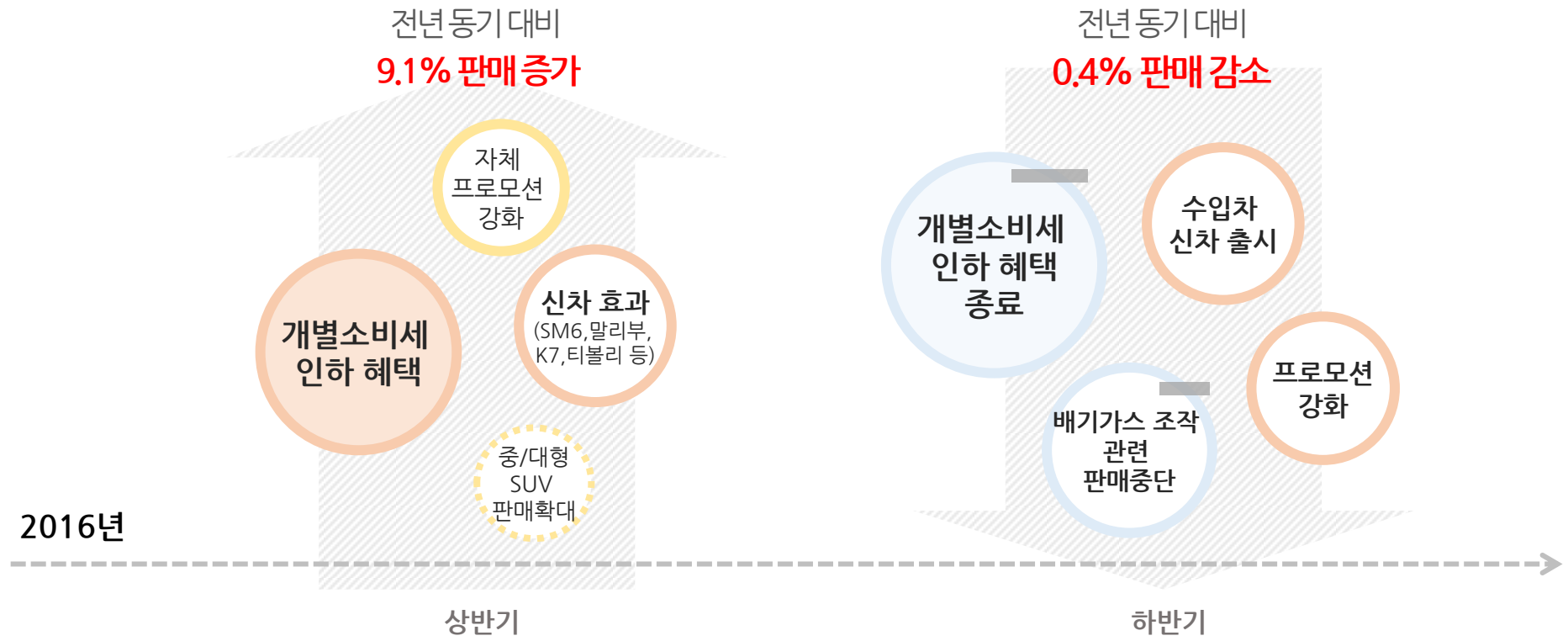
- 1월 이후 개별소비세 인하 혜택 연장과 신차효과(말리부, SM6, 티볼리, 니로, K7 등)로 인해 판매 호조
- 상반기는 대체로 전년 동월 대비 높은 실적을 보였으나, 개별소비세 인하 종료로 인한 기저효과로 전년 대비 낮은 판매 추이를 나타냄

[2016년 월별 자동차 판매]



## 2) 상반기 개별소비세 인하 혜택 특목

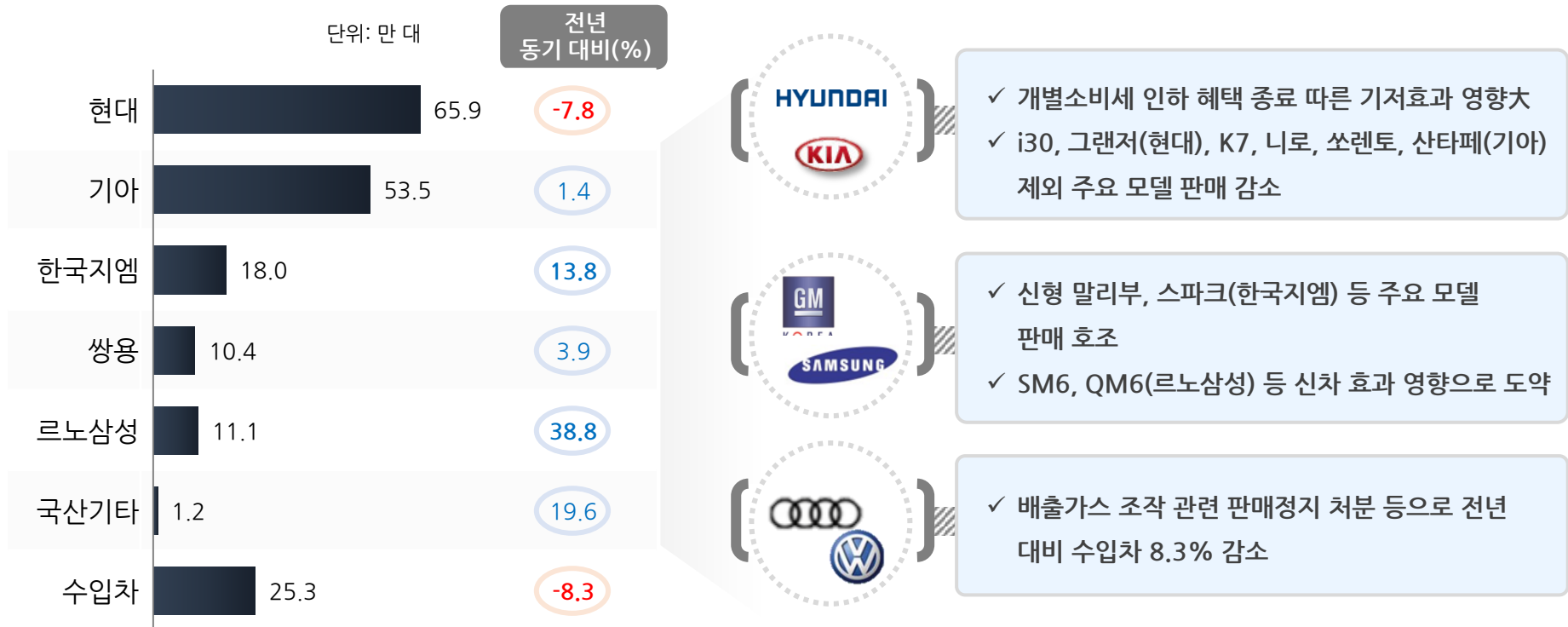
- 상반기는 개별소비세 인하(16.1월~6월)의 강력한 모멘텀으로 인해 전년 동기 대비 9.1% 판매 증가
- 그러나 하반기에는 개별소비세 인하 혜택이 종료 되면서 소비절벽 발생
- 폭스바겐, 아우디의 판매중단 조치로 인하여 신차 출시와 프로모션 강화에도 불구하고 상승을 저조



### 3) 2016년 ‘맑음’ 르노삼성, 한국지엠

- 르노삼성의 신차 연속적인 히트와 한국지엠의 주요모델 판매 호조로 전년 대비 높은 성과 도출
- 현대, 기아의 경우, 개별소비세 인하 혜택 종료에 따른 기저효과 영향을 상대적으로 크게 받아 전년대비 감소 및 실적 제고 미미

[국내 자동차 브랜드별 판매량]



출처: 산업통상자원부, 한국자동차산업협회

## 4) 생산-수출-판매 '삼중고'

- 일부 업체 부분 파업의 영향인 생산차질로 인한 공급부족과 함께, 주요 수출 시장인 신흥국(중남미, 중동 등)의 경기 침체로 생산 지표 하락
- 세계 자동차 수요 부진과 함께 해외현지 생산 물량으로 해외 판매에 대응하면서 수출 지표 전년대비 11.8% 감소

단위: 천 대, 억 불, %

구분	2014년		2015년		2016년	
	생산	수출	생산	수출	생산	수출
생산	4,525	0.1	4,556	0.7	4,229	-7.2
수출	3,063	-0.8	2,974	-2.9	2,623	-11.8
(금액)	489	0.6	458	-6.4	406	-11.3
차부품수출(금액)	266	2.1	256	-4.1	244	-4.4
국내판매	1,661	7.9	1,833	10.4	1,825	-0.4
국산차	1,446	4.6	1,558	7.7	1,573	1.0
수입차	215	36.1	275	27.9	252	-8.3

출처: 산업통상자원부, 한국자동차산업협회, 한국수입자동차협회



## 5) 중형세단/소형 SUV 인기

- 전통적 강자인 쏘나타와 더불어, 르노삼성의 SM6, 쉐보레 말리부 등의 중형세단이 뛰어난 디자인과 첨단 기술 장착으로 인기 상승
- 쌍용 티볼리, 기아 니로 등 가성비가 뛰어난 소형 SUV의 수요 증가로 시장 확대됨

### ✓ 중형세단 경쟁 강화

- ✓ 뛰어난 디자인과 첨단 기술 장착으로 무장한 중형 세단의 인기 高
- ✓ 쏘나타(현대)의 꾸준한 인기와 함께, SM6(르노삼성)와 신형 말리부(한국지엠)가 각각 빠르게 시장 점유율 확장 중임



### ✓ 소형 SUV 인기 상승

- ✓ 여가활동 증가와 저유가 기조가 계속됨에 따라 가성비가 좋은 소형 SUV가 주목받게 됨
- ✓ 현대차도 2017년 상반기 중, 신규 소형 SUV 모델 출시 예정임



# 6) 국산차 판매 현황

- 아반떼가 9만3804대로 국산차 판매 1위를 차지함. 다음으로 소나타가 8만2203대로 2위, 기아 쏘렌토가 8만715대로 3위로 나타남
- 르노삼성의 성장을 이끈 SM6와 소형 SUV의 선두인 쌍용 티볼리가 각각 9위, 10위에 랭크됨

[2016 국산차 판매량]

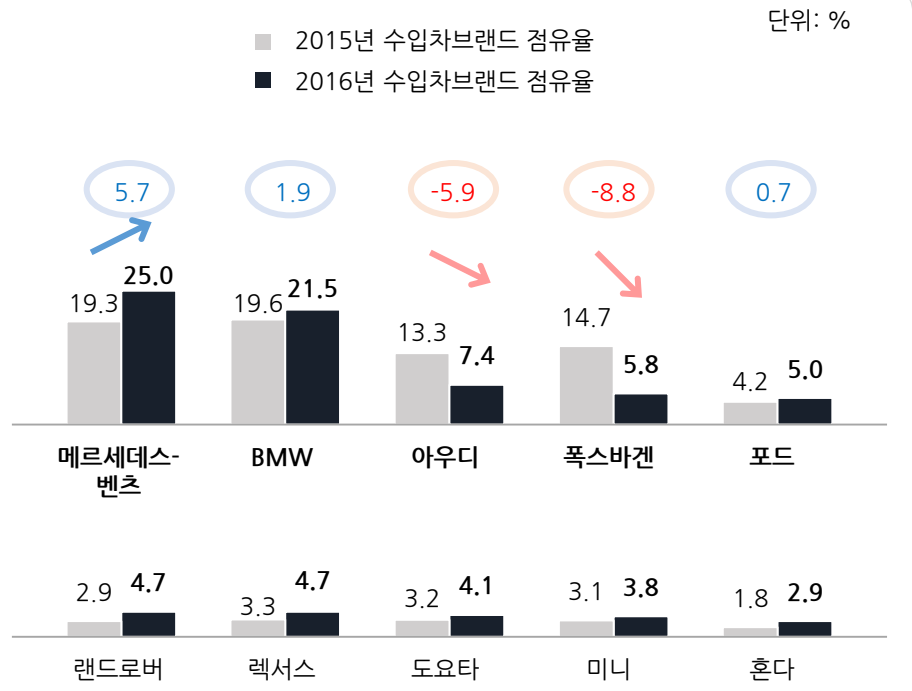


출처: 업계 취합, 동아닷컴

# 7) 수입차 판매 현황

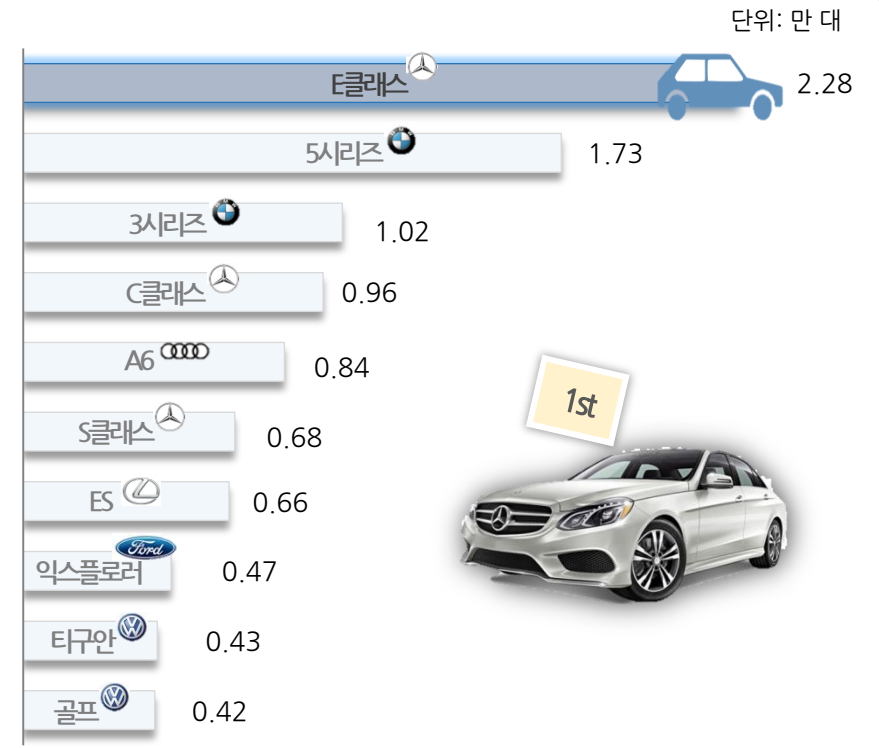
- 메르세데스-벤츠와 BMW가 각각 25.0%, 21.5%로 수입차 시장을 양분하고 있으며, 아우디와 폭스바겐은 배기가스 조작 관련 판매중지의 여파로 점유율 하락
- 2016년 가장 많이 팔린 수입차는 메르세데스-벤츠의 E클래스이며, 다음으로 BMW의 5시리즈임

[수입차 브랜드 점유율]



\* 2016년 점유율 Top10 브랜드 기준

[2016 수입차 판매량]



출처: 업계 취합, 한국수입자동차협회, 모터그래프

# 1) 자율주행 자동차 개발 확산

- 최적 안전주행이 보장된 자율주행 자동차 상용화를 위해 각 기업이 빠르게 대응 중이며, 2017년부터 기술 경쟁 본격화
- 2020년 자율주행차 본격 등장 → 2025년 이후 대세 → 2030년 이후 보편화 예상됨

## ✓ 2017년부터 자율주행차 개발 경쟁 본격화

- ✓ 다양한 기술이 집약되어 자동차회사+IT회사로 구성된 연합 단위 자율주행 연구 활발함
- ✓ 각 업체별 자율주행과 관련하여 단계별 기술 상용화 전략 구상 활발



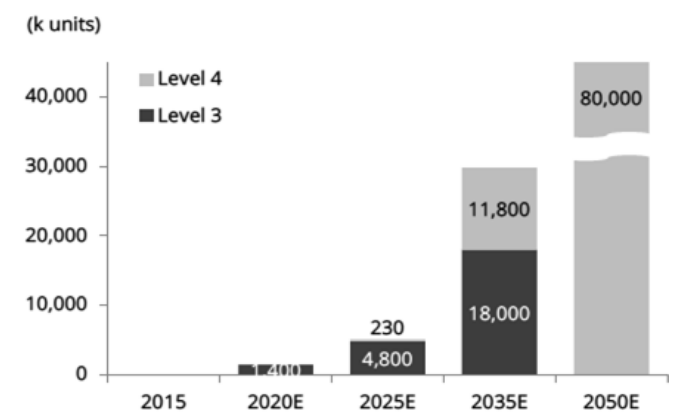
<b>구글</b>	- 크라이슬러 미니밴 자율주행 기술 탑재 - 자율주행차 독립법인 '웨이모' 설립 - 시각장애인 시범운행 성공
<b>현대기아차</b>	- 2018년 상용화 목표 고속도로 주행지원 시스템과 혼잡구간 주행지원 시스템 구축 - 2017 CES 아이오닉 완전자율주행 기술 시연
<b>우버</b>	- 피츠버그에서 자율주행택시 테스트 중이며 상용화 눈앞
<b>BMW</b>	- 인텔, 모빌아이와 2017 완전자율주행 BMW 7 시리즈 40대 시범 운행 계획 有 - 2021년 'BMW iNEXT 상용화 예정
<b>볼보</b>	- 2017년 상용화 목표 '드라이브 미(Drive Me)' 프로젝트 진행

## ✓ 자율주행 법제화 정리 및 전용 도로 구축 등 인프라 증진 노력 다

- ✓ 미국, 유럽, 일본이 가장 적극적/우리는 현재 개발 지원이 중점임  
→ 16.11월 대부분의 일반도로에서 자율주행차가 주행할 수 있도록 허용  
→ 추후 제조사 및 운전자 책임 범위 등 방면의 법제 정리 필요

## ✓ 자율주행 자동차 시장 지속 확산 전망

- ✓ 2035년 전세계 판매 자동차 4대 중 1대는 자율주행차로 예측됨



출처: HIS Automotive, bcg, 미래에셋 리서치센터

## 2) 스마트기기로 진화하는 커넥티드카 경쟁

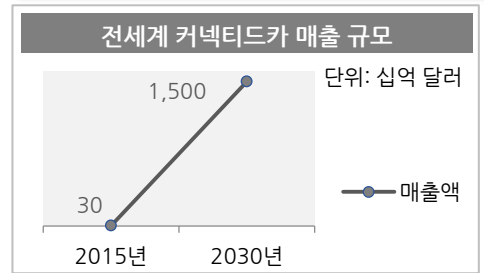
- 미래 성장동력으로 선정 대규모 투자 진행 중, 빅데이터, 사물인터넷, 클라우드 기술 집약되어 있어 업종간 진입 장벽 낮아지고 협업 활발
- 2020년 전체 생산량의 75%이상이 커넥티드카로 예상되며, 전세계 시장규모 2015년 300억달러에서 1조5천억 달러 수준으로 성장 전망



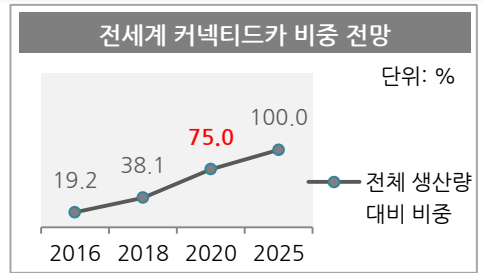
### ✓ 미래 성장동력으로서 커넥티드카 주목

- ✓ 대규모 투자 진행/ 관련 업체, 기관간 협력 노력 多
- ✓ 매출 규모 2030년 1조 5천억달러, 전체 비중 2020년부터 75% 이상 예상

<b>삼성</b>	- 미국 자동차 부품업체 하만 인수	<b>애플</b>	- iOS 운영체제 ‘카플레이’ 확산주력
<b>현대 기아차</b>	- ‘시스코’와 초연결 지능형차 개발 - 서울시와 MOU체결 → 교통 정보 기반 차량연비 개선 - 중국에 글로벌 빅데이터센터 구축	<b>포드</b>	- 아마존과 협업
<b>쌍용 자동차</b>	- LG유플러스, 인도 테크마힌드라와 MOU체결	<b>BMW</b>	- 독일 빅데이터 업체 SAP과 운전자 행동분석 맞춤 서비스 연구 - SK텔레콤과 5G 커넥티드카 T5 개발
		<b>구글</b>	- 완성차 업체들과 운영체제 연합체 ‘열린자동차연합(OAA)’ 구성



출처: 맥킨지

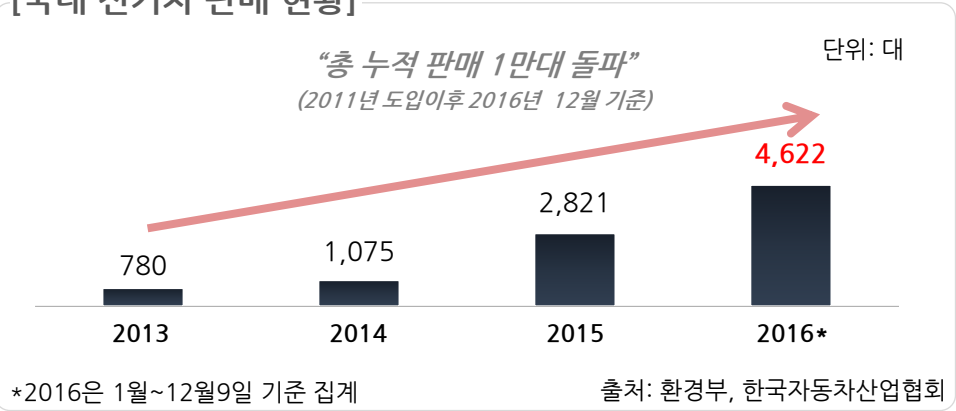


출처: BI인텔리전스

### 3) 친환경 중요성 高, 전기차 보급 본격화

- 2011년 도입 이후, 국내 시장 현대 아이오닉 중심으로 2016년 12월 전기차 누적판매 1만대 돌파
- 테슬라와 비야디의 한국 시장 진출, 보급 여건 및 환경 개선, 기술력 증진을 통한 기능 개선과 모델 다양화로 향후 전기차 시장 지속 확대 예상

#### [국내 전기차 판매 현황]



#### [주요 전기차 모델별 판매량]



#### • 글로벌 전기차기업의 한국 진출

- ✓ 글로벌 강자 테슬라와 전 세계 전기차 판매 1위 비야디(BYD) 한국 진출

#### • 전기차 보급 여건 개선

- ✓ 환경부, 2017년 급속충전소 530곳 신규 설치 계획有,
- ✓ 현대해상, KB손해보험, 동부화재 등 전기차 전용보험 출시

#### • 차량구매 보조금 확대

- ✓ 차량구매 보조금, 지자체 보조금 및 개별소비세 등 세금감면 혜택 유지
- ✓ 공영주차장, 터널통행료, 공공 충전 전기비용 등 할인 혜택 제공 예정

#### • 주행거리 개선 및 모델 다양화

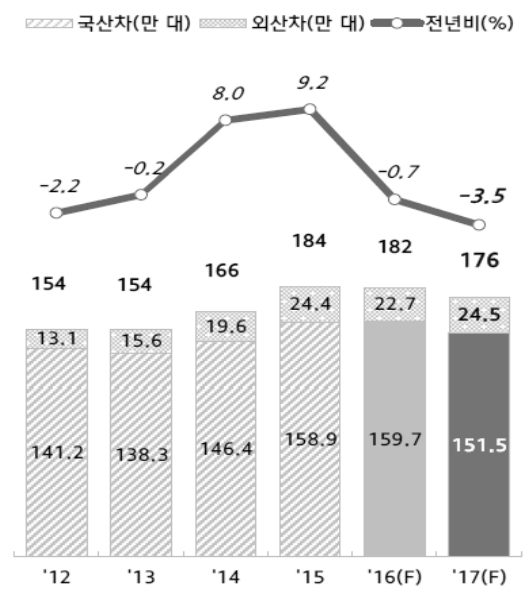
- ✓ 기술력 증진을 통한 배터리 용량 대비-주행거리 개선 노력 多  
→ 中 패러데이퓨처 1회 충전 700km 전기차, 삼성SDI 20분 충전 500km 배터리
- ✓ 루시드모터스 전기차 세단 ‘루시드 에어’(Lucid Air) 미국에서 공개

# 4) 신차 출시 강화로 소비절벽 대응

- 개별소비세 인하 종료와 저성장 기조, 소비심리 위축으로 2016년 대비 2017년에는 전체적으로 판매량이 감소될 것으로 예상됨
- 내수 활성화를 위하여 각 업체별로 신차 출시를 앞당기고 있으며, 정부도 노후 경유차 교체 취득세 감면 도입을 통해 소비 촉진 기대

## [국내 자동차 연간 판매]

✓ 개별소비세 인하 종료와 이후, 대기 수요 소진, 경기 부진으로 인한 소비 위축으로 전년대비 -3.5 수준, 176만대 예상(2016년 182만대)



\* 외산차:국내 OEM 제외/총계:수입 중대형, 국내 OEM포함 출처: 글로벌경영연구소

### • 신차출시라인업강화

- ✓ 성장세가 높은 세그인 SUV와 전통적으로 판매 대수가 많은 엔트리급 준중형 신차, 친환경 전기차 등 다양한 신차 출시 계획 多



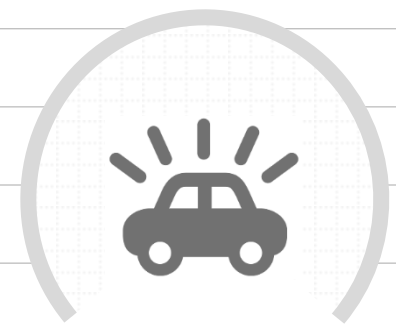
### • 노후 경유차 교체취득세감면도입

- ✓ 신차 판매 촉진 위해 6월 말까지 노후 경유차 신차 교체 시 개별소비세 70%, 승합-화물차 취득세 50% 감면 혜택 제공 확대 중

## 5) 2017 출시 예정 신형 자동차

- 현대차가 프로젝트명 OS로 티볼리가 주도하는 소형 SUV 시장에 처음으로 등장 예정
- 시장 1위 자리에서 쉐보레 스파크에 밀렸던 기아차가 신형 3세대 모닝을 출시하며 경쟁 돌입
- 세계 시장에서 선전한 쉐보레의 순수전기차 볼트 EV 국내 출시 확정
- 2016년 SM6, QM6를 흥행시키며 성장한 르노삼성의 기대작인 소형 해치백 클리오 출시 예정

구분	차명 및 업체
소형	신형 모닝(JA, 기아), 클리오(르노삼성)
준중형	벨로스터 후속(현대), K3 후속(기아), 크루즈 후속(한국GM), SM3 후속(르노삼성)
중형	쏘나타 페이스리프트(현대)
대형	그랜저 IG(2016.12월 출시)
SUV	OS(소형 SUV, 현대), SE(소형 SUV, 기아), 렉스턴 후속(Y400, 쌍용)
고급	K8(CK, 기아), G70(현대)
수입차	5시리즈(BMW), S90(볼보)
전기차	볼트 EV(한국GM), 트위지(르노삼성)



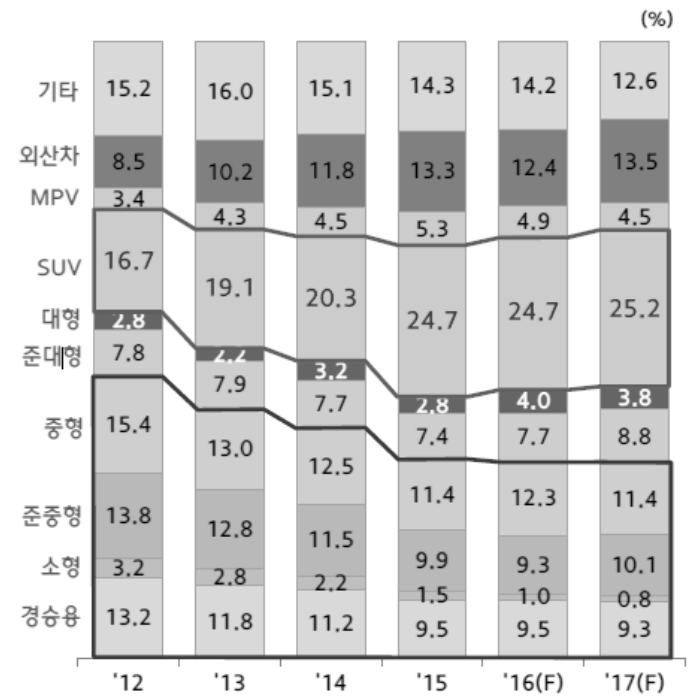
출처: 업계 취합, 글로벌경영연구소, 하이투자증권



## 6) SUV의 수요 확대와 준중형 이하 수요 감소

- 가족 지향형 소비 및 레저문화 확산과 함께 소형 SUV, 소형 CUV, 대형 SUV 등 다양한 모델/라인업 구축으로 판매 확대 예상
- 저성장과 소비심리 위축으로 준중형 이하의 실용차급 수요가 감소함과 동시에 양극화 심화로 고소득층의 준대형 이상 차급 구매 증가 예상

[국내 연간 차급별 판매]



\* 준대형 상용 포함 (수입 준대형 상용 제외)

출처: 글로벌경영연구소, 한국자동차산업협회, 한국수입자동차협회



# Contents

1. 광고비 현황
2. 업종별 트렌드
3. 업종별 캠페인 사례

19 av.

■ New Visitor ■ Returning Visitor



# 1) The new Infiniti Q50


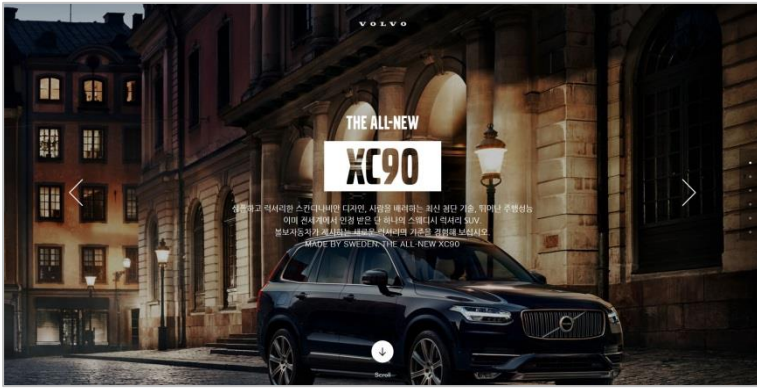
수입자동차

광고주	한국닛산주식회사	브랜드	인피니티
집행 기간	2016.01.25 ~ 2016.01.31	집행 매체	네이버, 유튜브
캠페인 구분	PC DA, 동영상	캠페인 유형	브랜드검색, 동영상
캠페인 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 네이버 메인 지면을 활용함과 동시에 유튜브를 통한 광고 집행</li> <li>• 랜딩페이지 이동 시 Q50 상품 정보 제공</li> </ul>		
캠페인 이미지			

출처: 내부자료, 리서치애드, 기타(각 사 공식페이지 및 언론기사)

## 2) 사전계약중

수입자동차

광고주	볼보자동차코리아	브랜드	VOLVO XC90
집행 기간	2016.03.03 ~ 2016.03.16	집행 매체	네이버, 다음
캠페인 구분	PC DA, Mobile DA	캠페인 유형	타임보드
캠페인 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 네이버와 다음의 메인 지면과 다음의 자동차 게재면 함께 집행</li> <li>• 랜딩페이지 이동 시 상품 정보 및 사전 계약 관련 정보 제공</li> </ul>		
캠페인 이미지	<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">   </div>		

출처: 내부자료, 리서치애드, 기타(각 사 공식페이지 및 언론기사)

### 3) 500대 한정, 칸느 블루 스페셜 에디션

국산자동차

광고주	르노삼성	브랜드	QM3
집행 기간	2016.08.01~ 2016. 08.31	집행 매체	네이버, 네이트
캠페인 구분	Mobile DA	캠페인 유형	브랜드검색
캠페인 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>여름 겨냥하여 선보이는 QM3 500대 한정 칸느 블루 스페셜 에디션 캠페인 진행</li> <li>랜딩 페이지 이동 시 시승신청, 카탈로그 신청 가능</li> </ul>		
캠페인 이미지			

출처: 내부자료, 리서치애드, 기타(각 사 공식페이지 및 언론기사)

## 4) 당신을 설레게 할 BMW와의 첫 만남

수입자동차

광고주	BMW코리아	브랜드	BMW
집행 기간	2016.08.22 ~ 2016. 08.30	집행 매체	페이스북, 유튜브
캠페인 구분	PC DA, 동영상	캠페인 유형	배너, 뉴스피드
캠페인 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 페이스북 뉴스피드 등과 유튜브를 활용하여 광고 집행</li> <li>• 랜딩페이지 이동 시, 시승 신청과 혜택에 대한 정보 제공</li> </ul>		
캠페인 이미지			

출처: 내부자료, 리서치애드, 기타(각 사 공식페이지 및 언론기사)

### 5) i30의 새로운 드라이빙

국산자동차

광고주	현대자동차	브랜드	i30
집행 기간	2016.09.08 ~ 2016.09.22	집행 매체	카카오톡
캠페인 구분	Mobile DA	캠페인 유형	플러스친구
캠페인 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>카카오톡 플러스친구 광고로 i30 신차 출시 알림과 페이지 연결 시 i30 특징, 시승기 등 상품 내용 전달</li> </ul>		
캠페인 이미지			

출처: 내부자료, 리서치애드, 기타(각 사 공식페이지 및 언론기사)

## 6) 소원성취 크리스마스 이벤트

수입자동차

광고주	한불모터스	브랜드	푸조2008
집행 기간	2016.12.01 ~ 2016.12.31	집행 매체	네이버, 엠군
캠페인 구분	PC DA	캠페인 유형	롤링보드
캠페인 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>랜딩페이지로 이동하면 정해진 기간내 차량 출고 조건 충족으로 참여할 수 있는 '크리스마스 소원성취' 이벤트에 대한 상세 내용 제공</li> </ul>		
캠페인 이미지			

출처: 내부자료, 리서치애드, 기타(각 사 공식페이지 및 언론기사)



## 7) THE NEW TRAX 사전계약/시승신청


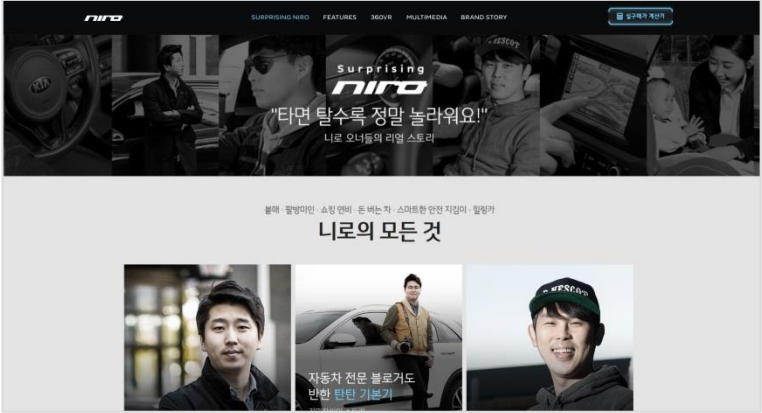
국산자동차

광고주	한국지엠	브랜드	트랙스
집행 기간	2016.12.01 ~ 2016.12.31	집행 매체	네이버, 네이트, 다음
캠페인 구분	PC DA	캠페인 유형	타임보드(동영상확장형)
캠페인 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 배너에 마우스 오버시 상품 소개 동영상으로 확장</li> <li>• 랜딩 페이지로 연결시 시승신청, 견적 상담 노출</li> </ul>		
캠페인 이미지			

출처: 내부자료, 리서치애드, 기타(각 사 공식페이지 및 언론기사)

## 8) 오너들의 리얼 스토리 대공개 서프라이징 NIRO

국산자동차

광고주	기아자동차	브랜드	니로
집행 기간	2016.12.05~ 2016.12.25	집행 매체	네이버
캠페인 구분	PC DA	캠페인 유형	롤링보드
캠페인 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 실제 니로를 구입한 오너들의 이야기를 게재한 랜딩페이지 이동으로 진행</li> <li>• 니로 브랜드 뿐만 아니라 제품 자체에 대한 이해도를 높이는 효과 有</li> </ul>		
캠페인 이미지	<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">   </div>		

출처: 내부자료, 리서치애드, 기타(각 사 공식페이지 및 언론기사)

# CONTACT US



## Web & Mobile Site

- Korea  
[www.mezzomedia.co.kr](http://www.mezzomedia.co.kr)
- English  
[www.mezzomedia.co.kr/en](http://www.mezzomedia.co.kr/en)
- Facebook  
[www.facebook.com/mezzomedia](http://www.facebook.com/mezzomedia)
- Brunch  
[brunch.co.kr/@mezzomedia](http://brunch.co.kr/@mezzomedia)



## Address

[지번] 경기도 성남시 분당구 서현동 266-1 분당 퍼스트타워 3, 4층  
[도로명] 경기도 성남시 분당구 분당로 55, 463-824



## E-mail

메조미디어 트렌드전략팀 [mezzo\\_report@cj.net](mailto:mezzo_report@cj.net)

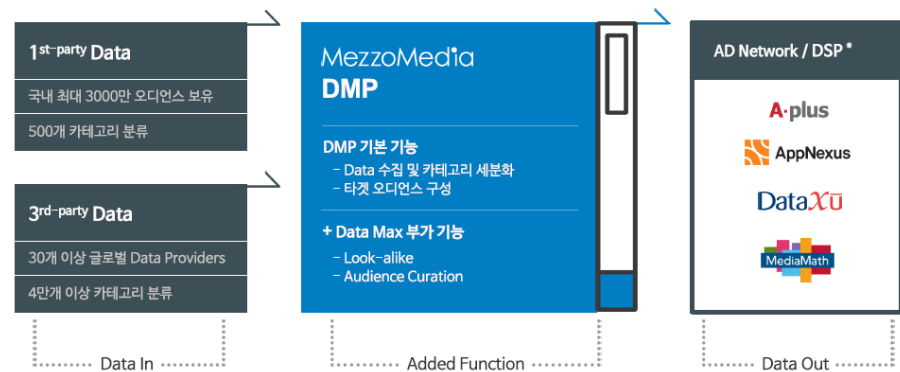
# A-plus

메조미디어 No.1 네트워크 플랫폼 소개서



# DataMax

메조미디어 국내 최초 독립적 DMP 소개서



\*DSP는 2017년에 1Q에 연동 예정되어 있습니다.

---

**THANK  
YOU**