

# I. 디지털 미디어 이슈 리포트

1. 온라인
  - 이메일, 통합 커뮤니케이션 허브로 진화
  - 다음, 개인화 검색서비스 'My검색어' 첫 선
  - NHN, 오픈마켓 사업 축소
2. 모바일
  - SKT, 모바일 광고 플랫폼 'T애드' 공식 출시
  - KT-NHN '지역 맞춤형 모바일 광고 사업' 합작
  - 기존 Home PC의 일부 기능이 Tablet PC로 옮겨갈 것으로 전망
  - 태블릿PC 광고 시장 다양한 상품 출시
3. IPTV
  - 모바일 IPTV시대 열린다
  - '태블릿TV' 전성시대 오나
4. 디지털 OOH
  - 코레일유통, 편의점 외부 LCD 및 주요 역사에 디지털 사이니지 도입
  - 원하는 형태의 화면 자유롭게 구성 가능한 '팝스크린' 확산
  - 투명LCD, 옥외광고의 신세계 연다

2011-07

## 이메일, 통합 커뮤니케이션 허브로 진화

다음/네이트/네이버 메일 서비스

**01 300개의 무료 메일주소 제공**  
300개의 무료 메일주소로 사내 메일서버 비용을 절감하실 수 있습니다.

**02 무제한 메일 용량, 강력한 첨부파일 지원**  
기본 10GB 부터 쓸수록 추가로 용량이 제공되며 무제한 대용량 첨부파일, 25MB 일반 첨부파일을 보낼 수 있습니다.

**03 개인/회사가 특화된 로고 사용가능**  
개인이나 회사 로고를 등록해 전용 공간처럼 이용할 수 있습니다.

**04 모바일 환경 완벽 지원**  
출퇴근시에는 스마트폰을, 회사에서는 아웃룩을 사용하세요? 웹메일, 모바일 앱, IMAP, POP3 서비스를 무료로 제공합니다.

사용중인 모든 메일을 모아서 보여주는 **네이트 메일**

현재 받은메일

**개인 도메인 설정** | 보유하고 있는 도메인으로 메일 주소를 만들면, 네이버 메일에서 확인할 수 있는 기능입니다.

님은 현재 개인 도메인 메일을 설정하지 않으셨습니다.

**개인 도메인 설정이란?**  
네이버 메일에서 개인 도메인을 설정하면, 네이버 id@naver.com뿐만 아니라 나만의 도메인으로 만든 메일 주소로 네이버 메일에서 메일을 주고받을 수 있습니다. 보유하고 있는 도메인으로 자신만의 메일 주소를 만들어 보세요.

**보유 중인 도메인으로 설정하기**

**보유 중인 도메인이 없는 경우**  
개인 도메인 메일을 사용하려면 도메인을 보유하고 있어야 합니다. 보유하고 있는 도메인이 없다면 **아래 제휴 업체를 통해 먼저 도메인을 구매**한 다음 설정하세요.

**gabia** 도메인구매 **WH?IS** 도메인구매

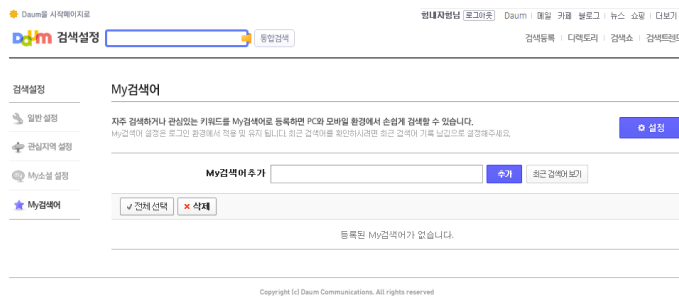
※ 제휴 업체가 아닌 도메인 등록 대행사를 이용하시는(하실) 회원님께 안내 말씀 드립니다.

출처 - 아이뉴스24

- ❖ 소셜네트워크서비스(SNS)가 활성화되면서 이메일의 이용도가 떨어질 것이란 예상과는 달리, 이메일이 유무선 연동은 물론, 자사 서비스 및 SNS와의 연결 통로가 되면서 이메일의 중요성이 다시 조명을 받고 있음.
- ❖ 네이버와 다음은 자신이 가진 도메인 주소로 메일 계정을 만들 수 있는 서비스를 시작했다. 누구나 개인 도메인 메일 설정에 대한 복잡한 절차 없이 간편하게 'ID@도메인 주소'의 형태로 메일 계정을 만들 수 있는 것.
- ❖ SK커뮤니케이션즈도 네이트에서 외부 메일을 연동해 받기 서비스는 물론 외부 메일 주소로 메일 발송까지 할 수 있게 함. 온라인상에서 네이트온 알림창을 통해 실시간으로 메일을 확인할 수 있는 것과 마찬가지로 무선에서도 알리미 서비스를 받을 수 있음.
- ❖ 최근 포털들의 이메일 서비스 강화 움직임은 SNS와 메일을 접목해 새로운 커뮤니케이션 도구로 발전시키려는 의도로 보이며, 이메일의 사용 행태와 기능 변화는 앞으로도 계속 이어질 것이라고 예상됨.

## 다음, 개인화 검색서비스 'My검색어' 첫 선

### 다음 검색설정-My검색어



로그인하여 My검색어를 설정 할 수 있음



통합검색 결과 화면의 우측에서 My검색어와 최근 검색어를 바로 확인할 수 있음

출처 - 전자신문

- ❖ 이용자들이 PC와 모바일 웹에서 즐겨 찾는 검색어를 저장해 해당 검색결과를 보다 쉽게 확인할 수 있도록 'My검색어' 서비스를 오픈함.
- ❖ 로그인 기반 서비스로 이용자가 관심 있거나 즐겨찾는 검색어를 최대 30개까지 자유롭게 저장, 삭제가 가능. '날씨', '로또번호', '운세', 관심 있는 주식종목 등 생활 속에서 자주 입력하는 검색어를 저장해두면 일일이 검색어를 입력할 필요 없이 클릭 한 번으로 검색결과를 확인할 수 있음.
- ❖ 'My검색어'는 검색설정 페이지(<http://p.search.daum.net/keyword>)에서 등록하면 되며, PC와 모바일의 데이터가 연동되어 언제 어디서나 검색어 리스트를 관리하고 이용할 수 있음. 특히, 검색어를 입력하기 번거로운 모바일 환경에서 편리함.

## NHN, 오픈마켓 사업 축소

네이버 오픈마켓 관련 주요 일지

일자	내용
2010.10.	NHN, 미니숍 형태 오픈마켓 진출설 대두
2011.1.	옥션 G마켓, 네이버서 상품 판매 중단
	네이버 미니숍 공식 오픈
2011.2.	NHN, 오픈마켓 사업 공시
2011.4.	옥션 G마켓, 네이버에 복귀
2011.7.	NHN '마일리지' 서비스 (예정)

출처 - 이티뉴스

- ❖ NHN은 당초 올해 3분기 서비스를 예상했으나 최근 연내 오픈 목표로 일정이 늦춰짐. 오픈마켓 관련 인력들이 조정된 것으로 알려지면서 시장에서 NHN의 오픈마켓 사업 포기설까지 나돌고 있음.
- ❖ NHN이 오픈마켓 사업 진출을 위해 영입했던 인력들이 최근 대거 퇴사한 것으로 알려짐. 의욕적으로 추진하던 오픈마켓 사업이 주춤하면서 관련 인력들이 설 자리를 찾지 못 했기 때문이란 분석. 네이버에 상품정보 제공을 중단했던 옥션과 G마켓이 복귀, 자체 소싱 필요가 줄어들면서 머천다이징 관련 인력들의 동요가 큼.
- ❖ NHN이 오픈마켓 사업에 소극적으로 돌아선 것은 기존 오픈마켓 사업자들과 대립하며 시장에 진출할 만큼 수익이 없다는 판단 때문임. 오픈마켓 업체의 상품검색 수수료로 매년 700억 원 이상을 버는데 굳이 적자 위험을 감수하며 오픈마켓에 진출해 이들을 자극할 필요가 없다는 것. 지난 1월 옥션과 G마켓이 네이버로의 쇼핑 DB 유입을 중단했다 양측 모두 적잖은 피해를 입고 결국 화해함.
- ❖ NHN 관계자는 오픈마켓 진출은 당초 계획보다 축소해서 진행할 것이고, 기존 오픈마켓과는 다른 '오픈마켓형' 서비스로 검색 품질을 방어하고 판매자와 사용자의 편의성을 높인다고 함.

## SKT , 모바일 광고 플랫폼 'T애드' 공식 출시

### Tad 모바일 광고 플랫폼

<Tad 광고 상품>



이미지 배너	Click to AppDown,Web,Call등 캠페인 목적에 따라 랜딩페이지를 자유롭게 구사할 수 있는 기본적인 광고 상품
확장 배너	Click하면 팝업형태로 또 하나의 배너가 노출되는 인터랙티브 광고 상품
동영상 배너	Click하면 전체화면으로 동영상이 재생되는 광고 상품
전면 배너	App 초기화면 또는 실행 중 화면 전체에 이미지 광고가 노출되는 광고 상품

\*참고 : 파이낸셜뉴스 기사 인용 및 Tad 웹 사이트

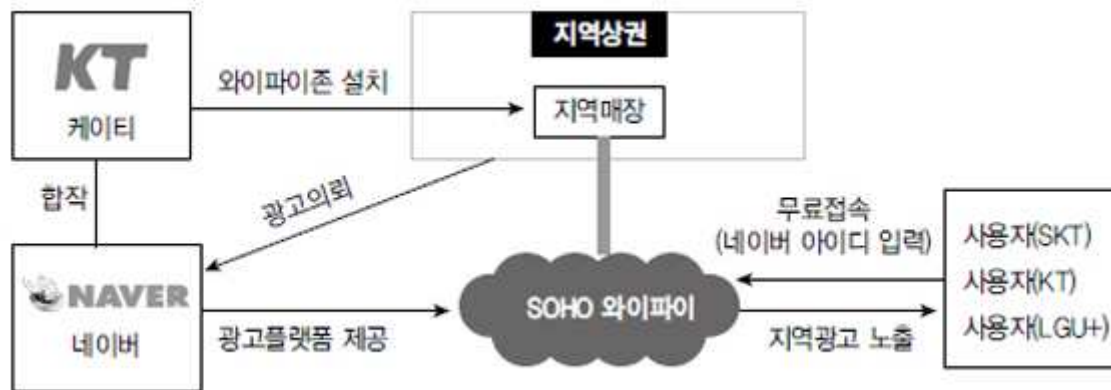
- ❖ SK텔레콤은 모바일 광고 플랫폼 'T애드'를 공식 출시해 게임, 만화 등 애플리케이션 안에 광고를 삽입할 수 있는 기반을 제공.
- ❖ Tad의 광고 수익의 60%는 개발자, 나머지 40%는 SKT 및 광고유통사들이 갖는 구조.
- ❖ 지난 3월부터 시범서비스를 시작하여 약 600여개의 애플리케이션을 확보하였으며, 한달동안 총 5억회의 광고노출을 기록하였고, 광고 노출률 약 90% 달성.
- ❖ T애드의 가장 큰 경쟁력은 "T스토어"라는 장터 / 현재 약 12만개 이상의 애플리케이션이 등록되어 있으며, 매달 약 800만명 가량이 평균 11건 이상 다운로드 함.

# 이슈\_모바일

## KT-NHN '지역 맞춤형 모바일 광고 사업' 합작

### 지역 맞춤형 모바일 광고 사업

<모바일 지역광고 사업 개념도>



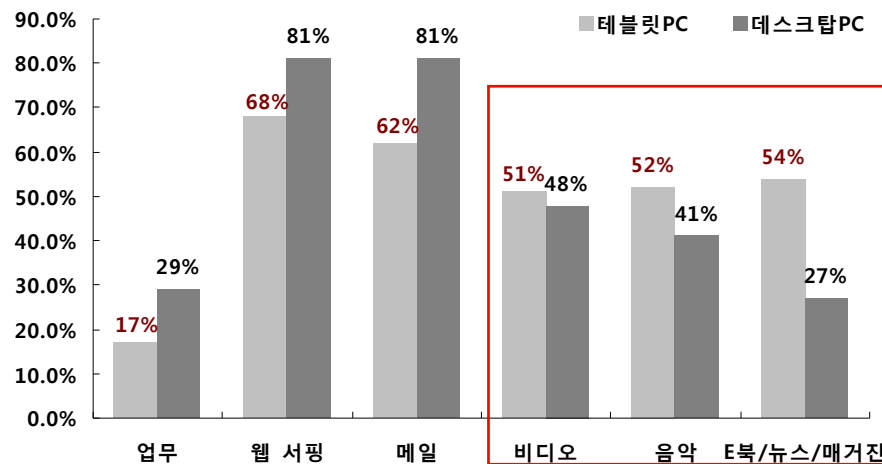
\*참고 : 한겨레 신문 6/14일자 재 인용

- ❖ 광고 노출 뒤 무료 WIFI 가능 → 커피숍 및 음식점, 지하철 등 무료 와이파이에서 접속되면 자동으로 근처 지역매장의 광고 노출.
- ❖ 기존 커피숍 등에서 서비스 차원에서 따로 제공 하는 무료 와이파이존은 유지보수 비용을 점주가 대야 했지만, 소호 와이파이존은 초기화면 광고를 통해 유지보수 비용을 대는 셈이어서 윈윈 효과를 누릴 수 있을 것.
- ❖ 두 회사는 앞으로 스마트폰 및 태블릿PC의 위치기반서비스를 활용한 사업도 추진할 예정.
- ❖ 네이버는 지역검색과 연계해 맞춤형 지역정보 서비스를 강화, 케이티는 그룹사 내의 전화번호 안내인 114 서비스와 연계하는 방안을 검토.

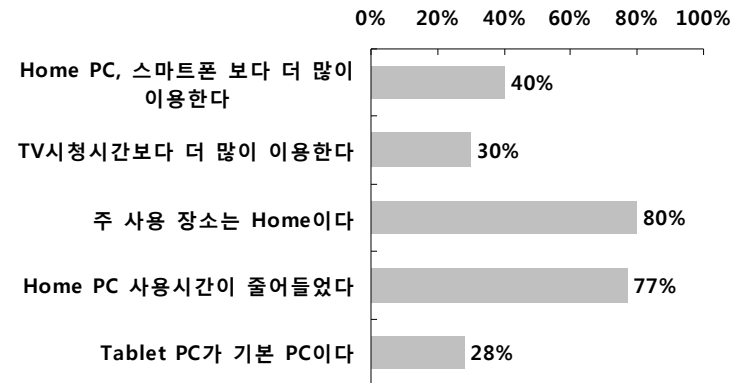
## 기존 Home PC의 일부 기능이 Tablet PC로 옮겨갈 것으로 전망

Tablet PC 주 사용 현황

<Home PC vs Tablet PC 주 활용도>



<Tablet PC 사용자 설문>



\*참고 : Apple Insider, AdMob "Tablet survey" 3,4월

- ❖ 아직까지는 업무/웹서핑/메일 등에서는 기존 Home PC를 사용하고 필요하기 때문에 당분간은 Home PC와 Tablet PC는 공존할 수 밖에 없음.
- ❖ eBook, News, Video, Music 등과 같은 콘텐츠 소비를 하는데에는 Tablet PC만으로 충분하기 때문에 기존 Home PC의 일부 기능이 Tablet PC로 옮겨갈 것으로 전망됨.
- ❖ 설문에서는 Tablet PC 사용자의 77%는 기존 PC 사용 시간이 줄어들었으며, 28%는 기본 PC로 Tablet PC를 사용.

## 태블릿PC 광고 시장 다양한 상품 출시

태블릿 PC 광고 플랫폼 현황



	LGU+애드	KT엠하우스(Adalve)
현황	태블릿PC용 신문 및 매거진에 광고 노출 (기존 잡지광고 형태가 태블릿PC로 옮겨온 형태) 다양한 크리에이티브 구현 가능	
매체 현황	총 4개 카테고리 총 16개 언론사 및 매거진 보유	총 20개 언론사 및 매거진 보유
판매 단가	인트로 광고 : 2천만원 목차 광고 : 1천만원 일반 광고 : 500만원 특수 광고 : 협의	각 언론사 및 매거진별 개별 단가 책정(단가 미정)
판매 방식	기간 제안 없이 고정형으로 노출 일/주/월 단위로 다양한 광고 형태 지원 (동영상,VR,음성,기사,URL등 - 제작비 별도)	전면광고 형태로 노출 일 고정 노출 방식으로 운영

\*참고 : 각 플랫폼 업체 조사

- ❖ 태블릿PC는 스마트폰 광고보다 활용할 수 있는 화면 크기가 커지면서 이미지/동영상/음악 등을 활용, 기존 스마트폰 광고에서 구현하지 못했던 인터랙티브한 광고가 가능한 것이 특징.
- ❖ U+ad는 광고주가 선호하는 유력매체를 다수 확보했으며, 광고 기획, 집행 및 효과 분석 등을 제공.
- ❖ KT엠하우스는 유명 언론사 및 매거진을 다수 확보했으며, 7월 말부터 매체별 순차적으로 테스트 광고 진행 예정.



## 모바일 IPTV시대 열린다 -4G 비즈니스 신천지

❖ KT는 '올레TV나우' 서비스를 7/1일부터 시작할 계획임. 올레마켓에서 애플리케이션을 다운받아 이용할 수 있는 이 서비스는 일종의 '스마트 IPTV'임. 지상파로 전송되고 있는 방송만 감상할 수 있었던 기존 DMB에서 벗어나 실시간으로 30개의 채널을 감상할 수 있으며 방대한 양의 VOD를 스트리밍 방식으로 이용할 수 있음.

출처 - 전자신문

## '태블릿TV' 전성시대 오나

❖ 케이블TV, IPTV 사업자뿐 아니라 가전사까지 합세해 태블릿PC를 세컨드TV로 이용할 수 있는 다양한 서비스를 제시하고 있음.

❖ 월드스트리트저널 등 현지 외신 등은 미국 상위 10개 유료 방송업체 중 7개가 태블릿PC 기반 동영상 서비스를 개발하고 있다고 보도함. 국내에서도 태블릿PC를 세컨TV 혹은 TV 대체제로 활용할 수 있는 서비스가 속속 등장하고 있는 추세. IPTV, 케이블TV 등 사업자들이 자사 유통 콘텐츠를 가입 고객에게 혜택 차원에서 제공하는 것에 이어 수익 모델로도 키워가고 있음.

❖ KT도 지난 5월 모바일IPTV '올레TV나우'를 출시, 최근까지 무료 다운로드부문 1위를 차지하는 등 인기를 끌고 있음. 올레TV의 실시간 방송, VOD를 스마트폰, 태블릿PC로 볼 수 있음. 현재 KT 가입자에 한해 무료로 제공되고 있어 인기가 더 높음.

출처 - 아이뉴스24

# 이슈\_디지털 OOH

## 코레일유통, 스토리웨이 편의점 외부 LCD 및 주요 역사에 디지털 사이니지 도입

### 역사 내 편의점 LCD



출처 - SP투데이 기사 참조

- ❖ 코레일유통은 역사 환경 개선 및 철도 광고물 표준화 작업에 돌입한다는 계획 밝힘.
- ❖ 역사 내 위치해 있는 스토리웨이 편의점 외부에 총 148기의 46인치급 세로형 LCD패널을 설치하고 역사 이동고객을 대상으로 다양하고 유용한 정보를 실시간으로 제공. (현재 설치 진행 중)
- ❖ 주요 광고면 이외에 하단 및 좌.우를 적정비율로 분할해 뉴스, 열차 도착.출발 알림 등 각종 정보 제공.
- ❖ LCD 광고매체는 유통 사업과 광고사업에 시너지 효과를 가져다 줄 것으로 기대.
- ❖ 뿐만 아니라, 영등포역 외 60개역에 국내 최초로 70인치 대형 디지털 사이니지 설치 예정.

# 이슈\_디지털 OOH

## 원하는 형태의 화면 자유롭게 구성 가능한 '팝스크린' 확산

다양한 팝스크린 등장



▲ 사람 형태의 화면을 통해 실제 사람이 말을 하고 움직이는 것과 같은 효과를 연출하는 '팝스크린 마네킨'



▲ 파리바게트 강남점에 설치된 '팝스크린 원도'



▲ 다양한 형태로 디자인된 팝스크린



\*참고 : SP투데이 기사 참조

- ❖ 팝스크린은 POP(구매시점광고)시장을 타깃으로 개발된 프로젝터-스크린 일체형의 디지털 POP로 리어타입으로, 프로젝터에서 쏘아진 영상이 전면의 스크린에 투사되며 고화질의 영상을 표출하는 형태로 이루어짐.
- ❖ 팝스크린의 가장 큰 특징으로는 영상이 투사되는 스크린의 형태를 자유자재로 디자인할 수 있어 주목도가 높다는 점.
- ❖ 팝스크린은 아날로그 POP는 물론, 기존 LCD-PDP 기반의 디지털 사이니지와도 차별화된 시장을 구축할 것으로 전망.

## 투명LCD, 옥외광고의 신세계 연다

투명 LCD 시장, 빠른 성장 예상



▲ 삼성전자 투명 LCD.  
LCD 뒤편의 캘럭시탭과 투명LCD에서 나오는 캘럭시탭 영상이 어우러지면서 독특한 이미지 전달



▲ LG디스플레이 47인치 투명 LCD 윈도우TV.  
평소에는 유리창으로 사용하다가 TV나 광고용 디스플레이로 전환  
→ 터치스크린을 통한 인터랙티브 기능 적용 가능

출처 - SP투데이 기사 참조

- ❖ 시장 잠재성이 풍부하고 여러 분야에 접목될 수 있는 투명 LCD가 평판 디스플레이의 '블루오션'으로 떠오름.
- ❖ LCD 고유의 기능 뿐 아니라, 공간의 구성요소 자체를 영상화면으로 만드는 것이 가능한 미래형 디스플레이로 주목.
- ❖ 특히 기존의 디지털 사이니지가 그래픽상으로만 제품을 보여줬다면, 투명LCD는 실물을 보면서 관련 정보를 얻을 수 있기 때문에 쇼윈도와 진열대는 물론 버스정류장 등에서 기존 유리를 대체하며 미래형 광고매체 형성 기대.
- ❖ 투명 LCD 시장은 내년부터 형성되어 가파른 성장세를 보일 것으로 전망.



[media@dmcmedia.co.kr](mailto:media@dmcmedia.co.kr)