

**nasreport no.250**

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. 9월 광고비 현황
- B. 온라인 매체 동향
- C. 9월 트래픽 동향
- D. 신규매체 & 신규상품

## nasreport no.250

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 -

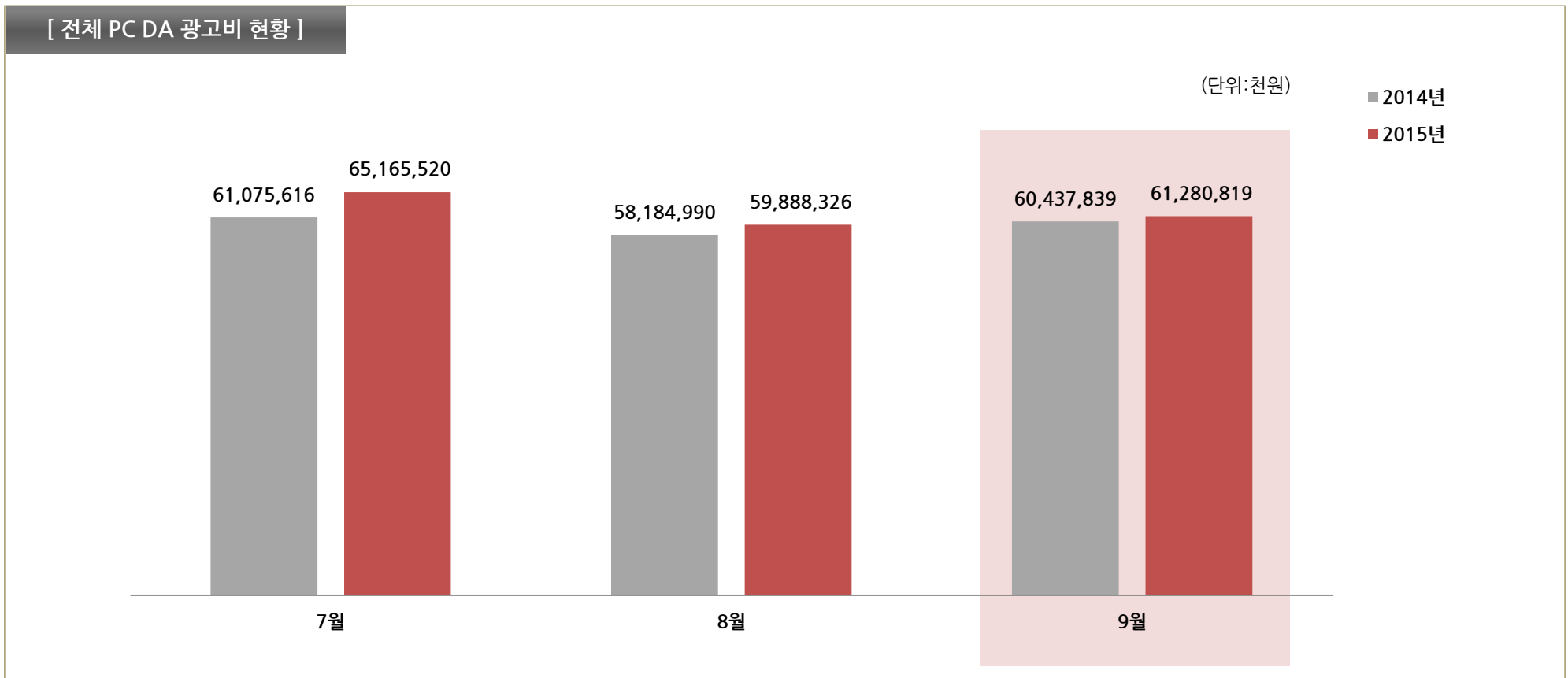
- A. 9월 광고비 현황-전체
- B. 9월 광고비 현황-업종
- C. 9월 광고비 현황-광고주
- D. 9월 광고비 현황-매체

### - Mobile -

- E. 9월 모바일 광고비 현황:전체
- F. 9월 모바일 광고비 현황:업종
- G. 9월 모바일 광고비 현황:광고주

## A. 9월 광고비 현황 : 전체

- 2015년 9월 전체 PC DA 광고 집행 금액은 약 612.8억 원으로 집계
- 전월(2015년 8월, 598.8억 원) 대비 2% 성장, 전년 동기(2014년 9월, 604.3억 원) 대비 1% 성장



\* 리서치애드 집계 기준으로, 실 집행 금액과 다소 차이가 있을 수 있습니다.  
\* Source : ResearchAD 9월

## B. 9월 광고비 현황 : 업종

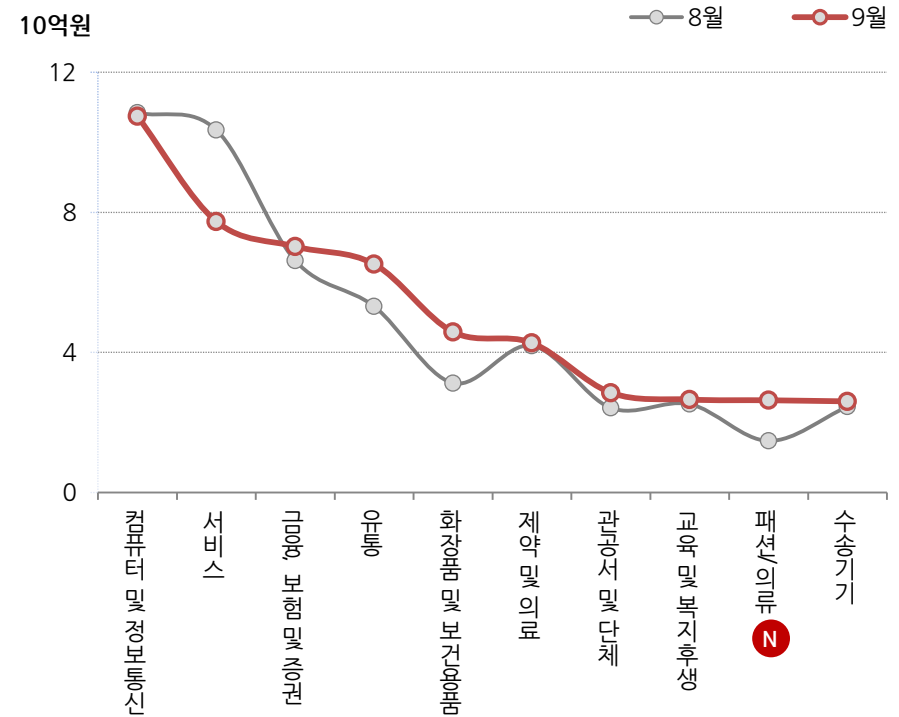
- 컴퓨터 및 정보통신 업종은 게임 광고주(네오위즈, NHNPixelCube)의 신규 캠페인 집행으로 인해 전월에 이어 1위 차지
- 대부분의 업종 전월 대비 상승세 보이고 있으나, 서비스 업종의 경우 식음료 광고주 캠페인 감소로 광고비 하락
- 패션/의류 업종은 주요 광고주(로만손, 평안엘앤씨)의 신규 캠페인 집행으로 순위권 진입

[ Top10 업종 ]

(단위:천원)

| 순위 | 업종          | 순위변화 | 8월         | 9월         | 증감률  |
|----|-------------|------|------------|------------|------|
| 1  | 컴퓨터 및 정보통신  | -    | 10,842,704 | 10,745,276 | -1%  |
| 2  | 서비스         | -    | 10,351,126 | 7,741,813  | -25% |
| 3  | 금융, 보험 및 증권 | -    | 6,625,257  | 7,024,591  | 6%   |
| 4  | 유통          | -    | 5,314,613  | 6,522,206  | 23%  |
| 5  | 화장품 및 보건용품  | ▲1   | 3,124,866  | 4,586,250  | 47%  |
| 6  | 제약 및 의료     | ▼1   | 4,193,741  | 4,273,224  | 2%   |
| 7  | 관공서 및 단체    | ▲3   | 2,416,123  | 2,851,178  | 18%  |
| 8  | 교육 및 복지후생   | -    | 2,523,376  | 2,655,494  | 5%   |
| 9  | 패션/의류 (N)   | ▲4   | 1,473,726  | 2,633,735  | 79%  |
| 10 | 수송기기        | ▼1   | 2,452,276  | 2,602,925  | 6%   |

[ Top10 업종 광고비 추이 ]



\* 리서치애드 집계 기준으로, 실 집행 금액과 다소 차이가 있을 수 있습니다.  
\* Source : ResearchAD 9월

## C. 9월 광고비 현황 : 광고주

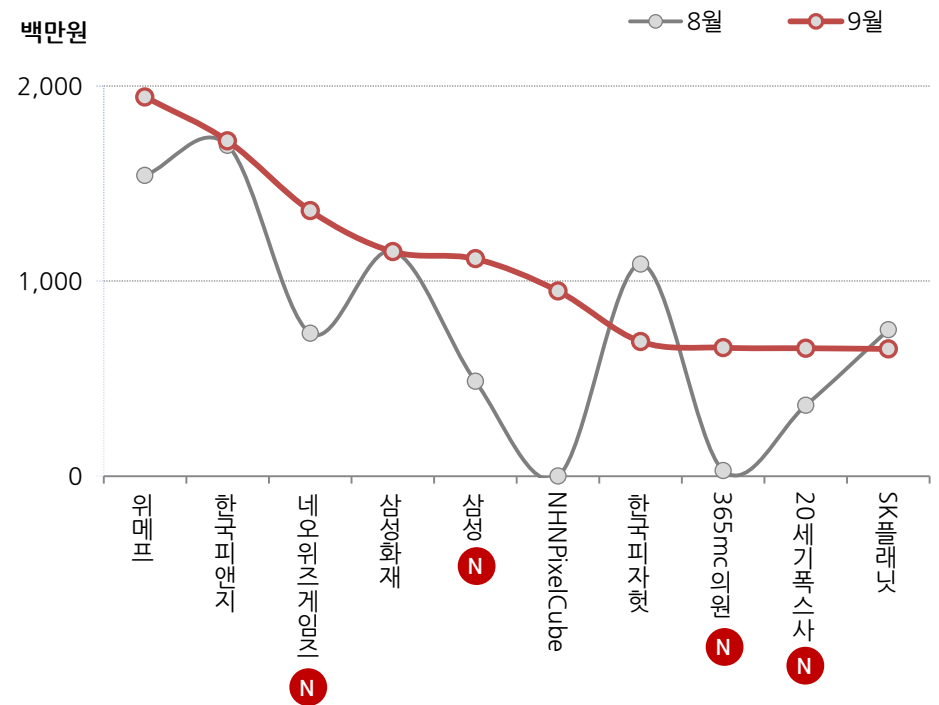
- 위메프, 전월에 이은 꾸준한 캠페인 집행으로 26%의 성장률 보이며 1위 순위 차지
- 네오위즈게임즈와 NHNPixelCube의 경우 신규 게임 출시로 인한 캠페인 집행으로 전월 대비 큰 폭 상승하며 Top10 순위권 신규 진입
- 그 외 삼성, 365MC의원 등 신규 광고주가 공격적인 마케팅으로 높은 성장률 보이며 순위권 진입

[ Top10 광고주 ]

(단위:천원)

| 순위 | 광고주          | 순위변화 | 8월        | 9월        | 증감률   |
|----|--------------|------|-----------|-----------|-------|
| 1  | 위메프          | ▲1   | 1,542,246 | 1,944,585 | 26%   |
| 2  | 한국피앤지        | ▼1   | 1,696,144 | 1,718,788 | 1%    |
| 3  | 네오위즈게임즈(N)   | ▲8   | 732,276   | 1,360,923 | 86%   |
| 4  | 삼성화재         | ▲1   | 1,153,604 | 1,151,131 | -0.2% |
| 5  | 삼성(N)        | ▲15  | 486,092   | 1,114,159 | 129%  |
| 6  | NHNPixelCube | -    | -         | 949,285   | -     |
| 7  | 한국피자헛        | -    | 1,087,149 | 689,643   | -37%  |
| 8  | 365mc의원(N)   | ▲296 | 28,669    | 658,570   | 2197% |
| 9  | 20세기폭스사(N)   | ▲23  | 363,070   | 655,687   | 81%   |
| 10 | SK플래닛        | -    | 750,136   | 652,136   | -13%  |

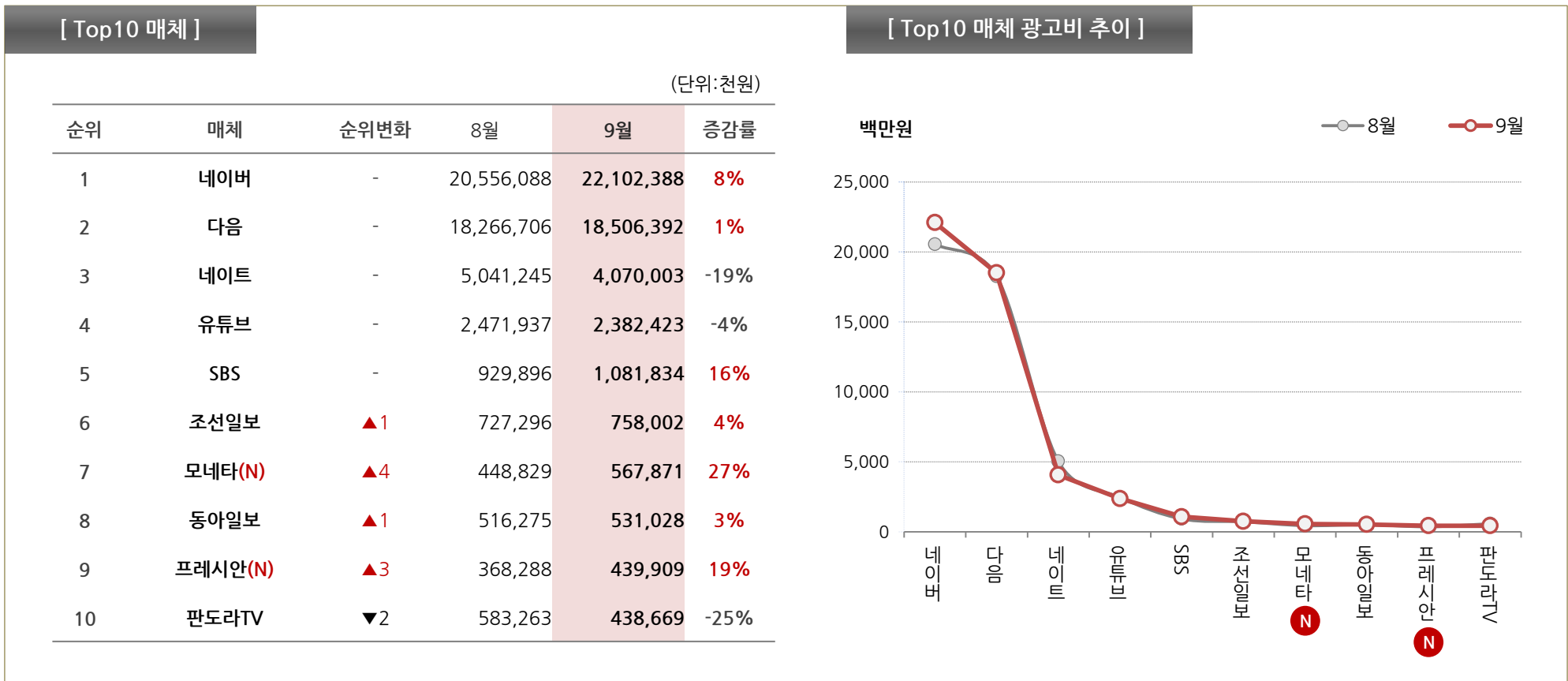
[ Top10 광고주 광고비 추이 ]



\* 리서치애드 집계 기준으로, 실 집행 금액과 다소 차이가 있을 수 있습니다.  
\* Source : ResearchAD 9월

## D. 9월 광고비 현황 : 매체

- 대부분의 TOP10 매체 전월 대비 소폭 상승세 보이며 비슷한 순위 유지
- 포털 3사 모두 큰 변화 없이 꾸준히 높은 광고비 보이고 있으며, 모네타와 프레시안 광고비 상승세 보이며 순위권 신규 진입

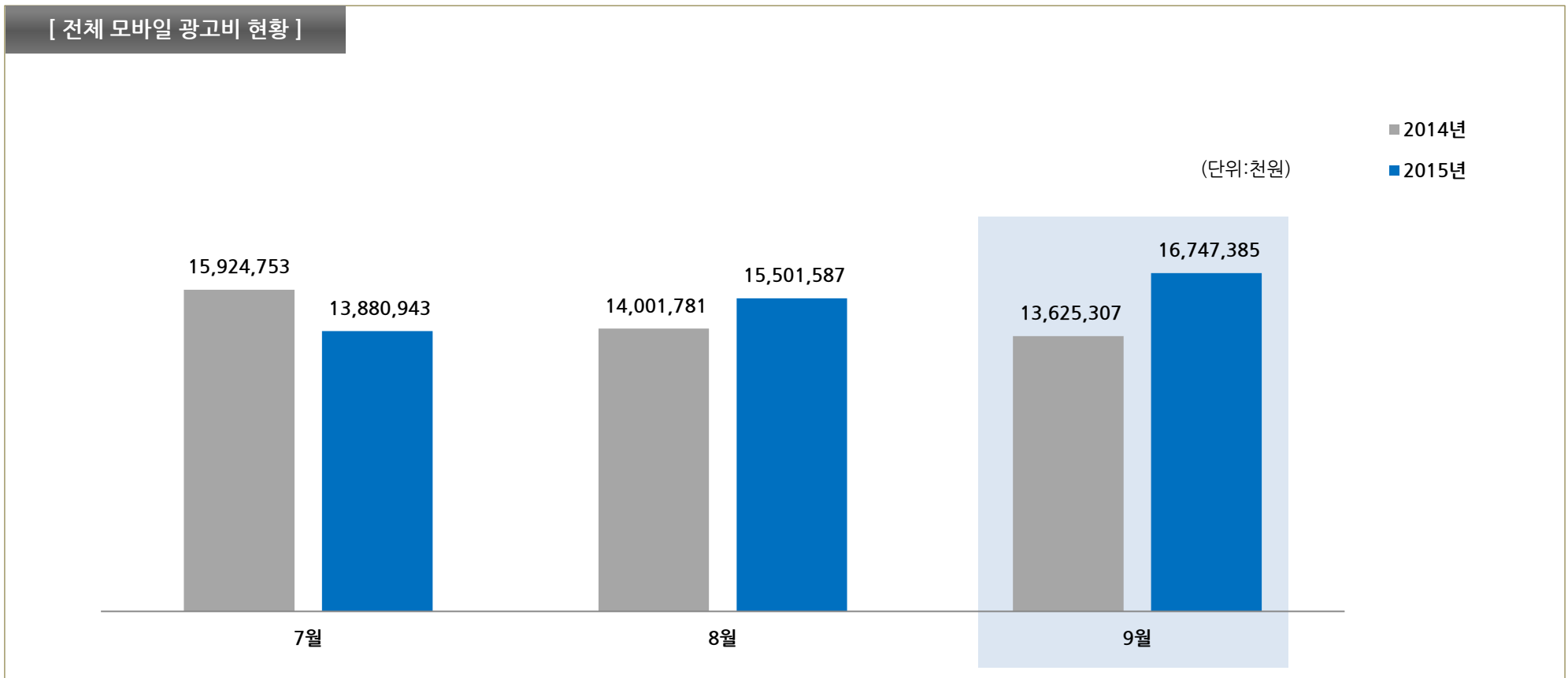


\* 리서치애드 집계 기준으로, 실 집행 금액과 다소 차이가 있을 수 있습니다.  
\* Source : ResearchAD 9월



## E. 9월 모바일 광고비 현황 : 전체

- 2015년 9월 전체 모바일 광고 집행 금액은 약 167.4억 원으로 집계
- 전월(2015년 8월, 155억 원) 대비 8% 상승, 전년 동기(2014년 8월, 136.2억 원) 대비 23% 상승



\* 리서치애드 집계 기준으로, 실 집행 금액과 다소 차이가 있을 수 있습니다.  
\* Source : ResearchAD 9월

## F. 9월 모바일 광고비 현황 : 업종

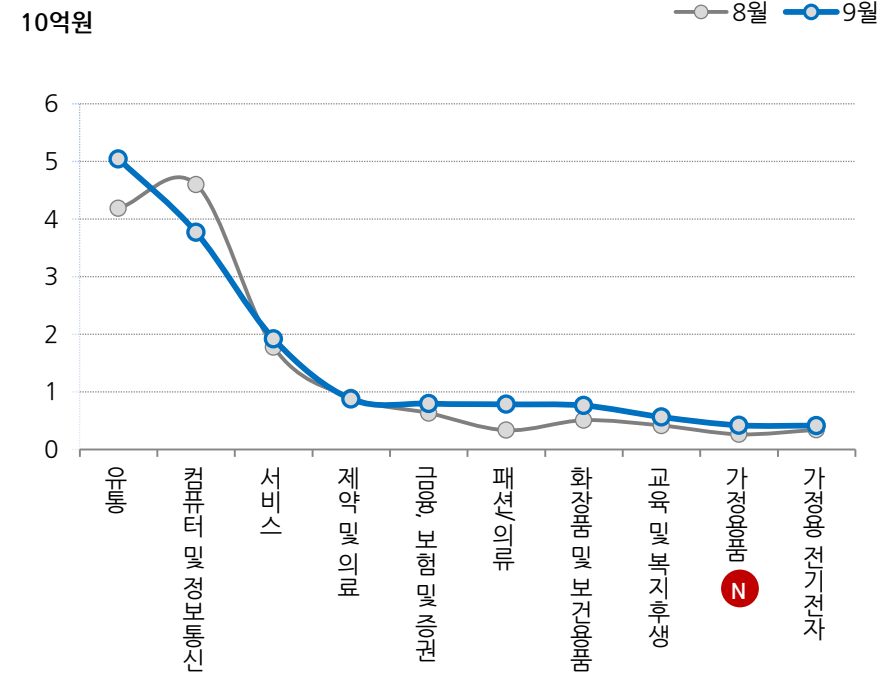
- 대부분의 업종 광고비 높은 성장률 보이고 있으며, 유통 업종의 경우 전월 대비 소폭 상승세 보이며 1위 순위 차지
- 패션 업종은 동진레저와 한국데상트가 신규 캠페인 집행을 시작하며 전체 패션 업종 광고비 성장 견인
- 화장품 업종, 이엘씨에이코리아와 아모레퍼시픽의 캠페인 집행 증가로 약 50%의 성장률 나타냄

[ Top10 업종 ]

(단위:천원)

| 순위 | 업종          | 순위변화 | 8월        | 9월        | 증감률  |
|----|-------------|------|-----------|-----------|------|
| 1  | 유통          | ▲1   | 4,184,211 | 5,042,189 | 21%  |
| 2  | 컴퓨터 및 정보통신  | ▼1   | 4,599,583 | 3,766,739 | -18% |
| 3  | 서비스         | -    | 1,772,505 | 1,917,199 | 8%   |
| 4  | 제약 및 의료     | -    | 902,237   | 873,520   | -3%  |
| 5  | 금융, 보험 및 증권 | -    | 629,845   | 795,430   | 26%  |
| 6  | 패션/의류       | ▲4   | 331,940   | 781,760   | 136% |
| 7  | 화장품 및 보건용품  | ▼1   | 506,379   | 760,777   | 50%  |
| 8  | 교육 및 복지후생   | ▼1   | 414,583   | 561,564   | 35%  |
| 9  | 가정용품(N)     | ▲3   | 261,969   | 418,635   | 60%  |
| 10 | 가정용 전기전자    | ▼2   | 339,323   | 412,864   | 22%  |

[ Top10 업종 광고비 추이 ]



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

\* Source : ResearchAD 9월

## G. 9월 모바일 광고비 현황 : 광고주

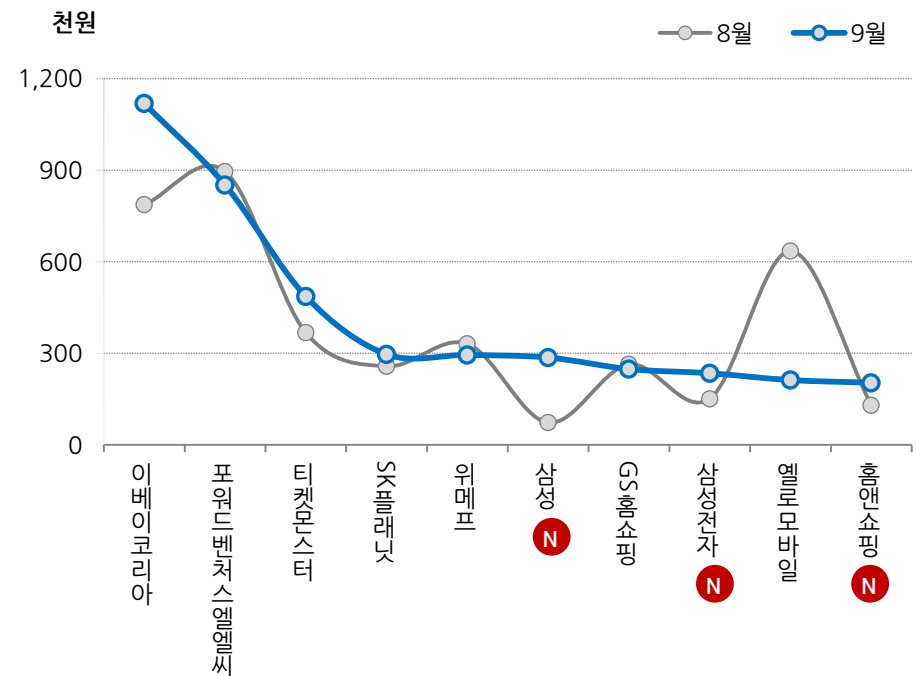
- 주요 유통 광고주인 이베이 코리아는 지마켓, 옥션 등 총 4개의 브랜드 광고 집행으로 전월 대비 광고비 증가하며 1위 차지
- 삼성은 영삼성 캠페인 집행을 통한 광고비 상승으로 순위권에 신규 진입하였으며, 옐로모바일은 주요 브랜드(쿠차) 캠페인 규모 축소로 광고비 큰 폭 하락

[ Top10 광고주 ]

(단위:천원)

| 순위 | 광고주       | 순위변화 | 8월      | 9월        | 증감률  |
|----|-----------|------|---------|-----------|------|
| 1  | 이베이코리아    | ▲1   | 787,197 | 1,118,655 | 42%  |
| 2  | 포워드벤처스엘엘씨 | ▼1   | 895,846 | 851,922   | -5%  |
| 3  | 티켓몬스터     | ▲1   | 367,674 | 486,300   | 32%  |
| 4  | SK플래닛     | ▲3   | 257,602 | 296,860   | 15%  |
| 5  | 위메프       | -    | 331,015 | 294,618   | -11% |
| 6  | 삼성(N)     | ▲35  | 72,491  | 286,194   | 295% |
| 7  | GS홈쇼핑     | ▼1   | 263,647 | 248,450   | -6%  |
| 8  | 삼성전자(N)   | ▲7   | 151,061 | 234,739   | 55%  |
| 9  | 옐로모바일     | ▼6   | 635,284 | 212,383   | -67% |
| 10 | 홈쇼핑(N)    | ▲8   | 129,973 | 203,593   | 57%  |

[ Top10 광고주 광고비 추이 ]



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

\* Source : ResearchAD 9월

## nasreport no.250

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. 다음-카카오 합병 1주년, 사명 '카카오'로 변경
- B. 네이버 지도, 브랜드 채널 서비스 오픈
- C. 인스타그램 국내 광고 시장 진출 본격화
- D. 페이스북 동영상 서비스 강화\_360도 동영상/동영상 프로필
- E. 매체 공지사항과 뉴스로 보는 매체 소식 (1), (2)

# A. 다음-카카오 합병 1주년, 사명 '카카오'로 변경

● 다음카카오 사명 '카카오'로 변경하고, 모바일을 중심으로 사업 영역 확대

: 다음카카오는 합병 1주년을 맞아, 사명을 '카카오'로 변경하고 모바일 사업 영역 확장에 집중할 전망


: 카카오는 부문별 전문 경영 체제인 CXO 제도를 도입하고, 사업 영역별 전문성 상승을 통해 시너지를 극대화할 예정

: 특히, O2O 서비스 영역의 입지를 다지고, 인터넷 은행 진출을 통해 온-오프라인을 연결하는 모바일 통합 플랫폼 서비스를 구축할 전망

## 다음-카카오 합병 1년간 행보

|        |                    |                       |                           |
|--------|--------------------|-----------------------|---------------------------|
| 2014년  | 5월 26일             | 다음카카오 출범 계획 발표        |                           |
|        | 9월 5일              | 카카오페이 서비스 출시          |                           |
|        | 10월 1일             | 다음카카오 출범              |                           |
|        | 11월 11일            | 뱅크월렛카카오 서비스 출시        |                           |
| 2015년  | 3월 16일             | 카카오톡 비밀 채팅 도입         |                           |
|        | 3월 31일             | 카카오택시 정식 서비스 출시       |                           |
|        | 5월 19일             | 국민내비 김기사' 운영기업 록앤롤 인수 |                           |
|        | 6월 16일             | 카카오TV·페이스톡 출시         |                           |
|        | 6월 30일             | 카카오채널 샵검색 서비스 출시      |                           |
|        | 8월 10일             | 임지훈 신임 대표 내정          |                           |
|        | 8월 12일             | 카카오 고급택시 서비스 준비 발표    |                           |
|        | 8월 13일             | 모바일 웹보드게임 진출 선언       |                           |
|        |                    |                       | 인터넷 전문 은행 '카카오뱅크' 컨소시엄 결성 |
|        | 8월 25일             | 카카오톡 캐릭터게임 '프렌즈팝' 출시  |                           |
| 9월 22일 | 다음카카오 사명 '카카오'로 변경 |                       |                           |
| 10월 1일 | 카카오 출범 1주년         |                       |                           |

## 카카오 핵심 경영전략 및 강화 서비스

-  카카오택시를 중심으로 카카오 고급택시 진출
- 카카오 대리(가칭) APP준비 중



## B. 네이버 지도, 브랜드 채널 서비스 오픈

- 네이버 지역별 프랜차이즈(입점 브랜드) 정보를 본사에서 직접 관리하는 서비스 공개
  - : 네이버는 네이버 지도를 통해 본사에서 입점 브랜드 매장 전체를 직접 편집하고 관리할 수 있는 브랜드 채널 서비스를 제공
  - : 브랜드 채널 활용을 통해 입점 지점의 정보(오픈/이전/폐점)를 본사에서 직접 관리하여 정확한 위치 정보 구축 가능
  - : 또한, 브랜드를 홍보할 수 있는 프로모션 배너를 관리할 수 있는 기능도 제공

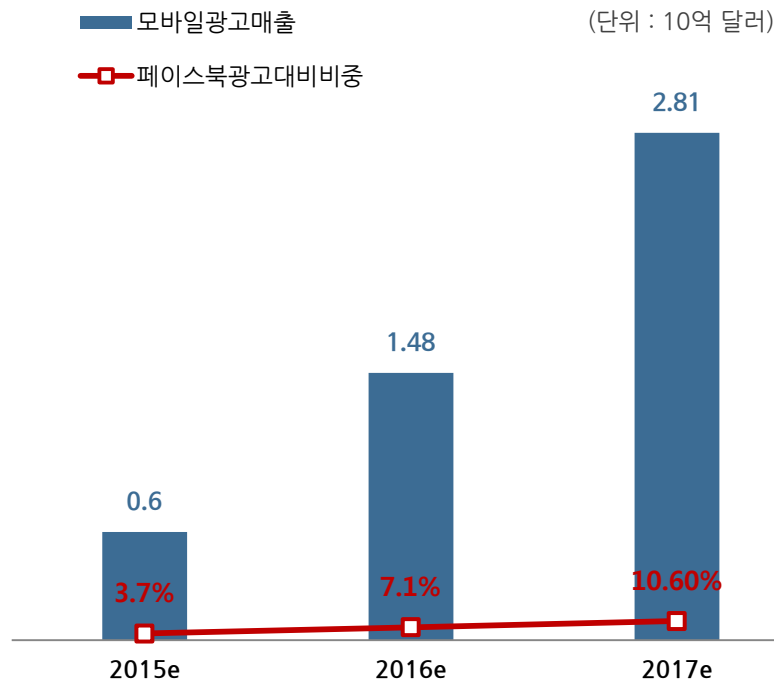
### 네이버 지도-브랜드 채널 서비스

- 네이버 지도를 활용하여 검색되는 지역의 프랜차이즈 정보를 본사에서 직접 관리하는 서비스
- 진행되는 이벤트 및 브랜드 홍보 프로모션 배너로 활용 가능

## C. 인스타그램 국내 광고 시장 진출 본격화

- 대표적인 이미지·관심사 기반 SNS 서비스 ‘인스타그램’ 국내 광고 상품 출시
  - : 2015년 인스타그램 모바일 광고 매출은 약 7천 억원 규모로 예상되며, 2017년에는 약 3조원 이상을 기록할 것으로 전망
  - : 인스타그램은 다양한 광고 상품 출시를 통해 국내 광고 시장 진출을 본격화할 전망
  - : 과금/구매 방식에 따라 IO/Self Serve로 구분되며, 링크형/동영상형/슬라이드형/인스톨형 등 집행 광고의 특징에 따라 다양한 형태로 유연한 집행 가능

인스타그램 모바일 광고 매출 추이



인스타그램 국내 광고 상품

| 과금/구매방식                      | 형태        | 특징  |
|------------------------------|-----------|---|
| IO광고<br>(CPM고정 단가)           | 링크형       | 화면 전체를 차지하는 주목도 높은 이미지광고에 외부 링크를 연결 효과적 클릭수 획득 가능       |
|                              | 동영상형      | 짧은 동영상 광고를 피드에 자연스럽게 노출시켜 원하는 유저만 감상 메시지 전달에 용이         |
|                              | 슬라이드형     | 총 4장의 이미지 게재 가능, 다양한 이미지로 메시지 전달 가능                     |
| Self Serve 광고<br>(실시간 구매 방식) | 링크형       | 화면 전체를 차지하는 주목도 높은 이미지광고에 외부 링크를 연결 효과적 클릭수 획득 가능       |
|                              | 동영상형      | 짧은 동영상 광고를 피드에 자연스럽게 노출시켜 원하는 유저만 감상 메시지 전달에 용이         |
|                              | Install 형 | 관련 앱을 다운받을 수 있는 Install 기능이 가미된 이미지 광고 게임 쇼핑 업종과 시너지 기대 |



## D. 페이스북 동영상 서비스 강화\_360도 동영상/동영상 프로필

- 페이스북, 다양한 동영상 서비스 출시를 통해 동영상 영역 강화
  - : 페이스북은 최근 다양한 동영상 서비스(1인 동영상 서비스 멘션 etc.) 출시를 통해 동영상 서비스 시장에서 영향력을 강화 하고 있음
  - : 페이스북 360도 동영상 서비스는 스마트폰을 기울이거나 손가락을 통해 입체적 감상이 가능하며, 추후 가상현실 서비스와 시너지가 기대됨
  - : 또한, 동영상을 프로필에 설정할 수 있는 동영상 프로필 서비스를 제공하는 등 페이스북은 동영상 서비스 영역 강화에 지속적인 역량을 집중할 전망

### 페이스북 360도 동영상 서비스

\* 슬라이드쇼 실행시 360도 동영상 실행 장면 재생 됩니다

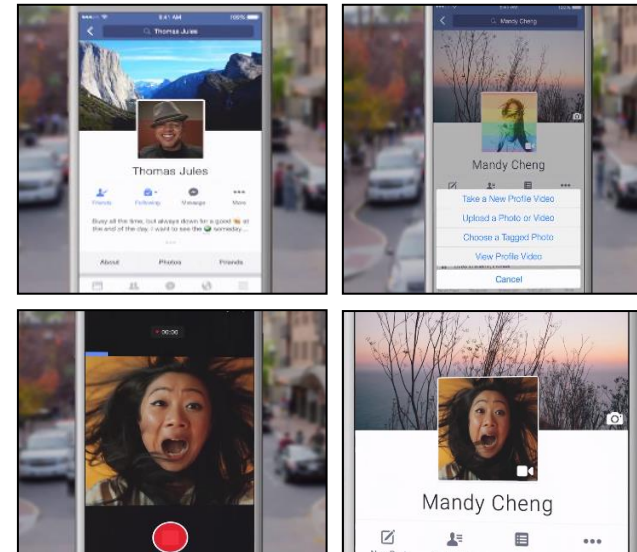


▲ 스타워즈: 깨어난 포스 동영상 (출처: 스타워즈 페이스북 페이지)

### 페이스북 동영상 프로필 서비스

\* 링크를 클릭하면 서비스 실행 화면을 동영상으로 볼 수 있습니다

<http://www.mt.co.kr/view/mtview.php?type=1&no=2015100210281737783&outlink=1>



▲ 페이스북 동영상 프로필 소개 영상(출처: 페이스북 뉴스룸)

## E. 매체 공지사항과 뉴스로 보는 매체 소식 (1)

| 사이트 | 카테고리                | 내용   | 상세 내용  |
|-----|---------------------|--|--|
| 네이버 | 뉴스                  | 네이버 조직 운영 개편   | • 네이버는 20여개 독립형 '셀 조직'을 운영하고 기획/예산/인사등 권한 위임                           |
|     |                     | HW분야에 1000억원 투자  | • 네이버는 향후 5년간 HW분야에 약 1000억 원을 투자하고 글로벌 시장 공략을 본격화할 전망                 |
|     | 동영상 플랫폼 플레이리그 출시 예정 | • 네이버는 아이디만 있으면 누구나 참여할 수 있는 동영상 오픈 플랫폼 플레이리그를 10월 오픈 예정         |  |
|     | 서비스                 | 네이버페이 오프라인 결제 서비스 개발   | • 네이버가 간편결제 서비스 '네이버페이'를 오프라인 매장에서도 쓸 수 있도록 하는 방안을 추진                  |
|     | 온라인 직거래 안전 장치 강화    | • 네이버 카페에서 이용자 간 사기 거래에 의한 피해를 방지하기 위해 사기 가능성이 높은 게시글에는 알림 표시 강화 |  |
| 카카오 | 뉴스                  | 다음 뉴스 일평균 2.7만건  | • 카카오, 다음 뉴스 수가 일 평균 약 2만 7천 여건 이며, 주 이용층은 3040대 인 것으로 집계              |
|     |                     | 증권·금융 서비스 강화   | • 카카오는 핀테크 전문 기업인 두나무와 증권·금융 서비스를 위한 전략적 업무협약 체결을 통해 서비스 강화            |
|     | 서비스                 | 통합 전화앱 '카카오헬로' 출시  | • 카카오헬로는 스팸 번호 차단, 연락처 관리, 발신자 정보 제공, 상호 전화번호 검색 등 다양한 편의 기능을 제공하는 APP |
|     |                     | 기업 메시징서비스 '알림톡' 출시   | • 카카오는 카카오톡을 통해 정보형 메시지를 보낼 수 있는 기업 메시징 서비스 '알림톡' 출시                   |
|     |                     | 카카오페이 출시 1주년   | • 카카오의 대표적인 모바일 간편결제 서비스 '카카오페이'가 출시 1주년을 맞이하여 인포그래픽 공개                |

## E. 매체 공지사항과 뉴스로 보는 매체 소식 (2)

| 사이트    | 카테고리 | 내용                        | 상세 내용  |
|--------|------|---------------------------|--|
| 페이스북   | 뉴스   | 세계 소셜광고 시장 65% 점유         | • 페이스북은 올해 162억 9천만 달러의 소셜 네트워크 광고수익을 거둘 것으로 전망, 전체 시장의 약 64.8% 비중 |
|        | 서비스  | UN과 시리아 난민 정착 지원          | • 페이스북이 UN과 함께 시리아 내전으로 인한 난민들의 정착을 돕기 위해 적극 지원                    |
| 트위터    | 서비스  | 1인 방송 앱 '멘션' 이용자 확대       | • 경쟁 서비스가 1인 방송에서 두각을 거두면서 페이스북도 '멘션'에서 방송을 할 수 있는 범위를 확대          |
|        |      | 사업자 고객의 소통 기능을 강화한 페이지 공개 | • 새 페북 페이지에는 방문자의 행동을 유도하는 버튼이 커버사진 하단에 위치                         |
| 네이트    | 뉴스   | 스트라이프 손잡고 결제 서비스 시작       | • 트위터가 온라인 결제 서비스업체 스트라이프와 손잡고 소셜커머스 서비스를 본격적으로 제공                 |
|        | 서비스  | '하이라이트' 기능 추가             | • 타임라인에서 중요한 트윗을 선별해 하루 2번 푸시를 제공하는 '하이라이트' 기능을 공개                 |
| 유튜브    | 뉴스   | 네이트 매각 불발                 | • 네이트는 IHQ 인수건이 취소되고, SK텔레콤 자회사로 편입                                |
|        | 서비스  | iOS용 싸이메라 유료 아이템샵 오픈      | • 네이트는 싸이메라 유료 아이템샵 오픈을 통해 해외 거점국가 중심으로 매출 구조 확립에 집중               |
| 판도라TV  | 뉴스   | 광고주에 광고 조회수 제공 검토         | • 구글 산하 유튜브가 광고주에게 동영상 광고를 시청한 사람의 숫자를 제공할 전망                      |
|        |      | 마케팅 플랫폼 '프리즘' 위해 30개사와 제휴 | • 판도라TV는 지난 5월 출시한 광고 마케팅 플랫폼 '프리즘' 서비스를 위해 국내 약 30여개 주요 매체들과 제휴   |
| 아프리카TV | 서비스  | 판도라TV 조직 개편               | • 판도라TV는 조직 개편의 일환으로 '소사장 체제'를 도입해 연말까지 시범 운영                      |
|        |      | 참여형 콘텐츠 플랫폼 '뽀' 출시        | • 아프리카TV는 BJ의 팬들이 만든 재미있는 콘텐츠를 한 곳에 모아볼 수 있는 '뽀'(FFOM) 서비스 공개      |
| NHN엔터  | 서비스  | 학원관리 서비스 '유니원' 출시         | • NHN엔터는 페이코 ID를 기반으로 학원 운영 관리가 가능한 유니원 서비스를 출시                    |
| 줌닷컴    | 뉴스   | 줌닷컴 시작페이지 3위              | • 줌닷컴은 최근 1년 간 전체 사이트 순위 4단계 상승하고, 주간 순방문자 78% 증가                  |
| 빙글     | 뉴스   | 한국 광고 시장 진출 본격화           | • 개인 맞춤형 동영상을 제공하는 동영상광고 플랫폼 '빙글'이 본격적으로 한국시장 공략 선언                |

## nasreport no.250

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. 9월 PC+Mobile(Web+App) 트래픽 전체 순위(1-20위)
- B. 9월 PC 트래픽 전체 순위(1-20위)
- C. 9월 Mobile(Web/App) 트래픽 전체 순위(1-20위)
- D. 9월 Portal\_PC /Mobile 트래픽 동향
- E. 9월 SNS\_PC/Mobile 트래픽 동향
- F. 9월 Video\_PC/Mobile 트래픽 동향

## A. 9월 PC+Mobile(Web+App) 트래픽 전체 순위(1-20위)

(순위기준: 순방문자)

| 순위 | 순위변화 | 도메인                 | 사이트+애플리케이션<br>순방문자 | 평균 체류시간 (분) | 페이지뷰           |
|----|------|---------------------|--------------------|-------------|----------------|
| 1  | -    | naver.com           | 36,328,346         | 2,396.92    | 22,063,256,717 |
| 2  | ▲1   | kakao.com           | 31,771,906         | 2,588.92    | 71,909,549     |
| 3  | ▼1   | daum.net            | 30,516,077         | 1,217.36    | 8,171,920,028  |
| 4  | -    | google.com          | 28,961,013         | 175.17      | 396,608,820    |
| 5  | -    | youtube.com         | 25,190,453         | 285.21      | 620,282,903    |
| 6  | -    | tistory.com         | 19,547,450         | 11.83       | 239,250,854    |
| 7  | ▲1   | facebook.com        | 18,280,945         | 395.09      | 619,061,813    |
| 8  | ▲1   | gmarket.co.kr       | 17,844,611         | 40.46       | 703,376,837    |
| 9  | ▲1   | google.co.kr        | 17,468,154         | 21.32       | 923,985,111    |
| 10 | ▼3   | 11st.co.kr          | 16,993,822         | 91.61       | 507,632,418    |
| 11 | -    | band.us             | 16,042,900         | 132.26      | 68,070,561     |
| 12 | -    | auction.co.kr       | 15,268,489         | 52.39       | 848,202,359    |
| 13 | -    | nate.com            | 14,199,352         | 1,873.9     | 1,528,051,499  |
| 14 | -    | coupang.com         | 14,039,202         | 32.77       | 201,576,551    |
| 15 | -    | wemakeprice.com     | 12,917,048         | 37.2        | 204,526,477    |
| 16 | -    | gsshop.com          | 11,065,117         | 27.72       | 202,475,289    |
| 17 | ▲1   | zum.com             | 10,784,338         | 19.18       | 300,115,677    |
| 18 | ▲2   | kbstar.com          | 10,747,443         | 39.53       | 456,561,877    |
| 19 | -    | interpark.com       | 10,294,177         | 19.7        | 234,468,488    |
| 20 | ▼3   | ticketmonster.co.kr | 10,055,298         | 30.2        | 124,790,289    |

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

\* Source : 코리안클릭 9월

## B. 9월 PC 트래픽 전체 순위(1-20위)

(순위기준: 순방문자)

| 순위 | 순위변화 | 도메인             | 순방문자       | 평균 체류시간 (분) | 페이지뷰           |
|----|------|-----------------|------------|-------------|----------------|
| 1  | -    | naver.com       | 30,293,966 | 309.67      | 16,172,760,083 |
| 2  | -    | daum.net        | 23,449,835 | 152.02      | 6,049,446,235  |
| 3  | -    | tistory.com     | 16,299,948 | 10.3        | 188,672,823    |
| 4  | -    | gmarket.co.kr   | 12,069,387 | 23.14       | 605,512,705    |
| 5  | -    | youtube.com     | 11,775,866 | 44.32       | 581,271,386    |
| 6  | -    | 11st.co.kr      | 11,549,185 | 19.18       | 462,958,277    |
| 7  | -    | google.com      | 11,335,500 | 17.28       | 351,847,087    |
| 8  | -    | auction.co.kr   | 10,653,000 | 33.24       | 771,597,622    |
| 9  | -    | google.co.kr    | 10,539,638 | 17.73       | 506,584,684    |
| 10 | -    | zum.com         | 9,736,053  | 20.17       | 284,825,476    |
| 11 | -    | facebook.com    | 8,193,247  | 28.43       | 438,688,898    |
| 12 | -    | nate.com        | 7,817,836  | 89.12       | 1,173,017,179  |
| 13 | -    | interpark.com   | 7,591,769  | 13.96       | 186,086,197    |
| 14 | ▲1   | chosun.com      | 6,979,263  | 15.4        | 288,883,844    |
| 15 | ▼1   | coupang.com     | 6,738,245  | 19.96       | 182,676,186    |
| 16 | -    | wemakeprice.com | 6,737,210  | 21.42       | 165,616,047    |
| 17 | -    | donga.com       | 6,602,486  | 9.69        | 123,350,044    |
| 18 | -    | kbstar.com      | 6,282,919  | 38.32       | 455,692,173    |
| 19 | ▲3   | mk.co.kr        | 6,028,128  | 4.34        | 28,790,763     |
| 20 | ▼1   | gsshop.com      | 5,781,230  | 10.75       | 108,140,776    |

\* Source : 코리아 클릭 9월

## C. 9월 Mobile(Web/App) 트래픽 전체 순위(1-20위)

Mobile\_WEB

(순위기준: 순방문자)

| 순위 | 순위변화 | 도메인             | 순방문자       | 평균 체류시간 (분) | 페이지뷰          |
|----|------|-----------------|------------|-------------|---------------|
| 1  | -    | naver.com       | 13,359,069 | 279.71      | 5,888,334,610 |
| 2  | -    | google.co.kr    | 10,532,043 | 17.62       | 417,400,428   |
| 3  | -    | daum.net        | 8,743,632  | 150.4       | 2,117,630,759 |
| 4  | -    | gmarket.co.kr   | 6,645,076  | 14.29       | 97,864,132    |
| 5  | ▲2   | google.com      | 6,623,822  | 4.41        | 44,761,732    |
| 6  | ▼1   | tistory.com     | 6,227,872  | 9.15        | 50,578,031    |
| 7  | ▲1   | facebook.com    | 5,178,474  | 23.5        | 180,372,915   |
| 8  | ▲1   | gssshop.com     | 4,581,018  | 18.75       | 94,334,512    |
| 9  | ▲2   | auktion.co.kr   | 4,552,832  | 15.37       | 76,604,738    |
| 10 | ▲2   | kakao.com       | 4,416,796  | 2.94        | 15,074,035    |
| 11 | ▼6   | 11st.co.kr      | 4,234,590  | 7.97        | 44,674,142    |
| 12 | ▼2   | wemakeprice.com | 3,392,674  | 10.85       | 38,910,430    |
| 13 | -    | joins.com       | 3,341,571  | 6.38        | 22,115,082    |
| 14 | -    | youtube.com     | 3,313,853  | 13.8        | 39,011,517    |
| 15 | ▲5   | twitter.com     | 2,844,891  | 7.76        | 71,786,816    |
| 16 | ▲2   | nate.com        | 2,624,591  | 60.44       | 355,034,320   |
| 17 | -    | chosun.com      | 2,606,144  | 6.83        | 20,921,787    |
| 18 | ▲1   | donga.com       | 2,573,511  | 14.01       | 69,741,104    |
| 19 | ▲3   | wikipedia.org   | 2,505,575  | 3.76        | 9,548,122     |
| 20 | ▲6   | cjmall.com      | 2,504,843  | 8.1         | 23,312,895    |

Mobile\_APP

(순위기준: 순이용자)

| 순위 | 순위변화 | 애플리케이션       | 순이용자       | 총 이용시간 (*1000분) |
|----|------|--------------|------------|-----------------|
| 1  | -    | 카카오톡         | 29,156,917 | 24,900,176      |
| 2  | -    | 네이버          | 19,553,494 | 12,640,696      |
| 3  | -    | YouTube      | 18,718,183 | 6,616,874       |
| 4  | -    | 카카오스토리       | 15,776,069 | 1,496,598       |
| 5  | -    | 밴드           | 15,449,601 | 2,075,020       |
| 6  | -    | Facebook     | 10,869,029 | 6,815,448       |
| 7  | ▲1   | Syrup        | 8,416,695  | 167,087         |
| 8  | ▼1   | 네이버지도        | 8,399,930  | 240,444         |
| 9  | -    | 쿠팡           | 8,220,907  | 310,967         |
| 10 | ▲1   | 후후           | 7,898,011  | 424,659         |
| 11 | ▼1   | Google+      | 7,640,725  | 107,133         |
| 12 | -    | T map        | 7,392,004  | 1,548,137       |
| 13 | ▲17  | 멜론           | 7,135,526  | 1,981,014       |
| 14 | ▼1   | OK캐쉬백        | 6,671,055  | 2,292,861       |
| 15 | ▲1   | 위메프          | 6,605,417  | 299,308         |
| 16 | ▼1   | 다음           | 6,333,084  | 2,437,026       |
| 17 | ▲2   | KB국민은행 스타뱅킹  | 6,241,058  | 179,638         |
| 18 | ▼4   | 11번가         | 6,101,516  | 1,230,662       |
| 19 | ▲2   | 캐시슬라이드       | 6,033,942  | 7,759,603       |
| 20 | ▲2   | 네이버 미디어 플레이어 | 5,782,169  | 862,036         |

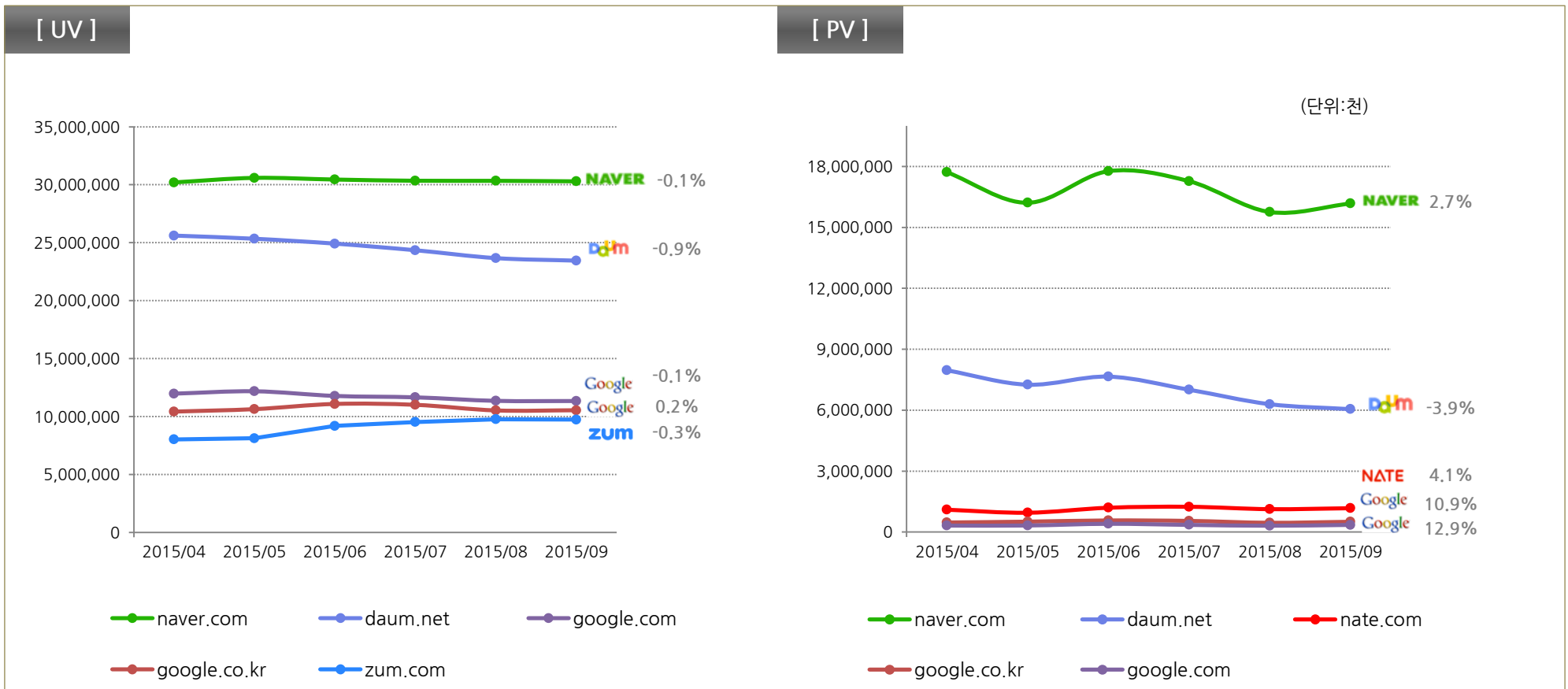
\* Mobile APP의 경우 디바이스에 내장되어 있는 APP이나, 통신사 내장형 APP 순위 제외

\* Source : 코리아 클릭 9월



## D. 9월 Portal\_PC 트래픽 동향

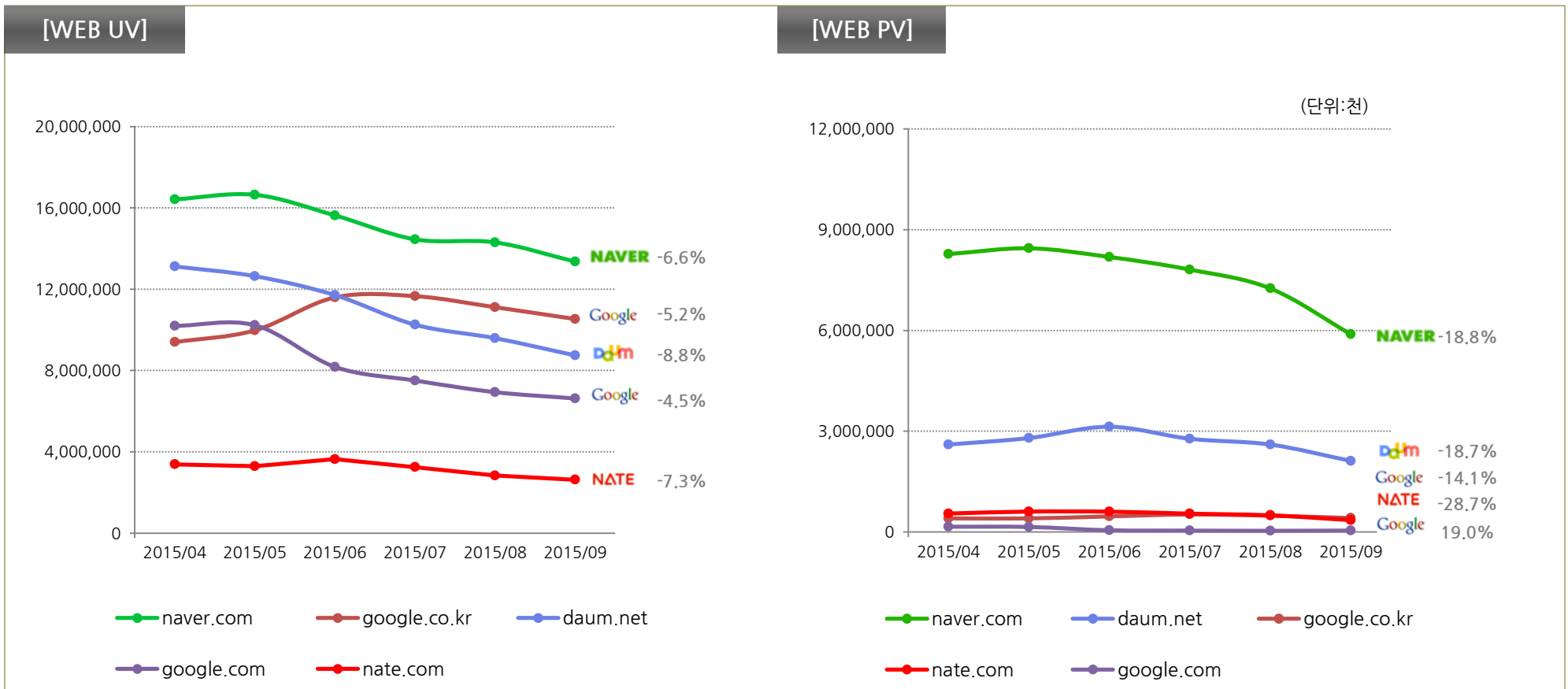
- 전체적인 포털 PC 트래픽 전월 휴가 시즌 활동성 하락의 기저효과로 PV 증가세를 기록
- 다음은 10대 연령층의 방문 감소, 20대와 50대의 활동성 저하로 UV와 PV 각각 0.9%, 3.9% 하락
- 구글은 전월 대비 이메일, 번역 서비스를 중심으로 활동성이 개선되며 PV 큰 폭으로 상승



\* Source : 코리안클릭 9월

## D. 9월 Portal\_Mobile WEB 트래픽 동향

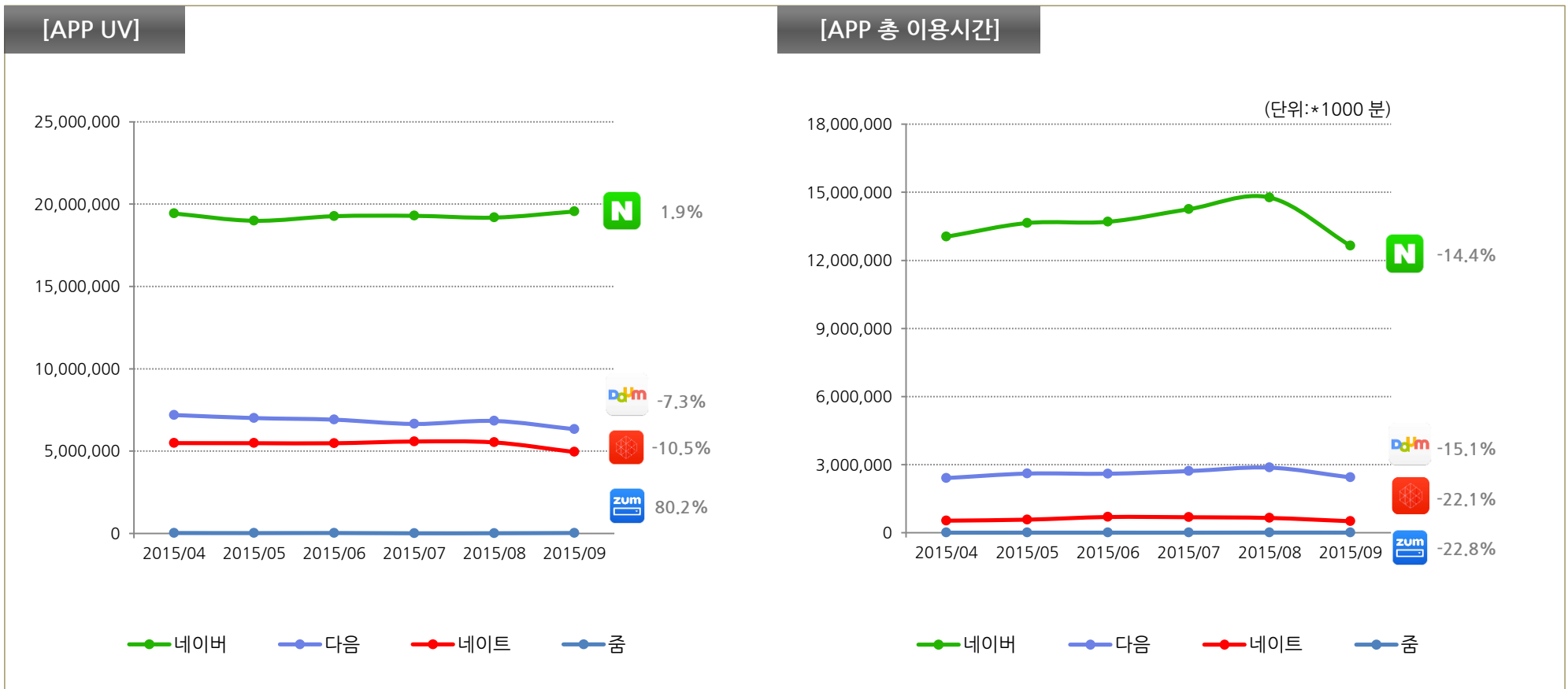
- 전체적인 포털 모바일웹 트래픽 추석 연휴의 영향으로 감소세를 기록
- 네이버는 주요 서비스인 커뮤니티, 검색, 뉴스&미디어의 이용량이 큰 폭으로 하락
- 다음은 웹툰을 제외한 모든 서비스의 활동성 감소로, UV 와 PV 각각 8.8%, 18.7% 큰 폭으로 감소



\* Source : 코리아 클릭 9월

## D. 9월 Portal\_Mobile APP 트래픽 동향

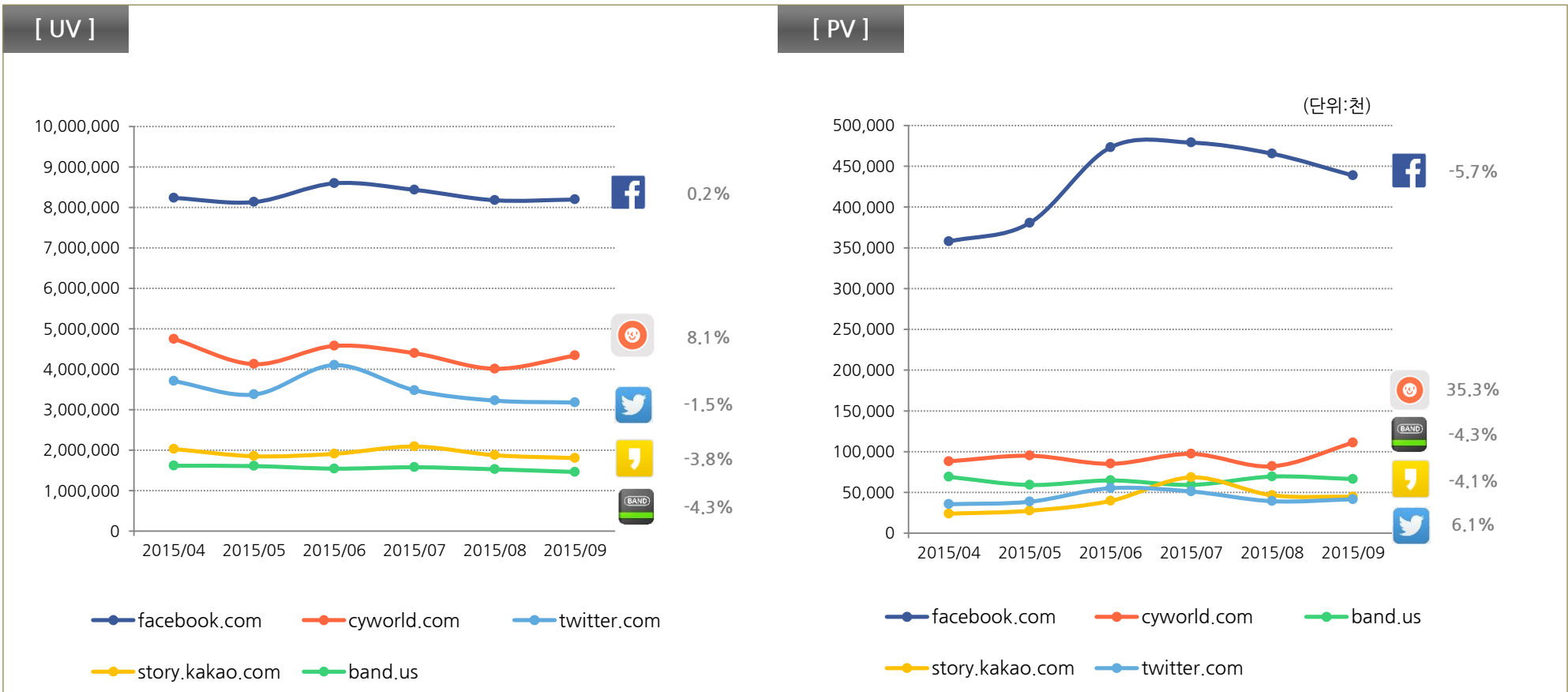
- 포털 모바일앱 이용자수는 전월과 비슷한 수준이나, 연휴로 인한 활동성 저하로 이용시간은 감소세를 나타냄
- 네이버앱은 30대 후반과 60대 연령층을 제외한 전 연령층의 이용 증가로 UV는 1.9% 상승
- 줌닷컴은 10대 및 50대 연령층의 앱 이용량 증가로 UV 80.2% 큰 폭으로 상승



\* Source : 코리아 클릭 9월

## E. 9월 SNS\_PC 트래픽 동향

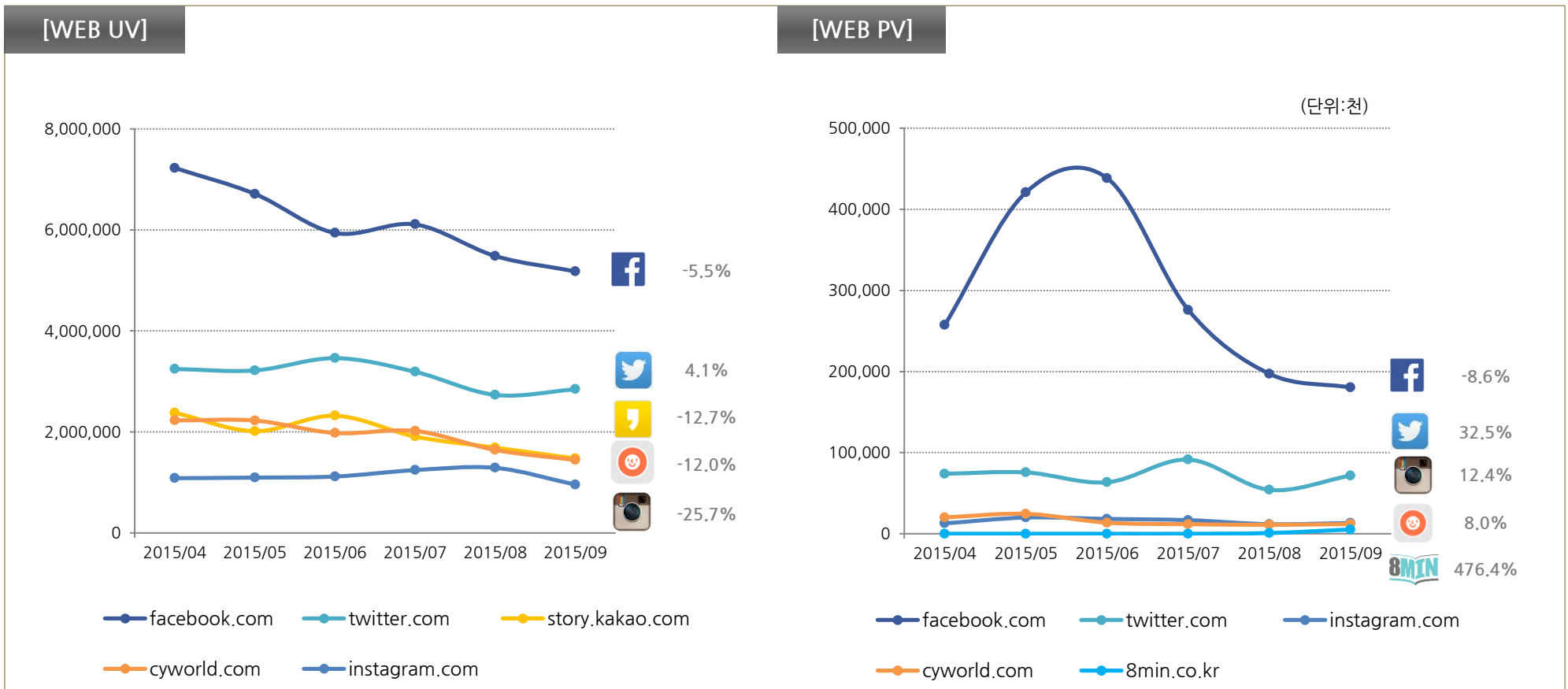
- 9월 PC 주요 SNS 카테고리 트래픽 전월 대비 감소세를 나타냄
- 싸이월드는 서비스 개편 및 데이터 백업 이슈로 인해 UV와 PV 각각 8.1%, 35.5% 증가
- 트위터는 35세 이상 연령층의 활동성 개선의 영향으로 전월 대비 PV 6.1% 증가를 기록하며 순위권 진입



\* Source : 코리아 클릭 9월

## E. 9월 SNS\_Mobile WEB 트래픽 동향

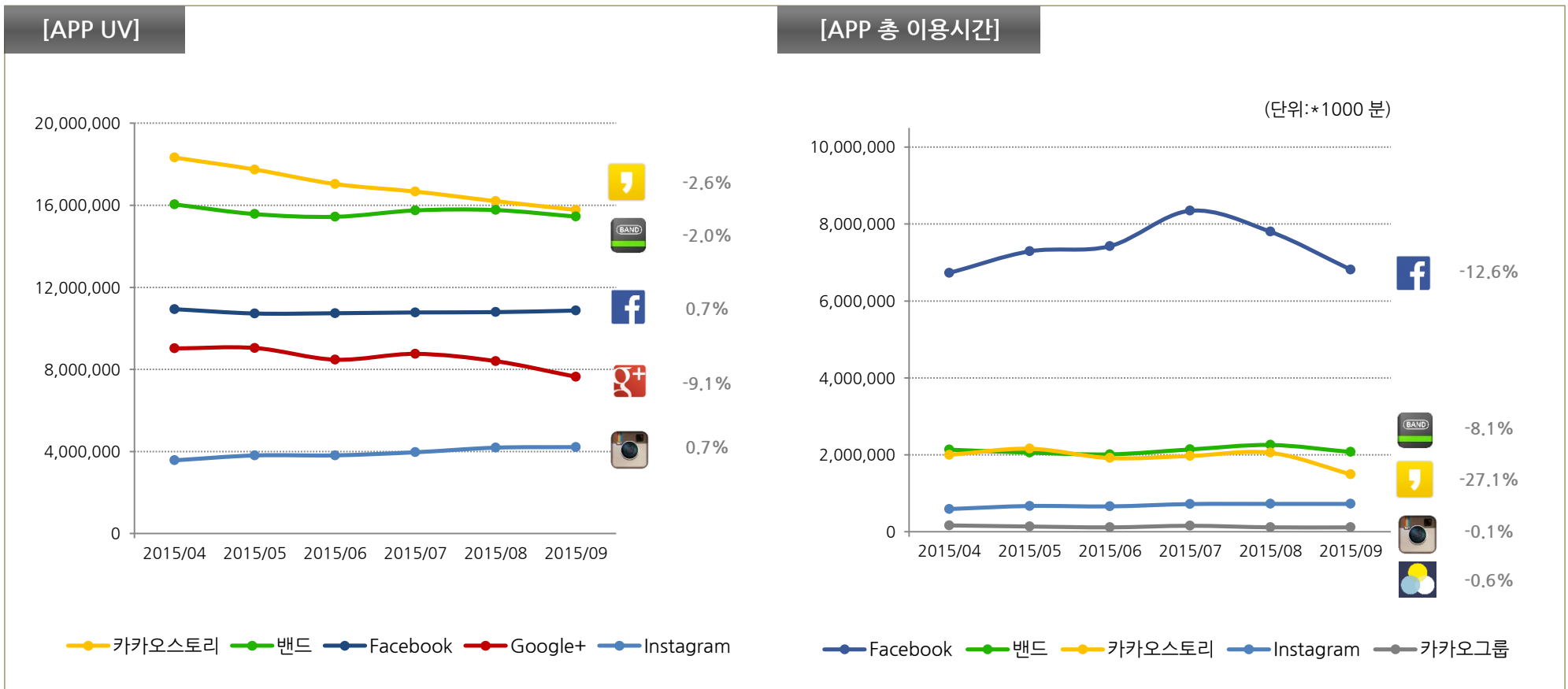
- SNS 모바일웹 전체적인 트래픽 전월 대비 감소세를 나타냄
- 트위터는 전월 대비 남성 이용자의 이용량 및 활동성 증가의 영향으로 UV와 PV 각각 4.1%, 32.5% 증가
- 8월 런칭한 감성 기반 SNS 서비스 8min은 전월 대비 활동성 큰 폭으로 상승하며 새롭게 순위권 진입



\* Source : 코리안클릭 9월

## E. 9월 SNS\_Mobile APP 트래픽 동향

- 전체적인 SNS 모바일앱 이용량 전월 대비 감소세를 나타냄
- 카카오토리는 40대 이상 연령층의 이용량 및 활동성 감소로 전월 대비 UV와 총 이용시간 각각 2.6%, 27.1% 감소

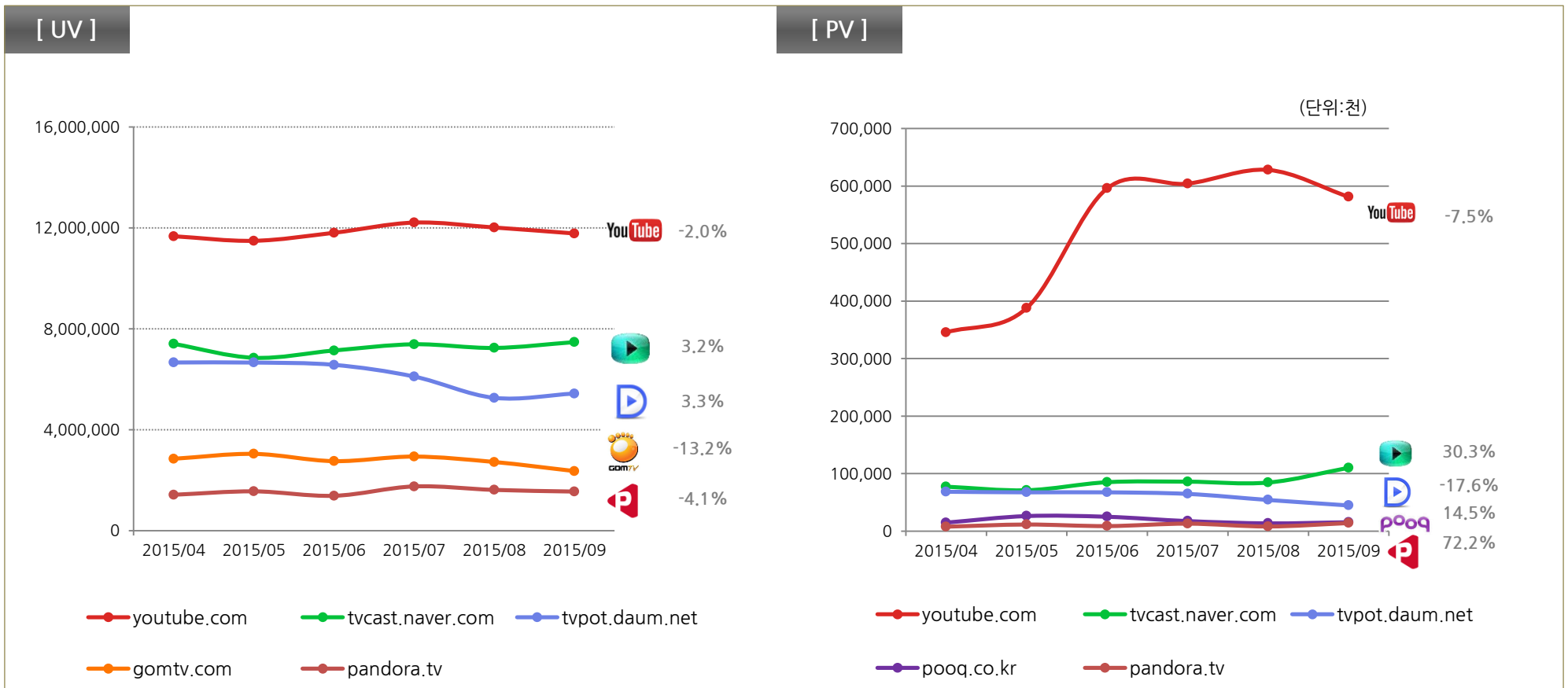


\* Source : 코리안클릭 9월

## F. 9월 Video\_PC 트래픽 동향

- 전체적인 PC 동영상 서비스 트래픽 전월 대비 소폭 감소세를 나타냄
- 네이버 tv캐스트는 '신서유기', 앨범 쇼케이스 등 콘텐츠 소비량 증가를 기록하며 UV와 PV 각각 3.2%, 30.3% 상승
- 다음 tv팟은 추석 연휴로 인한 주 이용층(30대 이상)의 활동성 감소로 PV 17.6% 감소

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

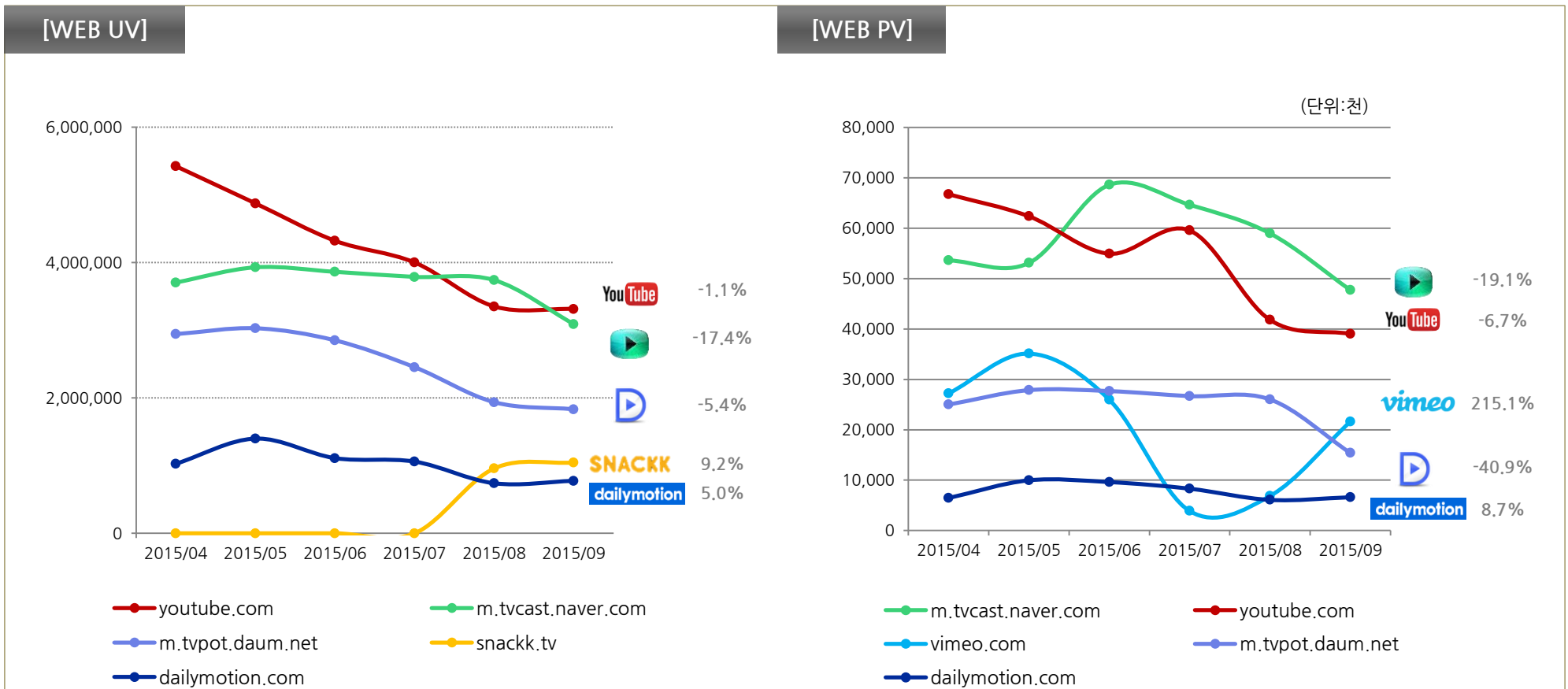


\* Source : 코리아클릭 9월

## F. 9월 Video\_Mobile WEB 트래픽 동향

- 전체적인 모바일웹을 통한 동영상 서비스 이용량 감소세를 나타냄
- 네이버 tv캐스트는 추석 연휴의 영향으로 모바일을 통한 이용량 감소를 보이며 순위 하락
- Vimeo는 50대 연령층 활동성 개선으로 PV 215.1% 큰 폭으로 증가하며 순위권 진입

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



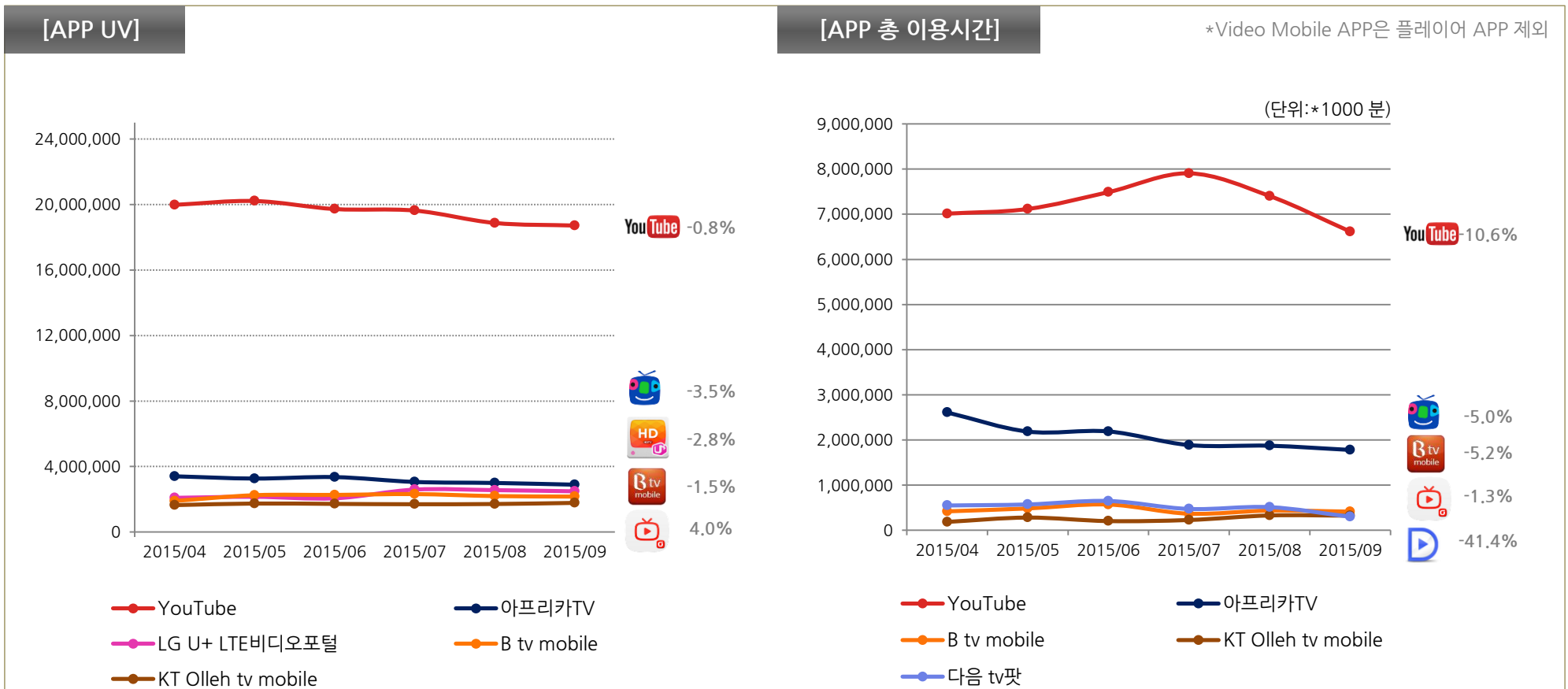
\* Source : 코리아클릭 9월



## F. 9월 Video\_Mobile APP 트래픽 동향

- 전체적인 주요 동영상 모바일앱 트래픽 전월 대비 감소세를 기록
- 다음 tv팟 전월 대비 19-24세 연령층의 활동성 감소로 총 이용시간 41.4% 큰 폭으로 하락

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



\* Source : 코리안클릭 9월

## nasreport no.250

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. 해피스크린
- B. OK캐쉬백락(OCB락커)
- C. 바이포스팅
- D. 텐핑
- E. 아이엠스쿨

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

## A. 해피스크린

해피포인트 카드 앱 유저 중 “해피스크린” 설치자 대상으로 잠금화면 전면에 광고가 노출되는 상품으로써, 잠금화면 해제 시 해피포인트 적립이 가능하며 구매력 있는 20대 이상 여성 고객을 다수 보유

### ▶ 매체 현황



[다운로드]

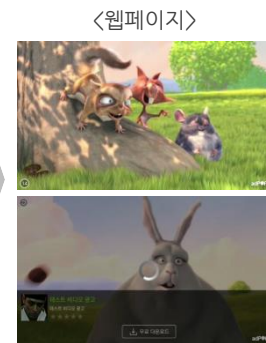
- 특징 : 잠금화면 해제 시 해피포인트 적립이 가능하며  
해피포인트 앱 유저(500만)의 유입 가능성이 높으며, 캠페인 목적에 맞는 다양한 광고 형태 가능
- 앱 다운로드 수 : 45만 건
- 회원 수 : 45만 명
- DAU : 약 10만 / MAU : 약 21만
- 최소집행금액 : 500만원

### ▶ 게재 지면 및 주요 상품 설명

#### - 노출형 -



CPC 40원  
CPM 3,000원



CPV 25원(15초).  
30원(30초), 50원(60초)

#### - 액션형 -



CPI 250원  
CPE 350원

## B. OK캐쉬백락(OCB락커)

OK캐쉬백 앱 유저 중 'OCB락커' 설치자를 대상으로 잠금화면 전면에 광고가 노출되는 상품으로써,  
가입자 정보를 기반으로 정확도 높은 데모그래피 타겟팅을 제공하며 경제력이 있는 3050 세대를 주 고객으로 보유

### ▶ 매체 현황



[다운로드](#)

- 특징 : CPI대비 CPA에 특화되어 있어 “DB확보” 목적의 캠페인에 유용  
구매력 높은 고객층을 다수 보유하고 있어 퍼포먼스보다는 “브랜딩” 목적의 광고주에게 적합
- 앱 설치자 : 600만 (OK캐쉬백 앱) / DAU : 30만 (OK캐쉬백락 앱)
- 판매방식 : CPC, CPM, CPI, CPA
- 타겟팅 : 성별, 연령, 지역, 단말 (앱 설치 여부)
- 최소집행금액 : 500만원 (협약가능)

\* 타겟팅 조건 1개 무료, 추가시 10% 할증

### ▶ 주요 상품 설명

#### - 노출형 -



왼쪽으로 슬라이딩 시  
랜딩 페이지로 이동



CPC 40원 / CPM 6,000원

#### - 액션형 -



랜딩 : 앱마켓  
CPI 250원 / CPE 300원




랜딩 : 이벤트 페이지  
단가 협의 필요

# C. 바이포스팅

“바이포스팅”내 광고를 게재하고 유저가 SNS, 카페, 블로그 등을 통해 바이럴 시 리워드를 지급하는 형태  
유사 타 매체 대비 유저 어뷰징과 재참여를 기술적으로 제어하는 장치 마련

\* 2,3차 확산 유저에게는 리워드 지급 없음

▶ 매체 현황



- 특징 :
  - 1) 2, 3차 유저에게는 리워드 지급을 하지 않기 때문에 진성유저 확보에 용이
  - 2) 실시간 리포트를 통해 각 포스팅 별 유입경로 확인 가능
- 회원 수 : 약 18,000명
- 판매 방식 : CPC, CPE, CPA
- 바이럴 가능 매체 : 카카오톡, 페이스북, 블로그, 트위터 등
- 연동 트래킹 솔루션 : MAT, Party Track, AD-brix

[\[다운로드\]](#)

▶ 게재 지면 및 주요 상품 설명

- 바이럴 프로세스 -



## D. 텐핑

“텐핑”에 광고용 콘텐츠를 생성하고 유저가 SNS, 카페, 블로그 등을 통해 바이럴 시 리워드 지급  
텐핑 내 광고 콘텐츠와 함께 일반 생활 정보 콘텐츠도 있어 유저가 자연스럽게 바이럴 활동을 할 수 있도록 구성

### ▶ 매체 현황

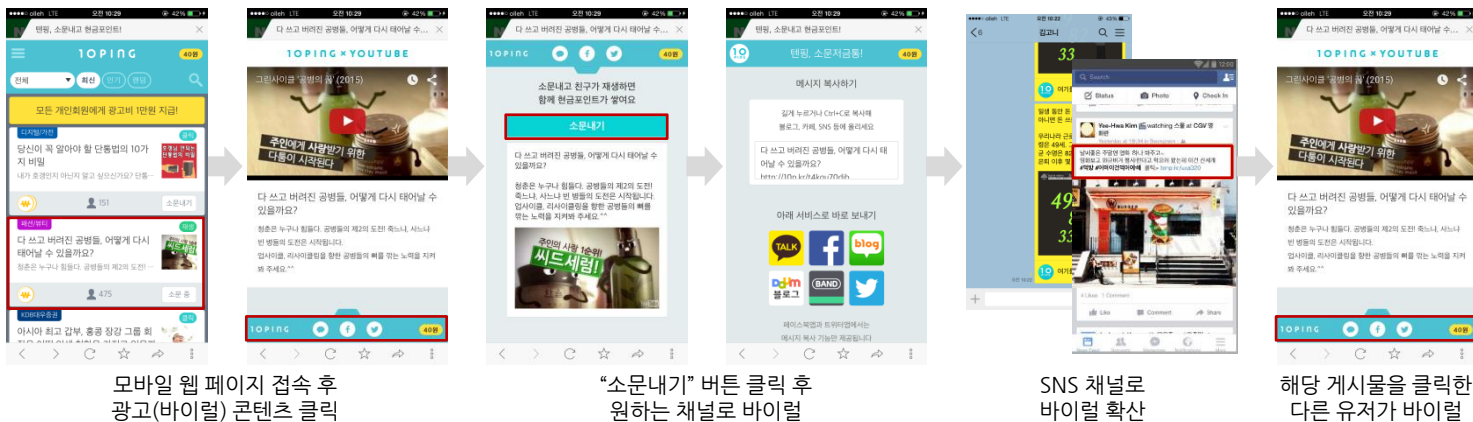


[다운로드]

- 특징
  - 1) 현재 거점은 “모바일 웹” 사이트(tenping.kr)에 한정, 이후 앱을 개발하여 매체 채널 다각화 예정
  - 2) 콘텐츠를 확산한 1,2,3차 유저 모두에게 리워드를 제공하여 유저 활동성 증대
  - 3) 부정클릭 방지를 위해 클릭 후 페이지 로딩 완료 후 5초 체류 경우에만 과금 적용, 어뷰징 필터링
- 주요 타겟 : 20대 후반 ~ 40대 중반(기준: 회원 가입 정보)
- 회원 수 : 3,600명
- 판매 방식 : CPC, CPA, CPS, CPI(CPS: 쇼핑물에서 구매 완료 시 과금, 상품은 10월 말 출시 예정/CPI 개발 중)
- 바이럴 가능 매체 : 카카오톡, 페이스북, 블로그, 밴드, 트위터 등 (50% 이상이 카카오톡과 페이스북)

### ▶ 광고 프로세스 및 게재 지면

#### - 바이럴 프로세스 -





## E. 아이엠스쿨

전국 초/중/고등학교 및 학원과 연동되어 가정통신문과 알림 사항 등을 앱 내에서 확인 가능하며, 학부모 이용자를 다수 보유하여 3040 여성을 주요 타겟으로 하는 캠페인에 효과적

### ▶ 매체 현황



[다운로드](#)

- 특징 : 전국에 약 4,000여 개의 학교와 연동되어 있으며, 서울/경기의 유저 비중이 약 60%로 대부분을 차지하여 서울,경기 지역 타겟팅에 유리
- 앱 다운로드 수 : 120만 건
- 판매방식 : 기간제 구독형, 게시 7일 및 푸시메시지 1회 패키지, 대상(초,중,고)에 따라 단가 상이
- 타겟팅 : 지역, 초/중/고
- DAU : 약 40만 / MAU : 약 53만
- CTR : 7~8%

\* 타겟 조건에 따라 단가 상이, 2회 이상 계약 시 추가 할인 적용

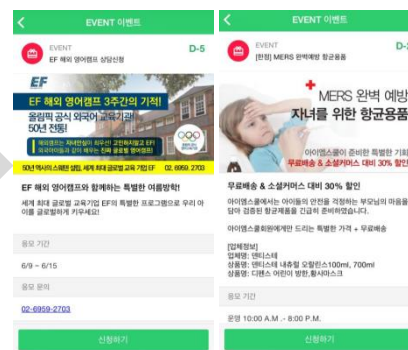
### ▶ 게재 지면 및 주요 상품 설명

#### - 배너 및 푸시 -



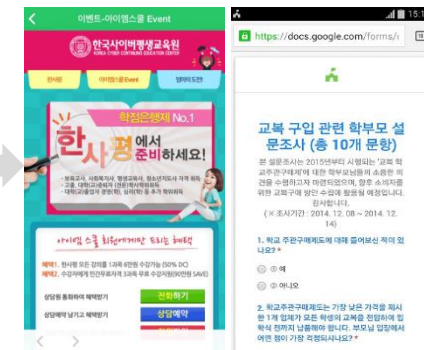
배너를 이벤트 메뉴에 게시하고, 대상에게 푸시 알림 발송

#### - 상세 페이지 -



기간제 배너 및 푸시를 통해 이벤트 상세 페이지 확인

#### - 아웃링크 -



하단의 플로팅 버튼(신청하기)을 통해 외부 페이지에서 액션 진행





# 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

미디어전략실 트렌드전략팀