

20  
17

FEB

no. 266

# MEDIA TREND

미디어 동향 및 신규 광고 상품

# INDEX

---

## 디지털 미디어 & 마켓 이슈

---

### MEDIA ISSUE

- A. 네이버, 동영상 서비스 네이버 TV로 개편 진행
- B. 네이버 vs. 카카오, 모바일 게임 커뮤니티 영역 경쟁
- C. 페이스북인스타그램, 다양한 신규 광고 서비스 테스트 진행 중

### MARKET ISSUE

- D. 디지털 마케팅의 핵심은 '동영상(Video)'
- E. 전 국민 인터넷 시대, 60대 이상도 2명 중 1명꼴로 인터넷 이용

## A. 네이버, 동영상 서비스 '네이버 TV'로 개편 진행

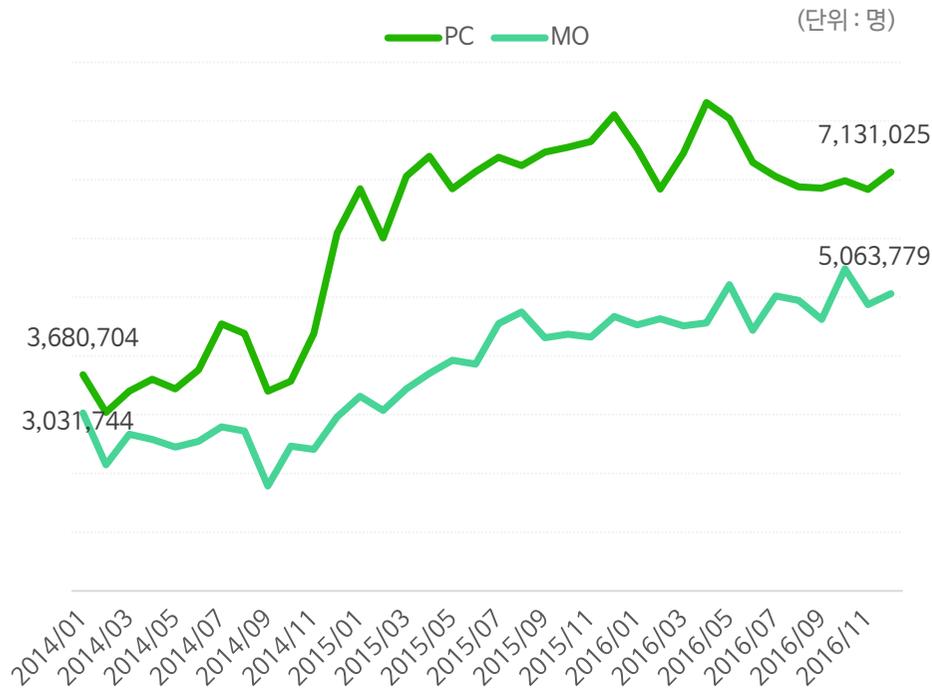
- 네이버, 네이버 tv캐스트와 고화질 영상 중심의 '네이버 미디어플레이어' 앱을 통합한 '네이버 TV' 런칭

: 네이버 동영상 서비스 이용자는 2014년 하반기 지상파를 비롯한 프리미엄 콘텐츠 클립 영상을 제공하며 꾸준한 증가세를 나타냄

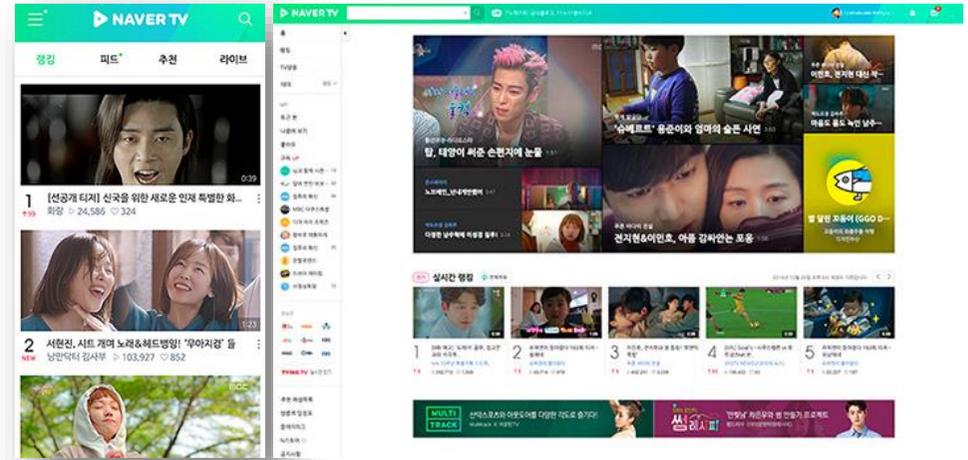
: 네이버는 '네이버 tv캐스트'와 모바일을 통해 고화질 영상을 제공하던 '네이버 미디어플레이어'를 통합한 '네이버 TV' 애플리케이션 출시

: '네이버 TV' 런칭으로 PC와 모바일 영역의 동영상 이용자 유입을 극대화하고 서비스 경쟁력을 지속적으로 강화해 나갈 것으로 보임

네이버 tv 캐스트 이용자수 추이



네이버 TV 주요 서비스 내용



### '네이버 tv캐스트'와 고화질 영상 중심의 '미디어 플레이어' 앱 통합한 '네이버 TV' 런칭

- 네이버는 지상파를 비롯한 프리미엄 동영상 콘텐츠를 제공하던 '네이버 tv캐스트'를 '네이버 TV'로 개편하고 애플리케이션 출시
- 기존에 '네이버 tv캐스트'에서 제공되던 콘텐츠를 제공하며 세분화된 화질별 시청 가능
- 기존 모바일 웹페이지 시청과 달리 별도의 앱 설치 없이 고화질 영상 서비스 제공

## B. 네이버 vs. 카카오, 모바일 게임 커뮤니티 영역 경쟁

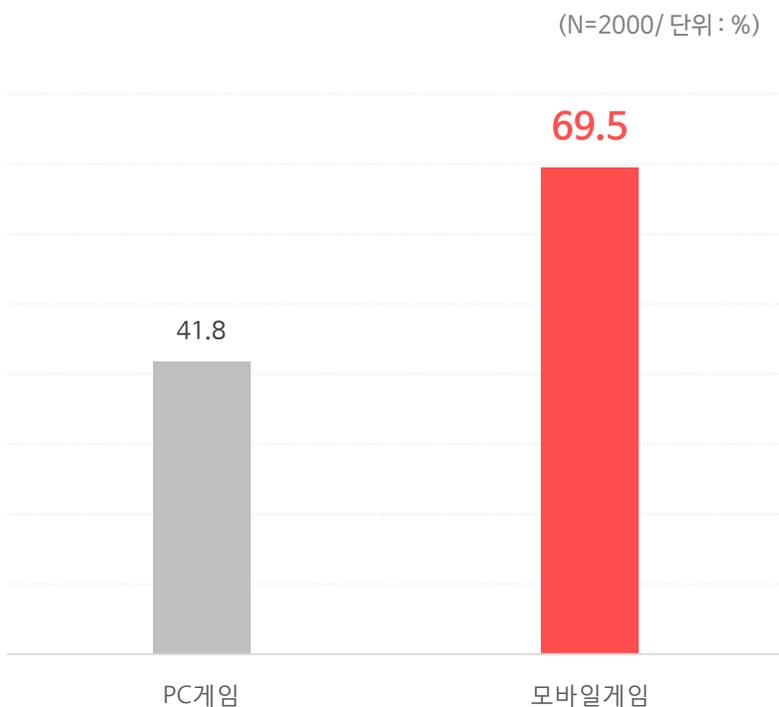
- 네이버-카카오, 네이버 카페 플러그, 게임별 및 음성 채팅 등 지원 등을 통해 모바일 게임 사업 영역 강화

: 2017 나스미디어 NPR 자료에 따르면, 모바일 게임 이용자는 69.5%로 PC 온라인 게임을 넘어선 것으로 조사됨

: 네이버는 모바일 게임 내에서 공식 카페와 연동할 수 있는 플러그인 SDK를 국내외 모바일 게임에 확대 적용할 예정

: 카카오는 카카오톡 내 게임탭인 게임별의 이용자 확대에 집중하고 for kakao 게임에 음성 채팅 및 길드채팅을 카카오톡과 연동시켜나갈 전망

PC·모바일 게임 이용률 현황



네이버-카카오 모바일 게임 커뮤니티 서비스



- 네이버는 게임 내에서 이탈없이 공식 카페를 노출시킬 수 있는 카페 플러그인 개발
- 네이버 카페 카테고리 중 게임의 비중이 약 15%를 차지하고 있어 네이버 카페와 모바일 게임간의 시너지 확대에 효과적



- 카카오는 카카오톡 내 게임탭을 통해 카카오 유저 간 게임 소통 영역 강화
- 또한, for 카카오 게임에 음성 채팅 기능 및 카카오톡을 통한 길드간 채팅을 지원할 예정
- 지속적인 게임 관련 커뮤니티 활성화를 통해 모바일 게임 사업 영역 확대 기반 확충에 집중할 예정

## C. 페이스북·인스타그램, 다양한 신규 광고 서비스 테스트 진행 중

● 페이스북·인스타그램, 동영상/메신저 등 자사 플랫폼 활용한 신규 광고 서비스 도입으로 광고 사업 영역 강화

: 2016년 성공적인 광고 수익을 기록한 페이스북은 자사의 다양한 플랫폼 내 신규 광고 서비스를 도입할 예정

: 생중계 서비스 LIVE에 중간광고를 도입하기 위한 테스트를 진행 중이며, 연내 도입될 경우 유튜브와 동영상 광고 서비스 경쟁이 본격화될 것으로 보임

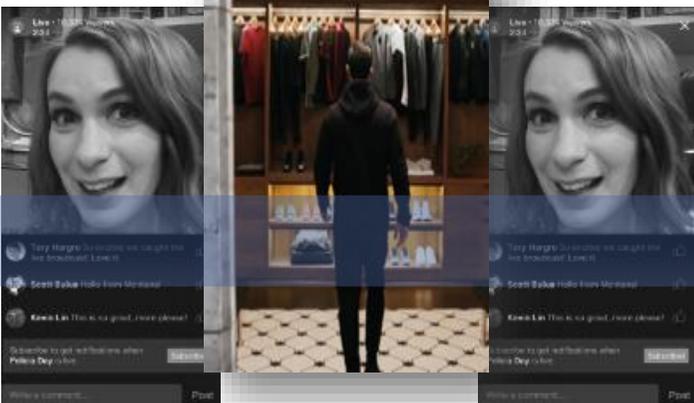
: 페이스북 메신저와 인스타그램에도 브랜딩 위주의 광고 상품 도입 예정, 페이스북의 광고 사업 영역 강화는 2017년에도 지속될 전망

### 페이스북·인스타그램 도입 예정 광고 서비스



페이스북 LIVE 중간 광고 도입 예정

동영상 중간 광고

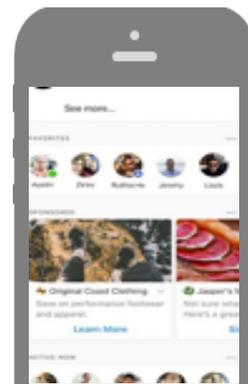


- 페이스북은 생중계 서비스 LIVE에 동영상 재생 시작 20초 이후 광고를 넣는 방식을 테스트 진행 중
- 페이스북 LIVE 중간광고는 페이스북 동영상 게시자(크리에이터)와 수익을 나눠 갖는 구조가 될 것으로 보임



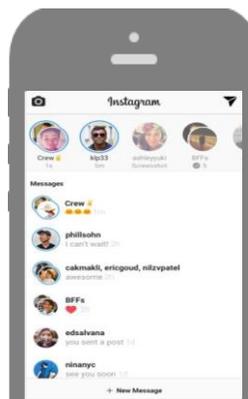
페이스북 메신저 APP 광고 추가 예정

- 페이스북 메신저 사용자에게 앱 내 광고를 노출할 예정
- 광고 대상은 일반 이용자와 기업 모두를 대상으로 하며, 메신저 홈 화면에서 광고를 거치지 않으면 친구와 메시지를 주고 받을 수 없는 구조(현재 호주/태국 테스트 진행 중)



인스타그램 '스토리' 광고 기능 도입 테스트 진행 중

- 인스타그램은 24시간 동안만 사진이나 동영상을 공유하고 이후 사라지는 형태의 스토리에 광고 기능 삽입 예정
- 전체 화면을 모두 사용할 수 있는 스토리의 장점을 활용해 광고를 제공할 수 있을 것으로 기대됨



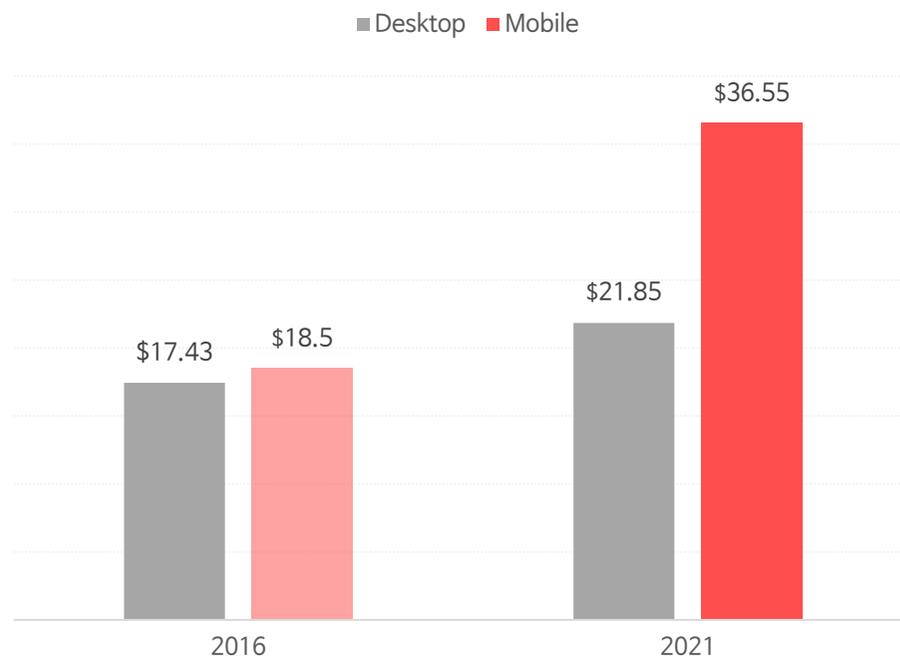
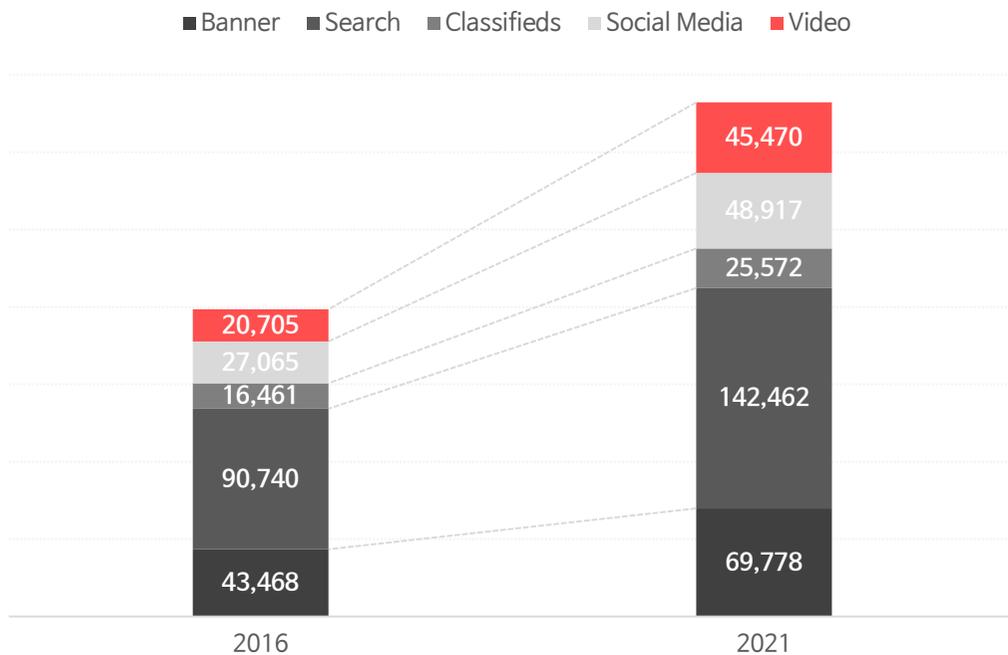
## D. 디지털 마케팅의 핵심은 ‘동영상(Video)’

- 글로벌 디지털 광고 시장이 지속적인 성장을 기록할 것으로 전망 되는 가운데 동영상 광고는 가장 큰 폭의 성장을 기록할 것으로 보임
  - : 2021년 디지털 광고 시장은 약 3,300억 달러(한화 약 375조 7000억 원) 규모로 성장할 것으로 보임
  - : 동영상과 소셜미디어 부문의 광고 수익 연 평균 성장률(CAGR)은 각각 약 17%, 12.8%를 기록하며 디지털 광고 영역 중 가장 큰 성장률을 보일 것으로 예상
  - : 디지털 광고 시장에서 동영상 비중의 지속적으로 증가할 것으로 보이며, 특히 모바일 동영상 광고 시장의 성장이 두드러질 것으로 전망됨

글로벌 디지털 광고 수익 전망

US 디바이스간 이용자당 동영상 광고 소비량

(단위 : 백만 달러)



## E. 전 국민 인터넷 시대, 60대 이상도 2명 중 1명꼴로 인터넷 이용

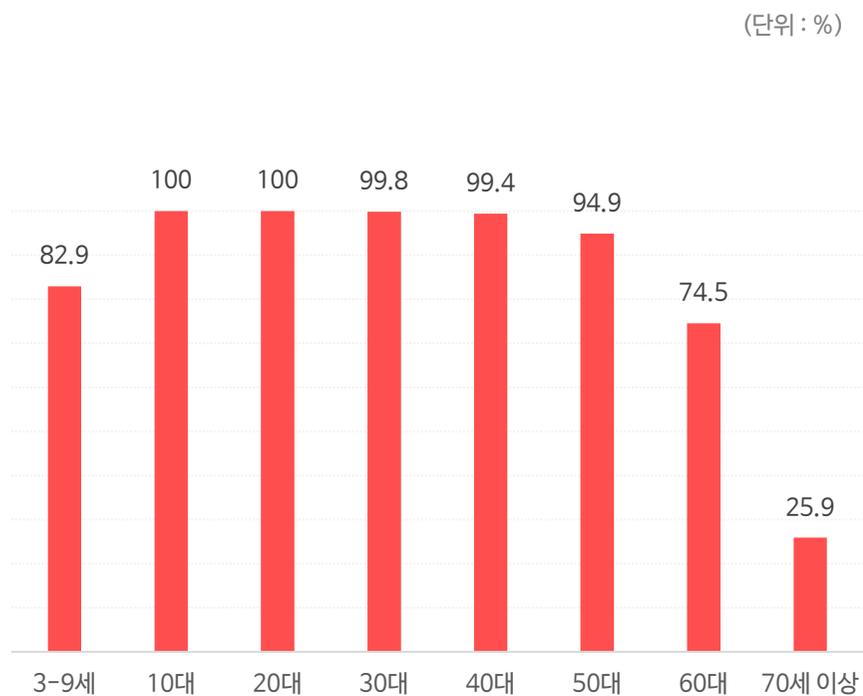
- 미래창조과학부-한국인터넷진흥원, 2016년 인터넷 이용 실태 조사 결과 인터넷 이용률 약 88.3%

: 2016년 인터넷 이용 실태 조사 결과에 따르면 10-50대 연령층은 평균 약 95% 이상이 인터넷을 이용하는 것으로 나타남

: 60대 이상 고연령층의 인터넷 이용률도 약 50%를 넘어서며 \*실버 서퍼(Silver Surfer) 연령층에 대한 디지털 마케팅 영역 확대가 예상됨

\*Silver Surfer : 고연령층을 의미하는 실버와 인터넷 서핑을 의미하는 서퍼의 합성어/ 인터넷 및 스마트폰 이용에 능숙한 고령층

2016 연령별 인터넷 이용률



인터넷 이용 목적



# ~~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