

Monthly

리서치애드 트렌드 리포트

1월 음식/조리 업종 _배포용

2022.03

2022년 1월, 음식/조리 중분류 업종 기준

광고비는	PC + Mobile + Video 데이터, 총 약 78억 원으로 집계되었으며, Video에서 가장 많은 광고비가 집계되었습니다
광고주는	맥도날드가 약 5억 원으로 광고주 중 가장 높은 광고비를 기록했습니다
매체는	유튜브가 약 19억 원으로 매체 중 가장 높은 광고비를 기록했습니다
캠페인은	맥도날드의 맥도날드가 가장 높은 광고비를 기록했습니다

2022년 1월 음식/조리 업종의 디지털 광고비는 총 약 78억 원으로

전년 동월 대비 69.8% 증가하고, 광고주 수는 52.2% 증가한 것으로 나타납니다



음식/조리 업종 광고비 증감

(단위: 천 원, 개)



광고비

4,613,627

2021년 1월

69.8%

7,831,667

2022년 1월



광고주 수

270

2021년 1월

52.2%

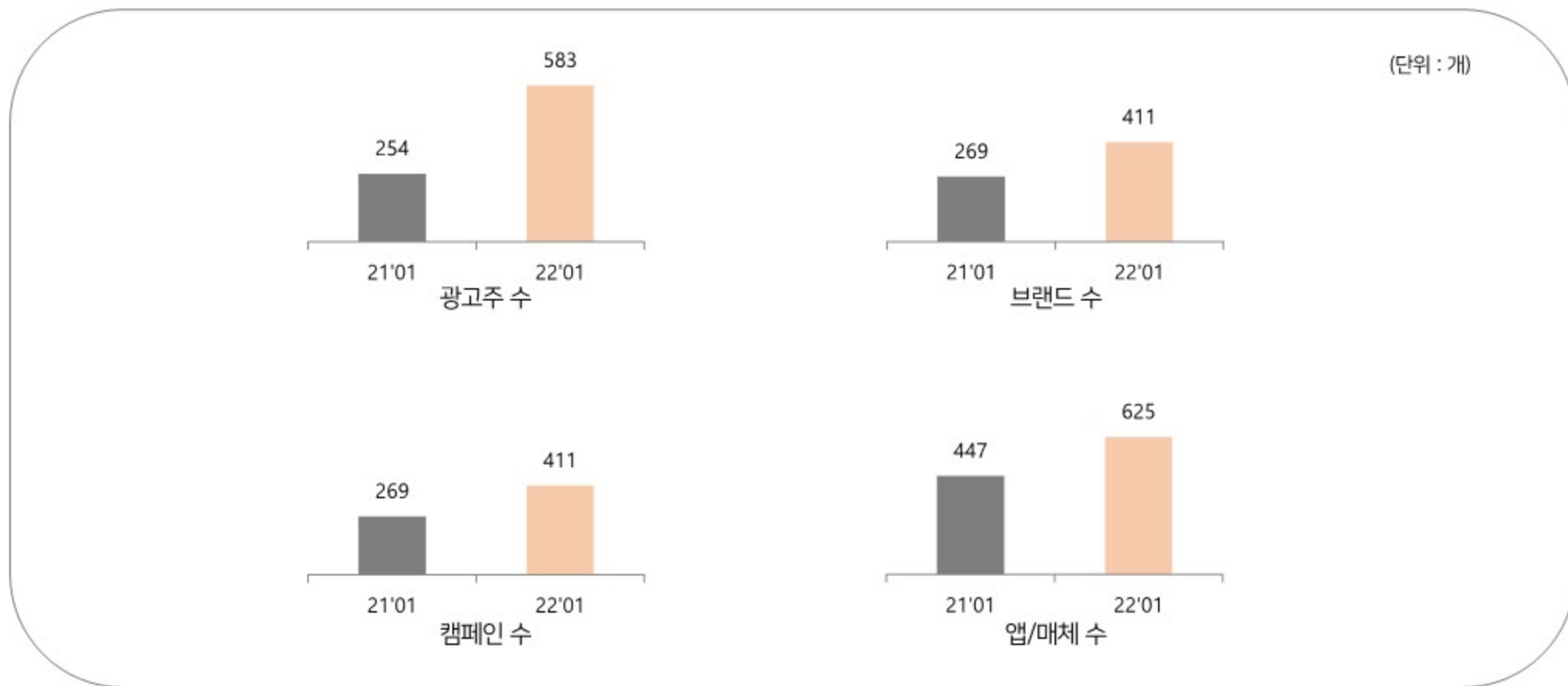
411

2022년 1월

2022년 1월 음식/조리 업종의 전년 동월 대비 각 수치를 살펴보면,

4개 영역 모두 증가하는 추세를 보입니다

특히, **앱/매체 수**는 39.8%로 가장 높은 증가율을 기록했습니다



2022년 1월 음식/조리 업종의 각 영역별 광고비는

써브웨이코리아는 각 영역의 광고주 중 가장 높은 광고비를 기록한 것으로 나타납니다

광고비 TOP3는 각 영역 중, Video 영역에서 약 8억 원으로 가장 많은 광고를 집행했습니다



PC

약 123억 원

전년 동월(22'01) 약 47억 원

광고주 TOP5

1	맥도날드
2	장스푸드
3	육수당
4	할머니가래떡볶이
5	커피베이



Mobile

약 303억 원

전년 동월(22'01) 약 129억 원

광고주 TOP5

1	우아한형제들
2	쿠팡
3	비케이알
4	빅죠푸드
5	더리터



Video

약 357억 원

전년 동월(22'01) 약 286억 원

광고주 TOP5

1	써브웨이코리아
2	농협목우촌
3	맥도날드
4	해답
5	신한은행

2022년 1월 음식/조리 업종의 각 영역별 신규 광고주 TOP5

PC Banner 신규 광고주는 총 40개, Mobile Banner는 총 55개, Video는 총 27개로 확인되었습니다

*2015년 광고주 데이터부터



PC

(단위: 천 원)

신규 광고주 TOP5

맥도날드

커피베이

씨브웨이코리아

더본코리아

한국도미노피자



Mobile

(단위: 천 원)

신규 광고주 TOP5

우아한형제들

쿠팡

비케이알

비알코리아

한국도미노피자



Video

(단위: 천 원)

신규 광고주 TOP5

씨브웨이코리아

농협목우촌

맥도날드

신한은행

롯데GRS

PC 신규 광고주 중 광고비를 가장 많이 진행한 **맥도날드**는 42.4%로 큰 비중을 기록했습니다

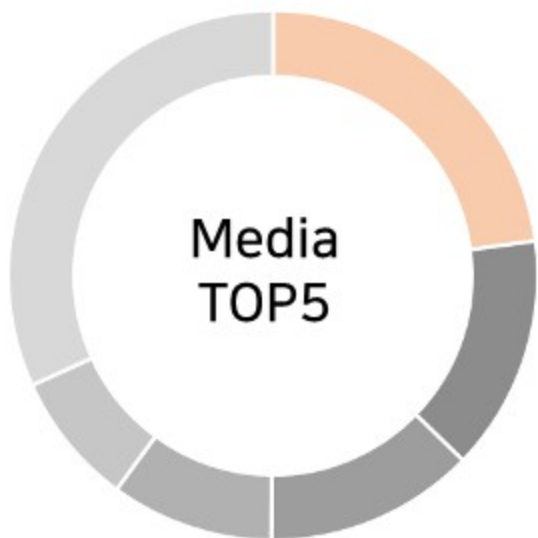
Mobile 신규 광고주 중 광고비를 가장 많이 진행한 **우아한형제들**은 17.0%의 비중을 기록했습니다

Video 신규 광고주 중 광고비를 가장 많이 진행한 **씨브웨이코리아**는 15.2%의 비중을 기록했습니다

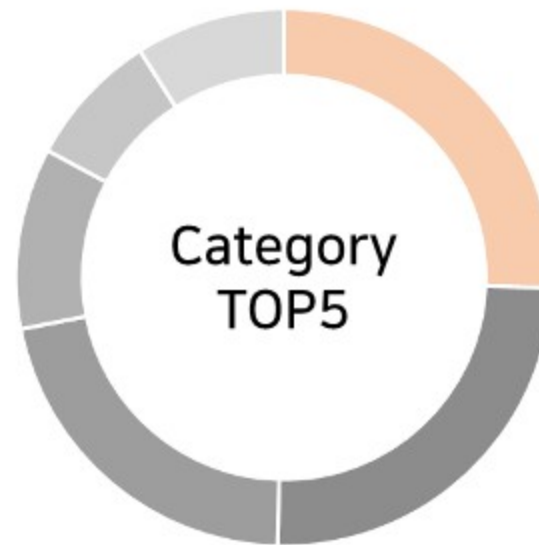
2022년 1월 음식/조리 업종의 매체 형태를 살펴보면,

웹/앱 매체 TOP5 중 **유튜브(web)** 매체는 22.9%, 약 18억 원으로 가장 높은 광고비를 집행했습니다

카테고리 TOP5 중에서는 **엔터테인먼트** 카테고리가 25.6%, 약 20억 원으로 가장 높은 광고비를 집행했습니다



- 유튜브(web) 22.9%
- 페이스북(web) 14.4%
- 네이버(web) 12.8%
- 다음(web) 10.0%
- 카카오톡(app) 8.1%
- 그 외 31.8%



- 엔터테인먼트 25.6%
- 포털 24.7%
- 커뮤니티 21.5%
- 신문/잡지 10.9%
- 커뮤니케이션 8.1%
- 그 외 9.0%

음식/조리 업종 뉴스 클리핑

[유통오늘] 롯데제과, 빵 구독 '월간 생빵' 서비스 론칭...맥도날드, 일부 메뉴 가격 최대 300원 인

상

신재제거 | 승인 2022.02.10 09:51 | 승인 0



(시사오늘, 시사ON, 시사온=언제든 기자)



롯데제과 월간 생빵 구독서비스

롯데제과, 빵 구독 서비스 '월간 생빵' 론칭

롯데제과는 빵 구독 서비스 '월간 생빵'을 선보였다고 10일 밝혔다.

월간 생빵은 다양한 종류의 빵 제품을 받아 볼 수 있는 구독 서비스다. 제품의 신선함과 맛을 제공한다는 테마로, 공장에서 생산한 빵을 도매점과 소매점을 거치지 않고 바로 소비자에게 배송한다. 매일 다른 테마를 선택해 그 날의 주제에 맞는 제품을 구성하며, 이용자의 호기심 자극을 위해 제품 구성 내용은 제품 받기 전까지 공개하지 않는다.

서비스 신청은 롯데제과 공식 온라인몰 '롯데스워드클럽'을 통해 가능하며, 이용료는 첫 결제 이후 배달 자 동결제 방식으로 진행된다. 제품은 매일 당일 발송된다.

맥도날드, 일부 메뉴 가격 최대 300원 인상

맥도날드가 오는 17일부터 일부 메뉴의 가격을 인상한다.

이번 가격 조정 대상은 총 30개 메뉴다. 최소 100원에서 최대 300원 인상되며 전체 품목의 평균 인상률은 2.8%다. 주요 인상 메뉴는 볼고기 버거 단품, 아메리칸노 등이다. 볼고기 버거 단품은 2200원에서 2300원으로 100원 인상되며, 아메리칸노는 스톱 서이스 기준 1700원에서 1900원으로 200원 인상된다.

[유통오늘] 롯데제과, 빵 구독 '월간 생빵' 서비스 론칭...맥도날드, 일부 가격 최대 300원 인상

롯데제과, 빵 구독 서비스 '월간 생빵' 론칭

롯데제과는 빵 구독 서비스 월간 '생빵'을 선보였다고 10일 밝혔다. 월간 생빵을 다양한 종류의 빵 제품을 받아 볼 수 있는 구독 서비스다. 제품의 신선함과 맛을 제공한다는 테마로, 공장에서 생산한 빵을 도매점과 소매점을 거치지 않고 바로 소비자에게 배송한다

맥도날드, 일부 메뉴 가격 최대 300원 인상

맥도날드가 오는 17일부터 일부 메뉴의 가격을 인상한다. 이번 가격 조정 대상은 총 30개 메뉴다. 최소 100원에서 최대 300원 인상되며 전체 품목의 평균 인상률은 2.8%다.

Search! All of your ways for digital marketing

본 보고서의 내용은 리서치애드 자체 개발 수집 엔진인 AD collector를 통해
기계적으로 클리핑, 분류 및 통계 처리된 자료로 실제 광고 집행 금액과는 차이가 있을 수 있습니다
다만, 인터넷 상에 게재된 광고를 금액 가치로 환산한 자료로 그 활용 가치가 있습니다

리서치애드 전략운영본부

Tel. 02)546-9692 Mail. mkt@researchad.com