

GLOBAL TREND REPORT

싱가포르

1. 싱가포르 국가 개요

- 1) 싱가포르 국가 개황
- 2) 싱가포르 인구 및 GDP
- 3) 싱가포르의 인종과 언어
- 4) 싱가포르의 문화 요소
- 5) 싱가포르 음식 배달 서비스 시장
- 6) 싱가포르 정기 구독 트렌드
- 7) 싱가포르 관세제도
- 8) 싱가포르 내 한국 트렌드
- 9) 싱가포르 음식 배달 산업 트렌드
- 10) 싱가포르 최대의 쇼핑 축제
- 11) 싱가포르 공휴일 및 기념일

2. 싱가포르 광고 크리에이티브

- 1) 싱가포르 크리에이티브 특징
- 2) 싱가포르의 옥외 광고

3. 디지털 광고 시장

- 1) 싱가포르 디지털 광고 시장 규모 및 전망
- 2) 싱가포르 디지털 광고 트렌드
- 3) 싱가포르 디지털 이용 행태
- 4) 싱가포르 인터넷 속도
- 5) 싱가포르 소셜 미디어 이용 현황
- 6) 싱가포르 모바일 앱 순위
- 7) 싱가포르 동영상 콘텐츠 이용행태
- 8) 싱가포르 온라인 및 모바일 결제 시장 규모
- 9) 싱가포르 온라인 결제 이용 행태
- 10) 싱가포르 게임 시장
- 11) 싱가포르 유명 인플루언서

4. 주목해야 할 미디어

- 1) 유튜브
- 2) 페이스북
- 3) 인스타그램
- 4) 틱톡
- 5) 페이스북 메신저
- 6) 트위터/링크드인
- 7) 라자다/쇼피

01

싱가포르 국가 개요

— 싱가포르 Overview

싱가포르는 **작은 도시국가지만 세계적인 경제수준을 자랑**하고, 다민족 국가로 외국문화에 대한 개방도가 높은 나라

작지만 강한 나라 싱가포르



작은 도시국가 싱가포르

면적 718 km²로 대한민국의 서울특별시보다 조금 더 넓고, 인구 수는 서울의 절반 정도 수준인 585만 명

동남아시아 유일한 선진국

동남아시아 국가 중 유일한 선진국으로 국가 GDP 동남아시아 1위, 1인당 GDP 세계 8위
인간개발지수 세계 8위로 동남아시아뿐만 아니라 세계적으로도 높은 경제력과 발전 수준을 갖춘

다민족·다문화·다언어가 공존하는 나라

다민족 국가로서 각 민족 및 종교의 고유문화와 전통을 존중하며, 외국문화에 대한 개방도가 높고
문화적 진입 장벽이 낮음

싱가포르 인구 및 GDP

싱가포르 인구수는 585만 명으로 매년 증가, 1인당 GDP는 65,233달러로 한국보다 2배 이상 높음

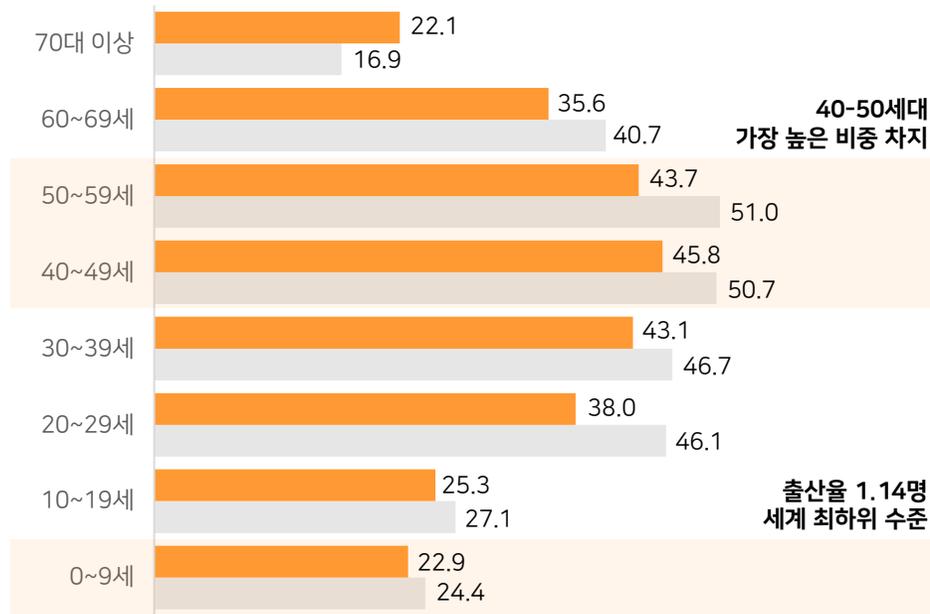
싱가포르 인구 수

* 2020년 통계청 기준



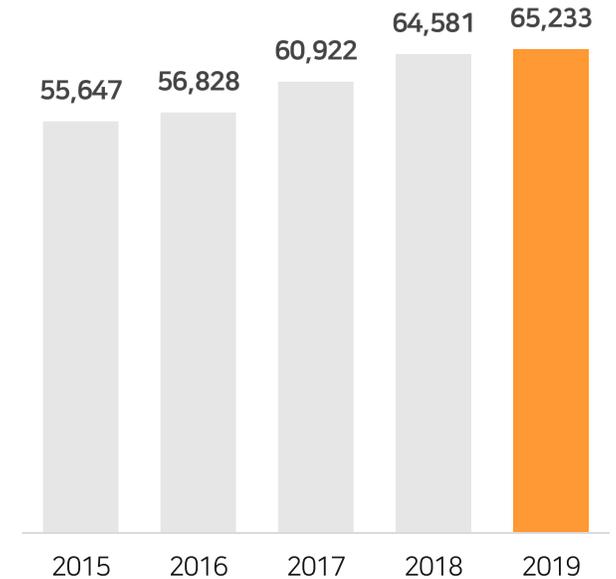
성·연령대 별 인구 수

■ 남 ■ 여 *단위 : 만 명



1인당 GDP 추이

*2019년 세계은행 기준 / 단위 : 달러



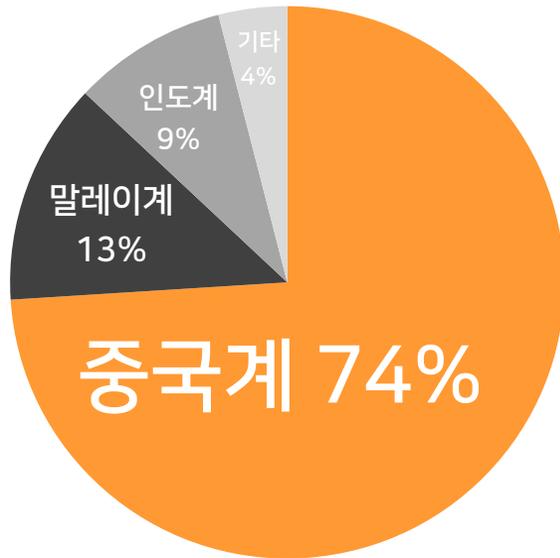
* 출처 : 2020 통계청, CEIC, Populationpyramid

싱가포르 인종과 언어

싱가포르 통용어는 영어이나, 싱가포르인 74%가 중국계인 만큼 언론 및 미디어에서 영어와 만다린어를 주로 사용

싱가포르 인종 구성

* 2020년 통계청 기준



싱가포르 언어

공용어만 무려 4개

영어, 만다린어(중국어), 말레이어, 타밀어까지 4개의 언어를 모두 공용어로 인정

영어 교육은 필수

각 인종의 고유 언어 외에 영어를 필수 언어로 하여 반드시 2개 언어를 이수해야 하는 2중 언어 정책 시행(싱가포르 통용어: 영어)

2018 국제 학업성취도 평가(PISA)에서 읽기, 수학, 과학에서 모두 세계 2위를 기록할 정도로 교육수준 및 교육에 대한 관심이 높음(한국 9위, 8위, 7위)

주요 언론사 사용 언어

싱가포르 주요 언론사(신문 및 지상파 TV)의 90% 이상이 영어, 중국어를 사용



* 출처 : 2019 싱가포르 국가 개황, The Straits Times, ZaoBao, Channel 8, Channel News Asia, Wikipedia

싱가포르 문화 요소

다문화 국가인 만큼 외국 문화에 대한 개방도가 높으며,
국가 안전 및 질서 유지를 위한 문화적·제도적 금기 사항이 많음

문화 요소

가격에 민감하고 새로운 것을 선호하는 민족

싱가포르인은 상술에 능하고 가격에 민감하게 반응하는 게 특징
외국문화에 대한 개방도가 높아 글로벌 기업들이 동남아 진출의 교두보로 활용하고 있음

싱가포르 할랄 시장

국민의 15%인 85만 명이 무슬림, 24세 이하 젊은 층이 가장 많은 비율 차지(21.7%)

싱가포르의 할랄 인증 제도(MUIS)는 공신력 있는 3대 할랄 인증 마크이며
타 국가 대비 발급 요건이 간단하고 비용이 저렴하여 중동 및 이슬람 국가 진출 시 활용 가능



애플스토어 동남아 최초 싱가포르 오픈



헤라 동남아 최초 싱가포르 오픈



할랄인증 마크 획득한 크라운제과

금기와 규제

인종·나이·성별에 대한 질문 금지

다양한 인종으로 구성되어 있는 싱가포르에서 인종·나이에 대한 질문은 실례,
여성의 사회 진출이 매우 활발하고 능력 중심의 사회

싱가포르 할랄 시장

국민의 안전과 질서 보장을 위해 정부가 많은 것을 금지(담배, 설탕 등 광고 금지)
껌 판매 금지, 주류 통제법(특정 시간 및 장소에서 주류 섭취 금지) 존재
특히, 예술 문화 공연의 경우 인종·종교·정치·성적 묘사에 대한 검열 기준 높음



설탕 과다 음료 광고 규제



싱가포르 내 금기 사항

싱가포르 최대 쇼핑 축제

바겐 헌터라고 불리는 싱가포르 소비자는 할인 시즌을 적극 활용! GSS와 블랙프라이데이는 최대 쇼핑 할인 축제

**바겐헌터: 폭탄 세일만을 기다렸다가 반값 이하 가격에 구매하는 소비자들을 일컫는 말

Great Singapore Sale

싱가포르 최대 규모의 할인 행사 GSS(매년 6~7월)

자국민과 관광객의 소비를 장려하기 위해 진행되는 약 5주간의 할인 행사
전자상거래의 증가로 위축된 오프라인 소비를 촉진시키기 위해, 패션쇼 등 다양한 체험 이벤트와 행사 개최

2018년 GSS의 공식 결제 브랜드인 UnionPay의 소비 두 배 이상 증가



GSS 광고



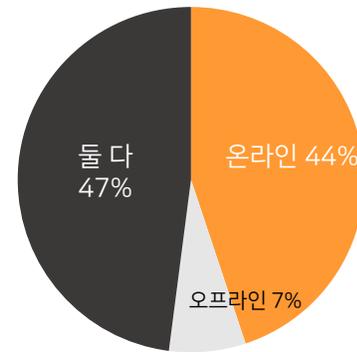
2019 GSS 거리 패션쇼

금기와 규제

온·오프라인 블랙 프라이데이(11월 네 번째 주 금요일)

온라인을 통한 해외 직구가 활발하기에 더 많은 제품을 구매하는 것이 이득이라고 생각해 다른 할인 행사에 비해 더 큰 금액을 소비하는 경향이 있음.

2019년 11월 온라인 소비액 전월 대비 6.1% 증가
오프라인에서도 다양한 할인 이벤트를 제공하고 있어 온·오프라인 소비 모두 활발



블랙 프라이데이 쇼핑 채널 이용 비율

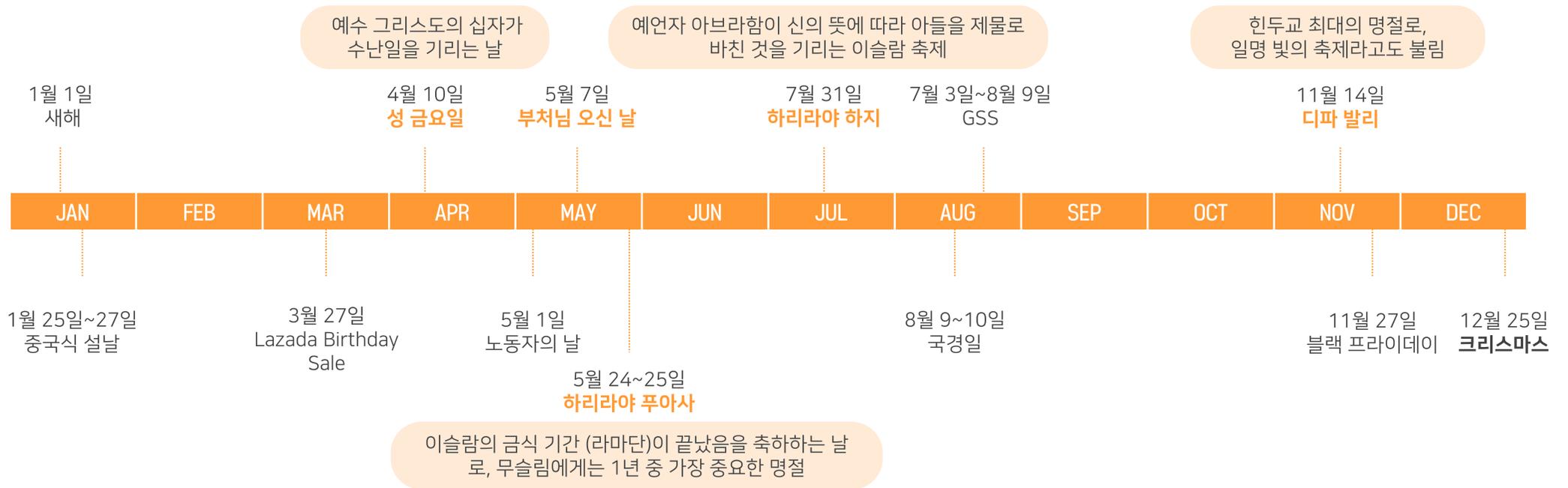


Lazada & Shopee
블랙 프라이데이&사이버먼데이 광고

* 출처 : KOTRA, CEIC, Singstat

싱가포르 공휴일 및 기념일

다문화 국가인 만큼 다양한 종교 공휴일이 존재, 주요 쇼핑 할인 축제 기간 및 공휴일에 소비가 증가함



* 출처 : Wikipedia

싱가포르 공휴일

인구의 74%가 중국계인 싱가포르는 중국 설에 소매업 매출이 증가하며, 주요 공휴일에 다양한 할인 이벤트 및 프로모션을 진행!

공휴일 특징

대체 휴일 규정

일요일에 공휴일인 경우 다음 날인 월요일에 대체 공휴일로 지정이 됨

종교 당 하나 이상의 공휴일

다인종·다언어·다문화로 구성된 다민족 국가라는 특성상 각 전통적 종교를 존중 국교는 없으나 각 종교별로 최소한 하나 이상의 법정공휴일을 지정



2020년도 싱가포르 법정 공휴일



힌두교의 비파발리 축제



이슬람교의 하리라야 푸야사 축제

주요 공휴일

싱가포르의 대명절, 중국 설(음력 1월 1일)

싱가포르 인구의 74.3%를 차지하는 중국계 싱가포르인이 기념하는 가장 큰 명절 중 하나 주로 새 옷을 입고 친척들과 흥바오(용돈 봉투)를 주고받는 것이 풍습

'CNY promotion', 'CNY offer' 와 같은 할인 이벤트 진행
소매업 매출 증가(2019년 중국 설 기간 소매업 매출액 9% 성장)

종교와 관계없이 즐기는 성탄절

한국과 비슷하게 가족이나, 연인, 친구들에게 선물을 주고받음
크리스마스 기간 관광객 수가 증가하며, 각종 할인 행사와 이벤트 진행



중국 설 기간 할인 이벤트



크리스마스 기간 할인 이벤트



싱가포르 쇼핑거리 오차드 풍경

* 출처 : 2019 싱가포르 국가 개황, KOTRA, Wikipedia

싱가포르 한국 트렌드

한류의 영향으로 다양한 한국 브랜드 제품이 큰 인기를 끌고 있으며,
 게임, 드라마 등 문화콘텐츠 산업 역시 현지에서 높은 순위를 기록하고 있음

K-Culture

한류의 영향으로 k-pop 및 k-beauty, k-food 모두 인기를 끌고 있음
 라네즈: 싱가포르 화장품 브랜드 11위(2018년 기준)
 치르치르, 네네치킨 등 치킨 프랜차이즈와 간편 조리 제품 인기
 2019년 라면 싱가포르 수출액 6.8백만 달러로 5위(신라면 및 불닭볶음면 인기)



2019 한류 팝 페스트



이니스프리 모델 윤아



라네즈 모델 김유정



싱가포르 내 인기 치킨 브랜드



싱가포르 유튜버 불닭볶음면 먹방

K-content

넷플릭스 톱 10 콘텐츠에 한국 드라마가 6개 랭킹(이태원 클라쓰, 킹덤 등)
 (메이플스토리 M, 배틀그라운드 모바일, 블레이드앤소울, 일곱 개의 대죄, 서머너즈워)
 모바일 게임의 다양한 프로 리그전 및 생방송 스트리밍 진행



싱가포르 넷플릭스 TOP 10 콘텐츠



싱가포르 내 인기 한국 모바일 게임



배틀그라운드 모바일 프로 리그전&생방송 스트리밍

* 출처 : 2019 아세안마케팅전략_KOTRA, 농식품수출정보, 한국콘텐츠진흥원, Ohnews, Sensortower

싱가포르 관세제도

관세는 주류, 담배, 차량, 석유 품목에만 적용되나,
 상품 서비스 세는 디지털 콘텐츠 포함 모든 품목에 적용되며, 향후 상품 서비스세 인상 예정

싱가포르 관세제도

싱가포르로 수입되는 모든 물품은 관세와 상품 서비스세 납부
 관세를 부과하는 품목은 주류, 담배, 차량, 석유이며, 이를 제외한 나머지 품목은
 모두 무관세 적용을 받음

상품 서비스세(Goods&Service Tax): 싱가포르의 소비세로, 싱가포르로 수입되는
 모든 물품에 적용, 제품 가치의 7%를 부과, 재수출 시 적용 X
 2021~2025년내 상품 서비스세(GST) 7% → 9% 인상 예정



관세 적용대상 품목 - 주류, 담배, 차량 등

디지털 서비스세

디지털 서비스세(Digital Services) 적용: 해외 디지털 서비스 공급자는 싱가포르
 국내 소비자 및 B2C 거래 시 7% GST 대상이 아니었으나 국내 기업의 경쟁력 강화를
 위해 해외 기업도 세금을 납부토록 바뀜(2020년 1월 1일부 적용)

적용 대상: 해외 소재 디지털 서비스 공급자
 디지털 서비스 : 해외 디지털 콘텐츠(모바일 APP, e-book, 영화)
 구독 서비스(뉴스, 잡지, 방송 스트리밍, 음악, 온라인 게임), 소프트웨어 등



라인 웹툰 싱가포르



싱가포르 비디오 스트리밍 서비스 VIU



게임 플랫폼 라인 POD 싱가포르



열혈강호 온라인 싱가포르

* 출처 : 2019 아세안마케팅전략_KOTRA, asiae, Line, ajunews

02

싱가포르 광고 크리에이티브

싱가포르 크리에이티브

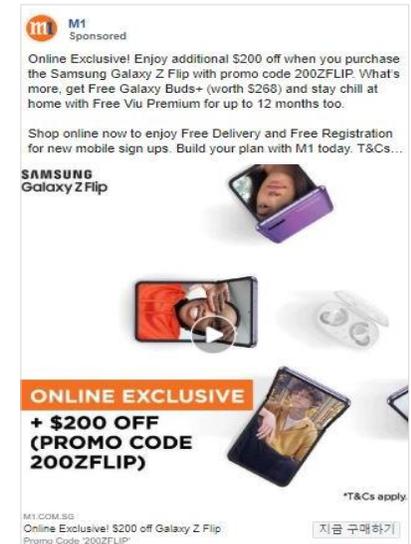
할인 시즌을 잘 활용하는 싱가포르 소비자들에게 할인 이벤트나 경품 증정, 캐시백 혜택 등의 마케팅을 자주 이용

화장품 광고



가격할인 및 경품 증정 이벤트 광고

전자기기 광고



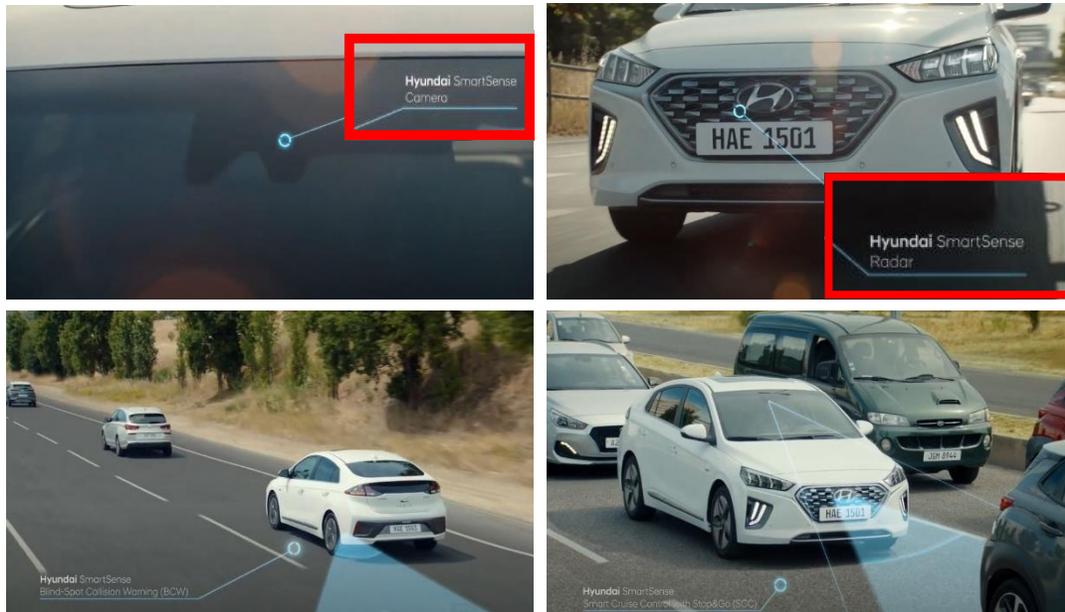
가격할인 및 경품 증정·캐시백 프로모션 광고

* 출처 : Facebook ads library

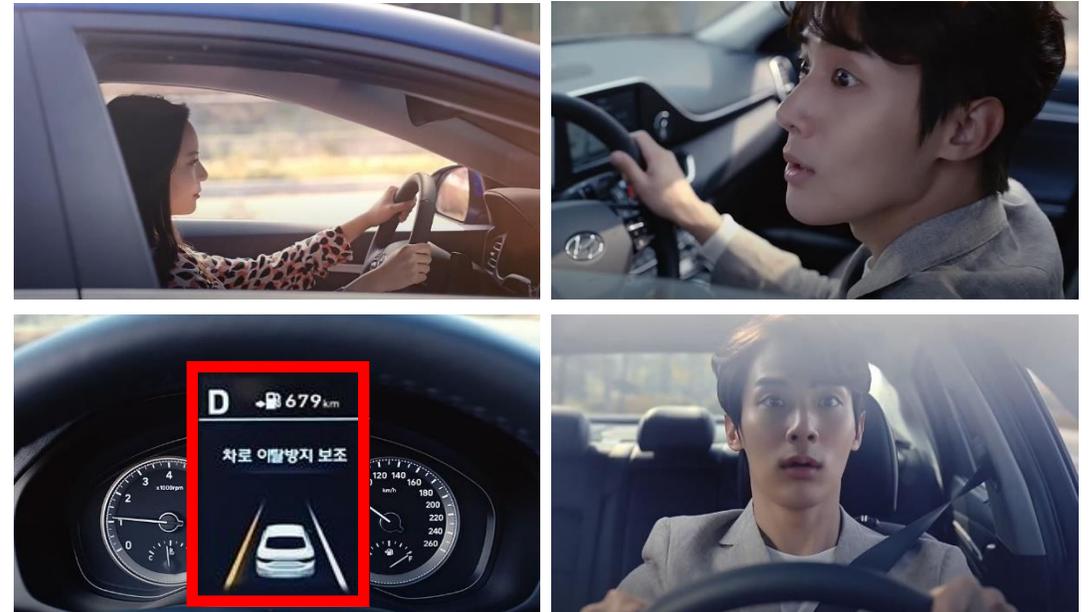
싱가포르 크리에이티브

자동차 및 전자기기의 경우, 스토리나 광고 모델보단 제품의 성능 및 기능 등 편의성을 설명하는데 주력하는 특징을 보임

싱가포르 TV CF 비교



현대자동차 스마트센스 기능 광고 (싱가포르)



현대자동차 스마트센스 기능 광고 (한국)

* 출처 : Youtube

싱가포르 크리에이티브

다양한 종교가 공존하는 싱가포르에는 **각 종교 기념일 혹은 공휴일과 관련한 광고 크리에이티브 多**

공휴일 관련 광고



OPPO 부처님 오신 날 기념 광고



OPPO 노동자의 날 기념 광고
LAZADA 라마단 기간 광고



맥도날드 라마단 관련 광고

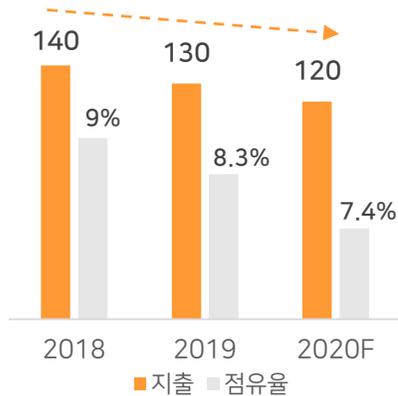
* 출처 : Facebook ads library, Youtube / ** 맥도날드 영상 화면 클릭 시, 유튜브로 이동

싱가포르 옥외 광고

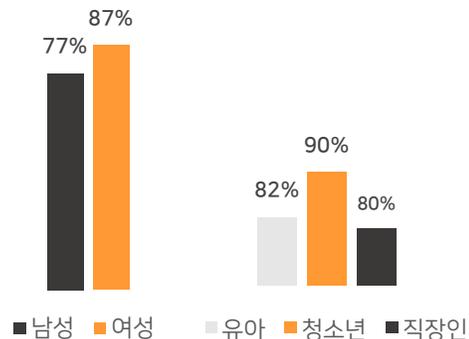
2019년 싱가포르 옥외광고 시장규모는 1억 3,000만 달러, 최근 데이터기반의 다이나믹 옥외광고의 효율이 돋보임

싱가포르 관세제도

옥외 광고는 시장은 총 광고시장의 약 8%인 1억3000만 달러
 디지털광고의 성장으로 옥외광고 점유율이 점차 감소할 것으로 예상
 옥외광고 게재 시 싱가포르 정부 산하 건설사업청의 유효한 라이선스 필요



옥외 광고시장 규모 및 점유율
 단위 [지출 : 백만 달러 / 점유율 : %]



옥외 광고 접촉 소비자 분석
 만 18세 이상

옥외광고 효율 및 사례

매달 약 390만명에게 도달, 평균 옥외광고 도달률 82%
 인구밀집도가 높은 번화가 및 교통 시설 뿐만 아니라,
 외식선호도가 높은 싱가포르에서는 커피숍, 레스토랑 내 옥외광고 존재
 최근 데이터(시간, 날씨 등)를 활용한 다이나믹 옥외광고(Dynamic OOH)가
 높은 효율을 보이고 있음 (브랜드 인지 제고 18% 메시지 리콜 53%)



쇼핑몰 내 옥외광고



레스토랑 내 디지털 옥외광고



레스토랑 내 테이블 옥외광고



낮/저녁 시간 교통시설 동적 옥외광고



맑은 날/비오는 날 동적 옥외광고

* 출처 : Jcdecaux, Mediagor, Imsph, Statista

3

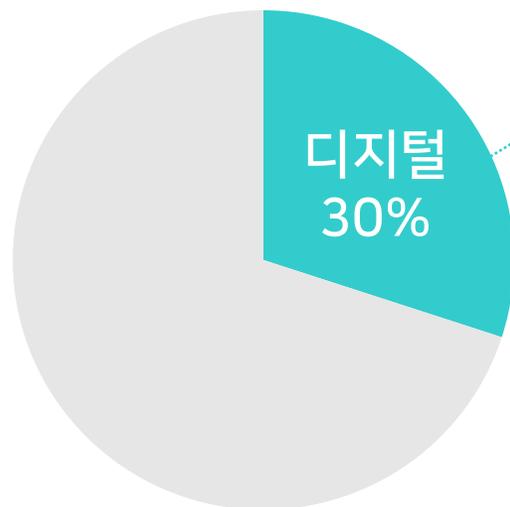
싱가포르 디지털 광고 시장

싱가포르 디지털 광고 시장 규모 및 전망

총 광고시장의 30%를 디지털 광고가 점유, 이는 동남아 국가 중 가장 높은 비율이며 계속해서 디지털 광고의 비중 확대 전망

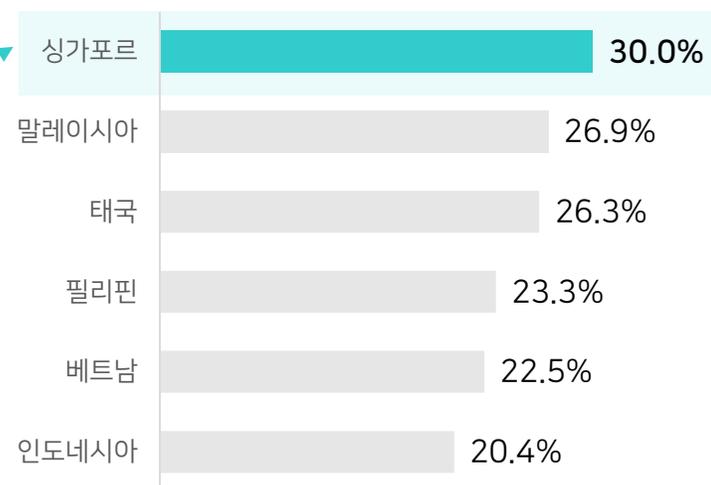
광고시장 규모 및 점유율

* 2019년 기준

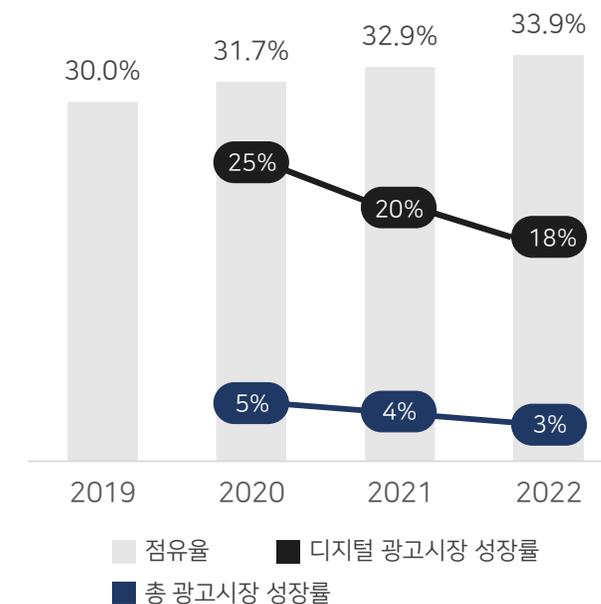


2019년 싱가포르 총 광고시장 규모 16억 달러
디지털 광고시장은 30%인 4억 8900만 달러

동남아 디지털 광고 점유율 비교



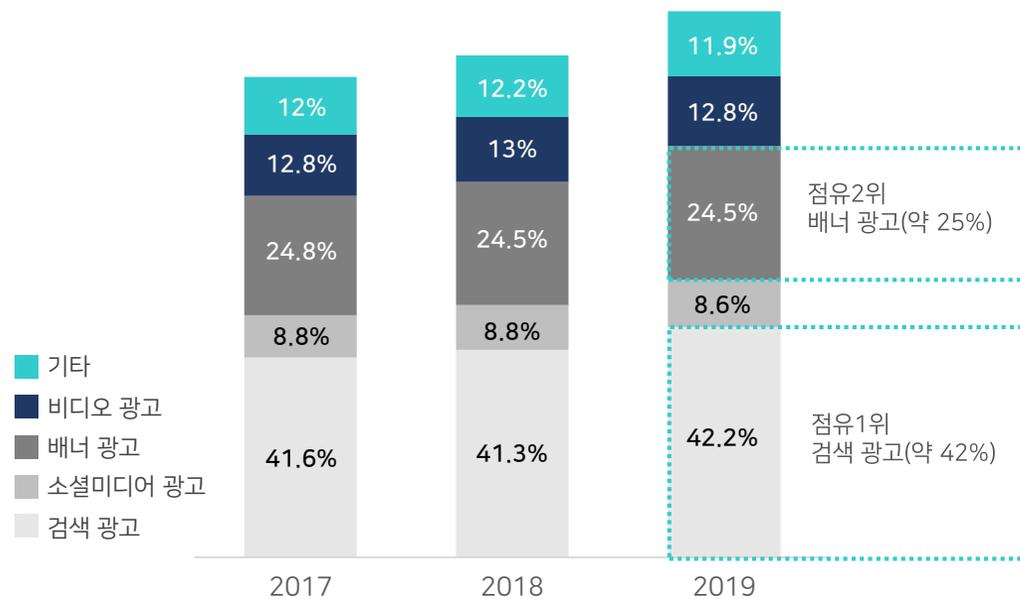
디지털 광고 점유율 및 성장률



싱가포르 디지털 광고 트렌드

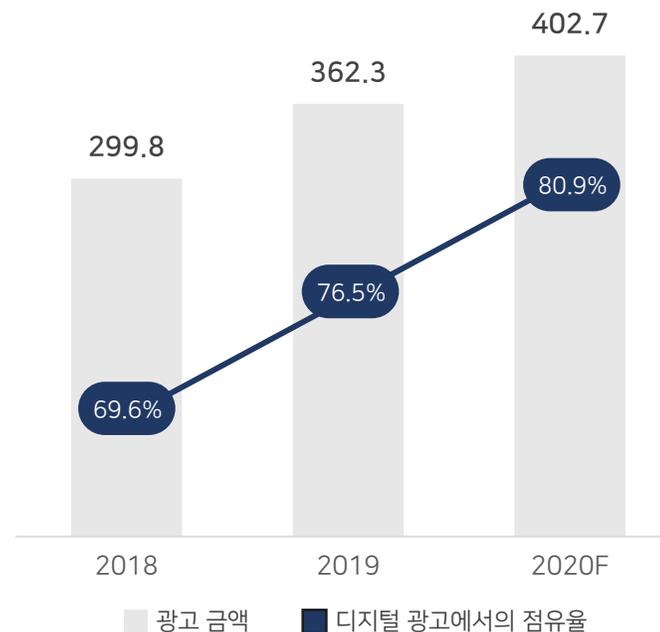
디지털 광고 중 검색광고와 배너 광고의 비중이 가장 높으며, 2020년 모바일 광고는 디지털 광고의 80% 점유 전망

매체 별 디지털 광고 점유율



모바일 광고시장 규모 및 전망

* 단위 백만 달러

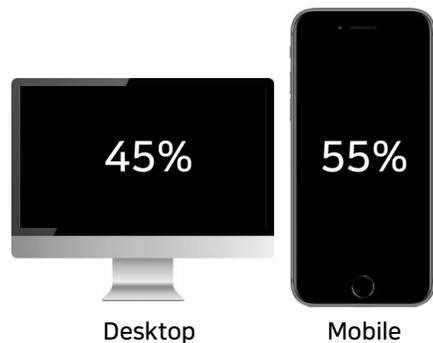


싱가포르 디지털 이용 행태

모바일 사용 비율이 데스크톱보다 높으며, 크롬이 전체 브라우저의 50% 이상을 점유. 검색엔진은 주로 구글을 사용

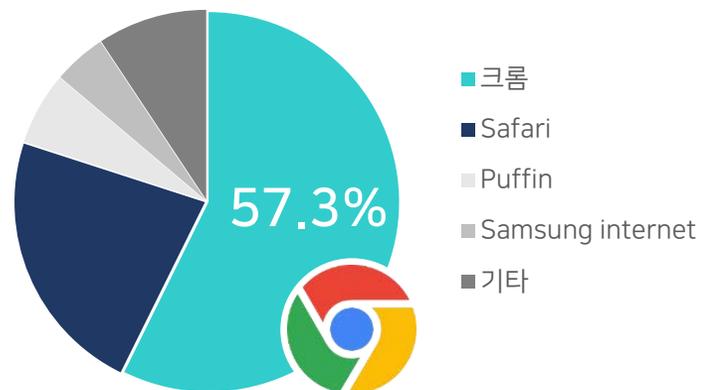
데스크톱 모바일 점유율

statcounter (2020.7 기준)

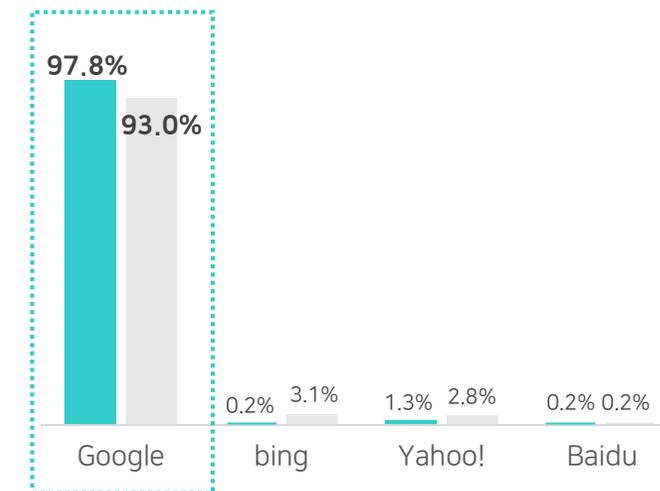


브라우저 점유율

statcounter (2020.7 기준) / PC+Mo



검색엔진 사이트 점유율



— 싱가포르 디지털 이용 행태

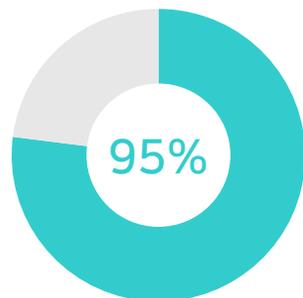
모바일 사용 인구는 856만 명! 총 인구 대비 147%로 인구의 약 80% 이상이 인터넷과 SNS를 사용

모바일 사용 인구



856만
(총 인구 대비 147%)

스마트폰 보급률



스마트폰 보급률
95%

인터넷 사용시간



6시간 48분
일 평균

인터넷 사용인구



인터넷 사용자 514만
(총 인구 대비 88%)

SNS 사용인구



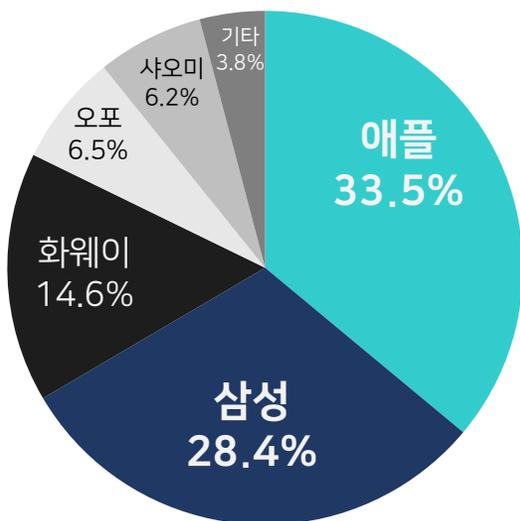
460만
(총 인구 대비 79%)

싱가포르 디지털 이용 행태

스마트폰은 주로 애플과 삼성 제품을 이용하며,
운영체제의 경우 안드로이드의 비중이 좀 더 높음. 모바일로 주로 채팅 및 SNS를 이용

스마트폰 점유율

*2020년도 4월 기준



애플 + 삼성 60% 이상 점유

모바일 OS 점유율 및 버전



66%



34%

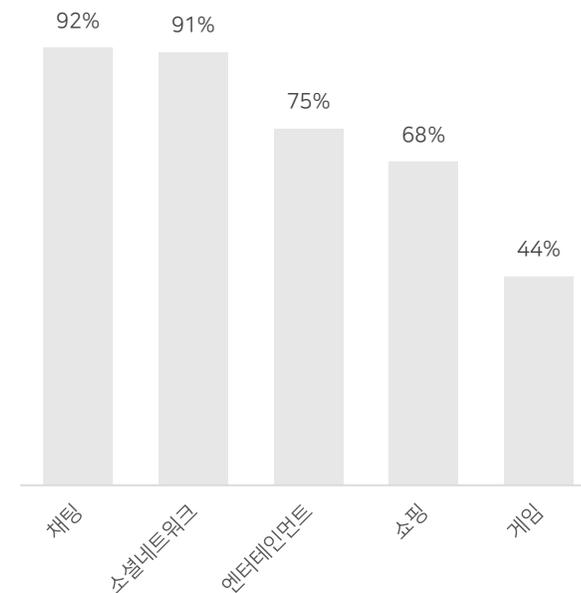
Android

iOS

| OS 버전 | Android (%) | iOS (%) |
|------------|-------------|----------------|
| 10.0 10 | 36.1% | IOS 13.3 71.1% |
| 9.0 Pie | 35.8% | IOS 13.4 12.8% |
| 7.0 Nougat | 7.3% | IOS 12.4 5.4% |
| 8.1 Oreo | 5.4% | IOS 13.1 2.3% |
| 8.0 Oreo | 4.9% | IOS 13.2 1.4% |

Android의 비중이 더 높으며, 최신버전 운영체제 많음

모바일 이용 행태



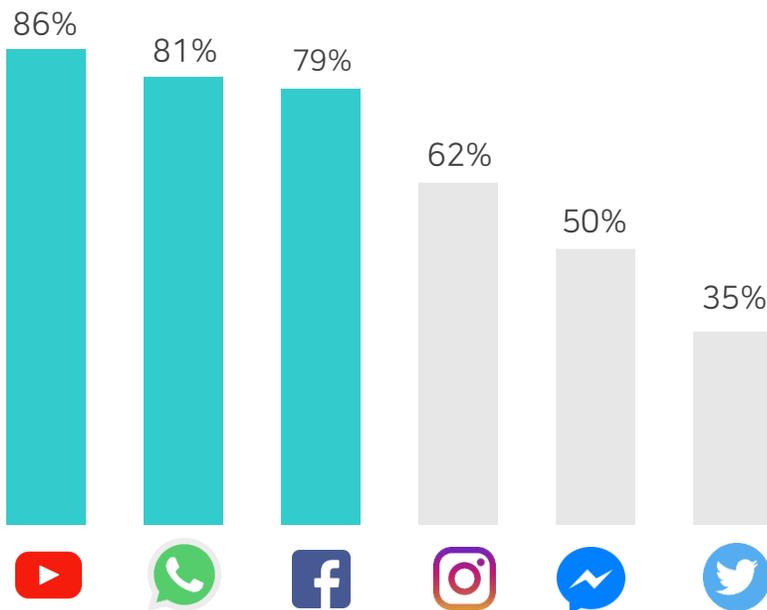
* 출처 : Statcounter, We are social

싱가포르 소셜 미디어 이용 현황

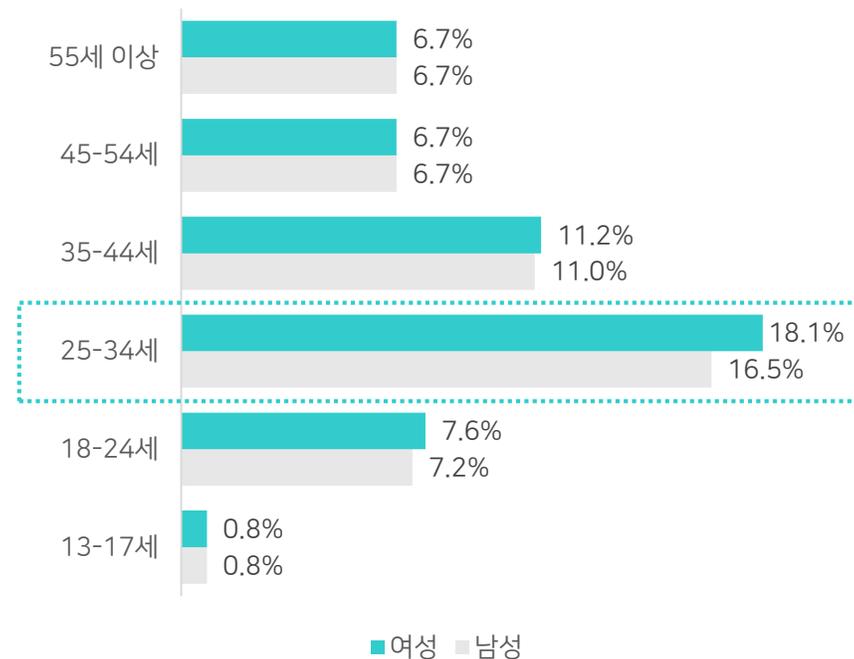
활발하게 사용되는 소셜 미디어는 Youtube > WhatsApp > Facebook 순으로,
주로 2534세대가 이용하며, 전반적으로 여성 비율이 더 높음

인기 소셜 미디어 플랫폼

*단위: 인터넷 이용자 대비 %



소셜미디어 이용자 분포

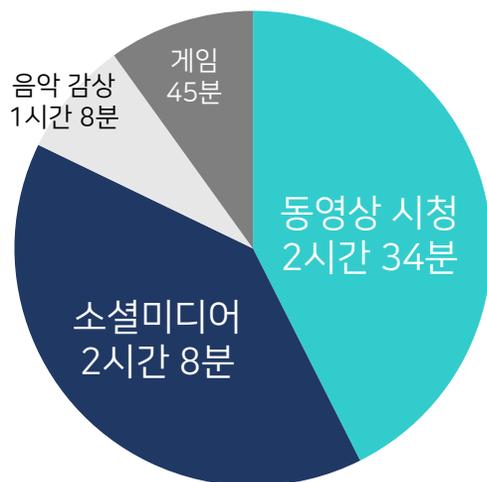


싱가포르 동영상 콘텐츠 이용행태

미디어 콘텐츠 중 동영상을 가장 오래, 많이 이용하며

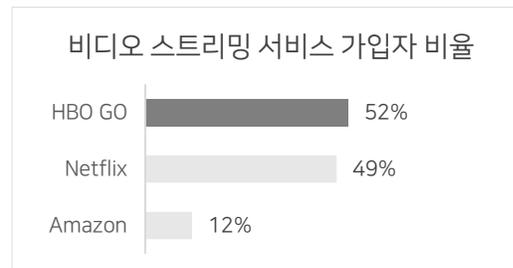
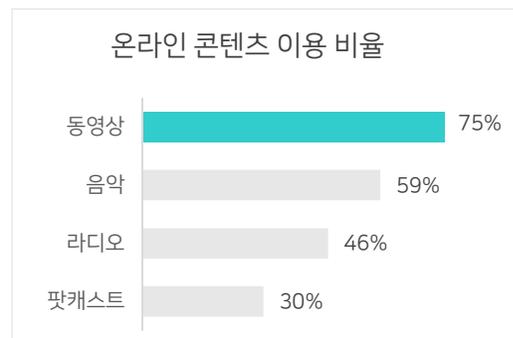
동영상 스트리밍 서비스로 주로 HBO GO와 넷플릭스를 이용. 주요 시청 장르는 영화 및 TV 프로그램

미디어 이용시간

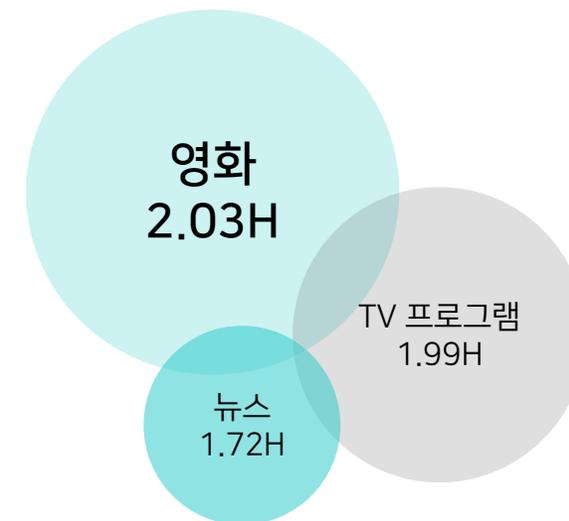


*일 평균 인터넷 이용시간 6시간 48분

동영상 이용 비율



주요 시청 장르



싱가포르 인플루언서 시장

싱가포르에서 주로 이용되는 인플루언서 마케팅 방식은 **스폰서드 콘텐츠, 제품 보증, 기업과의 협업 방식**

스폰서드 콘텐츠



스폰서드 콘텐츠(유료 파트너십)
인플루언서가 제품 및 서비스를 무상으로 제공받아
긍정적인 리뷰 및 설명 게시물을 업로드하는 방식

제품 보증



제품 보증
인플루언서가 자신이 광고하는
특정 브랜드, 제품의 장점에 대한 게시물을 작성하며,
스폰서드 콘텐츠에 비해 장기적으로 진행

기업과의 협업



제품 판매 및 기업과의 협업
인플루언서와 특정 브랜드가 협업하여
제품 및 서비스를 출시 팔로워를 기반으로
더 많은 고객을 유치시키고자 하는 마케팅

* 출처 : hypeauditor, seedlysg

싱가포르 인플루언서

싱가포르 인플루언서는 주로 인스타그램과 유튜브를 활용하며, 자체 커뮤니티 사이트 운영 등 다양한 활동을 이어감



Yoyokulala [↗](#)
#패션 #일상

싱가포르뿐만 아니라 해외에서도 유명한 패션 인플루언서
자체 커뮤니티 사이트 존재

397K 2,810
SUBSCRIBERS TOTAL POSTS



XiaXue [↗](#)
#뷰티 #일상

독창적이고 도전적인 스타일의
뷰티 인플루언서
다양한 플랫폼 운영

602K 4,196
SUBSCRIBERS TOTAL POSTS



Prettyfrowns [↗](#)
#패션#뷰티#여행

여행 및 일상 콘텐츠와, 뷰티 관련 정
보를 공유하는 인플루언서.
자체 커뮤니티 사이트 존재

236K 2,327
SUBSCRIBERS TOTAL POSTS



NaomiNeo [↗](#)
#패션 #일상 #라이프스타일

주로 자신의 일상과 가족과의 여행
등 라이프 스타일 콘텐츠 업로드

617K 2,000
FOLLOWER TOTAL POSTS



CherylAllison [↗](#)
#게임 #일상

DOTA 및 PUBG 게이머이자, 뷰티
일상 콘텐츠도 업로드하는 게임
인플루언서

54.6K 802
SUBSCRIBERS TOTAL POSTS



Madsythe [↗](#)
#게임 #플레이

주로 게임 '포크나이트' 플레이 및
신규 캐릭터를 리뷰하는 유튜버

1.3M 1,346M
SUBSCRIBERS TOTAL POSTS



ladyironchef [↗](#)
#음식 #여행

맛집 소개 및 레시피 정보 등 요리
관련 콘텐츠를 업로드.
자체 커뮤니티 사이트 존재

601K 13,909
SUBSCRIBERS TOTAL POSTS



beautifulbuns_sg [↗](#)
#뷰티 #리뷰

주로 뷰티 제품 사진과 리뷰를 업로드
하는 편집자 겸 뷰티 인플루언서

36.5K 3,868
FOLLOWER TOTAL POSTS

* 출처 : Mediaonemarketing, Instagram, Youtube / ** 바로가기 클릭 시 해당 SNS으로 이동

4

주목해야 할 미디어

싱가포르 글로벌 매체 Youtube (유튜브)

싱가포르 내 최고의 소셜 미디어, 글로벌 기준으로 이용자 중 남성 비율이 높고, 싱가포르의 경우 모바일 위주의 이용 행태를 보임



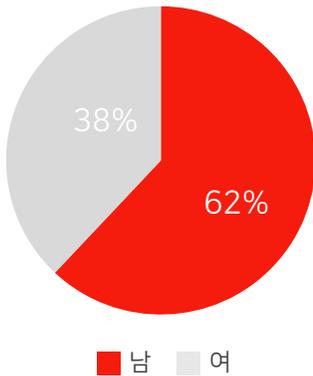
싱가포르의 No.1 소셜 미디어, 유튜브(YouTube)
글로벌 기준 남성(62%) 여성(38%) 비율이며, 모바일 접속률이 높음

매체력 : 이용자 수 400만 명 이상
싱가포르 내 소셜 미디어 1위

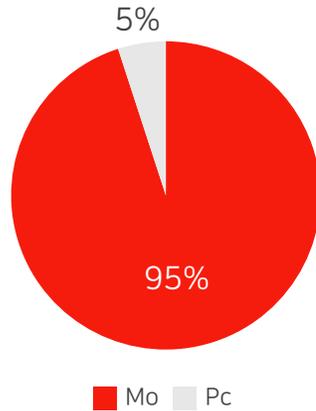
대표상품: Trueview ad, masthead ad 등
타겟팅: 인구통계, 게재 위치 등

이용자 주요 데이터

성별



디바이스별



대표 상품



< Trueview instream Ad >
영상 시작 시 노출
SKIP 가능



< Trueview search Ad >
검색 내용과 관련된 광고 노출



< Masthead Ad >
유튜브 메인 화면에 노출

* 출처 : Omnicoreagency, Similarweb, Youtube

싱가포르 글로벌 매체 Facebook (페이스북)

전체 인구의 약 75%가 사용하는 대표 소셜네트워크 서비스, 고른 성별 이용 분포를 보이며 2534세대가 주 이용자



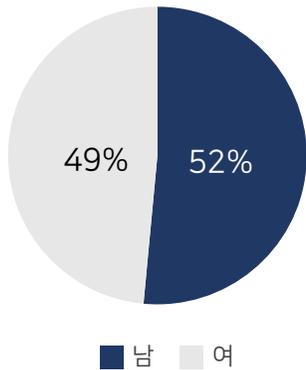
싱가포르 내 대표 SNS, 페이스북(Facebook)
남성(52%) 여성(49%) 비율이며, 2534 연령대의 사용률이 높음

매체력: 이용자 수 440만 명
2019년 81만 다운로드

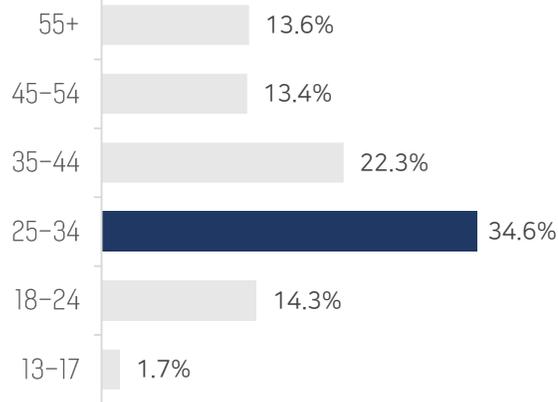
대표상품: Display ad, Video ad 등
타겟팅: 인구통계, 키워드, 관심사 등

이용자 주요 데이터

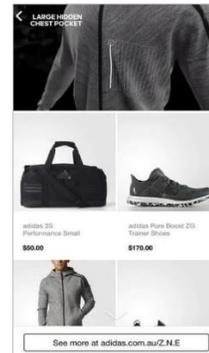
성별



연령대별



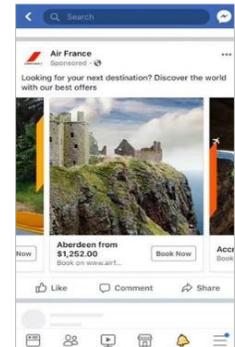
대표 상품



< Collection Ad >
최대 50개 이미지 및 동영상 노출 가능



< Video/Image Ad >
동영상 및 이미지 노출



< Slide Ad >
버튼 삽입

* 출처 : Napoleoncat, Sensortower, Facebook

싱가포르 글로벌 매체 TikTok (틱톡)

빠른 성장 속도를 보이는 영상 촬영·편집 및 공유 어플리케이션,
여성 대비 남성 이용자 비율이 더 높고, 1624세대가 주 이용자

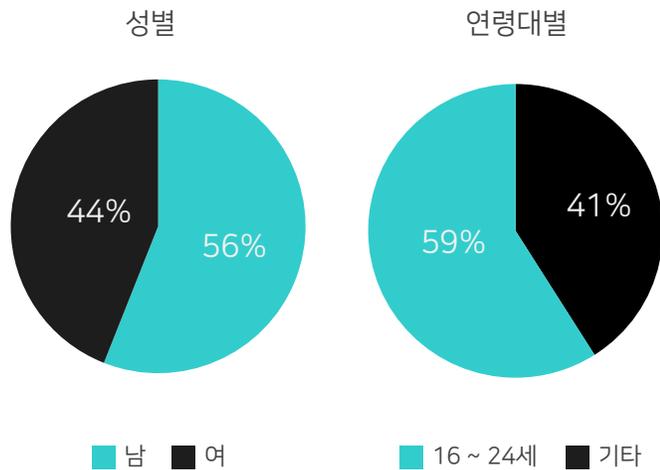


영상 콘텐츠 촬영/편집/공유 어플리케이션, TikTok)
글로벌 기준 남성(56%) 여성(44%) 비율이며, 1624세의 사용률이 높음

매체력 : 싱가포르 내 220만 다운로드
20년 1분기 사진&영상 앱 1위

대표상품: Brand Takeover, In-feeds ad
타겟팅: 성별, 연령, 지역, 관심사 등

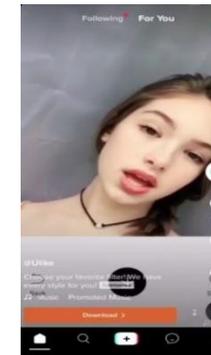
이용자 주요 데이터



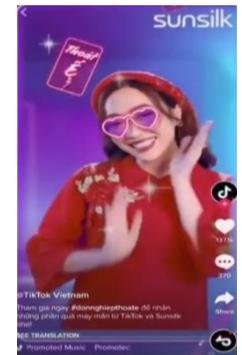
대표 상품



<Brand Takeover>
앱 실행 시 전면스크린으로
이미지 및 영상 광고 노출



<In Feed ads>
비디오 콘텐츠 사이에 노출
(고정/랜덤 선택가능)



<Hashtag ads>
유저 참여 유도

* 출처 : TikTok, Sensortower, Oberlo

싱가포르 글로벌 매체 Twitter (트위터) / LinkedIn (링크드인)

각각 관심사 및 비즈니스 관련 타겟팅이 가능한 싱가포르 내 인기 SNS 트위터와 링크드인



싱가포르의 인스턴트 메시지 SNS, 트위터(Twitter)
남성(50%) 여성(50%) 비율로 타 국가 대비 남성 이용률 높음

매체력: 이용자 수 137만 명
2019년 다운로드 27만

대표상품: First View, Promotion account
타겟팅: 관심사, 팔로워, 키워드

대표 상품



<Sponsored In Mail>
유저 접속 중일 때 메시지 전달,
CTA 버튼 삽입 가능한 메일형 광고



<Sponsored Content>
이미지, 동영상 등 활용 가능한
피드형 광고

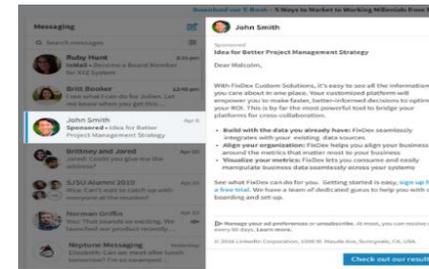


싱가포르의 비즈니스 SNS, 링크드인(Linkedin)
2534세대(60.5%), 3554세대(20.3%)가 주 이용자인 비즈니스 SNS

매체력: 이용자 수 280만 명

대표상품: Sponsored Content
타겟팅: 인구통계, 회사(사명, 업계, 직위 등)

대표 상품



<Sponsored In Mail>
유저 접속 중일 때 메시지 전달,
CTA 버튼 삽입 가능한 메일형 광고



<Sponsored Content>
이미지, 동영상 등 활용 가능한
피드형 광고

* 출처 : Napoleoncat, We are social, Sensortower, Twitter, LinkedIn

싱가포르 이커머스 매체 **Lazada (라자다) / Shopee (쇼피)**

고른 남녀 성비를 보이며 2544세대가 주 이용자, 주로 검색 키워드를 타겟으로 한 광고를 집행



싱가포르 내 최대 이커머스 플랫폼, 라자다(Lazada)
트래픽 및 MAU 기준 싱가포르 1위 쇼핑 웹사이트, 주 이용자 2534세대

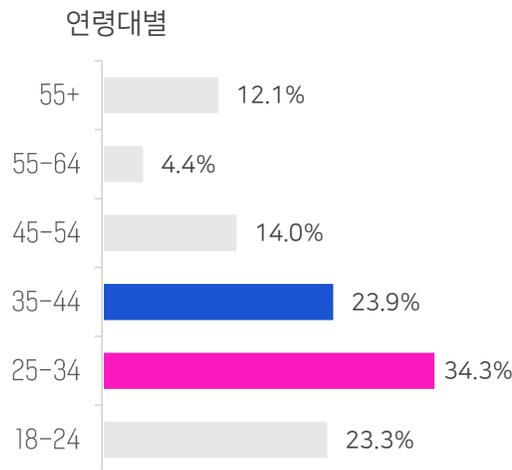
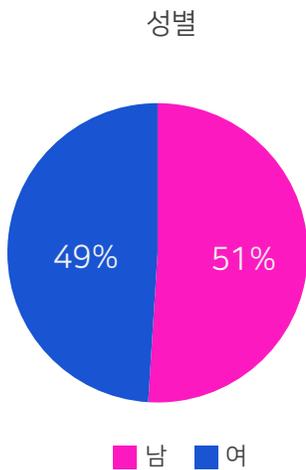


싱가포르 모바일 쇼핑 앱 1위, 쇼피(Shopee)
앱 다운로드 기준 쇼핑 1위 앱

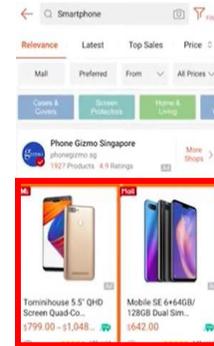
매체력: Monthly Web Visits(Feb-Apr 20)
Lazada 23M, Shopee 22M

대표상품: Promotion Ad, Keyword ad 등
타겟팅: 키워드

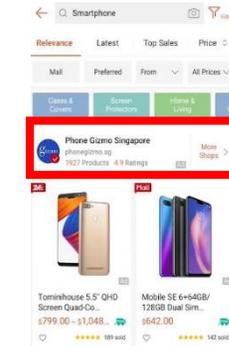
이커머스 이용자 주요 데이터



대표 상품



< Keyword Ad >
검색 키워드에 부합한
제품 광고 노출



< Shop Ad >
검색 키워드 관련 쇼핑몰
검색 결과창 상단 노출



< Promotion Ad >
판매페이지 연동

* 출처 : Mediaonemarketing, Similarweb, Digitalmarket.asia, Ipricegroup, Appannie, Lazada, Shopee

Global Marketing No.1 nasmedia
Your Best Partner

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