

2020, 06

Global Trend Report

대만

Taiwan

1. 대만 미리보기

- ① 대만 인구 수
- ② 종교와 언어
- ③ 지역별 특성
- ④ 공휴일
- ⑤ 대만 GDP

2. 대만 디지털 시장

- ① 디지털 이용 행태
- ② 모바일 및 스마트폰 이용 행태
- ③ 웹사이트와 소셜미디어 플랫폼
- ④ 디지털 광고 시장 현황
- ⑤ 디지털 광고 사례
- ⑥ 주목해야 할 매체

3. 대만 게임 시장

- ① 게임 시장 규모
- ② 대만 게임 이용 행태
- ③ 게임 마케팅 사례
- ④ 주목해야 할 게임 매체
- ⑤ 게임 인플루언서



대만 미리보기

- ① 대만 인구 수
- ② 종교와 언어
- ③ 지역별 특성
- ④ 공휴일
- ⑤ 대만 GDP

01 대만 인구 수

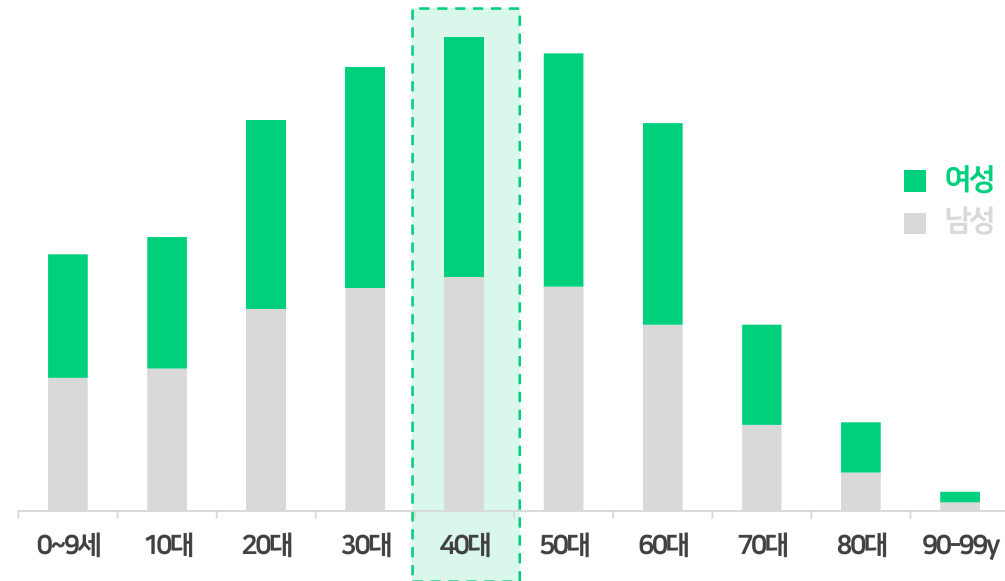
대만의 인구수는 약 **2,381만 명**이며, 40대의 비중이 가장 높음!

전체 인구 수



2018년 인구 수 대비
↑0.46% 상승

연령대 별 인구 분포도

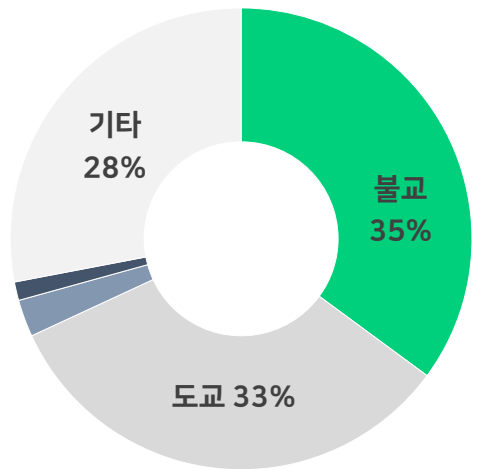


중간 연령층 40-49세
빠른 속도로 고령인구 증가하며 고령화 사회 진입

대만 종교와 언어

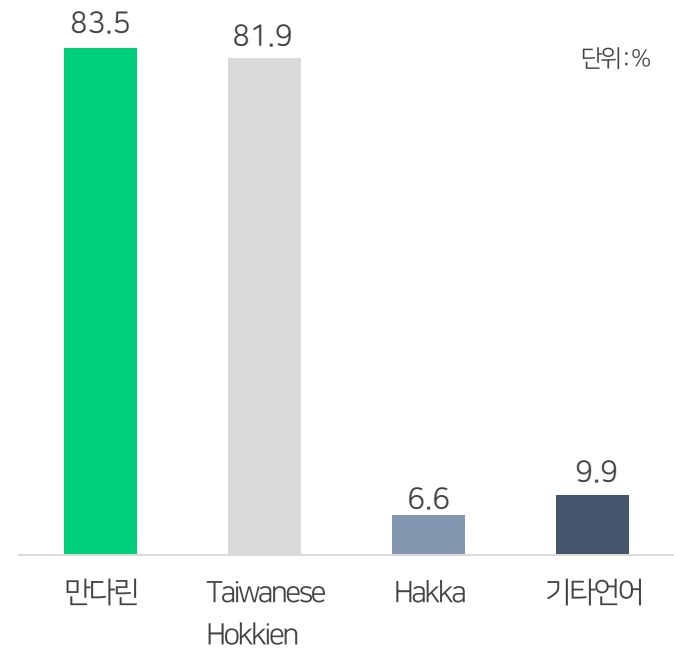
종교는 불교(35%), 도교(33%), 기독교/천주교 등 다양하며
사용 언어로는 **만다린과 Taiwanese Hokkien(타이완어)**가 대표적

대만 종교



■ 불교 ■ 도교 ■ 개신교 ■ 가톨릭교 ■ 기타

사용 언어 비율



대만은 나라 면적이 작아 도시 별 특색이 강하지 않음
주요 도시로는 타이베이, 타이중, 타이난, 가오슝 등이 대표적!

주요 지역 별 특징



타이베이



타이중



타이난

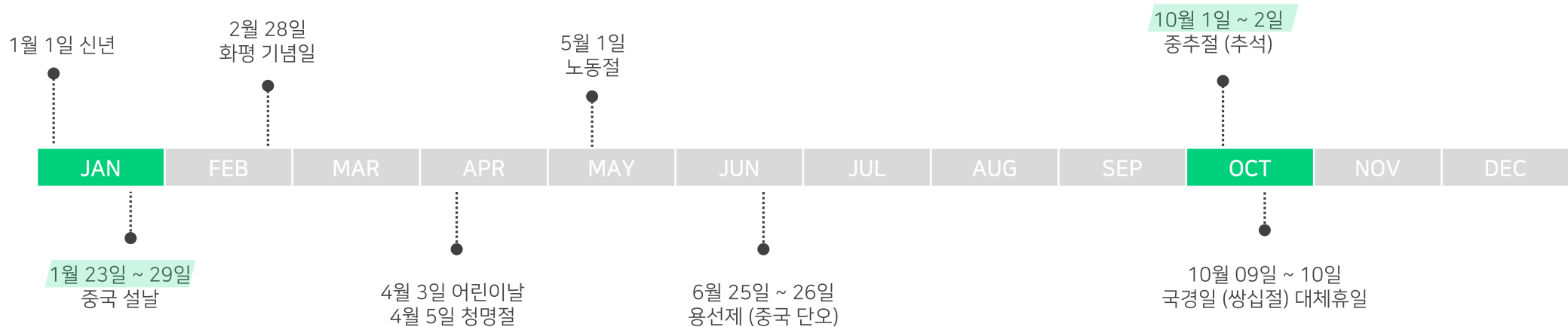


가오슝

인구(비중)	인구 265만 (11.1%)	인구 282만 (11.8%)	인구 188만 (7.9%)	인구 277만 (11.7%)
소득수준	1인당 연간소득 가장 높음 (470,000 NTD)	1인당 연간소득 높은 편 (204,000 NTD)	1인당 연간소득 낮은 편 (186,000 NTD)	1인당 연간소득 가장 낮음 (111,000 NTD)
연령대	30-54세 비중 높음	40-59세 비중 높음	-	-
주요 산업	금융, IT, 문화, 쇼핑	제조업	제조업, 농업	제조업
주요 특징	대만 대표 대도시	문화의 도시	역사의 도시	대만 대표 항구 도시

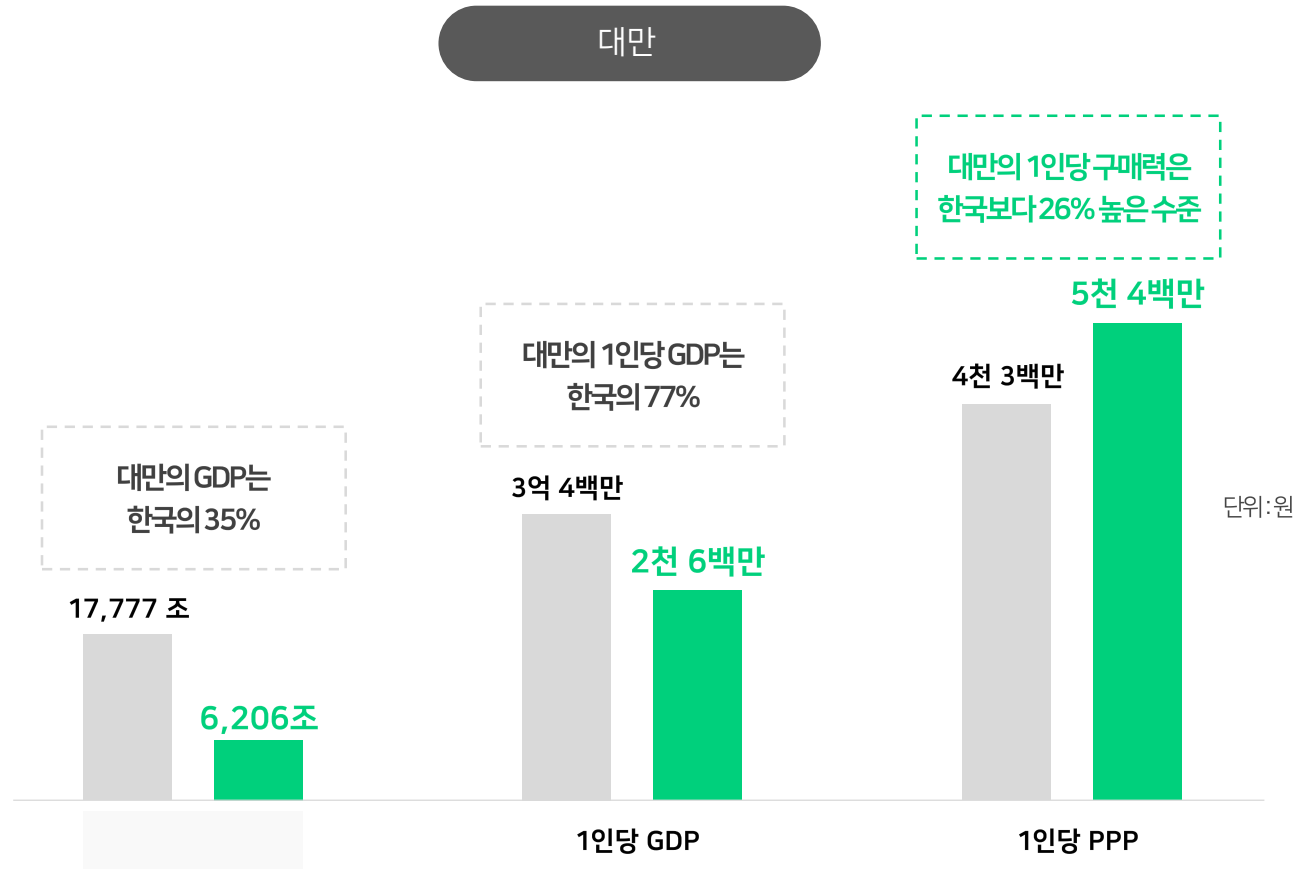
대만의 공휴일은 2020년 기준 총 18일로
특히 중국 설날은 7일간 연휴기간으로 대만인들에게 가장 중요한 공휴일!

* 대체 휴무일 및 지역별 공휴일은 상이 / 2020년 기준



대만 GDP

GDP는 한국보다 약 35% 정도 낮지만 1인당 구매력은 한국보다 약 26% 정도 높음



* 출처 : 대만 진출 전략 2019 PDF

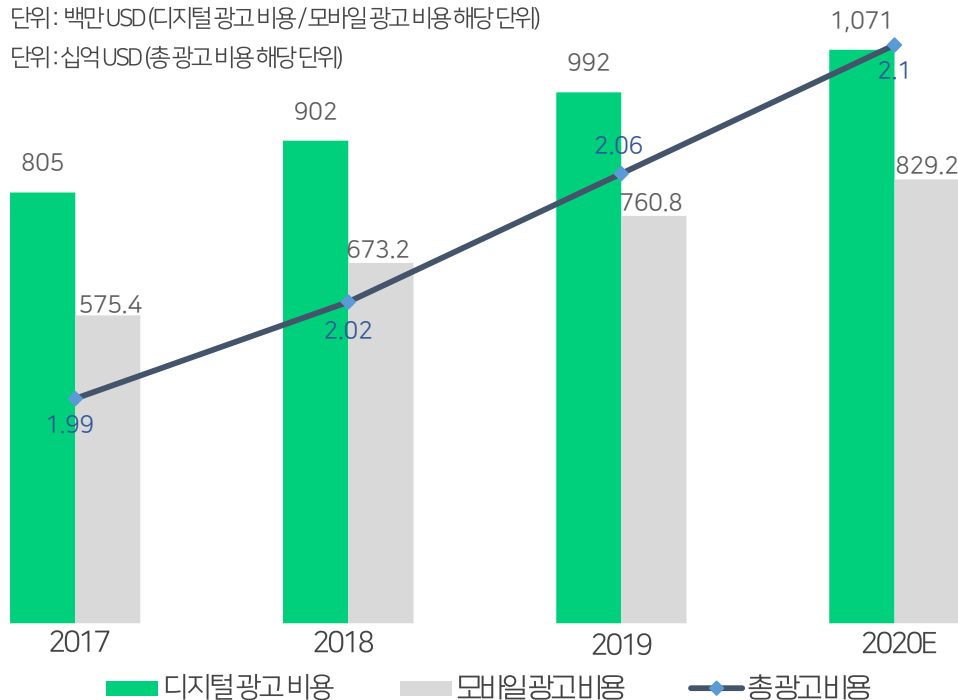
대만 디지털 광고

- ① 디지털 광고 시장 현황
- ② 디지털 이용 행태
- ③ 모바일 및 스마트폰 이용 행태
- ④ 주요 웹사이트와 소셜미디어 플랫폼
- ⑤ 주목해야 할 광고 매체
- ⑥ 디지털 광고 사례

디지털 광고 시장 현황

대만 광고시장은 매년 꾸준히 성장하고 있으며, 특히 인터넷과 게임 분야의 광고 비용이 매년 증가하고 있음

대만 인터넷 광고 시장



엔터테인먼트 및 미디어 광고 비용

Category	2017	2018	2019	2020E
Books	967	963	952	942
B2B	498	507	516	524
Cinema	284	287	293	299
Internet access	6,110	6,414	6,771	7,139
Internet advertising	1,132	1,190	1,251	1,318
Music, radio and podcasts	271	288	311	335
Newspaper and consumer magazines	890	873	861	852
OTT video	396	537	668	794
OOH advertising	150	145	147	150
Traditional TV and Home Video	2,485	2,474	2,424	2,385
TV advertising	936	949	969	999
Videogame and e-sports	1,749	1,846	1,992	2,135

* 출처 : eMarketer, pwc.tw 2019

일 평균 인터넷 이용 시간은 약 8시간으로 많으며, 대부분의 인터넷 사용 인구가 SNS를 이용하고 있음

월 평균 인터넷 사용 시간



7시간 57분

TV 스트리밍 및 동영상 시청 위주로 이용

인터넷 사용 인구



2천50만 명

전체 인구 대비 86%

SNS 사용 인구



2천1백만

전체 인구 대비 88%

모바일 및 스마트폰 이용 행태

모바일 사용 인구는 **2천8백만 명**으로 대부분 스마트폰을 사용 중이며
스마트폰의 경우 Android 사용률이 높지만, 최신 운영체제는 iOS 비중이 높음

모바일 사용 인구



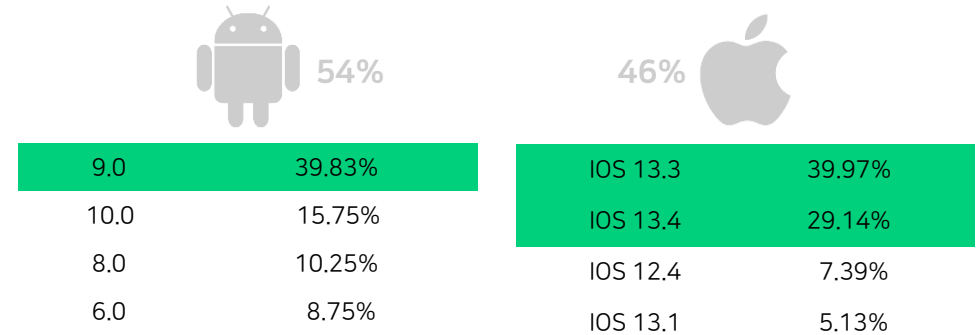
2천 8백만
(총 인구 대비 119%)

휴대폰 사용률



■ 전체 휴대폰 사용률 92%
■ 스마트폰 사용률 81%

모바일 운영체제 및 버전 점유율



Android의 비중이 높으나,
iOS는 최신버전 운영체제의 비중이 높음

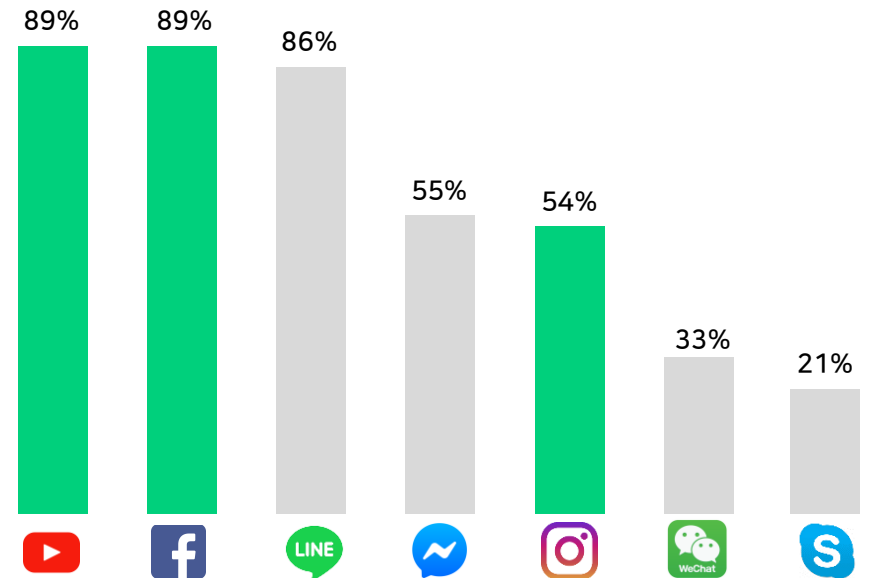
웹사이트와 소셜 미디어 플랫폼

대만에서 **구글의 이용이 압도적으로 높으며, 야후도 타 국가 대비 많이 이용하고 있음.**
가장 인기 있는 소셜미디어는 **유튜브와 페이스북, 메신저 이용율은 라인이 1위!**

대만 인기 웹사이트 TOP 8

인기 웹사이트	카테고리	월별 트래픽
1. Google	검색	837,400,000
2. Youtube	소셜	391,300,000
3. Facebook	소셜	325,700,000
4. Yahoo	검색	217,900,000
5. Google.TW	검색	106,000,000
6. Pixnet	소셜	93,310,000
7. UDN	뉴스	76,920,000
8. Wikipedia	레퍼런스	72,250,000

인기 소셜미디어 플랫폼



주목해야 할 광고 매체 _ Youtube / LINE

소셜미디어 1위 **유튜브**와 메신저 이용률 1위 **라인**을 주목!

Youtube



대만인터넷유저들은온라인액티비티중동영상시청이 가장높으며, 유튜브를가장많이이용



대만인구 34%가 구매를 고려할 때 유튜브를 방문하며, 그중 81%가 최종 구매를 유튜브를 통해서 결정
약 33%의 대만인은 유튜브 영상 시청 후 브랜드에 대한 이미지를 더 긍정적으로 생각



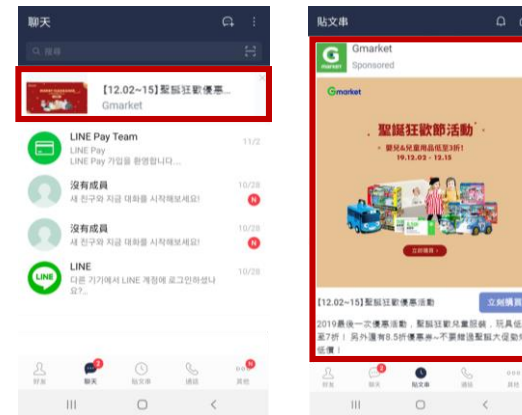
89%의 대만인이 유튜브 크리에이터를 알고 있음
72%의 대만인이 로컬 유튜브 크리에이터의 영상을 시청
61%의 대만 구독자가 구독한 채널의 영상을 업로드 후 24시간 이내에 시청

Line



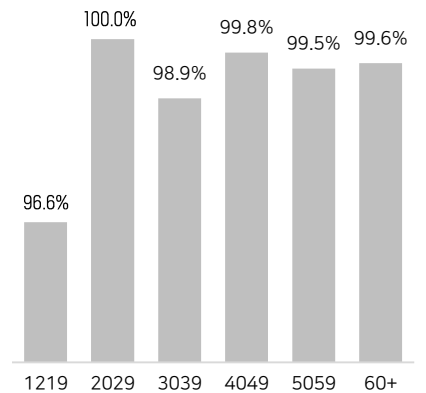
대만 내 가장 이용률이 높은 메신저 LINE
MAU 2천만 / 1824 남성 이용 비중 높음 / 전 연령 도달 가능

대표 상품 예시



대화탭 상단 랜덤 노출 배너 광고
타임라인 탭 피드 랜덤 노출 배너 광고

LINE 사용자 주요 데이터



<이용자 연령>

가부장적 문화는 대만 가정의 전반적인 문화로 다양한 광고에서 확인할 수 있으며 일본 영향으로 애니메이션 캐릭터를 광고에 적극 활용하는 특징이 있음

가부장 / 가족 화합 사례

가부장적 문화에 기반한 광고 모습

대만의 전반 적인 사회 체계는 가부장제적인 가족 형태로 나타남
출근을 준비하는 남성과 집안일을 하고있는 여성의 모습이 광고 화면에 자주
비추어 지고 있으며, 가족 모두가 함께하는 모습들이 자주 나타나는 것이 특징



애니메이션 캐릭터 사례

일본 문화의 영향, 애니메이션 이미지 활용

일본의 식민 지배의 영향으로 일본 문화의 특징과 비슷한 점들이 보임
애니메이션 혹은 게임 캐릭터를 광고 영상에 함께 쓰는 것이 특징



OOH는 타이베이 시에 집중되어 있으며,
그 중 타이베이 101 인근 지역 위주로 OOH 스팟들이 많음

주요 OOH 매체



Square 6 @Ximending

대만의 명동으로,
유동인구가 많으며,
브랜딩 캠페인 집행 시
고려하는 장소 중 하나!



Xinyi Cinemas

타이베이 101이 위치한 번화가로
유동인구가 매우 많으며
브랜딩 캠페인의 적합한 장소!



ATT4FUN

타이베이 101과
월드트레이드센터
인근 가장 큰 옥외광고판



Taipei 101

타이베이 가장 유명한 랜드마크로서
관광객 및 유동 인구가 많으며,
월드트레이드센터와 가까이
위치하여 타이베이 게임 쇼에
게임 광고를 집행하기에 적합



Taichung

대만에서 가장 중요한 도시 중
하나인 타이중을 이어주는
가장 큰 도로로, 운전자들을
대상으로 광고하기 효과적

대만 게임 광고

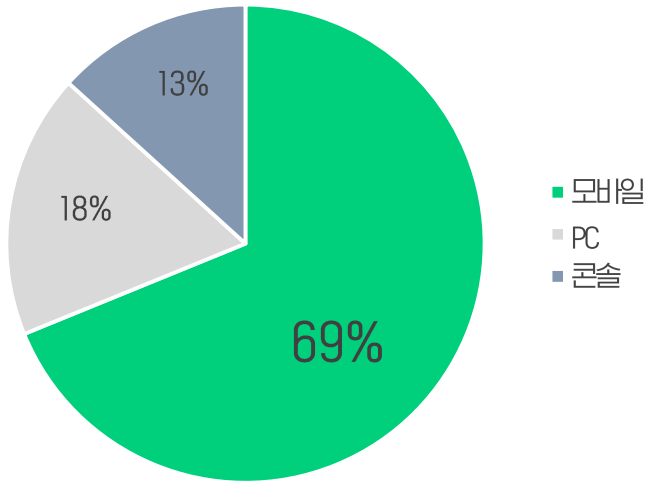
- ① 게임 시장 규모
- ② 대만 게임 이용 행태
- ③ 게임 마케팅 사례
- ④ 주목해야 할 게임 매체
- ⑤ 게임 인플루언서

03

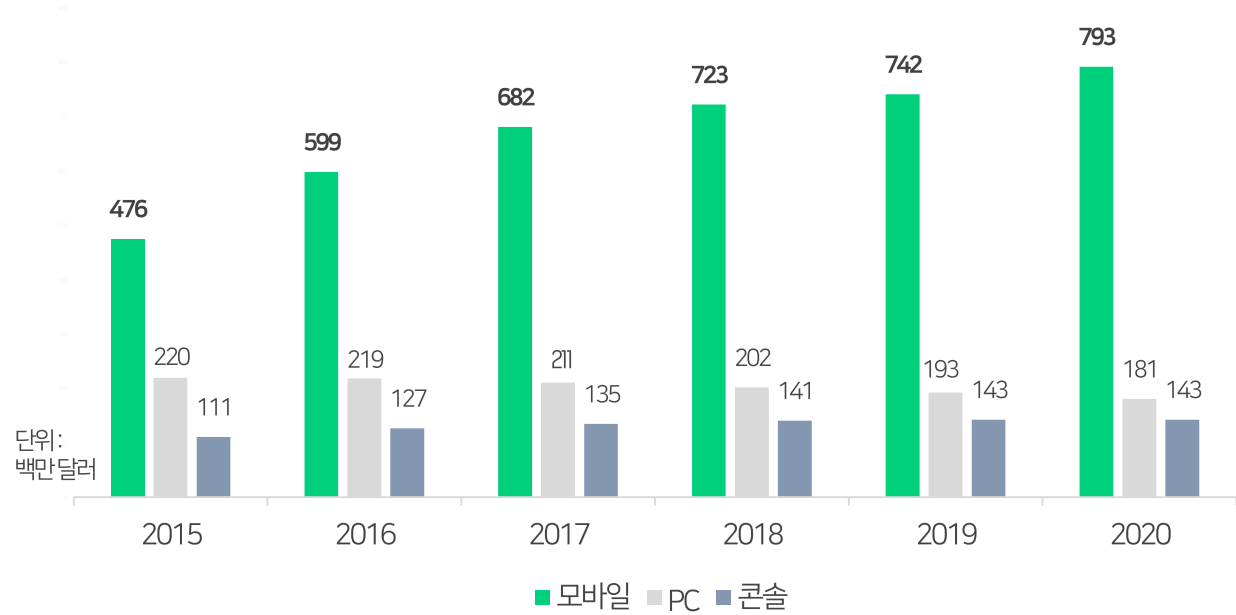
01 게임 시장 규모

모바일 게임 시장 매출 비중은 PC 및 콘솔 대비, 압도적으로 높으며, 지속 성장 중

게임 시장 비중



게임 시장 매출

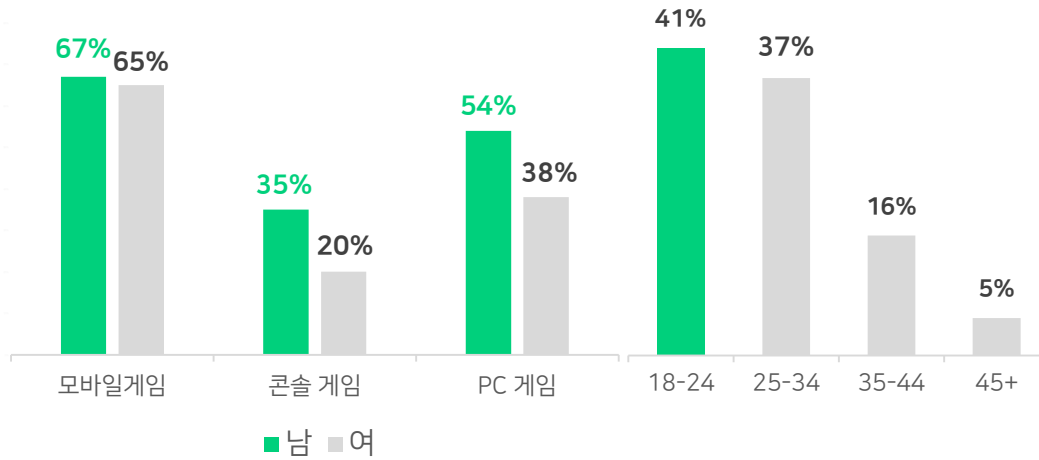


* 출처 : delightT

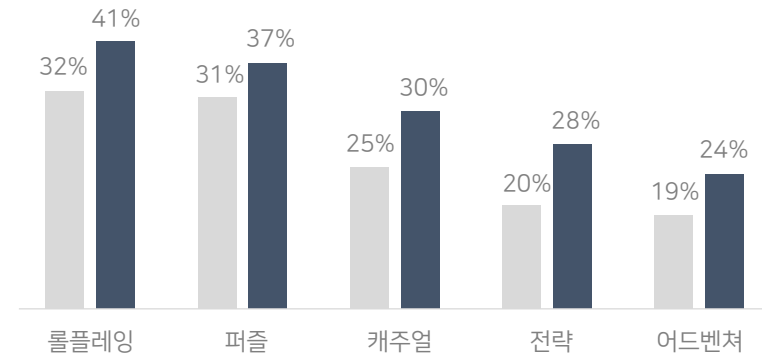
게임 이용 행태

18-34세의 게임 이용률이 높음, 모바일 게임의 경우 남녀 이용률이 비슷하며 Mo, PC 모두 롤플레이ング과 퍼즐 장르 게임을 선호!

성별 및 연령 별 게임 이용 비율



PC, Mo 게임 장르별 현황



대만 게임유저 역시 이벤트에 대한 관심이 높은 성향을 가지고 있어 국내 게임사 대만 진출 시 상품을 제공하거나, 국내 광고에 대해서 로컬라이징 하는 형태의 배리에이션 진행

Maple Story M



출시 한달만에 구글 플레이매출 5위/
앱스토어매출 3위 달성

대만 주요 도시 4곳에 메이플스토리M 커피트럭을
운영하여 무료로 커피를 제공

특정 시간에 현장 이벤트를 진행하여 인형, 컵, 에코백,
슬리퍼 등 상품을 제공

검은사막 M



대만 출시 게임 중 최고 수치인 279명의 사전등록 달성
대만 구글 플레이에서 올해의 게임 '인기게임' 수상

영상 한국 버전의 '내가 진짜로 원하는 게 뭐야' 음악이
삽입된 영상을 박터뜨리기 모습으로 변경

타이베이 시내 중심가의 대형 광고판 및 버스 광고 진행

엘룬



오픈마켓 인기 순위 5위/
매출 순위 양대 마켓 20~30위권 달성

담당 PD가 직접 소통 채널을 운영하여 유저 피드백 수렴

버블티를 활용한 '버블티걸'을 특별 캐릭터로 등장시키는
게릴라성 오프라인 프로모션 진행

대만 한정 캐릭터 버블티 걸과 특별 코스튬으로 유저 공략

국내 게임사가 사전예약 마케팅을 도입한 이후 **모바일 게임 사전예약 마케팅은 필수 단계로 진행되는 편이며,** 자체 사전예약 페이지를 구축하여 모객함

사전예약 캠페인 사례

자체 사전예약 페이지
(리니지M)



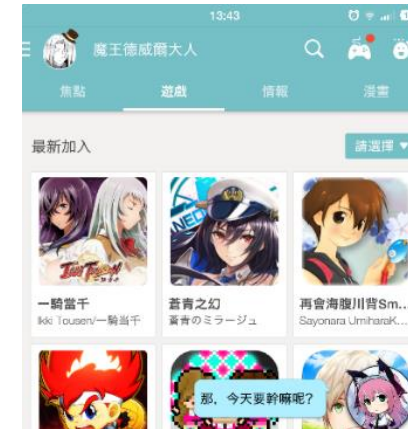
자사 사전예약페이지를 활용하여
유저 모객

게임 커뮤니티(바하무트)
(리니지2 레볼루션)



게임 전문 커뮤니티를 통한 사전예약.
대만의 경우 영향력 있는 게임 커뮤니티로는
바하무트와 게임베이스가 있음

QooApp



게임/애니메이션 관련 커뮤니티
기반의 사전예약 캠페인도 존재하나,
영향력이 크지는 않은 편

라인 메신저

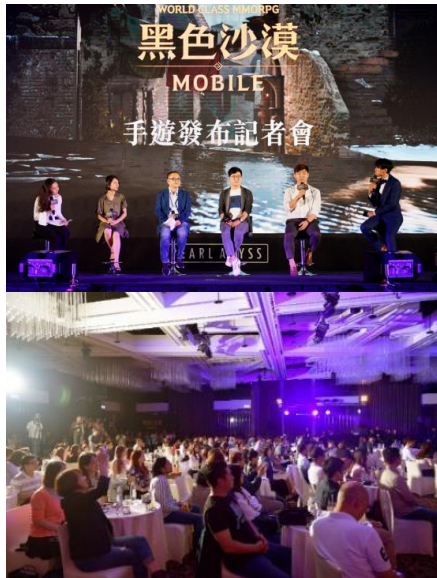


전화번호보다 라인 및 QR코드를 활용한
유저모객이 대중적인 편으로,
라인에 URL을 배포하는 바이럴 형식의
사전예약 마케팅이 가능

게임 마케팅 사례

온라인 뿐만 아니라 오프라인을 통한 **유저들과의 소통이 활발한 편이며,**
인플루언서를 활용한 이벤트 홍보 등 **게임 마케팅을 적극적으로 진행**

쇼케이스



<검은사막모바일>
대만출시를 앞두고 타이베이에서
미디어대상쇼케이스진행(2018.07.10)

공식 페이스북



<라그나로크>
게임과 관련된 팁, 유저 공략법 공유 등
만다린어로 현지 유저들과 소통

스트리밍 방송



<라그나로크>
페이스북/유튜브를 기반으로
24시간방송진행

온·오프라인 연계 이벤트



<라그나로크>
캐릭터상품 출시 및 음료 제휴 등의
온·오프라인 연계 이벤트 진행

* 출처 : Techholic, Thisisgame, Gameple

주목해야할 게임 매체

대만 주요 게임 커뮤니티 사이트! 게임 관심사 유저들에게 도달 가능

Bahamut



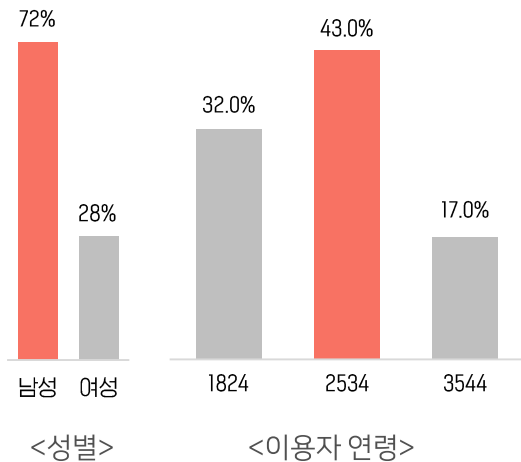
대만 최대 규모의 게임 웹진 Bahamut
MAU 2천만 / 2534 남성 이용 비중 높음 / 효과적인 관심사 타겟팅

Gamebase

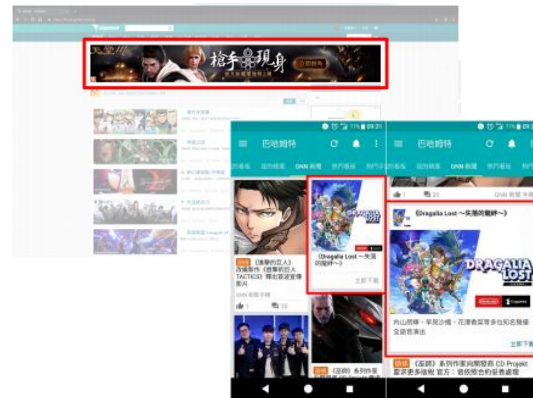


빠르게 성장 중인 동영상 커뮤니티 Gamebase
MAU 40만 / 1824 남성 이용 비중 높음

Bahamut 이용자 주요 데이터

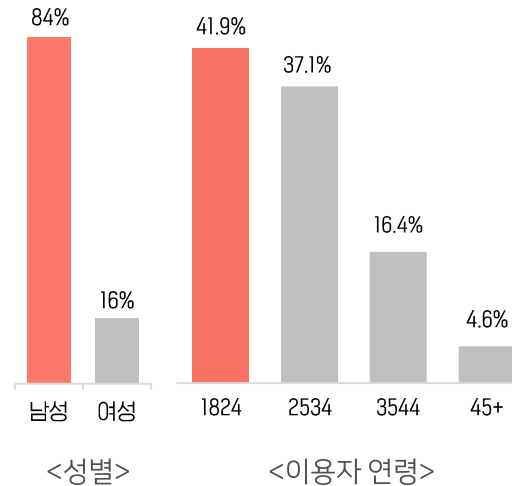


대표 상품 예시

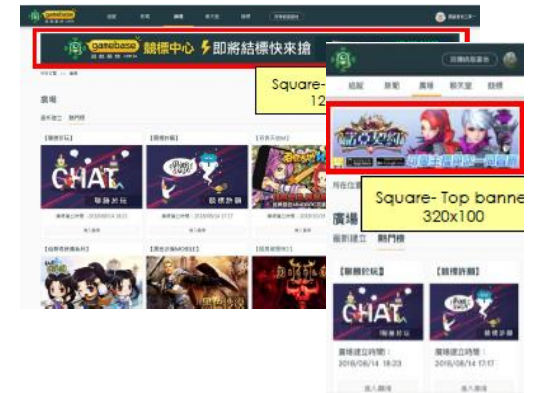


- 네이티브광고(MO)
- 웹사이트배너 광고
- 비디오광고

Gamebase 이용자 주요 데이터



대표 상품 예시



- 웹사이트배너 광고

게임 인플루언서

YouTube 채널 내 인기 있는 게임 플레이 동영상을 업로드 하며 시청자 및 구독자와 라이브로 소통 하는 방송 진행

주요 게임 인플루언서



小草Yue [↗](#)
#게임전문인플루언서

다양한게임플레이동영상을 다루고있는게임전문인플루언서

866K 300M
SUBSCRIBERS TOTAL VIEWS



巧克力 [↗](#)
#게임#마인크래프트

주로마인크래프트게임영상을 다루고있지만, 그외게임영상들도올라오는편

1M 577M
SUBSCRIBERS TOTAL VIEWS



鬼鬼 [↗](#)
#게임리뷰#게임플레이

스팀, VR, PC 게임 등 다양한 게임의인플루언서

785K 227 M
SUBSCRIBERS TOTAL VIEWS



小白 [↗](#)
#게임#게임라이브

최근마인크래프트위주의 게임라이브영상을 다루고 있는인플루언서

855K 283M
SUBSCRIBERS TOTAL VIEWS



DEJUN [↗](#)
#게임플레이#게임리뷰

공포게임위주의게임플레이 동영상으로큰인기를끌고있는인플루언서

1.66M 868M
SUBSCRIBERS TOTAL VIEWS



Joeman [↗](#)
#게임#일상#먹방

게임을 포함해다양한영상 컨텐츠를 관리하는대만내 인기인플루언서

1.85M 511M
SUBSCRIBERS TOTAL VIEWS



阿神 [↗](#)
#게임#마인크래프트

마인크래프트 관련 인기인플루언서

2.32M 1.24B
SUBSCRIBERS TOTAL VIEWS



舞秋風 [↗](#)
#엔터테인먼트#게임

마인크래프트게임영상을 포함해다양한엔터테인먼트영상을 함께다루고있는유튜버

1.04M 426M
SUBSCRIBERS TOTAL VIEWS

Global Marketing No.1 nasmedia
Your Best Partner

더 많은 대만 관련 광고/마케팅 자료는
globalm@nasmedia.co.kr