

**nasreport no.245**

nasmedia is a group of media planning professionals. We pursue 'More than expected'  
Tel 822-2188-7300 Fax 822-2188-7399  
Contact Us 3rd, 4th, 5th Floor, Daishin Securities Building, 292, Gangnam-daero, Gangnam-gu, Seoul, Korea



# Media Trend

미디어 동향 & 신규 광고 상품

**Index.**  
미디어 동향 &  
신규 광고 상품

- A. 4월 광고비 현황
- B. 온라인 매체 동향
- C. 4월 트래픽 동향
- D. 신규매체 & 신규상품

## nasreport no.245

nasmedia is a group of media planning professionals. We pursue 'More than expected'  
Tel 822-2188-7300 Fax 822-2188-7399  
Contact Us 3rd, 4th, 5th Floor, Daishin Securities Building, 292, Gangnam-daero, Gangnam-gu, Seoul, Korea

# Media Trend

월간 광고비 현황

## Index.

월간 광고비 현황

### - PC -

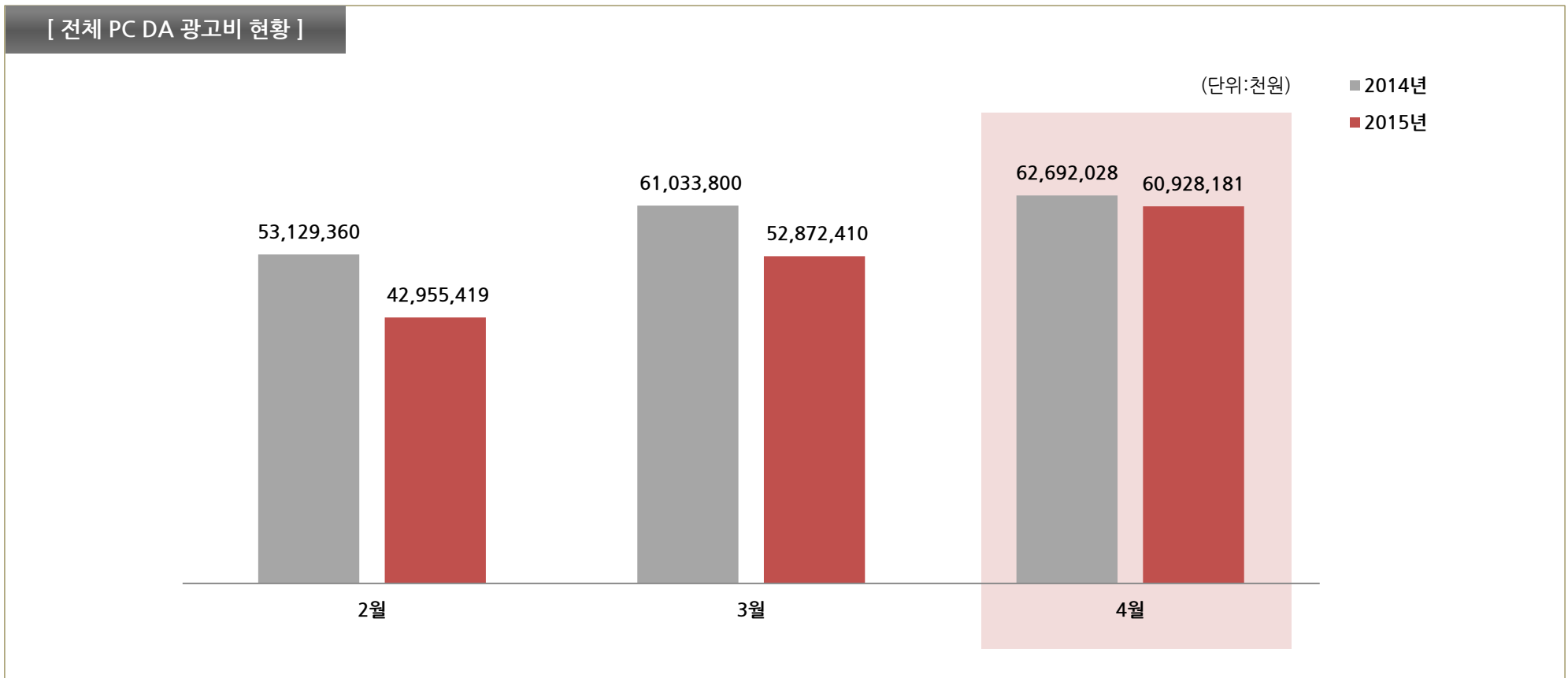
- A. 4월 광고비 현황-전체
- B. 4월 광고비 현황-업종
- C. 4월 광고비 현황-광고주
- D. 4월 광고비 현황-매체

### - Mobile -

- E. 4월 모바일 광고비 현황:전체
- F. 4월 모바일 광고비 현황:업종
- G. 4월 모바일 광고비 현황:광고주

## A. 4월 광고비 현황 : 전체

- 2015년 4월 전체 PC DA 광고 집행 금액은 약 609.2억 원으로 집계
- 전월(2015년 3월, 528.7억 원) 대비 15% 성장, 전년 동기(2014년 4월, 626.9억 원) 대비 3% 감소



\* 리서치애드 집계 기준으로, 실 집행 금액과 다소 차이가 있을 수 있습니다.  
\* Source : ResearchAD 4월

## B. 4월 광고비 현황 : 업종

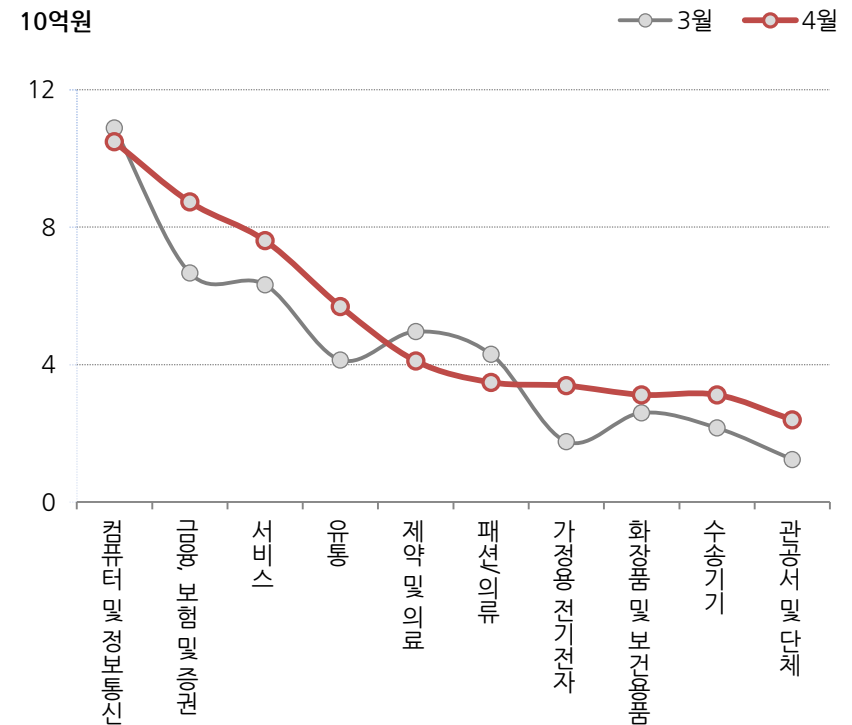
- Top10 내 대부분 업종 광고비 전월 대비 상승, 컴퓨터 및 정보통신 업종은 전월과 비슷한 수준 보이며 1위 유지
- 유통업종은 위메프의 지속적인 판촉 캠페인과 SK플래닛, 이베이코리아의 다양한 캠페인 집행으로 인해 전월 대비 성장세 보임
- 패션/의류의 경우, 전월 높은 광고비 보인 스페누의 광고 규모 감소로 전체적인 하락세 나타냄

[ Top10 업종 ]

(단위:천원)

순위	업종	순위변화	2월	3월	증감률
1	컴퓨터 및 정보통신	-	10,884,406	10,480,888	-4%
2	금융, 보험 및 증권	-	6,667,491	8,729,856	31%
3	서비스	-	6,321,662	7,607,433	20%
4	유통	▲2	4,130,685	5,689,408	38%
5	제약 및 의료	▼1	4,960,779	4,104,214	-17%
6	패션/의류	▼1	4,295,850	3,482,697	-19%
7	가정용 전기전자	▲4	1,757,884	3,385,733	93%
8	화장품 및 보건용품	-	2,596,000	3,119,339	20%
9	수송기기	-	2,155,930	3,119,322	45%
10	관공서 및 단체	▲2	1,238,255	2,393,241	93%

[ Top10 업종 광고비 추이 ]



\* 리서치애드 집계 기준으로, 실 집행 금액과 다소 차이가 있을 수 있습니다.  
\* Source : ResearchAD 4월

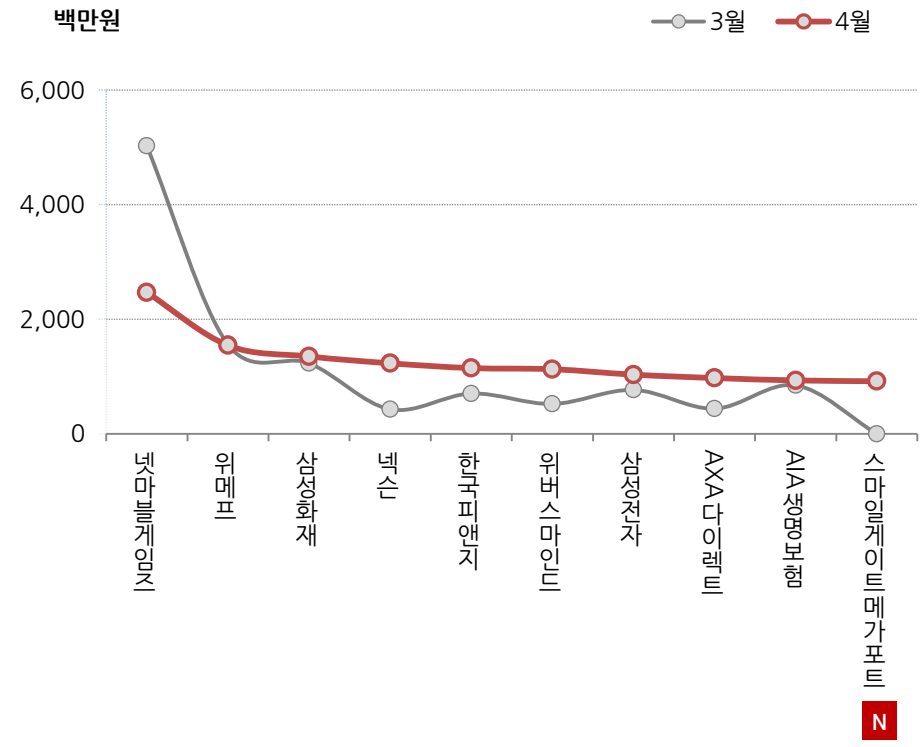
## C. 4월 광고비 현황 : 광고주

- 4월 Top10 광고주 모두 큰 격차 없이 비슷한 수준의 광고비 보임
- 넷마블게임즈 주요 캠페인(레이븐) 규모 감소로 전월 대비 하락세 보이고 있으나 1위 순위 유지. 넥슨도 다양한 캠페인 집행으로 높은 성장 나타냄
- 금융 업종 광고주 꾸준한 강세 보이고 있으며, 게임 광고주 '스마일게이트메가포트'가 신작 출시 캠페인으로 순위권 진입

[ Top10 광고주 ]

(단위:천원)					
순위	광고주	순위변화	3월	4월	증감률
1	넷마블게임즈	-	5,025,931	2,469,201	-51%
2	위메프	▲1	1,560,885	1,545,996	-1%
3	삼성화재	▲1	1,234,737	1,352,345	10%
4	넥슨	▲16	429,884	1,232,622	187%
5	한국피앤지	▲5	704,995	1,148,818	63%
6	위버스마인드	▲8	523,097	1,129,550	116%
7	삼성전자	▲2	768,665	1,034,172	35%
8	AXA다이렉트	▲9	440,700	975,834	121%
9	AIA생명보험	▼1	847,116	933,889	10%
10	스마일게이트메가포트(N)	-	-	919,226	-

[ Top10 광고주 광고비 추이 ]

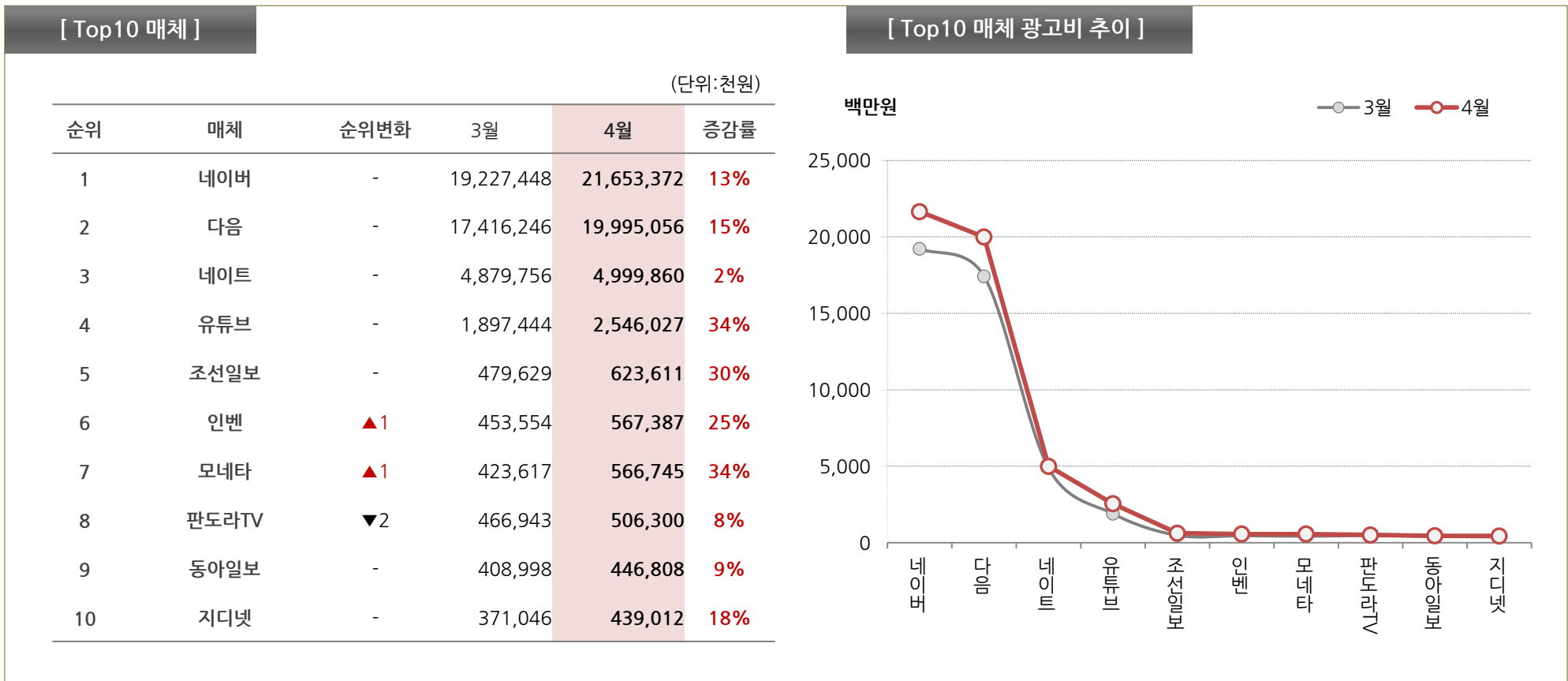


\* 리서치애드 집계 기준으로, 실 집행 금액과 다소 차이가 있을 수 있습니다.

\* Source : ResearchAD 4월

## D. 4월 광고비 현황 : 매체

- 전체적인 매체 광고비 상승세 보이고 있으며, 큰 순위 변동 없음
- 네이버의 경우 패션 업종 광고주(스베누)의 캠페인 집행 증가로 전월 대비 광고비 상승세 나타냄
- 유튜브는 화장품 및 패션 업종의 캠페인 증가로 전월 대비 높은 성장률 보이고 있으며, 판도라TV의 경우 의료 및 영화 광고주가 높은 비중 차지

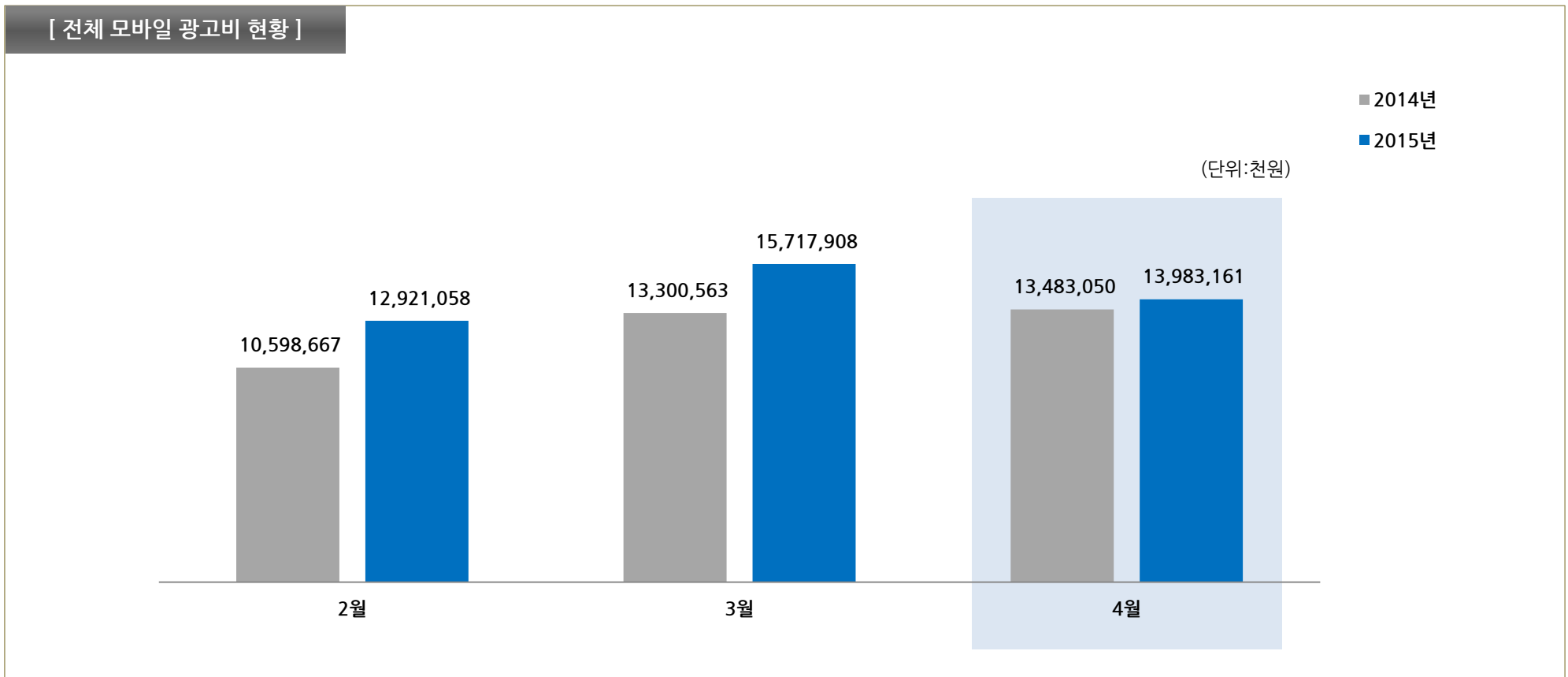


\* 리서치애드 집계 기준으로, 실 집행 금액과 다소 차이가 있을 수 있습니다.  
\* Source : ResearchAD 4월



## E. 4월 모바일 광고비 현황 : 전체

- 2015년 4월 전체 모바일 광고 집행 금액은 약 139.8억 원으로 집계
- 전월(2015년 3월, 157.1억 원) 대비 11% 감소, 전년 동기(2014년 4월, 134.8억 원) 대비 4% 상승



\* 리서치애드 집계 기준으로, 실 집행 금액과 다소 차이가 있을 수 있습니다.  
\* Source : ResearchAD 4월

## F. 4월 모바일 광고비 현황 : 업종

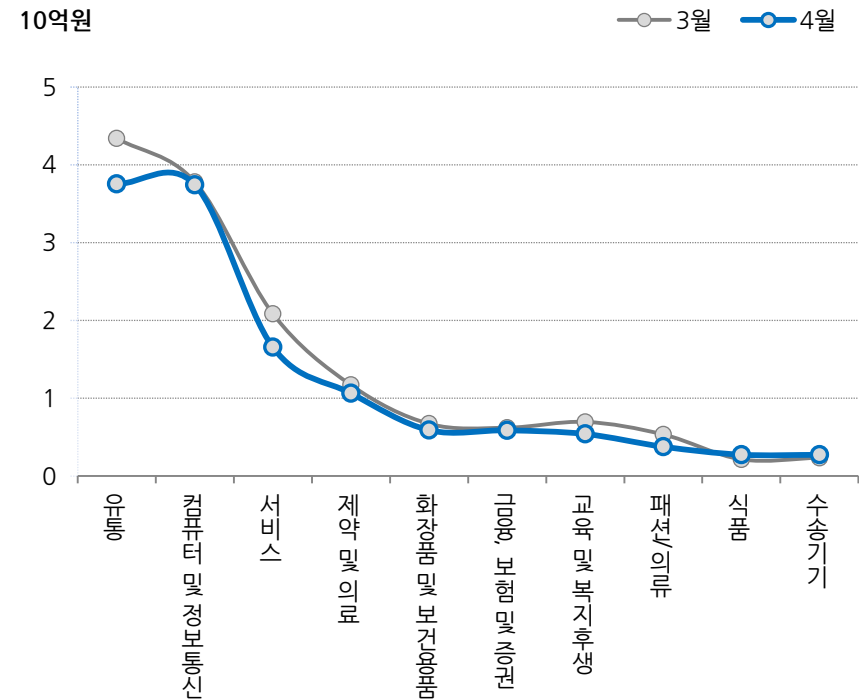
- 모바일 Top10 내 대부분 업종 광고비 전월 대비 하락
- 유통업종의 경우 이베이, GS홈쇼핑 등의 주요 광고주를 중심으로 꾸준히 1위 순위 유지. 컴퓨터 및 정보통신 업종은 게임 광고주 강세 보임
- 그 외 서비스 업종의 식음료 광고주, 제약 및 의료 업종의 병원 광고주들도 다양한 캠페인 집행하며 상위권 유지

[ Top10 업종 ]

(단위:천원)

순위	업종	순위변화	3월	4월	증감률
1	유통	-	4,340,162	3,755,384	-13%
2	컴퓨터 및 정보통신	-	3,781,022	3,744,717	-1%
3	서비스	-	2,085,777	1,656,342	-21%
4	제약 및 의료	-	1,170,612	1,064,270	-9%
5	화장품 및 보건용품	▲1	673,096	590,675	-12%
6	금융, 보험 및 증권	▲1	622,535	588,880	-5%
7	교육 및 복지후생	▼2	696,908	541,698	-22%
8	패션/의류	-	535,705	377,785	-29%
9	식품	▲3	215,321	275,622	28%
10	수송기기	▲1	236,424	273,937	16%

[ Top10 업종 광고비 추이 ]



\* 리서치애드 집계 기준으로, 실 집행 금액과 다소 차이가 있을 수 있습니다.

\* Source : ResearchAD 4월

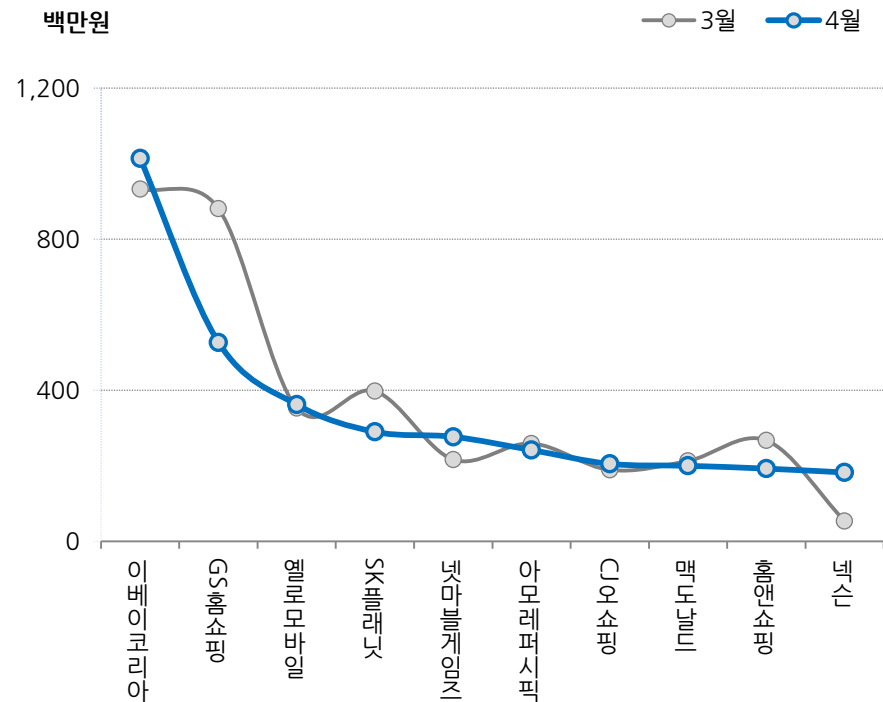
## G. 4월 모바일 광고비 현황 : 광고주

- 모바일 광고주 Top10 내 유통 광고주 총 5개로 높은 점유율 나타냄
- 이베이 코리아와 GS홈쇼핑의 경우 지속적인 판촉 캠페인을 통해 전월에 이어 꾸준히 상위 순위 유지
- 다양한 모바일 서비스를 보유한 옐로모바일은 '쿠차' 중심의 캠페인 집행으로 소폭 상승세 보임

[ Top10 광고주 ]

(단위:천원)					
순위	광고주	순위변화	3월	4월	증감률
1	이베이코리아	-	932,824	1,013,986	9%
2	GS홈쇼핑	-	880,986	527,114	-40%
3	옐로모바일	▲1	353,041	362,202	3%
4	SK플래닛	▼1	398,068	290,079	-27%
5	넷마블게임즈	▲2	216,622	277,081	28%
6	아모레퍼시픽	-	259,414	241,934	-7%
7	CJ오쇼핑	▲2	189,278	205,369	9%
8	맥도날드	-	213,161	200,254	-6%
9	홈쇼핑	▼4	267,428	192,791	-28%
10	넥슨	▲35	54,406	182,631	236%

[ Top10 광고주 광고비 추이 ]



\* 리서치애드 집계 기준으로, 실 집행 금액과 다소 차이가 있을 수 있습니다.

\* Source : ResearchAD 4월

## nasreport no.245

nasmedia is a group of media planning professionals. We pursue 'More than expected'  
Tel 822-2188-7300 Fax 822-2188-7399  
Contact Us 3rd, 4th, 5th Floor, Daishin Securities Building, 292, Gangnam-daero, Gangnam-gu, Seoul, Korea

# Media Trend

## 온라인 매체동향

## Index.

매체동향 & 단신소식

- A. 네이버-다음카카오, 검색결과에 1:1 특 기능 지원
- B. 네이버-다음카카오, 개방형 모바일 플랫폼 경쟁
- C. 네이버-다음카카오, 웹툰 콘텐츠 강화
- D. 다음카카오 앱마켓 <카카오게임샵> 출시
- E. 다음카카오 옐로아이디 스토어 오픈
- F. 줌닷컴 '쇼핑줌' 서비스 시작
- G. 페이스북 메신저 플랫폼 영역 확대
- H. 매체 공지사항과 뉴스로 보는 매체 소식 (1), (2)

# A. 네이버-다음카카오, 검색결과에 1:1 특 기능 지원

- 네이버 샵윈도 '쇼핑톡' 기능 검색 광고에 확대 적용
  - : 네이버는 샵윈도를 통해 사업자와 구매자간 대화가 가능한 쇼핑톡 서비스를 검색 광고에 확대 적용
  - : 쇼핑 서비스에 한정 되어있던 1:1 특 기능 확대로 다양한 업종은 물론 오프라인 매장까지 O2O 서비스 영역 확장
- 다음카카오 옐로아이디 검색광고에 연동
  - : 다음카카오는 작년 8월에 출시한 카카오키오 기반의 마케팅 플랫폼인 옐로아이디를 검색광고에 연동 적용
  - : 검색 광고 내용에 카카오키오 옐로아이디 아이콘 노출을 통해 관련 서비스에 관한 정보와 카카오키오를 통한 상품 문의 및 예약이 가능한 O2O 서비스 제공


## 네이버 Vs. 다음카카오 검색 광고 특기능



**NAVER**


쇼핑톡 기능

- 런칭일: 2014년 12월
- 네이버 모바일 쇼핑 서비스 '샵윈도' 내 입점 스토어 이용 서비스
- 샵윈도 전체 거래액 중 쇼핑톡을 통한 결제 비중 2배 증가 (전체 비중의 16%, 트렌드샵은 30%)



**네이버 1:1 특 검색 광고에 확대 적용**

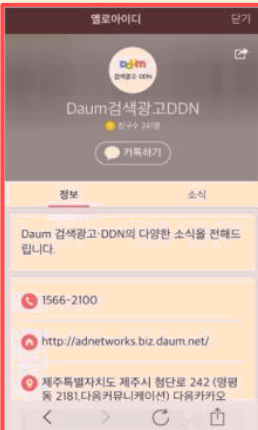
- 런칭일: 2015년 4월2일
- 검색 광고를 통해 노출되는 광고주 영역에 1:1 특 버튼 추가를 통해 상품 및 서비스에 대한 상담 가능
- 오프라인 매장 및 다양한 업종에 확대 적용을 통해 네이버 O2O 서비스 영역 확장



**daumkakao**

다음카카오 옐로아이디 검색광고 연동

- 런칭일: 2015년 4월2일
- 옐로아이디를 통해 생성된 계정 페이지를 검색 광고 영역에 연동시켜 광고주 페이지 방문 및 옐로아이디 1:1 대화기능 사용



**다음카카오 옐로아이디 검색광고 연동**

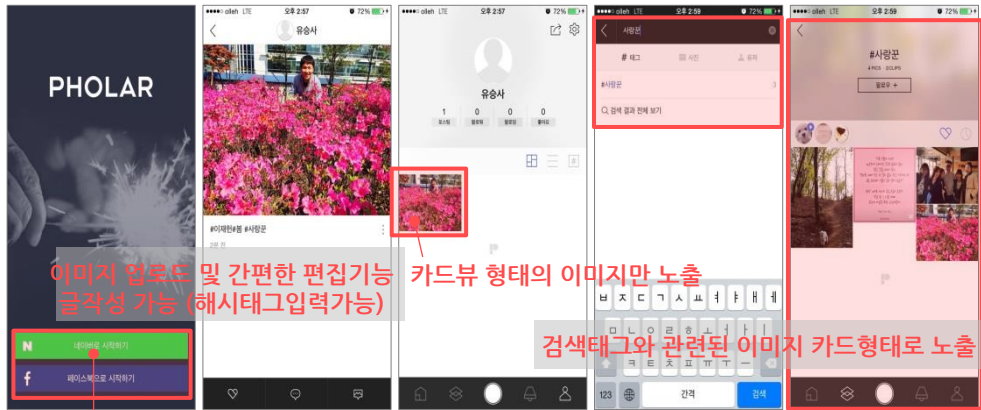
- 런칭일: 2015년 4월2일
- 옐로아이디를 통해 생성된 계정 페이지를 검색 광고 영역에 연동시켜 광고주 페이지 방문 및 옐로아이디 1:1 대화기능 사용

## B. 네이버-다음카카오, 개방형 모바일 플랫폼 경쟁

- 네이버는 이미지 중심의 관심사 기반 SNS 서비스 폴라 정식 출시, 다음카카오는 모바일 블로그 서비스 플레인 오픈베타 실시  
: 네이버는 네이버 및 페이스북 계정을 통해 로그인이 가능하며, 이미지와 해시태그를 활용한 SNS 서비스 폴라를 4월 29일 정식 런칭  
: 다음카카오는 모바일 간편 블로그 서비스 플레인의 오픈 베타 서비스를 실시
- 관심사 기반에 개방형 플랫폼 구조까지 유사한 서비스로, 해시태그 검색 기능을 통한 광고 서비스로 발전 가능  
: 두 서비스는 개방형 구조에 해시태그를 활용한 관심사 기반 서비스라는 점에서 공통점을 지니고 있으며, 검색 기능을 활용한 수익 서비스로 발전 예상

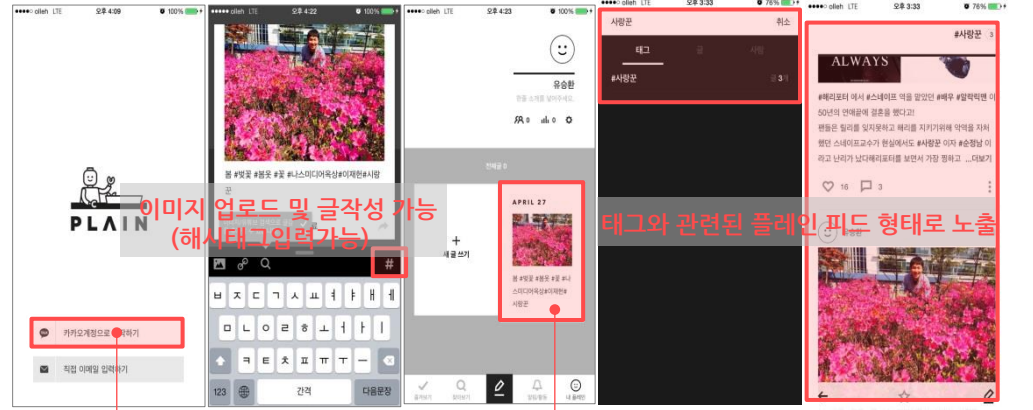
### 네이버 Vs. 다음카카오 개방형 모바일 서비스

#### 네이버 폴라(PHOLAR)



네이버 or 페이스북 계정 연동을 통해 로그인

#### 다음카카오 플레인(PLAIN)



카카오톡 계정과 연동을 통해 로그인 가능 이미지 및 작성글은 카드뷰 형태로 정렬

- 런칭일: 2015년 4월 29일
- 네이버가 제공하는 관심사 기반 SNS 서비스
- 네이버 아이디 및 페이스북 아이디를 통해 로그인 가능
- 추가적인 친구 요청 없이 관심 있는 태그 및 사람을 팔로잉하면 실시간으로 정보를 제공받을 수 있는 개방형 플랫폼
- 이미지를 중심으로 노출되며, 해시태그를 통해 공통된 관심사 모아보기 가능 (주 이용 타겟 10-20대)

- 런칭일: 2015년 4월 23일(오픈베타)
- 현재 오픈베타로 제공되는 모바일 블로그로 하반기 정식 출시 예정
- 카카오톡 계정을 통해 로그인 가능
- 별도의 친구 요청 없이 관심글을 즐겨 보기 기능을 통해 정보를 제공 받을 수 있는 개방형 플랫폼
- 텍스트, 이미지, 링크, 영상 등을 모바일을 통해 간편하게 게재할 수 있는 블로그 형태
- 태그를 통해 검색이 가능하며 모아보기 가능



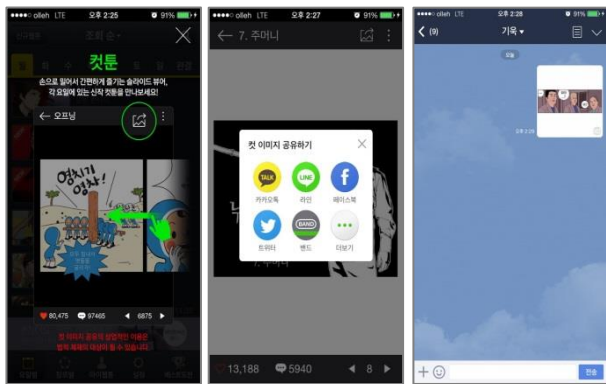
# C. 네이버-다음카카오, 웹툰 콘텐츠 강화

- 네이버 웹툰은 콘텐츠 공유 서비스 강화를 위한 '컷툰' 출시
  - : 국내 1위 웹툰 콘텐츠 서비스社 네이버는 웹툰 컷별 공유가 가능하며, 새로운 구독 방식인 '컷툰' 서비스를 출시하며 웹툰 서비스 영역 강화
  - : 또한, 웹툰 참여 번역 서비스를 통해 다양한 국가의 이용자들이 직접 웹툰 번역에 참여시킴으로써 자연스럽게 글로벌 영역 확장
- 다음 웹툰 중국 주요 만화 콘텐츠 플랫폼과 제휴
  - : 다수의 성공적인 OSMU 웹툰 콘텐츠를 보유한 다음 웹툰은 중국의 웹툰 콘텐츠 플랫폼과 제휴를 통해 약 40여개 웹툰을 1차적으로 제공하며 중국진출 본격화

## 네이버 Vs.다음카카오 웹툰 서비스 강화



### 1) 네이버 컷툰 서비스 출시



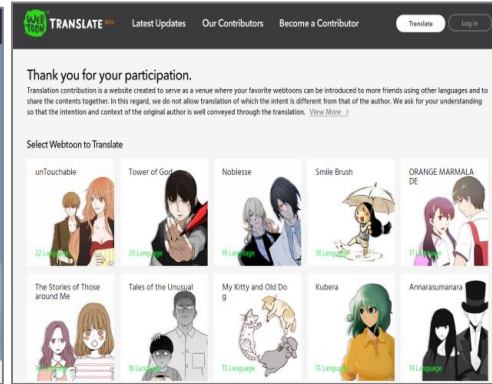
#### 1) 네이버 컷툰 서비스

- 서비스런칭: 2015년 4월 2일
- 기존 웹툰 구독 방식인 세로 스크롤 방식과 스마트툰(터치를 통한 장면 전환) 방식에서 하나의 스크린에 하나의 컷을 가로로 스크롤해 넘기는 방식
- 웹툰 컷별 이미지를 SNS 및 메시지를 통해 공유가 가능

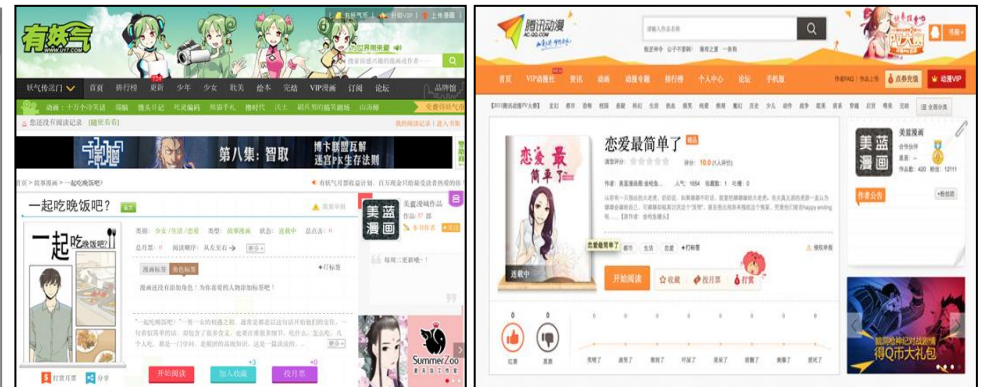
#### 2) 네이버 웹툰 참여 번역

- 웹툰을 구독하는 이용자들이 직접 번역에 참여하여 현재까지 25개국 언어 6000개 회차 55문장이 번역되어, 네이버 웹툰 콘텐츠의 글로벌 진출 가속화

### 2) 네이버 웹툰 참여번역



### 다음 웹툰 중국 콘텐츠 플랫폼 제휴



#### ▲ 다음웹툰 '저녁같이드실래요?'(U17)

#### ▲ 다음웹툰 '연애가제일쉬웠어요' (큐큐닷컴)

다음웹툰은 다음 웹툰 작품 40여편을 중국 대표 콘텐츠 플랫폼 4곳에서 공개 <주요 진출 플랫폼>

- 중국 대표 포털 사이트 텐센트의 '큐큐닷컴'
- 중국 최초의 온라인 만화 사이트 'U17(요유치)
- 차이나 모바일의 모바일 콘텐츠 플랫폼 '열독기지'
- 웹툰 전용 어플리케이션 '미람만화' APP



## D. 다음카카오 앱마켓 <카카오게임샵> 출시

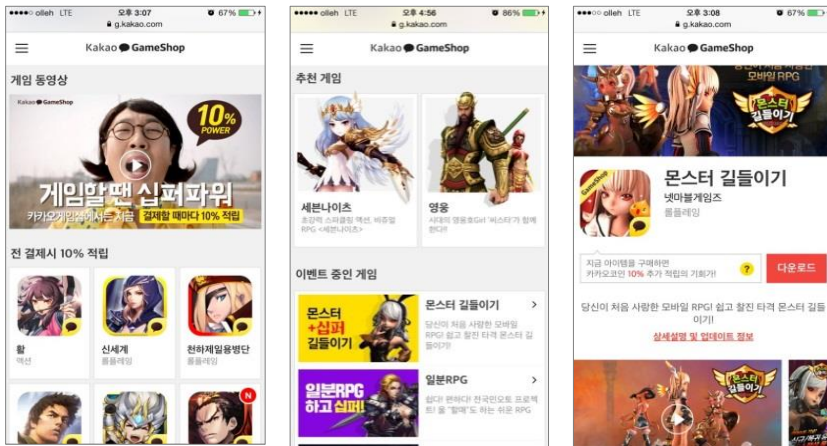
- 다음 카카오 게임 앱마켓 '게임샵' 출시

: 카카오게임하기를 통해 플랫폼 수수료로 수익을 창출했던 다음카카오는 유통 마켓인 카카오 게임샵 출시

- 유통 수수료가 없는 카카오 게임샵, 개발사 수익 최대 65%까지 증가

: 카카오게임샵은 구글과 애플 등에서 제공하던 유통 서비스를 제공하지만 유통 채널의 수수료를 받지 않으며, 게임 이용자 결제 금액의 10%를 인센티브로 제공함으로써 게임 개발사의 부담을 줄이고 수익을 증대시켜 지속적인 카카오 게임 플랫폼 이용 유도

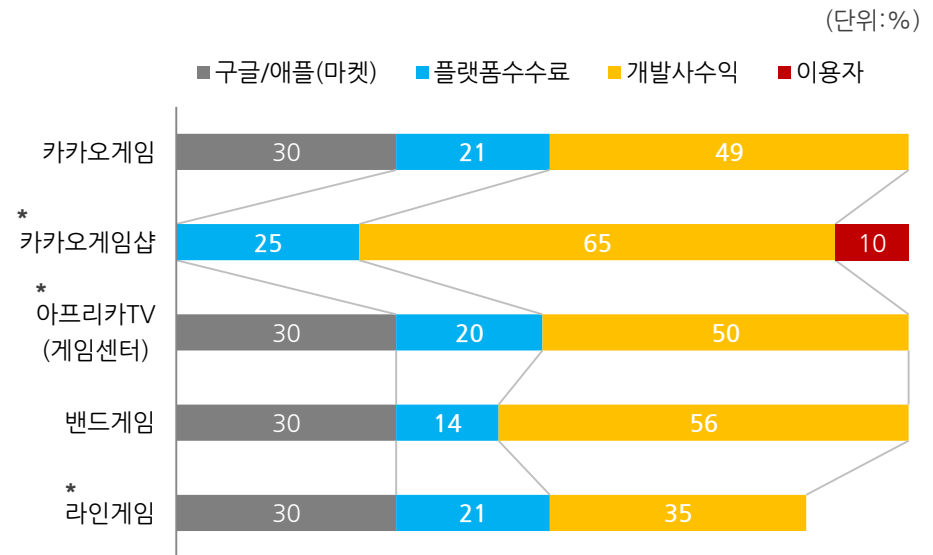
카카오 게임샵 런칭



### 카카오 게임샵

- 런칭일: 2015년 4월 1일
- 카카오 게임샵 웹사이트(g.kakao.com) 접속 후 설치파일(apk)파일을 다운로드하는 형태
- 현재 카카오게임샵을 통해 다운로드 받은 게임은 현금 결제 이용시 10%를 카카오 코인 형태로 유저에게 지급

주요 게임 플랫폼 수익 구조



\* 카카오게임샵은 구글/애플(마켓) 수수료 없음  
\* 아프리카TV 플랫폼 수수료는 20% 미만선에서 조율  
\* 라인 게임은 플랫폼 수수료율이 게임마다 상이함

## E. 다음카카오 옐로아이디 스토어 오픈

- 다음카카오는 옐로아이디를 통해 구매 및 결제가 가능한 서비스 운영

: 다음카카오가 제공하는 옐로아이디는 '14년 8월 이후 현재 약 6만 3000여 업체가 이용하는 마케팅 서비스

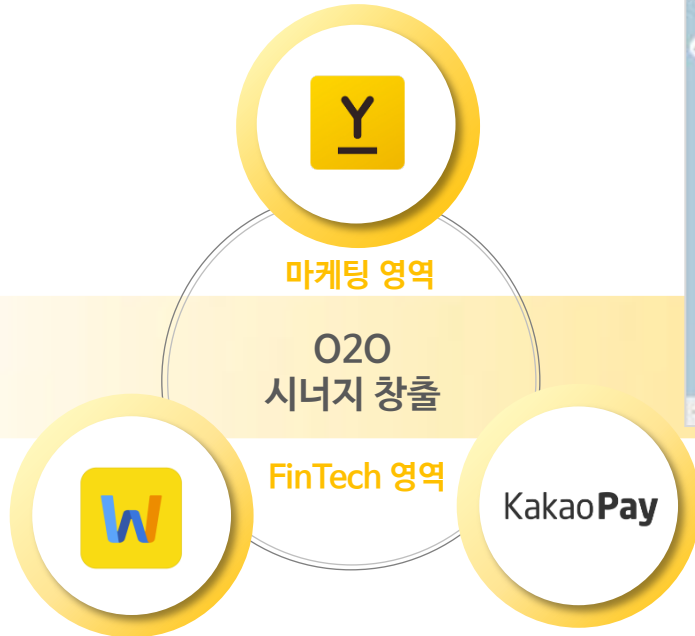
: 다음카카오가 운영하는 핀테크 서비스 영역인 카카오페이와뱅크월렛카카오 서비스를 연동하여 상품의 문의, 주문, 결제까지 가능한 O2O 플랫폼으로 발전될 전망

### 다음카카오 옐로아이디 스토어 서비스 개요

#### 옐로아이디

2014년 8월 서비스 시작

현재 6만 3000여 업체가 옐로아이디 서비스 운영 중

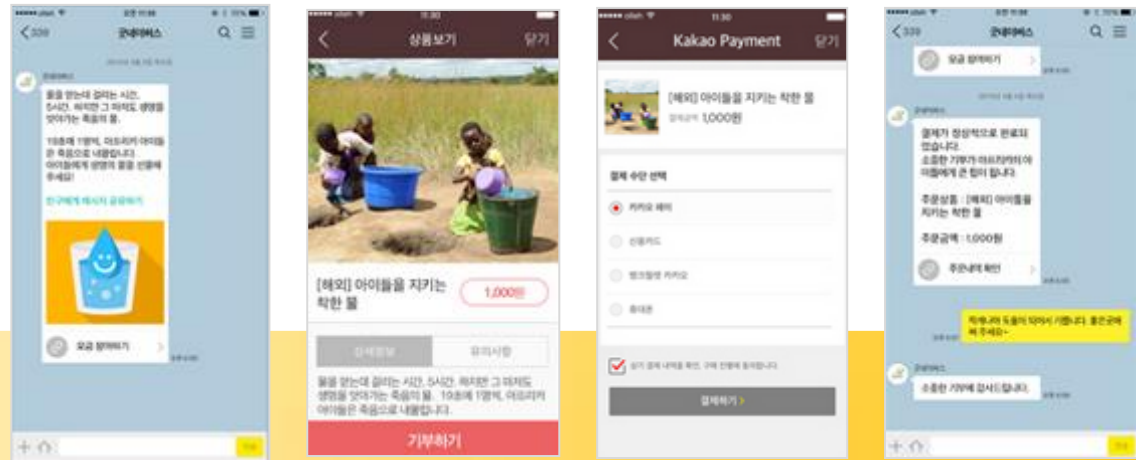


#### 뱅크월렛카카오

2014년 11월 출시되었으며, 16개 은행과 제휴  
2015년 4월 바코드 결제 서비스 출시

#### 카카오페이

2015년 4월 기준 가입자수 400만명 돌파  
(국내 모바일 결제 서비스 중 최초)



- ✓ NGO, 숙박, 외식 업체 등과 함께 기부, 예약, 구매 등 다양한 거래 모델 시험
- ✓ 거래 상담 후 구매로 이어지는 구매 전환율 상승 기대
- ✓ 다음카카오에서 운영중인 핀테크영역(카카오페이/뱅크월렛카카오)과 마케팅영역(옐로아이디) O2O 시너지 창출 효과 기대

## F. 줌닷컴 '쇼핑줌' 서비스 시작

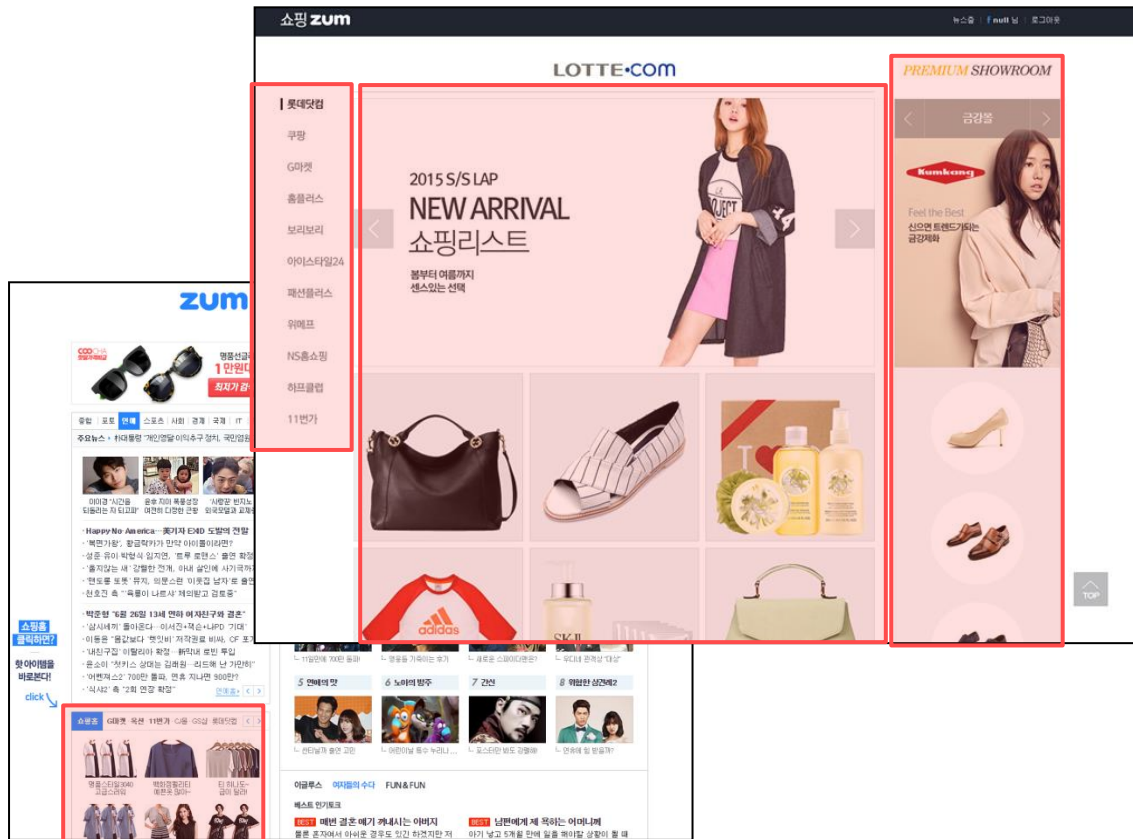
- 줌인터넷은 큐레이팅 쇼핑 서비스 '쇼핑줌(Zum)' 서비스 런칭

: 줌닷컴은 주요 대형 쇼핑몰 바로가기 아이콘과 함께 각 쇼핑몰에서 추천하는 상품을 모아서 보여주는 큐레이션 서비스 제공

: 또한, 매일 인터넷에서 화제 되는 키워드와 관련된 상품의 정보를 모아서 제공

: 올해 4월 출시한 어제와 비교해 가장 저렴해진 상품을 자동으로 보여주는 쇼핑앱 <훅>과 함께 쇼핑 사업 부문 지속적으로 강화할 예정

### 쇼핑줌 주요 서비스 영역 및 내용



### 쇼핑ZUM

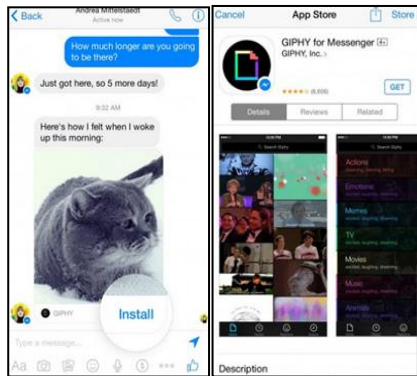
- 런칭일: 2015년 4월 30일
- 국내 주요 대형 쇼핑몰의 쇼핑정보 및 국내 대형 쇼핑 쇼핑몰 정보 제공

- 주요 대형 쇼핑몰 및 소셜커머스 업체 핫 아이템 큐레이션 노출 및 쇼핑몰 바로가기 가능
- 각 쇼핑몰 주요 상품 및 추천 상품 노출
- 중소 쇼핑몰 및 기타 쇼핑몰 주요 상품 및 이벤트, 프로모션 상품 노출
- 온라인에서 이슈가 되고 있는 키워드와 관련된 쇼핑 상품 정보 제공 (키워드 쇼핑 정보)

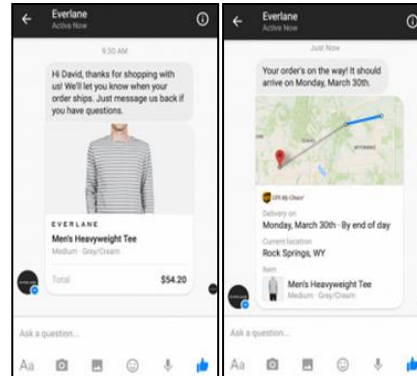
# G. 페이스북 메신저 플랫폼 영역 확대

- 월간 MAU 6억명 -페이스북 메신저, 소통 영역 넘어 플랫폼 영역 확장
  - : 페이스북 메신저의 소프트웨어 개발자 도구(SDK)를 공개함으로써 외부 서비스와 페이스북 메신저 기능의 자유로운 연동 가능
  - : 제품의 구매를 위한 문의, 결제, 배송 상황까지 실시간으로 확인할 수 있는 비즈니스적 측면 강화
  - : 페이스북 메신저를 통해 대화 상대방에게 송금을 할 수 있는 핀테크 영역 서비스 제공
  - : 페이스북 메신저 PC버전 출시를 통해 스마트폰이나 태블릿이 아닌 PC에서도 웹브라우저 탭을 통해 페이스북 메신저 이용 가능

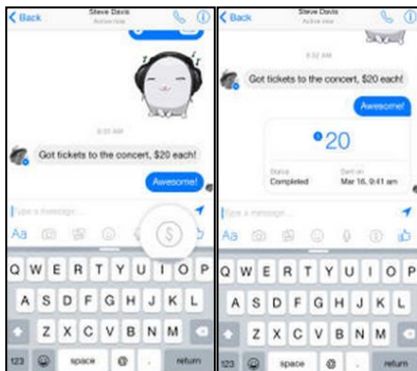
## 페이스북 메신저 서비스 강화 영역



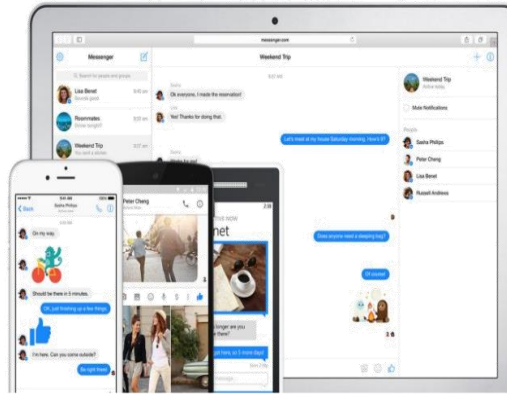
**외부 서비스와 연동성 강화 - SDK공개**  
메신저 SDK공개를 통해 외부 앱의 내용을 페이스북 메시지로 공유 가능  
C.f) 카카오키프 - 게임 아이템 공유



**비즈니스 영역 강화- 비즈니스 온 메신저**  
상품에 대한 문의, 결제, 배송 정보 제공  
C.f) 네이버 - 1:1 특기능  
다음카카오 - 옐로아이디



**페이스북 메신저 송금 서비스 도입**  
페이스북 친구간 돈을 주고 받을 수 있는 송금 서비스  
C.f) 다음카카오 -뱅크월렛 카카오



**PC 버전 메신저 서비스- 메신저닷컴 서비스**  
페이스북 메신저를 PC웹을 통해 이용 가능  
C.f) 다음카카오 - 카카오톡 PC버전

## H. 매체 공지사항과 뉴스로 보는 매체 소식 (1)

사이트	카테고리	내용	상세 내용
네이버	뉴스	네이버 1Q 실적, 해외 매출 33% 기록	• 네이버 1분기 실적 결과 매출 7406억 원, 영업이익 1920억 원, 순이익 1346억 원
	서비스	웹툰 캐릭터 상품 판매하는 온라인숍 오픈	• 웹툰 캐릭터 오프라인 매장 방문이 어려워 구매하지 못했던 사람들을 위한 온라인숍 오픈
		네이버 사전, 이탈리아 등 12개 언어 추가	• 네이버는 사전 서비스에 12개 신규 언어를 추가하면서 네이버 사전은 총 32개의 언어를 제공
	모바일	네이버 '증권 트렌드 서비스' 모바일에 도입	• 증권 종목 관련 글을 집계해 순위와 차트를 제공하는 '증권트렌드 서비스'를 모바일 증권 서비스에 제공
		모바일 홈페이지 제작 플랫폼 '모두' 공개	• 네이버가 모바일 홈페이지 제작 플랫폼 '모두(modoo!)' 서비스의 베타 버전을 29일 공개
다음카카오	뉴스	다음카카오 '뉴스펀딩' 6개월에 10억원 돌파	• 다음카카오가 운영하는 클라우드 펀딩 뉴스 '뉴스펀딩'이 출시 반년만에 후원금 10억원 돌파
		다음카카오 투명성 보고서 연 2회 내기로	• 네이버에 이어 '카카오톡'을 운영하는 다음카카오도 투명성 보고서를 연 2회(1월과 7월) 발행
	모바일	'카카오프렌즈' 독립법인화 추진	• 다음카카오가 모바일 메신저 카카오톡의 캐릭터사업인 '카카오프렌즈'를 독립법인화하는 방안을 추진 중
네이트	서비스	뱅크월렛카카오, '바코드 결제' 서비스 오픈	• 뱅크머니를 이용한 결제는 세븐일레븐, CU, 바이더웨이, 위드미 등 전국 약 2만7000여 편의점에 우선 적용
		네이트온' 업무용 메신저 기능 강화	• 네이트온에 업무 기능을 대폭 추가하고 업무용 메신저로 포지셔닝을 강화

## H. 매체 공지사항과 뉴스로 보는 매체 소식 (2)

사이트	카테고리	내용	상세 내용
페이스북	뉴스	페이스북, 전세계 SNS 광고비중 75%	• SNS 광고 시장 규모가 매년 급증하는 가운데 지난해 전 세계 SNS 광고비의 75%가 페이스북에 집중
		페이스북 1분기 실적 발표	• 페이스북 비용 증가로 1분기 순익 전년대비 20% 감소했으나, 광고 매출 중 모바일의 비중은 69%로, 꾸준히 증가
	서비스	소규모 비즈니스 페이지 4,000만개 돌파	• 페이스북은 전 세계의 소규모 비즈니스 업체가 개설한 페이지 수가 4,000만개 돌파, 10개월만에 1,000만개 증가
트위터	뉴스	페이스북 노출 알고리즘 수정	• 페이스북 노출도에서 평소 자주 소통하는 친구들의 콘텐츠가 뉴스피드에서 한층 더 노출 우선순위가 될 전망
	서비스	트위터 사용자 74% 트위터로 동영상 시청	• 트위터 세미나 '#Twitter4Brands2015'에서 국내 트위터 사용자의 74%가 트위터로 동영상을 시청
구글	서비스	미디어용 큐레이션 툴 공개	• 방송 및 인터넷 미디어 등이 트위터와 바인 동영상 서비스에 올라오는 콘텐츠를 걸러내 보여주는 큐레이터 공개
	뉴스	구글 1분기 실적 발표	• 세계 최대 인터넷 기업 구글의 1분기 매출과 순익이 작년 같은 기간보다 각각 12%, 4% 증가
구글	뉴스	구글, 통신사업 진출	• 구글이 통신 사업을 시작하면서 인터넷 검색부터 통신망까지 온라인 사업 수직 계열화 완성
	서비스	모바일 위주로 검색랭킹 선정 방식 변경	• 구글은 기존 검색 알고리즘을 조정, 스마트폰에 적합한 페이지가 검색 순위 전면에 배치토록 조정
싸이월드	서비스	싸이월드, 육아 중고마켓 앱 '맘켓' 출시	• 맘켓은 육아 용품 중고 거래를 쉽고 안전하게 할 수 있고, 다양한 육아 정보를 볼 수 있는 모바일 전용 서비스
엘로모바일	뉴스	엘로모바일, '산타뮤직 인수' enter업계 진출	• 엘로모바일은 최근 자회사 엘로엔터테인먼트를 설립하고, 연예기획사 산타뮤직의 지분 100%를 모두 인수
		오픈메디칼 인수로 헬스케어 O2O 강화	• 엘로모바일은 건강의료기기 대표 쇼핑몰 오픈메디칼을 계열사로 합류시키며 헬스케어 O2O 분야에 영향력 확대
아프리카TV	서비스	아프리카TV 채팅 중계 도입	• 아프리카TV가 실시간 채팅 서비스를 접목시킨 양방향 야구중계를 강화
위메프	뉴스	위메프, 롯데백화점과 제휴	• 롯데백화점과 단독 제휴를 통해 기존 소셜커머스에서 볼 수 없었던 백화점 브랜드 제품 입점
유튜브	뉴스	유튜브 콘텐츠 유료화 본격화	• 동영상 공유 사이트 유튜브가 앞으로 수 개월 내에 가입자 기반의 유료 서비스를 본격 제공할 전망
		영상제작 지원 '유튜브 스페이스 뉴욕' 소개	• 인터넷 동영상 사이트인 유튜브가 동영상 제작자를 지원하기 위한 '유튜브 스페이스 뉴욕'을 언론에 소개



## nasreport no.245

nasmedia is a group of media planning professionals. We pursue 'More than expected'  
Tel 822-2188-7300 Fax 822-2188-7399  
Contact Us 3rd, 4th, 5th Floor, Daishin Securities Building, 292, Gangnam-daero, Gangnam-gu, Seoul, Korea

# Media Trend

월간 트래픽 동향

## Index.

월간 트래픽 동향

- A. 4월 PC+Mobile(Web+App) 트래픽 전체 순위(1-20위)
- B. 4월 PC 트래픽 전체 순위(1-20위)
- C. 4월 Mobile(Web/App) 트래픽 전체 순위(1-20위)
- D. 4월 Portal\_PC /Mobile 트래픽 동향
- E. 4월 SNS\_PC/Mobile 트래픽 동향
- F. 4월 Video\_PC/Mobile 트래픽 동향



## A. 4월 PC+Mobile(Web+App) 트래픽 전체 순위(1-20위)

(순위기준: 순방문자)

순위	순위변화	도메인	사이트+애플리케이션 순방문자	평균 체류시간 (분)	페이지뷰
1	-	naver.com	36,244,127	2,155.24	25,993,349,754
2	-	daum.net	32,779,807	1,273.3	10,575,896,759
3	-	kakao.com	31,839,488	2,741.06	66,504,053
4	-	google.com	29,667,614	181.8	477,937,610
5	-	youtube.com	26,538,084	280.73	412,278,839
6	-	tistory.com	21,142,717	12.11	262,772,293
7	▲2	gmarket.co.kr	19,363,379	41.13	933,066,165
8	-	facebook.com	19,137,525	372.99	615,286,685
9	▼2	11st.co.kr	18,520,037	42.11	766,003,294
10	▲2	band.us	16,805,300	130.68	72,661,846
11	▼1	google.co.kr	16,666,867	20.5	877,989,659
12	▼1	auction.co.kr	16,626,177	50.06	1,027,547,390
13	-	nate.com	15,990,646	1,818.95	1,650,124,818
14	-	gsshop.com	13,670,962	30.52	285,558,117
15	-	coupang.com	12,942,322	42.98	178,297,577
16	-	interpark.com	11,539,423	20.97	243,279,234
17	-	kbstar.com	10,860,350	40.93	444,605,588
18	-	wemakeprice.com	10,814,963	46.08	224,316,749
19	▲3	ticketmonster.co.kr	10,371,705	37.03	149,486,418
20	-	gomtv.com	10,268,905	672	28,178,322

\* Mobile APP의 경우 디바이스에 내장되어 있는 APP이나, 통신사 내장형 APP 순위 제외

\* Source : 코리안클릭 4월

## B. 4월 PC 트래픽 전체 순위(1-20위)

(순위기준: 순방문자)

순위	순위변화	도메인	순방문자	평균 체류시간 (분)	페이지뷰
1	-	naver.com	30,201,599	328.43	17,716,794,413
2	-	daum.net	25,611,578	172.39	7,963,669,924
3	-	tistory.com	16,868,180	9.68	183,066,586
4	-	gmarket.co.kr	13,414,821	27.34	787,374,360
5	-	11st.co.kr	12,508,907	24.71	688,652,901
6	▲1	auction.co.kr	12,134,161	33.98	957,828,907
7	▼1	google.com	11,972,488	15.35	319,069,675
8	-	youtube.com	11,666,269	30.26	345,550,718
9	-	google.co.kr	10,421,702	17.08	470,742,005
10	-	nate.com	8,809,384	85.86	1,099,809,759
11	▲2	facebook.com	8,234,115	27.39	357,712,788
12	▼1	zum.com	8,022,451	22.4	256,784,430
13	▼1	interpark.com	7,989,484	15.06	210,449,899
14	▲1	chosun.com	7,804,750	17.64	487,229,247
15	▼1	donga.com	7,632,597	8.54	94,344,882
16	▲2	mk.co.kr	6,682,278	5.73	39,544,304
17	▲2	joins.com	6,681,364	8.54	113,546,394
18	▼1	gsshop.com	6,656,184	12.34	155,198,949
19	▼3	kbstar.com	6,322,798	37.3	443,448,914
20	-	wemakeprice.com	6,319,364	25.68	199,407,947

\* Source : 코리아 클릭 4월

## C. 4월 Mobile(Web/App) 트래픽 전체 순위(1-20위)

Mobile\_WEB

(순위기준: 순방문자)

순위	순위변화	도메인	순방문자	평균 체류시간 (분)	페이지뷰
1	-	naver.com	16,420,946	301.44	8,273,644,007
2	-	daum.net	13,121,935	118.98	2,604,885,920
3	-	google.com	10,195,684	9.26	158,867,935
4	-	google.co.kr	9,396,611	17.41	407,247,653
5	-	tistory.com	8,101,459	10.35	79,705,707
6	▲3	gmarket.co.kr	7,456,492	16.16	145,691,805
7	-	facebook.com	7,224,918	20.22	257,573,897
8	▲2	kakao.com	6,676,076	4.31	28,408,213
9	▼3	11st.co.kr	6,489,924	8.04	77,350,393
10	▼2	gsshop.com	6,152,535	19.77	130,359,167
11	-	youtube.com	5,421,775	15.63	66,728,121
12	-	auction.co.kr	4,808,146	11.34	69,718,483
13	▲3	joins.com	3,747,410	5.73	22,534,861
14	▲5	interpark.com	3,706,061	5.45	32,829,335
15	▲2	wikipedia.org	3,631,968	4.64	17,265,277
16	▼1	donga.com	3,392,648	9.13	54,727,928
17	▼4	nate.com	3,385,326	64.86	550,307,486
18	▼4	twitter.com	3,246,439	5.80	73,993,959
19	▲3	chosun.com	3,064,709	5.6	25,492,105
20	▼2	ppomppu.co.kr	2,849,962	42.15	288,169,739

Mobile\_APP

(순위기준: 순이용자)

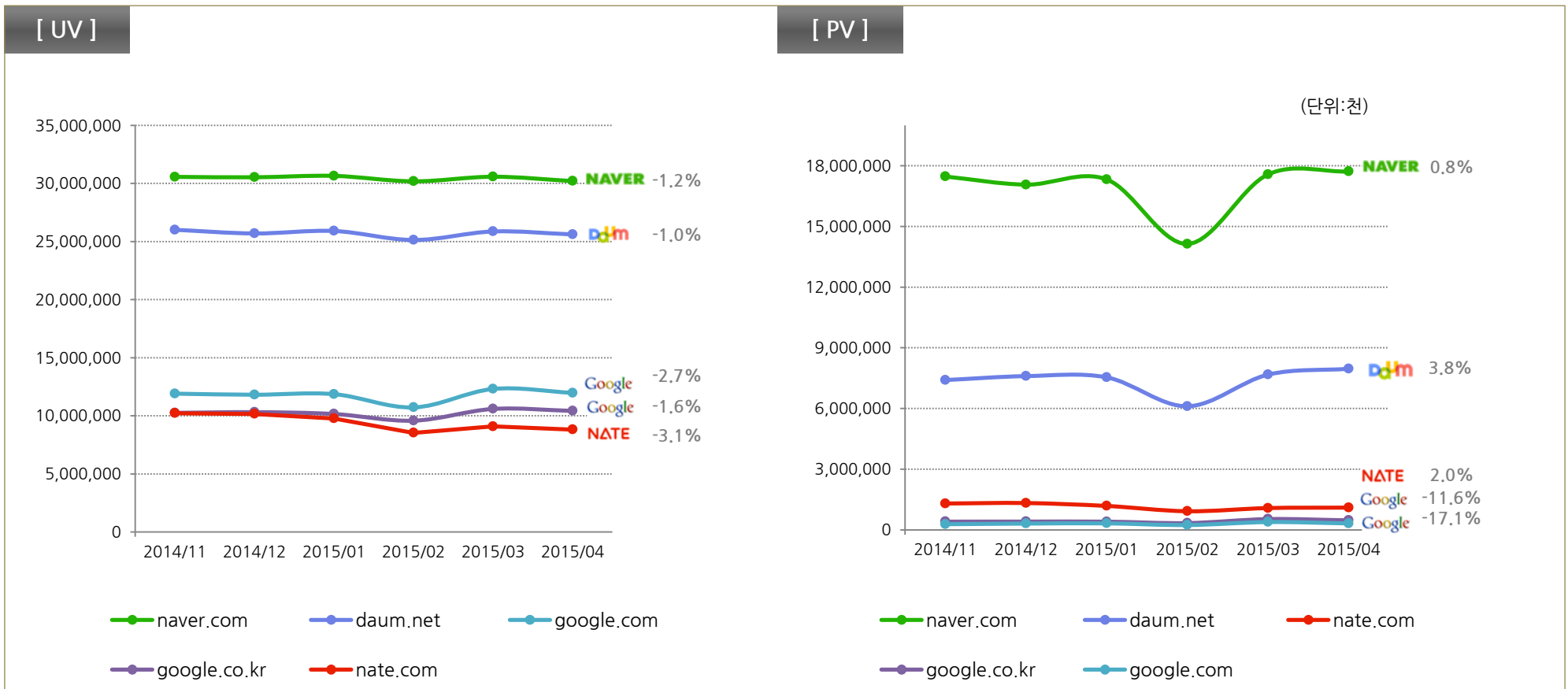
순위	순위변화	애플리케이션	순이용자	총 이용시간 (*1000분)
1	-	카카오톡	29,192,888	27,567,179
2	-	YouTube	19,982,484	7,012,343
3	-	네이버	19,431,067	13,041,963
4	-	카카오스토리	18,326,585	2,000,099
5	-	밴드	16,042,210	2,135,352
6	-	Facebook	10,936,872	6,727,817
7	▲1	Google+	9,022,129	94,524
8	▼1	네이버지도	8,846,667	209,298
9	▲2	Syrup	7,936,868	147,115
10	-	쿠팡	7,798,684	419,475
11	▼2	T map	7,643,406	1,563,825
12	▲2	후후	7,263,425	47,947
13	▼1	다음	7,195,157	2,409,295
14	▼1	OK캐쉬백	6,628,725	475,928
15	-	KB국민은행 스타뱅킹	6,390,381	204,130
16	-	네이버 N드라이브	5,708,856	90,126
17	▲4	멜론	5,491,307	1,852,292
18	▲5	네이트	5,490,169	531,514
19	▼1	네이버 카페	5,455,018	1,779,913
20	▲9	네이버 미디어 플레이어	5,190,474	769,571

\* Mobile APP의 경우 디바이스에 내장되어 있는 APP이나, 통신사 내장형 APP 순위 제외

\* Source : 코리안클릭 4월

## D. 4월 Portal\_PC 트래픽 동향

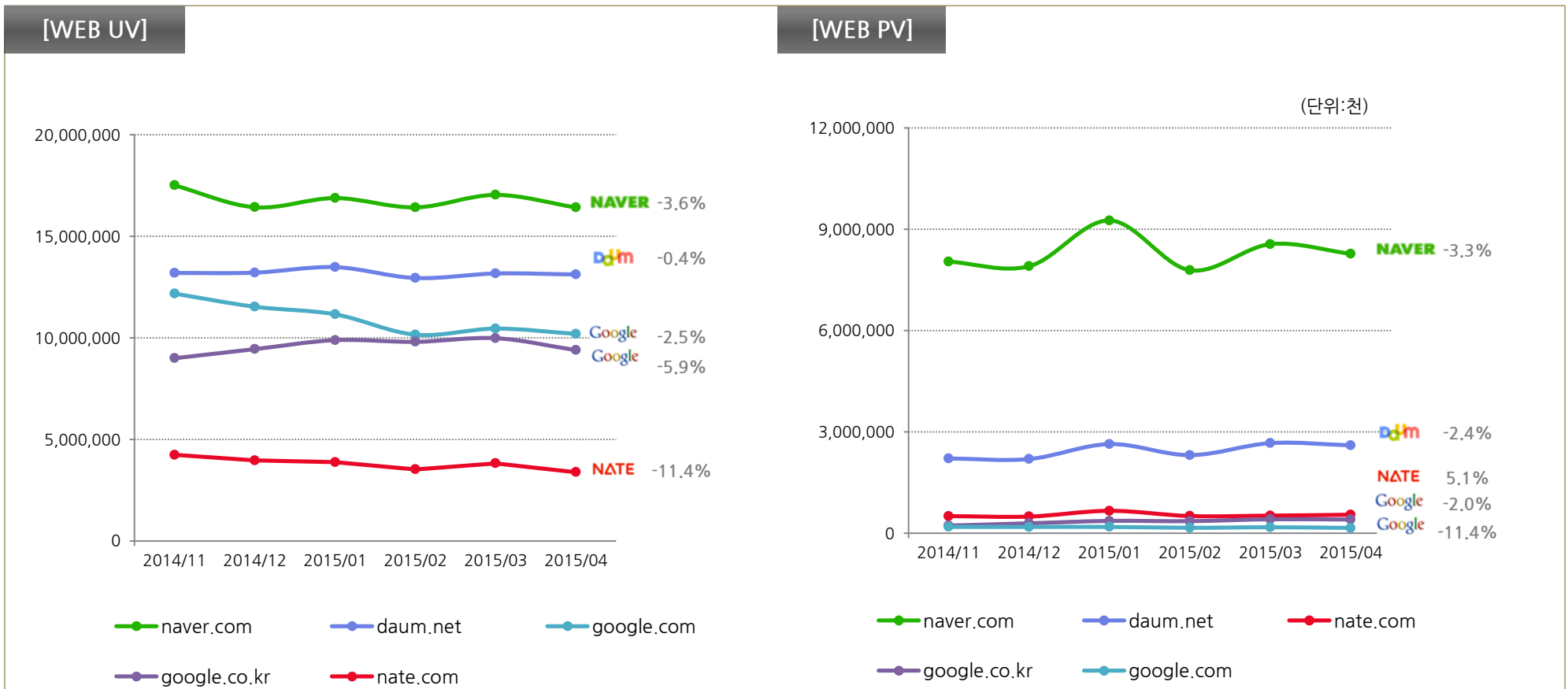
- 4월 포털 이용자는 전월과 비슷한 규모를 유지하며, 전체적인 트래픽 약보합세
- 네이버와 다음은 프로야구를 비롯한 스포츠 서비스 이용 증가로 PV 소폭 증가
- Google은 전체적인 서비스 이용 감소 및 활동성 저하로 UV와 PV 모두 감소



\* Source : 코리안클릭 4월

## D. 4월 Portal\_Mobile WEB 트래픽 동향

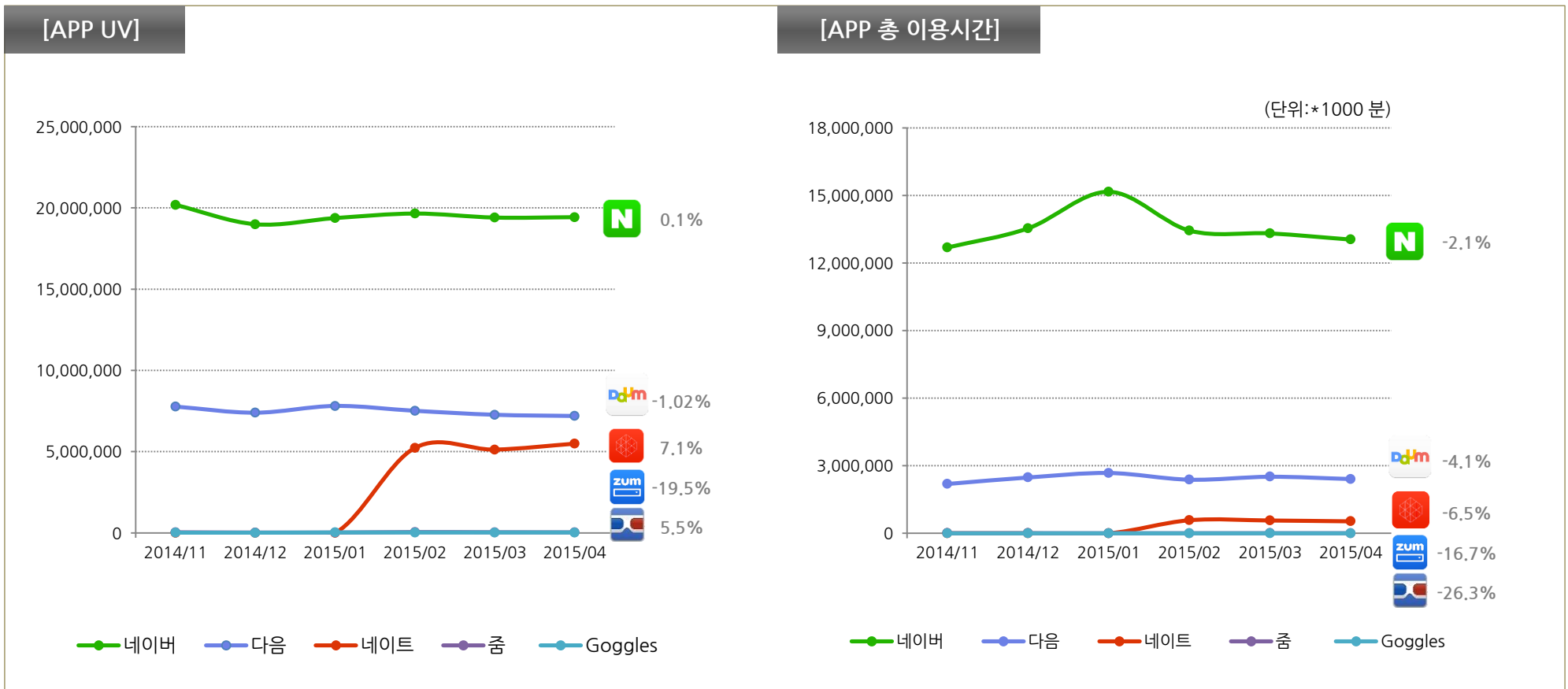
- 포털 모바일 웹 트래픽 전체적인 감소세를 기록
- 네이버는 커뮤니티 및 날씨/지도 서비스 성과 하락으로 소폭 감소, 뉴스&미디어와 비디오를 제외한 서비스 활동성 감소로 PV 감소
- 다음은 20-30대 활동성 저하로 모바일 WEB 트래픽 소폭 하락



\* Source : 코리안클릭 4월

## D. 4월 Portal\_Mobile APP 트래픽 동향

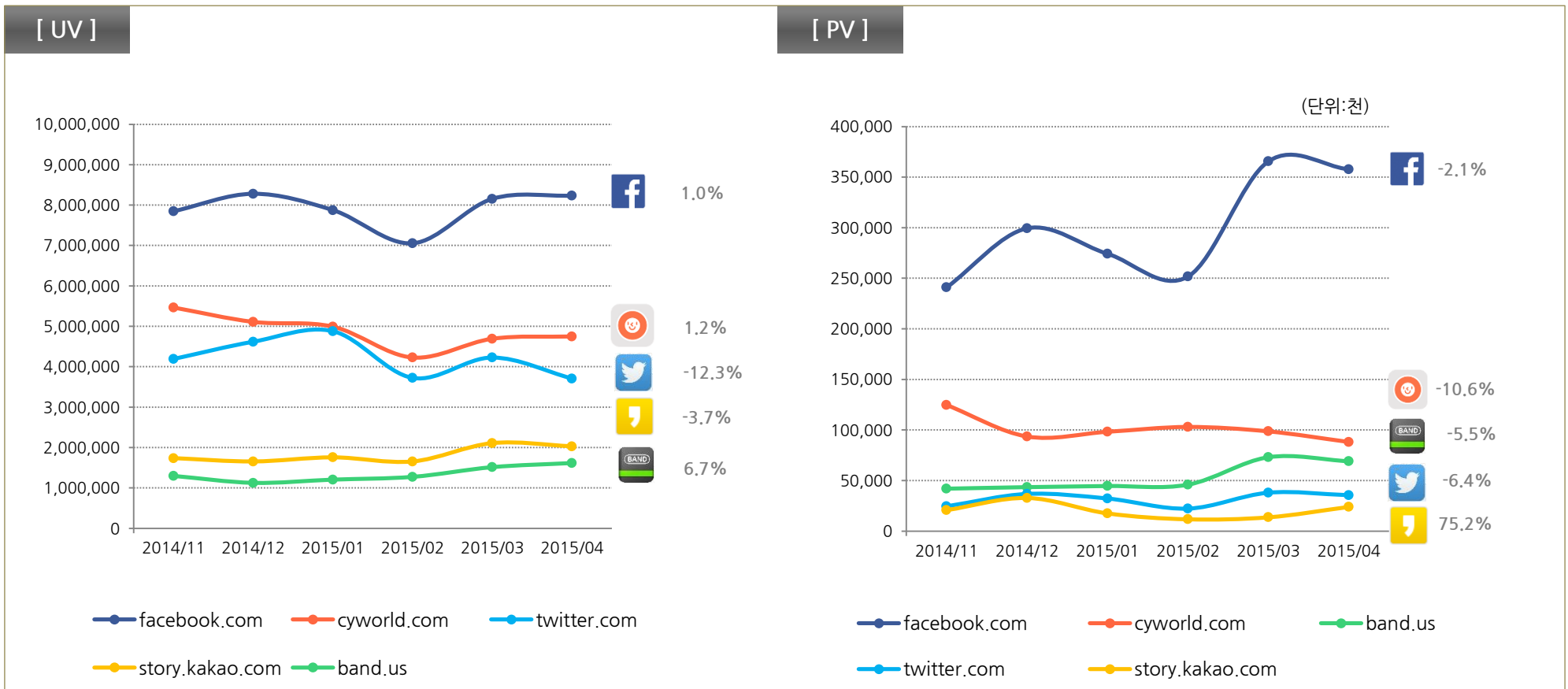
- 네이버 모바일 앱 방문자수는 보험세를 기록한 가운데 총 이용시간은 소폭 감소
- 네이트 모바일 앱은 30대를 제외한 연령층 이용 증가로 UV는 증가 했으나, 뉴스&미디어 서비스 활동 감소로 이용시간 소폭 하락



\* Source : 코리안클릭 4월

## E. 4월 SNS\_PC 트래픽 동향

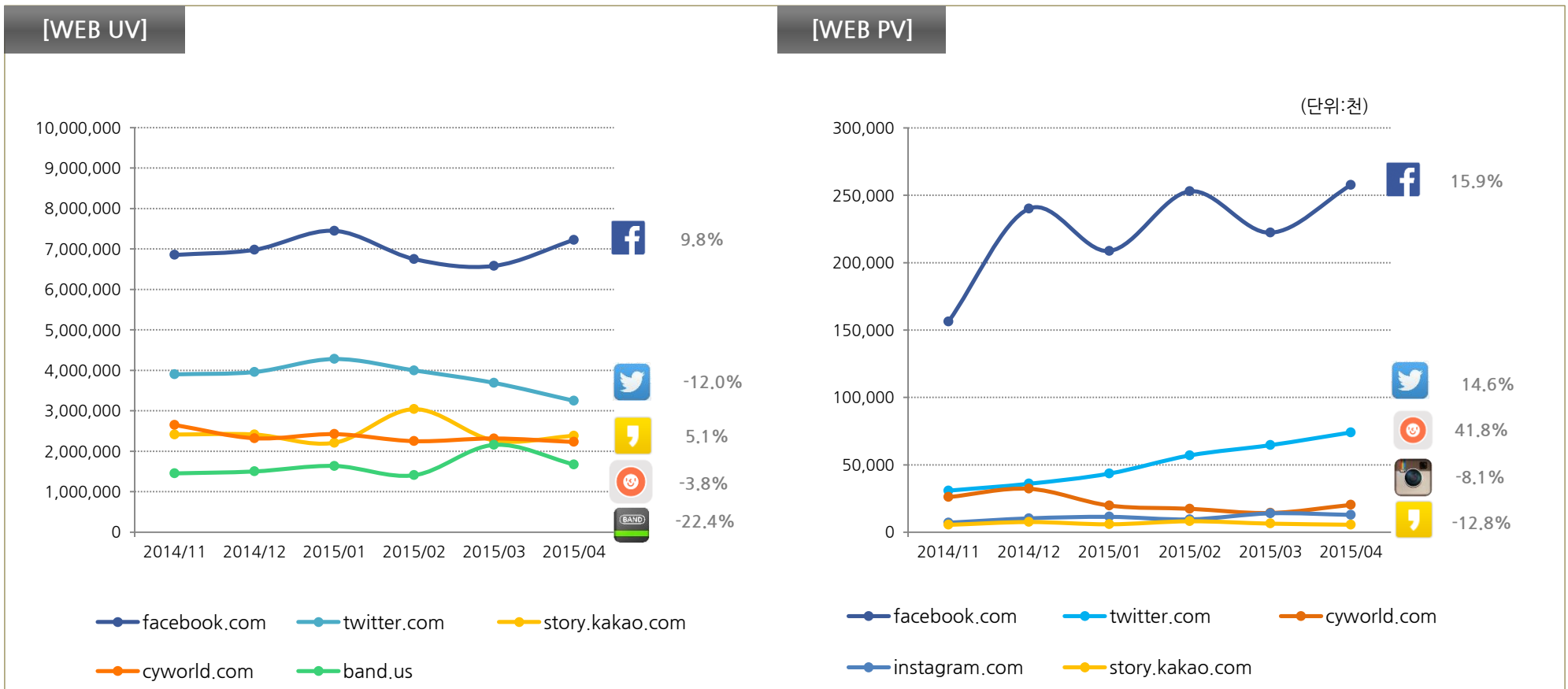
- 4월 PC 주요 SNS 카테고리 방문자수 전월 대비 증가를 나타냈으나, PV는 감소를 기록
- 페이스북은 24세 이하 이용자수 증가로 UV 소폭 상승했으나, 30대 연령층 활동성 감소로 PV 2.1% 감소
- 카카오토리는 전체적인 이용자수 3.7% 감소했으나, 활동성 향상으로 PV 큰 폭으로 상승



\* Source : 코리아 클릭 4월

## E. 4월 SNS\_Mobile 트래픽 동향

- SNS 모바일 웹 전체적인 트래픽 증가세를 나타냄
- 페이스북은 모바일 웹 UV와 PV 모두 증가세를 기록
- 카카오토리 모바일 웹을 통한 방문자수 5.1% 증가했으나, 전체적인 이용자 활동성 저하로 PV는 12.8% 감소

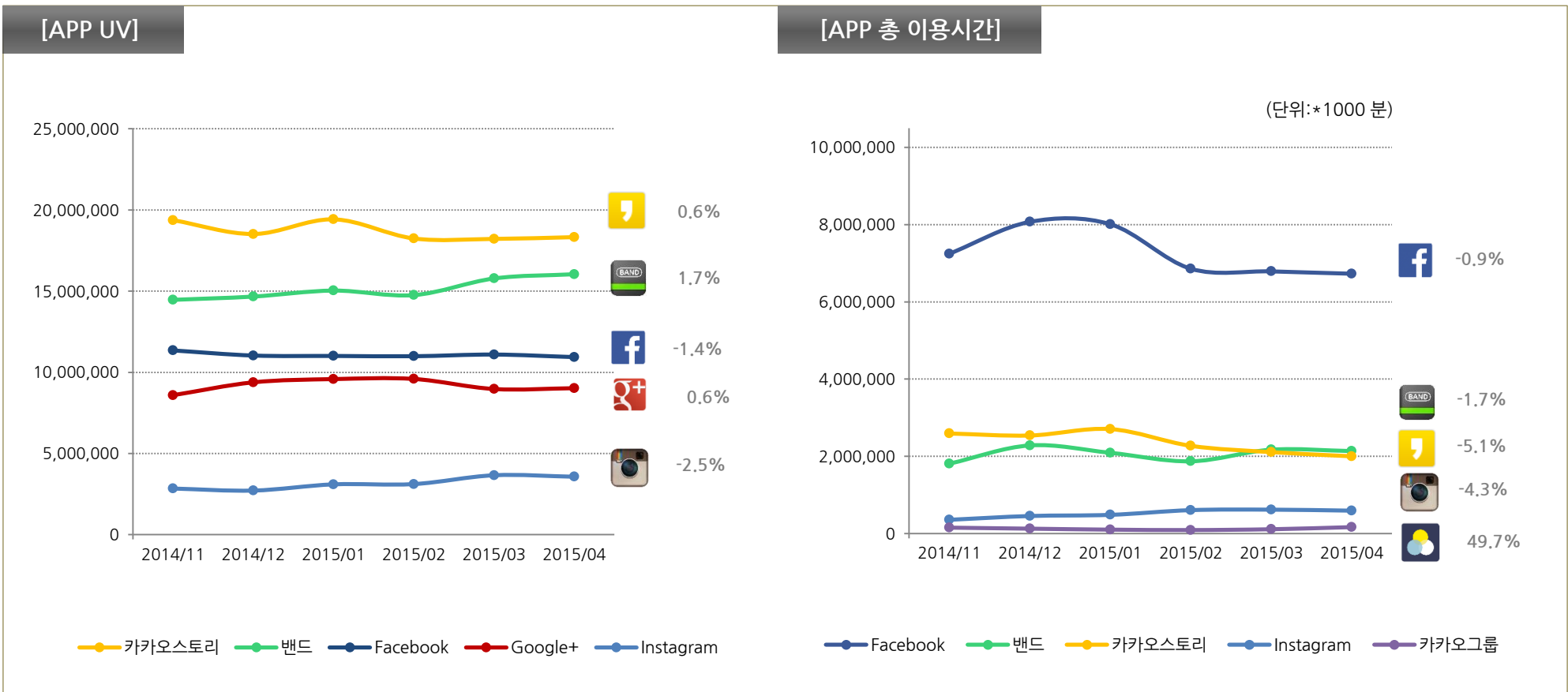


\* Source : 코리안클릭 4월



## E. 4월 SNS\_Mobile APP 트래픽 동향

- SNS 모바일 앱 트래픽 전월 대비 약 보합세 유지
- 페이스북 모바일 앱 이용자는 3순위를 기록했으나. 총 이용시간에서는 1위를 나타냄
- '14년 12월 이후 꾸준히 증가세를 기록한 인스타그램은 여성 이용자 활동성 저하로 전체적인 트래픽 소폭 하락

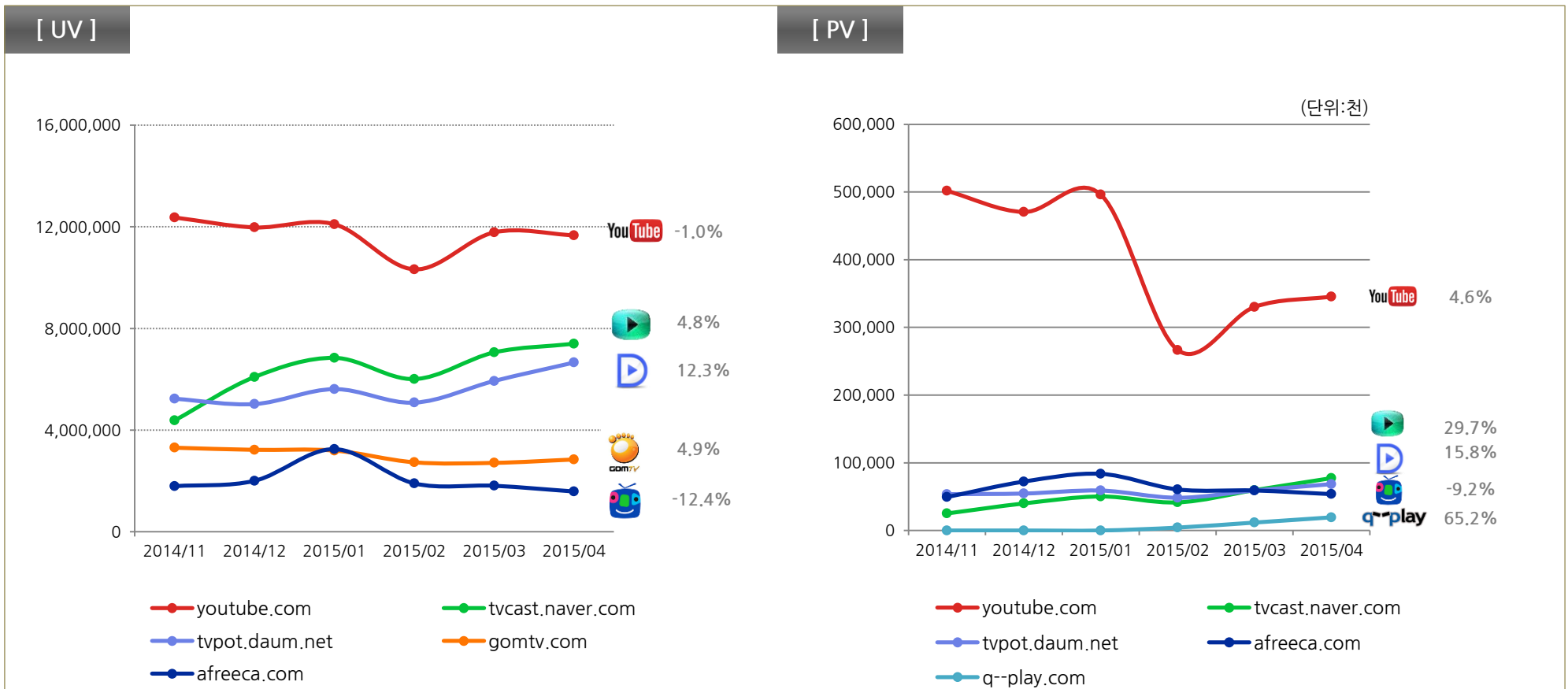


\* Source : 코리안클릭 4월

## F. 4월 Video\_PC 트래픽 동향

- PC 동영상 서비스는 30대 이하 연령층의 활동성 향상으로 전체적인 트래픽 증가
- 유튜브는 30대 연령층의 평균 활동성 개선으로 PV 4.6% 증가
- 네이버 tv캐스트와 다음 tv팟은 2월 이후 꾸준히 성장세 기록

\* Video 카테고리는 닐슨 코리안클릭 데이터를 기반으로 동영상 콘텐츠를 제공하는 플랫폼을 자체 선정

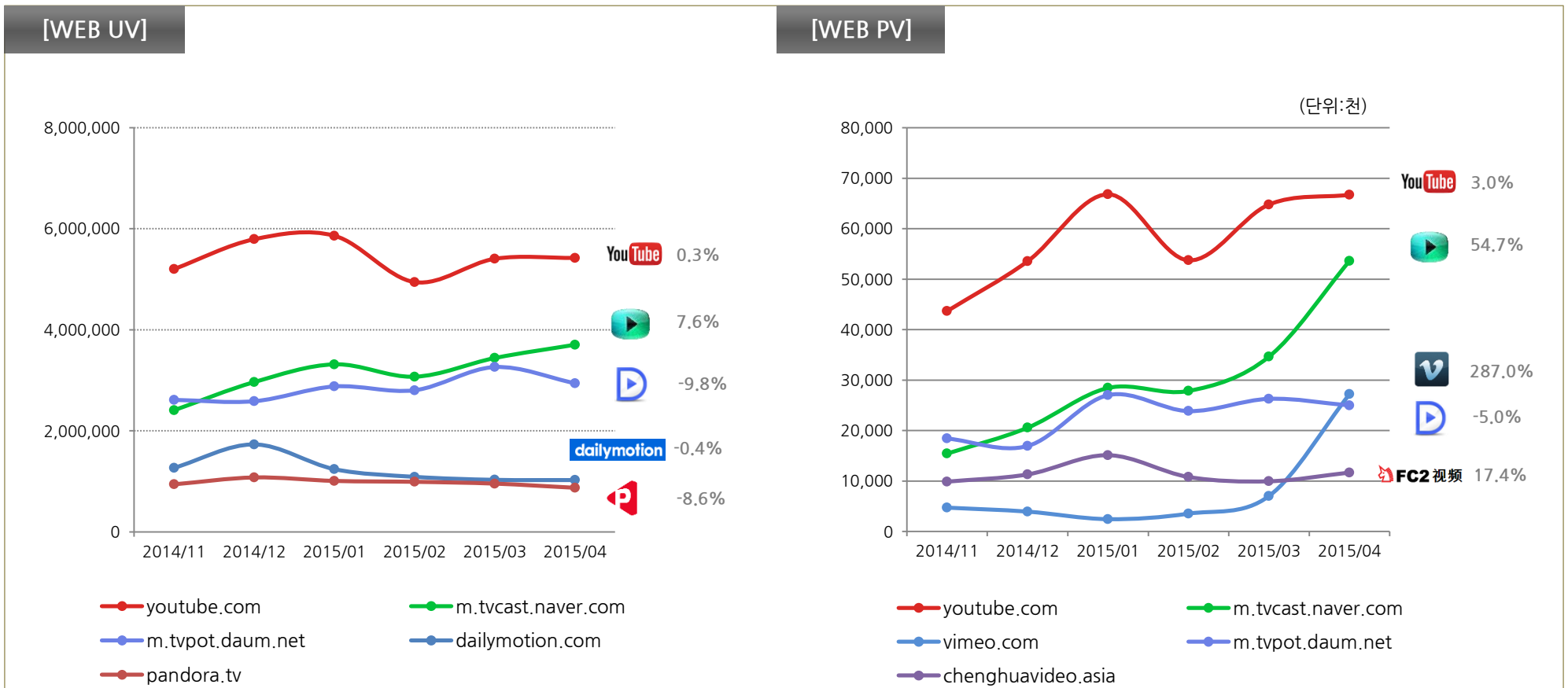


\* Source : 코리안클릭 4월

## F. 4월 Video\_Mobile WEB 트래픽 동향

- 동영상 모바일 웹 서비스 이용자는 전월과 비슷한 수준을 보이고 있으나, PV는 큰 폭으로 증가
- 네이버 tv캐스트는 2월 이후 꾸준한 성장세를 기록
- 글로벌 동영상 공유 서비스인 vimeo는 전체적인 이용자 활동성 증가로 전월 대비 PV 약 3배 증가

\* Video 카테고리는 닐슨 코리아클릭 데이터를 기반으로 동영상 콘텐츠를 제공하는 플랫폼을 자체 선정

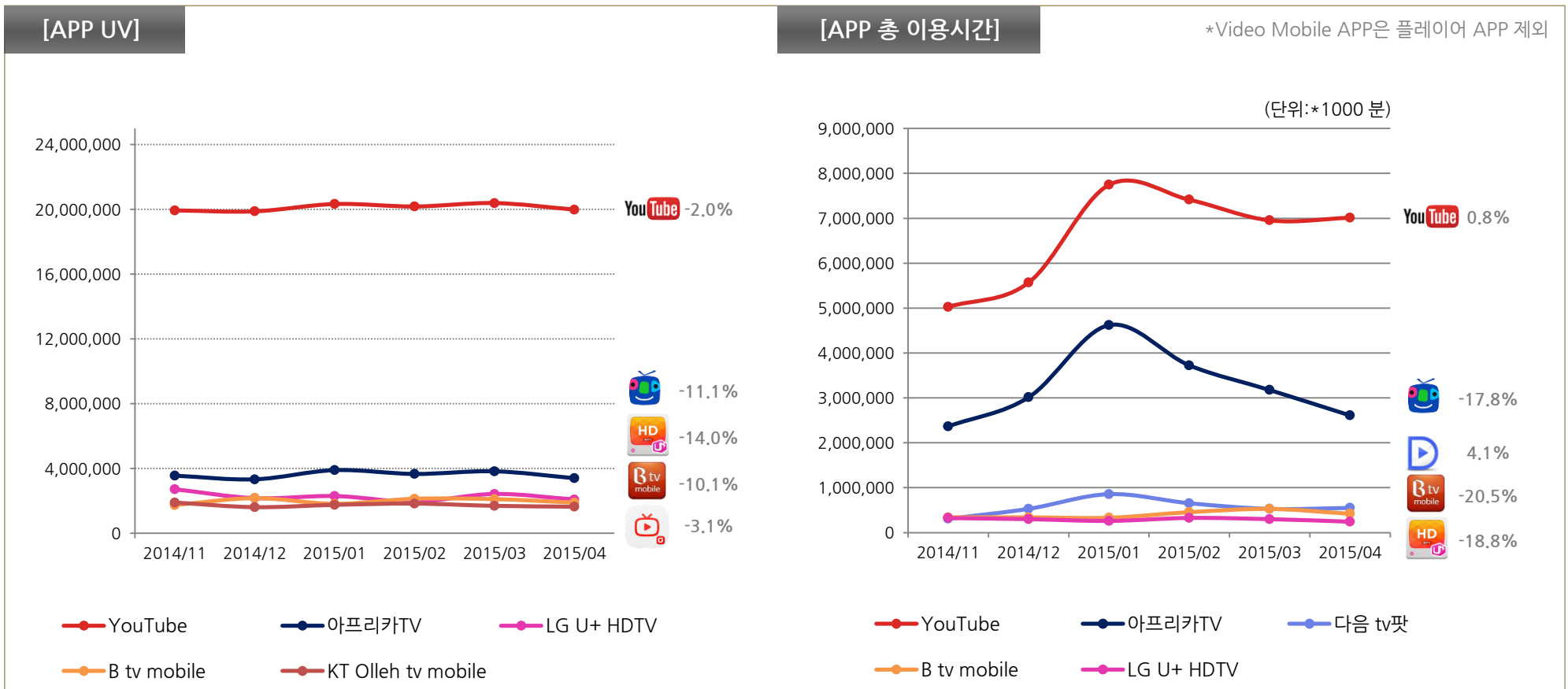


\* Source : 코리아클릭 4월

## F. 4월 Video\_Mobile APP 트래픽 동향

- 전체적인 주요 동영상 모바일 앱 트래픽 전월 대비 소폭 감소를 기록
- 아프리카tv 는 전체적인 이용자수 감소 및 활동성 저하로 UV와 이용시간 각각 11.1%, 17.8% 감소
- 통신 3사 모바일 IPTV 서비스 제공 APP 전월 대비 이용자수 감소

\* Video 카테고리는 닐슨 코리안클릭 데이터를 기반으로 동영상 콘텐츠를 제공하는 플랫폼을 자체 선정



\* Source : 코리안클릭 4월

## nasreport no.245

nasmedia is a group of media planning professionals. We pursue 'More than expected'  
Tel 822-2188-7300 Fax 822-2188-7399  
Contact Us 3rd, 4th, 5th Floor, Daishin Securities Building, 292, Gangnam-daero, Gangnam-gu, Seoul, Korea

# Media Trend

## 신규매체 & 신규상품

## Index.

신규매체 & 신규상품

- A. Teads
- B. 브릿지하트콜
- C. 비즈밴드
- D. 페퍼민트

\* 신규 매체 현황/상품 내용은 일부 변경될 가능성 있으며, 제안 시 추가 확인 필요

# A. Teads

Teads는 동영상 광고에 특화된 글로벌 네트워크 매체로, 기사나 매거진 지면 상단 또는 중간에 동영상 광고를 노출시킴으로써 일반 프리롤 상품 대비, 보다 많은 인벤토리 내에 동영상 노출이 가능

## ▶ 매체 현황



- 출시월 : 2014년 Teads 런칭 - 본사 프랑스 외 26개 지사 운영, 2015년 2월 한국 지사 설립(아시아 최초)
- 제휴 매체 수 : 글로벌 약 500개, 국내 약 10개(국내 조선일보, 중앙일보 등 언론사-매거진 매체)
- 월 평균 노출 건수 : 65억 View (비디오 상품/글로벌 캠페인 기준)
- 수수료 : 총 30% / 지급 기일 : 세금계산서 발행 후 60일 이내 지급

- 비교 : 1) 집행 예산 및 기간(협약)에 따라 기본 단가의 최대 50%까지 서비스율 적용 가능
- 2) 타겟팅 : 키워드 타겟팅, 섹션 타겟팅 가능
- 3) '14년 월드컵, 제품 홍보 등의 이슈로 삼성·LG·현대/기아 등 아웃바운드 진행(각 회사별 평균 100만 달러)

\* 매체별 제한 업종 상이

## ▶ 상품 현황

### <Teads PC 상품>

#### ① in Read 상품

CPCV (Cost per completed view) 500원/  
30초 기준



**inRead™**  
the best format for  
branding & scale

#### ② in Board 상품

CPCV 600원/15초 기준



**inBoard™**  
the most powerful  
branding format

### <Teads 모바일 상품>

#### ① in Read 모바일 CPCV 500원/10초 기준

#### ② in Bord 모바일 CPCV 600원/10초 기준

in Read



in Board



- \* 최소집행금액 200만원
- \* 제안단가는 예산 및 기간에 따라 in Read 200~250원, in Board 250~300원 수준
- \* 동영상 광고 캠페인 진행 시 PC/Mobile 디바이스에 동시 노출
- \* 소개서 내 상기 상품 제외된 타 상품은 해외 인벤토리에서만 진행 가능

## B. 브릿지핫콜

무료 통화 서비스 앱으로 별도 앱 실행 없이 브릿지핫콜 유저간 무료 통화가 가능하며, 로컬 업체 검색 기능을 제공하여 업무 시간, 평점, 위치 등 등록 업체 세부 정보를 제공

### ▶ 매체 현황



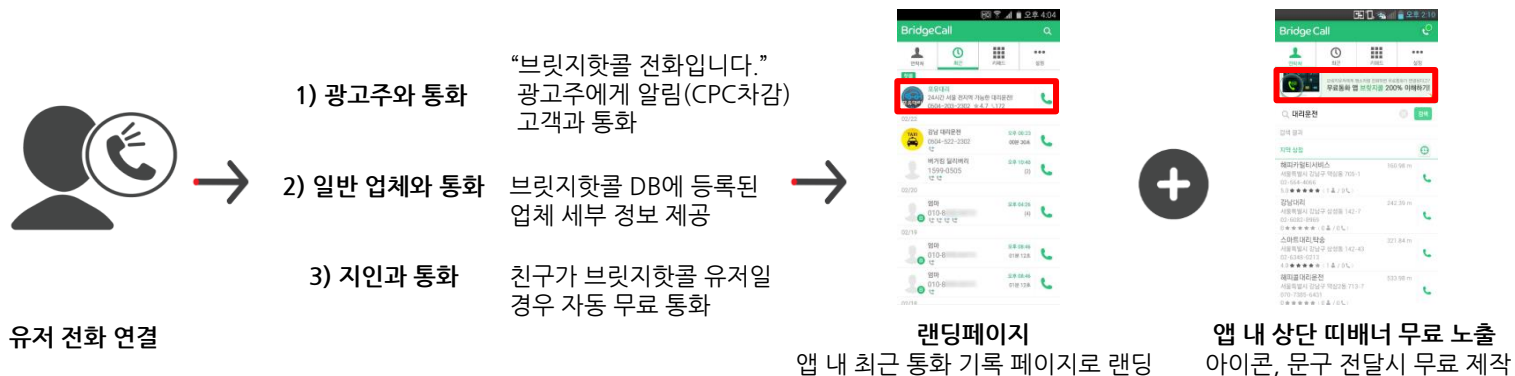
- 출시 : 2014년 5월(Android), 2015년 4월(iOS)
- 다운로드 수 : 210만 (DAU 확인 불가)
- 유저 현황 : 30대 이상 유저 70% / 성별 : 남 52%, 여 48%
- 월별 평균 통화량 : 5,500만 건 / 등록 업체 수 : 약 200만 개
- 수수료 : 30% (대행사 10, 나스 20)

- 비고 : 1) 타겟팅 가능 : 시간, 장소, 리타겟팅(유저 통화 내역 DB 활용)
- 2) 무료 테스트 집행 가능하며, 테스트 집행 금액 수준은 추후 협의
- 3) 선입금 후 차감 방식이며, 상단 DA 노출 빈도에 따라 업종별 추천 CPC 상이

\* 대부업 광고 가능하나, 집행 전 별도 문의 필요

### ▶ 상품 현황 및 집행 프로세스

〈브릿지핫콜〉 : CPC 1,000~3,000원



\* CPC : Cost Per Call, 전화 연결 신호음 5~10초 후부터 과금



## C. 비즈밴드

모바일 커뮤니티 앱 BAND 4.0 서비스 출시, 기존의 폐쇄형 SNS인 밴드에 공개형 서비스 도입(3/26 예정)  
기업에서 운영 가능한 비즈밴드 서비스 동시 오픈되며, 브랜드와 서비스 홍보 및 고객 모집을 위한 용도로 활용 가능

### ▶ 매체 현황



- BAND 4.0 업데이트 (BIZ BAND 오픈일) : 2015년 3월 26일
- 다운로드 수 : 4,000만 돌파 (2015년 1월 기준)
- MAU : 1,600만 명
- 알림 상품 : 출시 / 모객 상품 : 2차 베타테스트 광고주 모집 예정이며, 테스트 진행 후 상품 확정 예정

- 비고 : 1) 멀티링크 이용하여, 디바이스별(PC, Android, iOS)로 분리해 액션 유도 가능
- 2) 방문추이, 게시글 조회수, 주간패턴 등 밴드 관리에 도움이 되는 다양한 밴드 통계 지표 제공
- 3) 일반 밴드에서 비즈 밴드로 변경 가능하며, 관리자가 글쓰기/댓글쓰기/채팅방 이용하기 등의 기본 기능 컨트롤 가능

\* 대부업, 성인광고 집행 불가

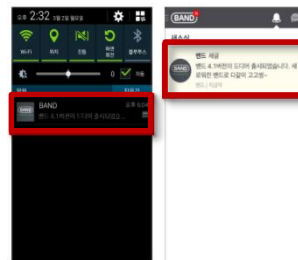
### ▶ 매체 업데이트 및 상품 현황

#### <BAND 4.0 업데이트>



- 비공개 밴드 : 기존과 동일하게 초대로만 가입
- 밴드명 공개 밴드 : 밴드 검색 가능, 가입 후 활동
- 공개 밴드 : 밴드 검색 가능, 가입 전 게시글 확인 가능

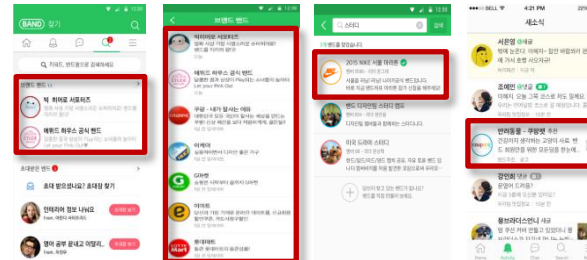
#### ① 알림 상품 디바이스 PUSH+밴드 새소식



건당 4~10원  
(발송건수에 따라 상이)

#### <BIZ BAND 상품 현황>

#### ② 모객 상품(예정) 밴드찾기 메인/목록/검색/새소식 페이지 노출



단가 미정

\* 위 시안은 예상 시안이며, 실제 적용 시 변동될 수 있음

## D. 페퍼민트

삼성전자 Galaxy 시리즈 사용자를 대상으로 마케팅 정보 수신 동의자에 한하여 PUSH형 광고 송출  
6월 한국을 시작으로 향후 13개국 갤럭시 이용자로 서비스 확대 예정

### ▶ 매체 현황

#### Peppermint

- 출시 예정월 : 2015년 6월
- 유저현황(마케팅정보수신동의자) : 한국 330만명, 글로벌 1억
- 평균 CTR : 7~10%, Frequency : 1인당 3회 이하로 제한
- 수수료 : 30%, 지급 기일 : 협의 중

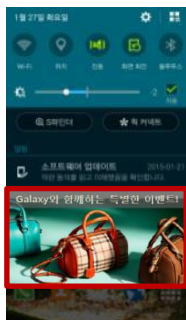
- 비고 : 1) 현재 타 영업사 포함 총 10개 프리미엄 광고주 모집 중(집행 가능여부 확인 필요)
- 2) 삼성전자 제휴 형태로 진행되어, 사용자에게 페퍼민트를 통해서만 제공(타 채널 제공 불가)되는 혜택 있어야 함
- 3) 타겟팅 : 디바이스, 국가, 단말기 모델, 앱 카테고리, 네거티브 타겟팅 가능
- 4) 2015년 하반기 삼성페이 상용화시, 사용자 결제DB 바탕으로 리타겟팅 서비스 추가 제공 예정

\* 금융, 병원, 대부업 집행 불가

### ▶ 상품 현황 및 집행 프로세스

CPC : 200원, CPI : 별도 협의 (최소집행금액 : 1,000만원)

사용자 단말기에 PUSH 메시지 송출



“갤럭시와 함께하는~” 등  
제휴 문구 삽입 필수



>>>

클릭시 랜딩 페이지 연결

- 이벤트 페이지 -



- 앱 마켓 -



이벤트 참여, 앱 다운로드 시 할인쿠폰 등 특별 혜택 제공

\* 소재는 고정형/슬라이드형만 가능하며, 용량문제로 영상은 불가



# more than expected!

## nasmedia

나스미디어의 뉴스레터(나스리포트)를 수신하시면  
디지털 시장과 트렌드를 분석, 소개하는 다양한 리포트를 정기적으로 받아보실 수 있습니다.  
\* 신청 방법 : 나스미디어 홈페이지에서 뉴스레터 신청



nasmedia  
사업전략실 트렌드전략팀