

**nasreport no.255**

nasmedia is a group of media planning  
professionals. We pursue 'More than expected'  
Tel 02-2188-7300 Fax 02-2188-7400  
Contact Us 4F, 5F, 14, Dogok - ro1 - gil,  
Gangnam-gu, Seoul, Korea



# Media Trend

미디어 동향 & 신규 광고 상품

**Index.**  
미디어 동향 &  
신규 광고 상품

- A. 2월 광고비 현황
- B. 온라인 매체 동향
- C. 2월 트래픽 동향
- D. 신규매체 & 신규상품

**nasreport no.255**

nasmedia is a group of media planning  
professionals. We pursue 'More than expected'  
Tel 02-2188-7300 Fax 02-2188-7400  
Contact Us 4F, 5F, 14, Dogok - ro1 - gil,  
Gangnam-gu, Seoul, Korea



# Media Trend

월간 광고비 현황

# Index.

월간 광고비 현황

## - PC -

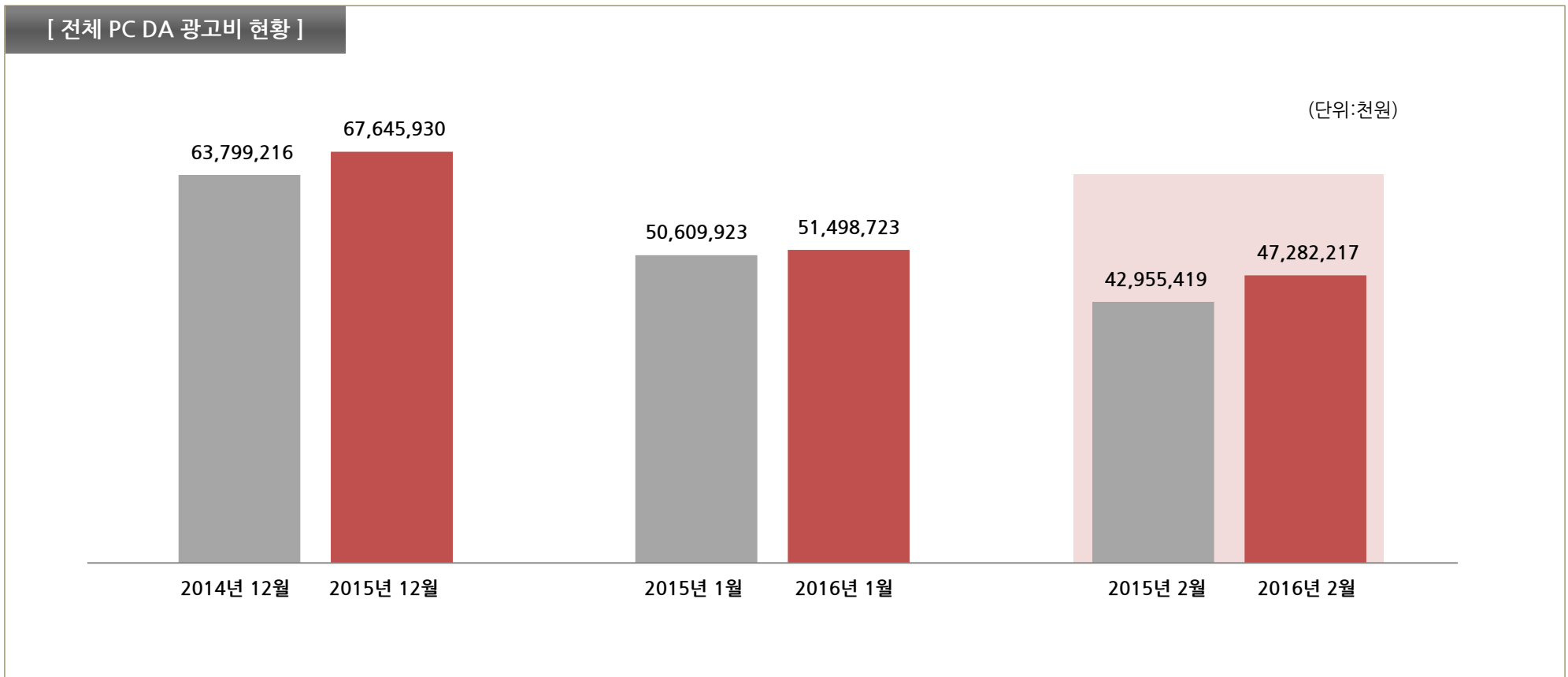
- A. 2월 광고비 현황-전체
- B. 2월 광고비 현황-업종
- C. 2월 광고비 현황-광고주
- D. 2월 광고비 현황-매체

## - Mobile -

- E. 2월 모바일 광고비 현황:전체
- F. 2월 모바일 광고비 현황:업종
- G. 2월 모바일 광고비 현황:광고주

## A. 2월 광고비 현황 : 전체

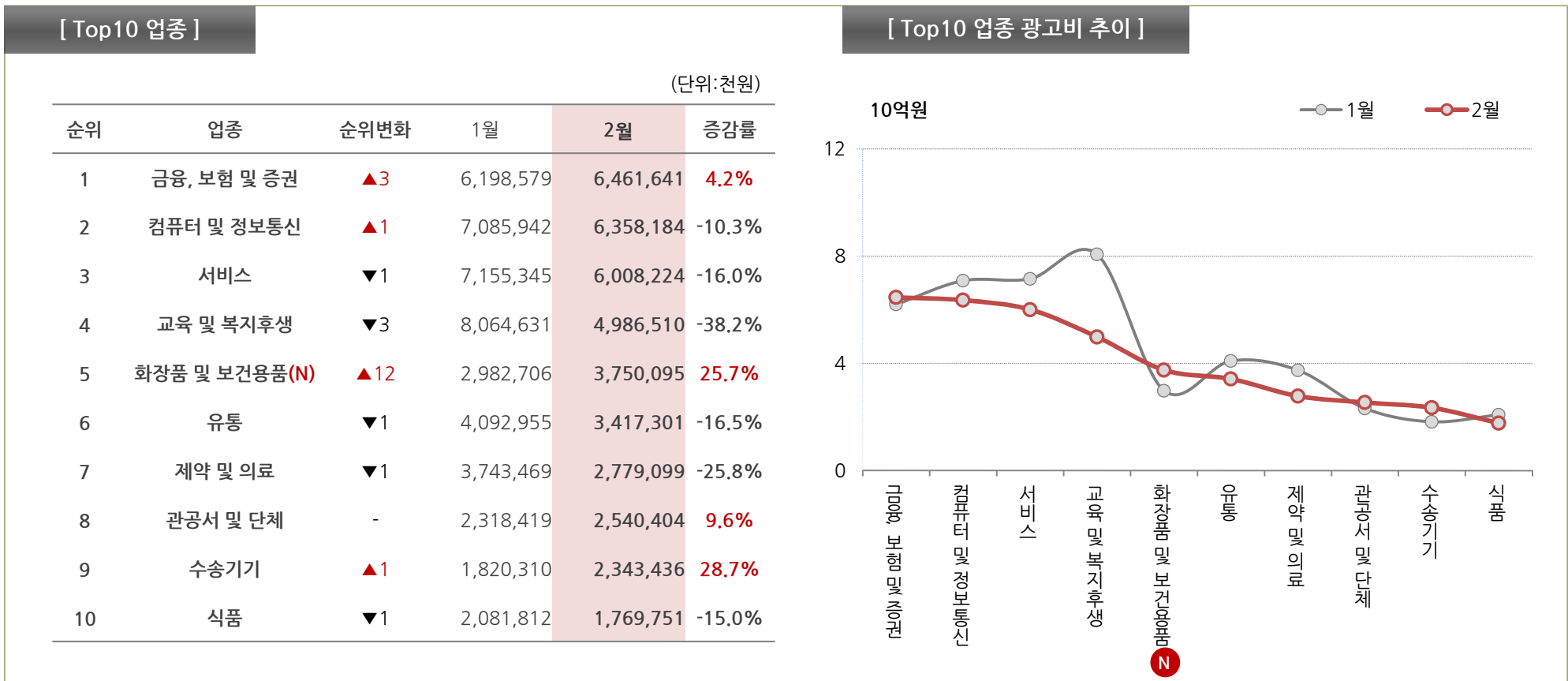
- 2016년 2월 전체 PC DA 광고 집행 금액은 약 472.8억 원으로 집계
- 전월(2015년 1월, 514.9억 원) 대비 8.2% 감소, 전년 동기(2015년 2월, 429.5억 원) 대비 10% 성장



\* 리서치애드 집계 기준으로, 실 집행 금액과 다소 차이가 있을 수 있습니다.  
\* Source : ResearchAD 2월

## B. 2월 광고비 현황 : 업종

- 금융, 보험 및 증권 업종, 삼성화재와 현대캐피탈의 꾸준한 광고 집행으로 1위 순위 차지
- 컴퓨터 및 정보통신 업종은 전체 광고비 규모는 하락하였으나, 주요 광고주(넥슨, 빅포인트게임즈)의 캠페인 집행으로 전월 대비 순위 상승
- 화장품 및 보건용품, 신규 광고주 '에이씨티'의 신제품 캠페인 집행으로 전월 대비 25.7% 상승세 보이며 Top 10 업종 신규 진입



\* 리서치애드 집계 기준으로, 실 집행 금액과 다소 차이가 있을 수 있습니다.  
\* Source : ResearchAD 2월

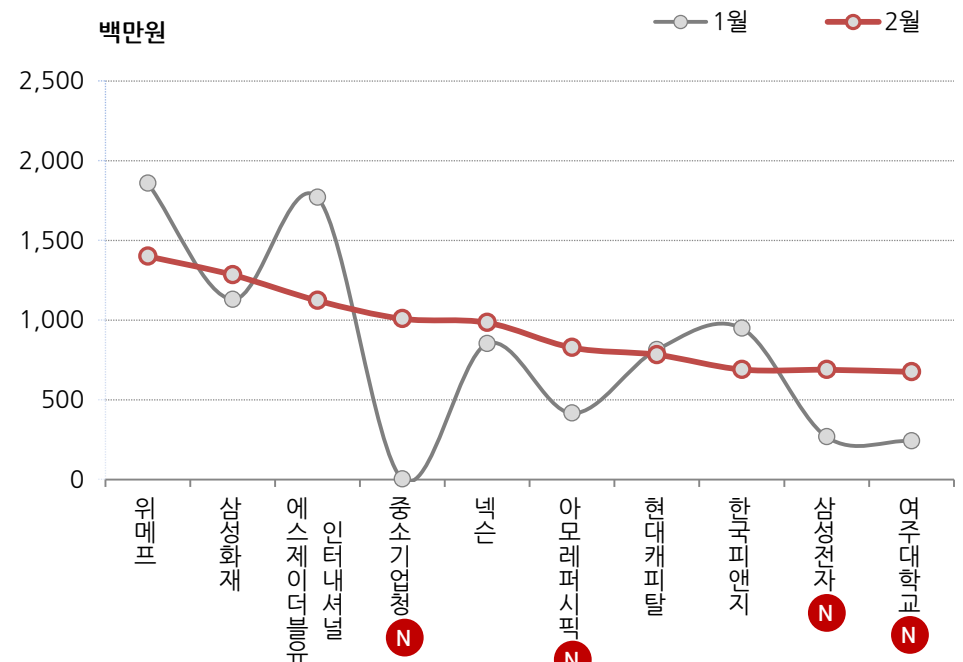
## C. 2월 광고비 현황 : 광고주

- 위메프는 꾸준한 판촉 캠페인 집행으로 전월에 이어 1위 순위 유지
- 아모레퍼시픽은 신규 캠페인 집행을 통해, 삼성전자는 캠페인 집행 브랜드 수 증가로 인해 전월 대비 광고비 상승세 보임
- 중소기업청, 특별 행사 홍보를 위한 신규 캠페인 집행으로 전월 대비 큰 폭 상승률 보이며 순위권 진입

[ Top10 광고주 ]

(단위:천원)					
순위	광고주	순위변화	1월	2월	증감률
1	위메프	-	1,858,538	1,399,515	-25%
2	삼성화재	▲1	1,129,009	1,282,870	14%
3	에스제이더블유 인터넷서널	▼1	1,768,308	1,121,866	-37%
4	중소기업청(N)	▲934	2,242	1,007,908	44856%
5	넥슨	▲1	851,800	983,313	15%
6	아모레퍼시픽(N)	▲14	414,879	826,808	99%
7	현대캐피탈	-	813,930	781,926	-4%
8	한국피앤지	▼3	947,531	689,415	-27%
9	삼성전자(N)	▲30	266,861	687,995	158%
10	여주대학교(N)	▲37	242,006	674,856	179%

[ Top10 광고주 광고비 추이 ]

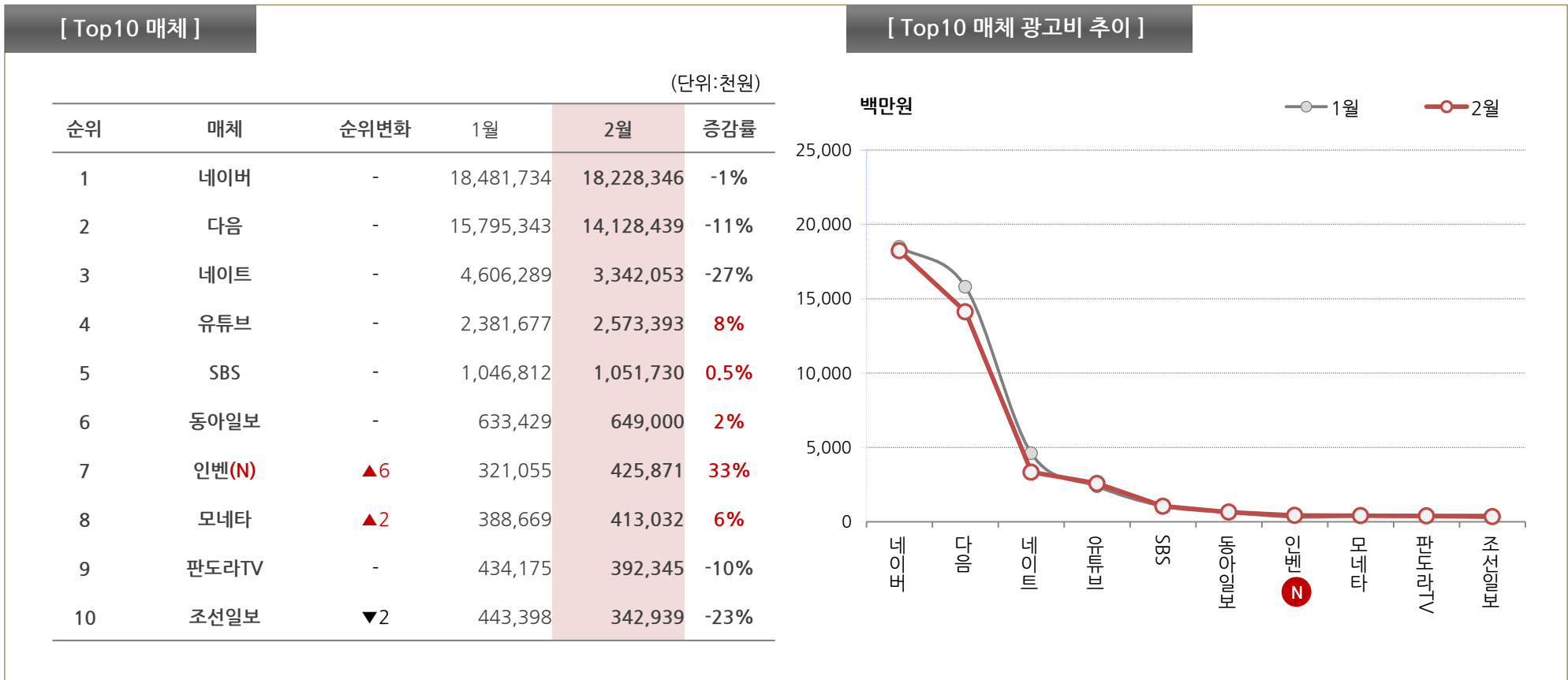


\* 리서치애드 집계 기준으로, 실 집행 금액과 다소 차이가 있을 수 있습니다.

\* Source : ResearchAD 2월

## D. 2월 광고비 현황 : 매체

- 네이버는 중소기업청, 다음은 위메프, 네이트는 현대캐피탈 광고주가 가장 높은 광고비 보임
- 게임전문 사이트 인벤은 신규 게임 캠페인 집행을 통해 전월 대비 광고비 상승하며 Top10 순위권 신규 진입

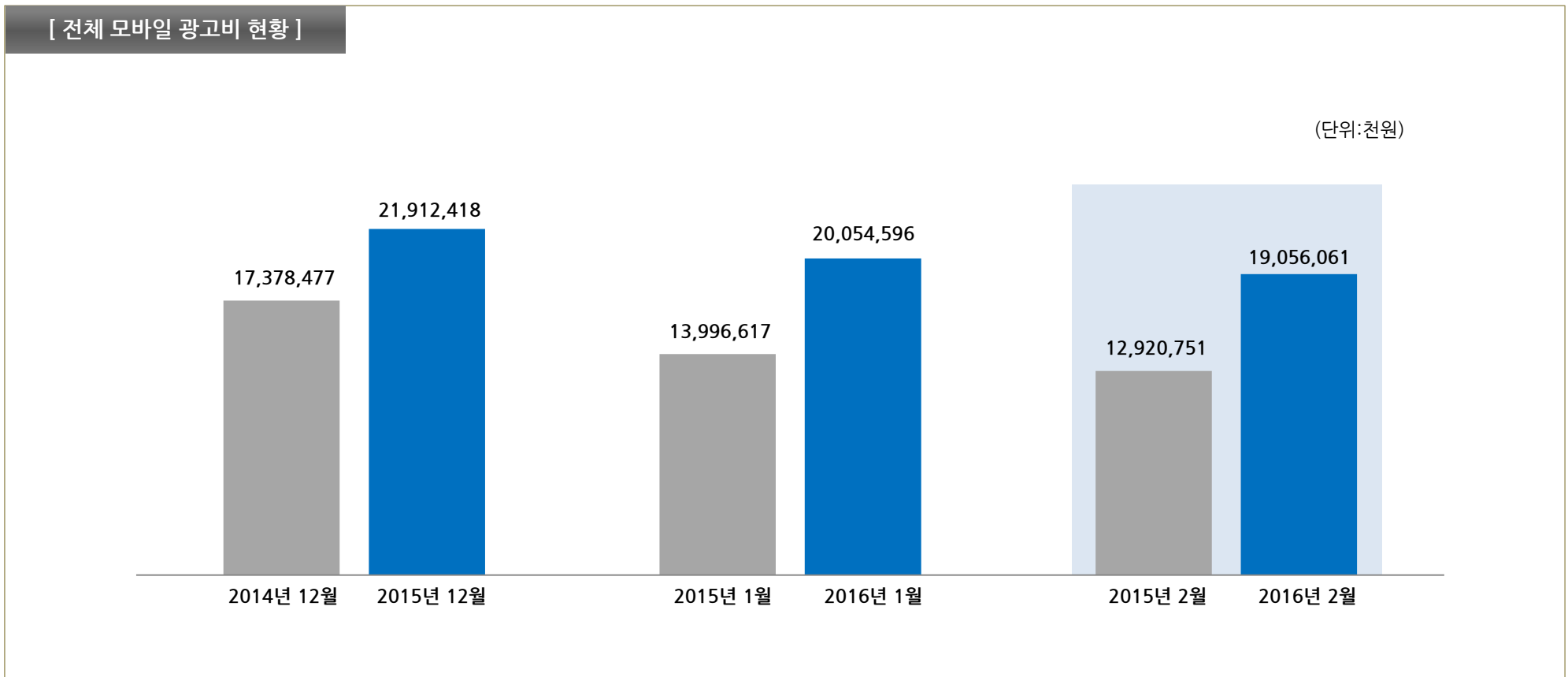


\* 리서치애드 집계 기준으로, 실 집행 금액과 다소 차이가 있을 수 있습니다.  
\* Source : ResearchAD 2월



## E. 2월 모바일 광고비 현황 : 전체

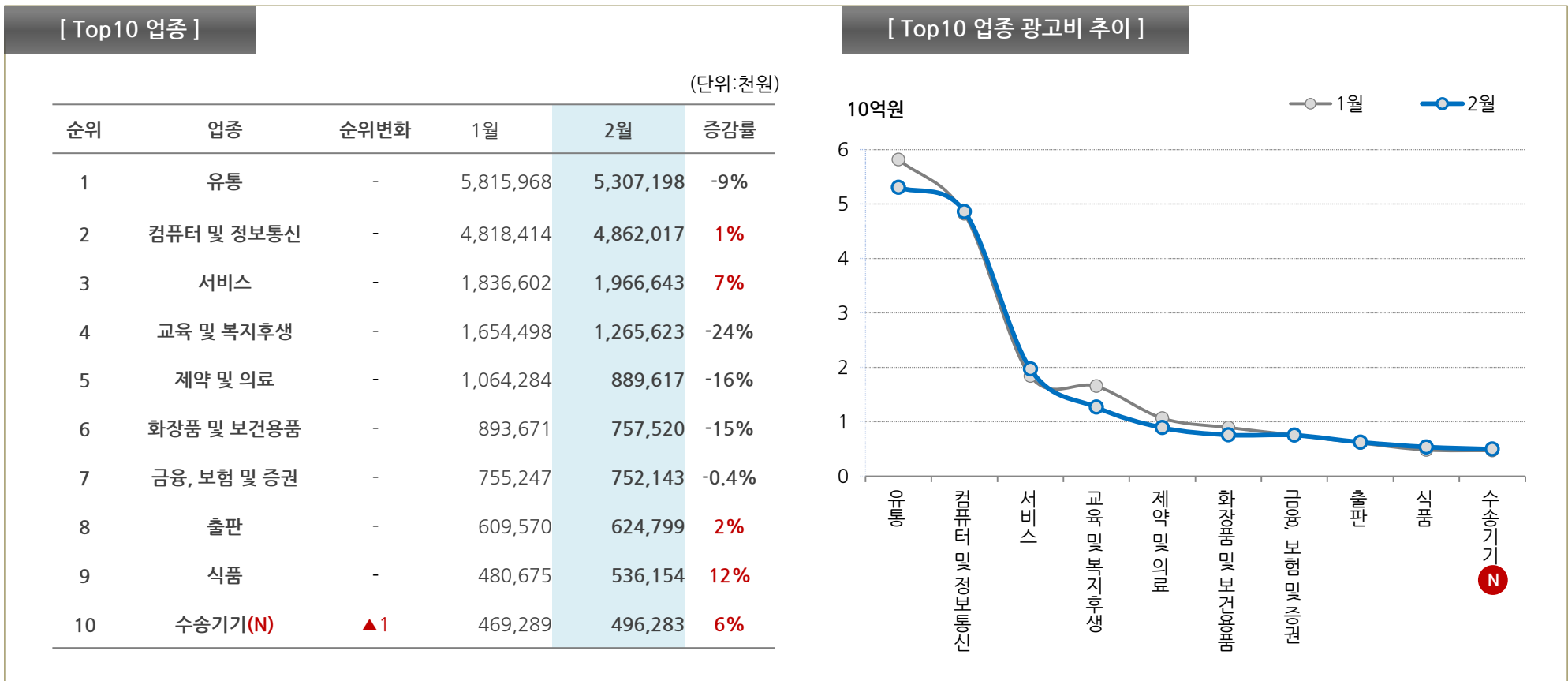
- 2016년 2월 전체 모바일 광고 집행 금액은 약 190.5억 원으로 집계
- 전월(2016년 1월, 200.5억 원) 대비 5% 감소, 전년 동기(2015년 2월, 129.2억 원) 대비 47% 상승



\* 리서치애드 집계 기준으로, 실 집행 금액과 다소 차이가 있을 수 있습니다.  
\* Source : ResearchAD 2월

## F. 2월 모바일 광고비 현황 : 업종

- 유통 업종, SK플래닛과 이베이코리아를 중심으로 꾸준한 강세 보이며 1위 순위 유지
- 컴퓨터 및 정보통신은 옐로모바일, KT가 가장 높은 광고비를 보였으며, 서비스 업종의 경우 잡코리아, 와우픽처스 등이 신규 캠페인 집행으로 전월 대비 소폭 성장세 보임



\* 리서치애드 집계 기준으로, 실 집행 금액과 다소 차이가 있을 수 있습니다.  
\* Source : ResearchAD 2월

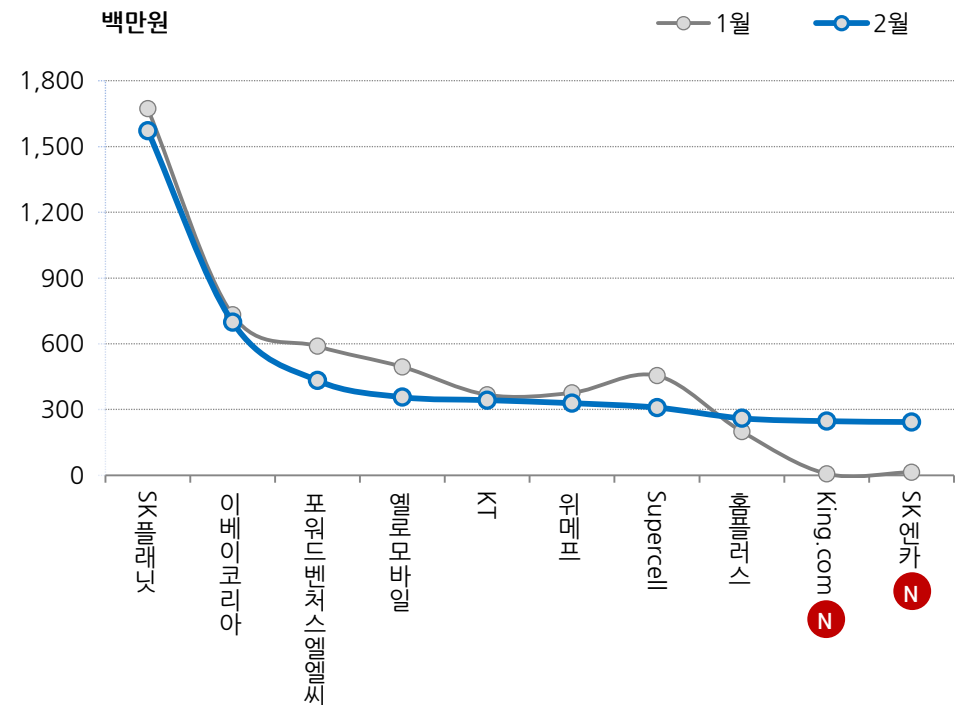
## G. 2월 모바일 광고비 현황 : 광고주

- SK플래닛은 11번가 판촉 캠페인의 꾸준한 집행으로 전월에 이어 1위 순위 유지
- 이베이코리아, 포워드벤처스엘엘씨, 옐로모바일 등 유통 업종 광고주가 전월에 이어 높은 광고비 보이고 있으며, King.com(캔디크러시젤리)와 SK엔카는 신규 캠페인 집행으로 순위권 신규 진입

[ Top10 광고주 ]

(단위:천원)					
순위	광고주	순위변화	1월	2월	증감률
1	SK플래닛	-	1,672,288	1,571,983	-6%
2	이베이코리아	-	731,653	698,007	-5%
3	포워드벤처스엘엘씨	-	589,025	432,201	-27%
4	옐로모바일	-	494,688	356,418	-28%
5	KT	▲2	367,242	342,831	-7%
6	위메프	-	376,513	329,016	-13%
7	Supercell	▼2	454,598	308,813	-32%
8	홈플러스	▲2	199,510	260,029	30%
9	King.com(N)	▲436	7,093	246,957	3382%
10	SK엔카(N)	▲269	14,387	243,091	1590%

[ Top10 광고주 광고비 추이 ]



\* 리서치애드 집계 기준으로, 실 집행 금액과 다소 차이가 있을 수 있습니다.  
\* Source : ResearchAD 2월

**nasreport no.255**

nasmedia is a group of media planning  
professionals. We pursue 'More than expected'  
Tel 02-2188-7300 Fax 02-2188-7400  
Contact Us 4F, 5F, 14, Dogok - ro1 - gil,  
Gangnam-gu, Seoul, Korea



# Media Trend

온라인 매체동향

## Index.

매체동향 & 단신소식

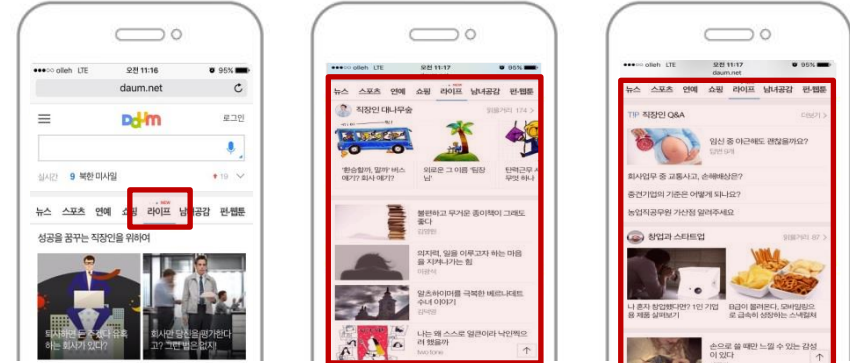
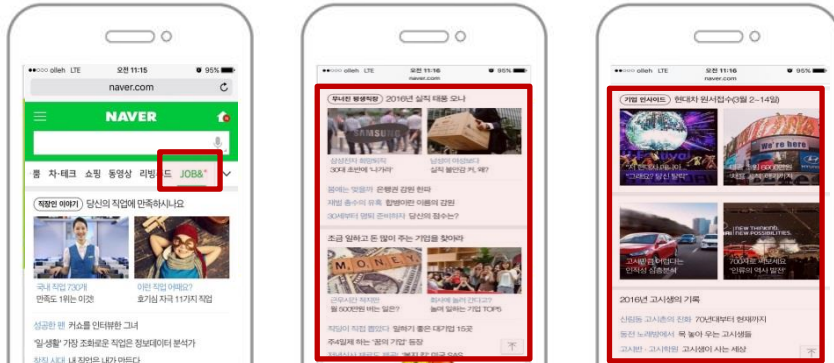
- A. 포털 빅2 취업 및 직장인 관련 신규 서비스 출시
- B. 카카오, 신규 내비게이션 서비스 출시하며 O2O 서비스 역량 집중
- C. 트위터, 이용자 맞춤형 타임라인 표시 서비스 시작
- D. 판도라TV 개편을 통해 모바일 콘텐츠 역량 강화
- E. 매체 공지사항과 뉴스로 보는 매체 소식 (1), (2)

# A. 포털 빅2 취업 및 직장인 관련 신규 서비스 출시

- 네이버·카카오, 취업과 직장에 관련된 다양한 콘텐츠 제공을 통해 소비력 있는 2040세대의 유입 유도
  - 네이버는 조선일보와 공동 출자를 통해 JOB& 서비스 출시, 공공기관을 비롯한 다양한 업체들과 제휴를 통해 신뢰감 있는 정보 제공
  - 카카오는 기존의 라이프탭에 직장in 판을 신설, 콘텐츠 전문 업체와 제휴하여 직장인 및 취업 준비생에게 유용한 콘텐츠 제공
  - 네이버와 카카오는 모바일내 다양한 콘텐츠 영역을 신설하여, 모바일 콘텐츠 소비자의 유입을 확대시켜 나갈 것으로 보임

네이버 JOB&

다음 직장in



- 조선일보와 네이버가 공동 투자
  - 조선일보와 네이버가 각각 51%, 49%씩 투자해 콘텐츠 생산 및 운영을 전담하는 잡스엔 설립
- 모바일 첫화면 탭 설정을 통해 JOB& 추가 가능
  - 별도의 앱을 설치하지 않아도 웹 설정을 통해 이용 가능
- 취업 및 직장에 관련된 다양한 콘텐츠 제공
  - 고용노동부, 인사혁신처, 문화체육관광부 등 정부 부처, 전국 경제인 연합회 등 주요 경제단체 삼성전자, 현대자동차, SK, LG 등 대기업, 잡코리아, 사람인, 잡플래닛 등 30여 곳과 제휴

- 다음 모바일 웹/앱의 라이프 탭에 직장in 탭 공개
  - 다음은 모바일 화면에 대한 꾸준한 개편을 진행하는 가운데 취업 준비생 및 직장인을 위한 콘텐츠를 제공하는 직장in 탭을 신설
- 다양한 콘텐츠 전문 업체와 제휴
  - IGM비즈킷, 마이크임팩트 등 콘텐츠 전문 업체 10곳과 제휴를 통해 2040세대 직장인 및 취업 준비생을 대상으로 직장 생활에 유용한 콘텐츠 제공

## B. 카카오, 신규 내비게이션 서비스 출시하며 O2O 서비스 역량 집중

- 카카오는 김기사업을 기반으로 한 내비게이션 서비스 '카카오내비' 출시, 연내 다양한 분야의 신규 O2O 서비스를 출시할 예정
  - :카카오는 기존의 김기사업을 다양한 신규 서비스를 업데이트하여 새로운 내비게이션 서비스 '카카오내비'를 출시
  - :또한, 협력 관계에 있던 파크히어를 인수하여 주차장 현황 파악 및 예약이 가능한 O2O 서비스도 점진적으로 변화시켜나갈 전망
  - :카카오는 2016년 내에 뷰티, 대리운전, 배달 등 다양한 생활 밀착형 O2O서비스를 추가적으로 출시할 것으로 예상됨

### 카카오 주요 O2O 서비스 및 출시 예정 서비스 Line-up



# C. 트위터, 이용자 맞춤형 타임라인 표시 서비스 시작

- 트위터, 관심사 기반 타임라인 설정 기능 제공, 이용자 편의성 개선을 통해 이용자 이탈 방지 모색
  - 트위터는 그동안 신속성을 위해 유지해왔던 시간 역순 타임라인 서비스 외에 이용자의 설정에 따라 타임라인 노출 순서를 조정할 수 있는 서비스를 공개
  - 맞춤형 타임라인 서비스는 이용자의 팔로우 관계 및 자주 반응을 보인 트윗 등 이용자의 활동을 분석하여 타임라인의 노출 순서 조정
  - 새롭게 공개된 이용자 맞춤형 타임라인 서비스와 기존의 시간 역순 타임라인 서비스 동시 이용 가능

## 트위터 맞춤형 타임라인 서비스



- 기존 트위터 타임라인은 시간 역순에 따른 배치
  - 트위터는 지금껏 시간의 역순으로 타임라인을 배치하며 속보성을 강조

- 이용자의 관심사에 따른 맞춤형 타임라인 설정 가능
  - 기존의 시간 역순 타임라인 배치는 접속 시간에 따라 중요한 정보를 놓치는 경우가 발생
  - 트위터 메뉴를 통해 타임라인을 맞춤 트윗으로 설정 가능
  - 최상단 노출 트윗은 이용자와 팔로우 관계, 자주 반응을 보인 트윗, 관심사 등 이용자의 활동을 분석하여 맞춤형 정보를 상위에 노출



## D. 판도라TV 개편을 통해 모바일 콘텐츠 역량 강화

- 판도라TV는 UI와 DB 개선 및 다양한 콘텐츠 사업자와 제휴를 통해 최적화된 모바일 콘텐츠 제공에 집중할 전망
  - : 최근 판도라TV는 모바일 생중계 서비스 '플립'을 출시하는 등 모바일 동영상 콘텐츠 역량 강화를 위해 노력 중
  - : 판도라TV는 HTML5 기반 반응형 웹을 활용한 개편을 통해 다양한 디바이스에서 이용자에게 최적의 콘텐츠를 제공할 수 있는 환경을 구축
  - : 또한, 티캐스트, iHQ, 캐리소프트 등 전문 콘텐츠 사업자와 제휴를 통해 다양한 영역의 동영상 콘텐츠를 확보

### 판도라TV 모바일 개편



#### UI&DB

- HTML5 기반 반응형 웹으로 제작
  - 이용자의 의견을 반영하여 끊임 없는 스트리밍 구현 및 DB세팅
  - 한국인터넷진흥원과 협업을 통해 HTML5 기반 반응형 웹으로 제작하여 모바일, PC, 태블릿 등 다양한 기기에서 최적화된 시청 환경 제공
- 업로드 환경 개선
  - 채널 운영자의 편의성 향상을 위해 멀티업로드, 썸네일 추출, 플레이 리스트, 통계 기능 제공



Pandora TV

#### Contents

tcast

iHQ

CarrieSoft

- 콘텐츠 사업자와 제휴를 통해 다양한 콘텐츠 제공
  - 티캐스트와 제휴를 통해 패션앤, E태널, 드라마큐브 등 10개 케이블 채널 운영
  - 종합 콘텐츠 미디어 기업 iHQ와 제휴
  - 최근 주목받고 있는 MCN 콘텐츠 강화를 위해 캐리소프트와 제휴

## D. 매체 공지사항과 뉴스로 보는 매체 소식(1)

사이트	카테고리	내용	상세 내용
네이버	뉴스	네이버 포스트 소셜펀딩 목표액 달성	• 모바일 콘텐츠 플랫폼 포스트는 소셜펀딩 플랫폼 '텀블벅'에서 자신이 만든 개별 프로젝트로 목표액 달성
		'2015 네이버 프라이버시 백서' 발간	• 네이버는 프라이버시 및 개인정보 관련 연구결과를 담은 '2015 네이버 프라이버시 백서'를 공개
	서비스	네이버 V `멀티캠` 서비스 공개	• 동영상 생중계 서비스인 브이(V)에서 하나의 콘텐츠를 여러 개의 영상으로 감상할 수 있는 '멀티캠'을 공개
		네이버 라인 인도네시아 O2O 시장 공략	• 네이버의 모바일 메신저 '라인'이 오토바이 택시와 결합, 인도네시아 온라인·오프라인 연계(O2O) 시장 공략
		스마트에디터3.0 카드형 출시	• 민간기업과 공공기관이 보유한 데이터를 활용할 수 있도록 하는 빅데이터 포털 '데이터 랩' 베타버전 오픈
카카오	뉴스	'한국에서 가장 존경받는 기업' 선정	• 한국능률협회컨설팅이 주관하는 '2016 한국에서 가장 존경받는 기업' 조사에서 '올스타 기업' 5위를 차지
		카카오 MCW 韓 대표로 참가	• 카카오는 맞춤형 온디맨드 서비스 세션 발표자로 초청 받아 한국 대표 사업자로 핵심 노하우 공유
	서비스	다음포털에 '직장in' 탭 신설	• 다음앱과 다음 모바일 포털 첫 화면에 직장인 및 취업준비생에게 필요한 콘텐츠를 제공하는 '직장in'탭을 신설
		카카오페이로 공과금 납부 가능	• 은행 영업시간 제한이나 인터넷뱅킹 이체 절차를 밟을 필요 없이 카카오톡으로 각종 공과금과 통신요금 납부
		모바일 주문생산플랫폼 서비스 시작	• 수요가 발생한 만큼 제품을 생산 및 유통하는 모바일 주문생산플랫폼 '메이커스 위드 카카오' 서비스 시작

## D. 매체 공지사항과 뉴스로 보는 매체 소식(2)

사이트	카테고리	내용	상세 내용
페이스북	뉴스	실시간 방송 기능 글로벌로 본격 확대	• 페이스북이 지난해 8월 공개한 영상 스트리밍 기능인 '라이브 비디오'가 미국 밖 다른 나라들로 본격 확대
		페북 사용자 2030년 50억명 목표	• 페이스북의 12주년 행사에서 마크저커버그는 2030년까지 50억 명이 페이스북을 사용하는 것이 목표라고 발표
	서비스	페이스북 라이브 안드로이드도 지원	• 페이스북이 새롭게 선보인 '라이브 비디오' 기능을 안드로이드 앱에서도 사용 가능
		메신저앱기업 광고 서비스 도입 예정	• 광고 서비스는 기업들이 페이스북 메신저를 통해 고객들에게 제품 정보나 판매 자료를 광고 형태로 전송
트위터	서비스	GIF 라이브러리 및 검색 기능 추가	• 트위터는 트윗과 쪽지 작성 시 활용할 수 있는 움직이는 그림파일을 제공하는 라이브러리와 검색 기능을 도입
	뉴스	트위터 지난해 매출 58% 증가	• 트위터가 지난해 연간 총 매출 22억1,803만달러(2조6,000억원)을 기록
구글	서비스	크롬 뉴스 추천 기능 제공	• 구글이 크롬 웹브라우저에서 기사들을 추천해주는 기능을 개발 중
		사진 공유 서비스 '피카사' 종료	• 3월부터 피카사 데스크톱 앱은 폐쇄되고 5월에는 웹앨범도 편집이 불가능
링크드인	뉴스	링크드인 실적 발표	• 4분기 매출 34%, 주당이익 54% 증가하며 시장 기대치 상회
MBC	서비스	모바일 전용 MBC '엠빅TV' 개국	• 모바일 전용 예능채널 엠빅TV개국, 독자적으로 제작한 콘텐츠를 유튜브와 네이버 TV캐스트를 통해 방영
엘로모바일	서비스	O2O 마케팅 솔루션 출시	• 엘로모바일의 자회사인 퍼플즈가 앱 제작사를 대상으로 한 마케팅 솔루션인 'RECO CMS'를 사전 출시
아프리카TV	뉴스	아프리카TV 실적 발표	• 아프리카TV는 2015년 연간 매출 628억원, 영업이익 76억원을 기록
넷플릭스	뉴스	국내 진출 성과	• 한국 콘텐츠 부족 및 네트워크 불안정 등 잇단 지적 미드 마니아층만 관심 유료 전환 가입 부진
왓츠앱	뉴스	'왓츠앱' 사용자 10억명 돌파	• 페이스북이 인수한 세계 최대 채팅 애플리케이션 '왓츠앱'이 월 사용자 10억명을 돌파

**nasreport no.255**

nasmedia is a group of media planning professionals. We pursue 'More than expected'  
Tel 02-2188-7300 Fax 02-2188-7400  
Contact Us 4F, 5F, 14, Dogok - ro1 - gil,  
Gangnam-gu, Seoul, Korea

# Media Trend

월간 트래픽 동향

## Index.

월간 트래픽 동향

- A. 2월 PC+Mobile(Web+App) 트래픽 전체 순위(1-20위)
- B. 2월 PC 트래픽 전체 순위(1-20위)
- C. 2월 Mobile(Web/App) 트래픽 전체 순위(1-20위)
- D. 2월 Portal\_PC /Mobile 트래픽 동향
- E. 2월 SNS\_PC/Mobile 트래픽 동향
- F. 2월 Video\_PC/Mobile 트래픽 동향

## A. 2월 PC+Mobile(Web+App) 트래픽 전체 순위(1-20위)

(순위기준: 순방문자)

순위	순위변화	도메인	사이트+애플리케이션 순방문자	평균 체류시간 (분)	페이지뷰
1	-	naver.com	36,965,704	2,530.14	25,995,997,955
2	-	kakao.com	32,768,430	2,462.28	207,743,973
3	-	daum.net	31,045,838	1,135.1	9,005,091,088
4	-	google.com	29,773,315	173.17	427,117,174
5	-	youtube.com	26,917,928	407.13	860,639,378
6	-	tistory.com	22,072,310	13.8	310,369,160
7	▲3	11st.co.kr	20,319,879	74.7	641,517,585
8	-	google.co.kr	20,158,105	21.49	1,095,407,008
9	▼2	gmarket.co.kr	20,066,443	41.51	774,801,109
10	▼1	facebook.com	19,477,087	397.65	813,560,793
11	-	auction.co.kr	16,521,655	53.06	858,655,077
12	-	band.us	15,763,555	141.46	51,618,354
13	-	nate.com	14,190,437	1,693.99	1,463,188,939
14	-	coupang.com	13,717,650	36.8	195,055,172
15	-	wemakeprice.com	13,609,766	42.15	236,588,023
16	▲57	hometax.go.kr	12,656,133	28.14	770,732,401
17	▲3	kbstar.com	11,656,055	38.4	481,821,554
18	-	zum.com	11,549,710	20.98	373,015,053
19	▼2	ticketmonster.co.kr	11,471,371	42.47	159,131,434
20	▼1	interpark.com	11,150,964	20.13	283,592,323

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

\* Source : 코리안클릭 2월

## B. 2월 PC 트래픽 전체 순위(1-20위)

(순위기준: 순방문자)

순위	순위변화	도메인	순방문자	평균 체류시간 (분)	페이지뷰
1	-	naver.com	30,116,142	299.64	15,573,715,894
2	-	daum.net	22,840,221	146.03	5,674,915,602
3	-	tistory.com	16,547,531	9.91	180,059,435
4	▲1	11st.co.kr	11,898,178	21.45	476,319,576
5	▼1	gmarket.co.kr	11,869,327	22.47	555,851,390
6	-	youtube.com	11,845,887	47.67	728,820,725
7	▲1	google.com	11,260,380	18.33	370,708,044
8	▲1	auction.co.kr	10,269,261	29.52	609,961,914
9	▲1	google.co.kr	10,107,669	18.27	548,647,812
10	▲1	zum.com	9,348,402	23.45	314,209,136
11	▲2	nate.com	7,616,247	70.52	872,984,782
12	-	facebook.com	7,549,248	34.18	496,545,892
13	▲1	wemakeprice.com	7,155,450	18.99	147,259,249
14	▲1	interpark.com	7,153,890	14.53	184,065,932
15	▲2	coupang.com	6,422,909	18.89	145,246,197
16	-	kbstar.com	6,349,769	36.9	428,902,426
17	▲2	bing.com	6,329,363	1.38	31,511,342
18	▼11	hometax.go.kr	5,849,376	21.89	309,381,457
19	▼1	chosun.com	5,822,124	18.42	310,129,529
20	▲2	gsshop.com	5,728,625	10.9	108,737,663

\* Source : 코리아 클릭 2월

## C. 2월 Mobile(Web/App) 트래픽 전체 순위(1-20위)

Mobile\_WEB

(순위기준: 순방문자)

순위	순위변화	도메인	순방문자	평균 체류시간 (분)	페이지뷰
1	-	naver.com	17,610,587	297.77	8,309,975,465
2	-	google.co.kr	13,659,061	17.38	531,119,665
3	-	daum.net	11,667,443	143.6	2,643,106,441
4	-	gmarket.co.kr	9,141,247	12.64	150,717,424
5	▲1	tistory.com	8,844,470	11.48	92,484,654
6	▼1	google.com	8,543,710	4.6	63,373,656
7	▲4	11st.co.kr	7,749,391	9.26	101,759,480
8	▼1	facebook.com	7,479,038	15.83	229,664,538
9	▼1	kakao.com	5,917,334	8.87	121,356,808
10	▼1	auction.co.kr	5,711,742	10.63	88,000,707
11	▲2	youtube.com	4,638,984	21.24	81,650,716
12	-	joins.com	4,605,068	5.57	24,934,875
13	▲2	cjmall.com	4,171,653	8.73	38,708,298
14	▼4	gssshop.com	3,893,653	9.98	44,616,484
15	▲1	interpark.com	3,471,647	7.29	53,811,530
16	▲5	chosun.com	3,271,121	7.2	28,614,061
17	▲1	wikipedia.org	3,228,192	2.98	9,033,512
18	▼1	twitter.com	3,162,868	3.52	34,267,846
19	▲1	wemakeprice.com	2,988,787	19.4	56,471,957
20	▲2	yonhapnews.co.kr	2,846,883	8.84	26,091,649

Mobile\_APP

(순위기준: 순이용자)

순위	순위변화	애플리케이션	순이용자	총 이용시간 (*1000분)
1	-	카카오톡	29,038,944	23,497,880
2	▲1	YouTube	20,406,885	10,300,343
3	▼1	네이버	20,170,383	14,177,185
4	▲1	카카오스토리	15,418,513	1,575,349
5	▼1	밴드	14,891,813	2,187,530
6	-	Facebook	10,547,423	7,232,236
7	▲3	Google+	8,189,946	59,437
8	▲1	11번가	8,171,458	1,095,812
9	▼1	Syrup	8,023,660	153,744
10	▼3	네이버지도	7,922,237	213,914
11	-	후후	7,453,733	49,423
12	-	쿠팡	7,344,157	340,579
13	▲3	다음	6,916,833	2,700,522
14	-	OK캐쉬백	6,897,617	3,213,920
15	▲2	캐시슬라이드	6,771,386	9,082,579
16	▼3	위메프	6,685,388	362,062
17	▼2	T map	6,553,505	1,369,353
18	▲2	KB국민은행 스타뱅킹	6,326,221	179,424
19	-	티몬	6,161,752	351,507
20	▼2	멜론	6,007,819	1,604,227

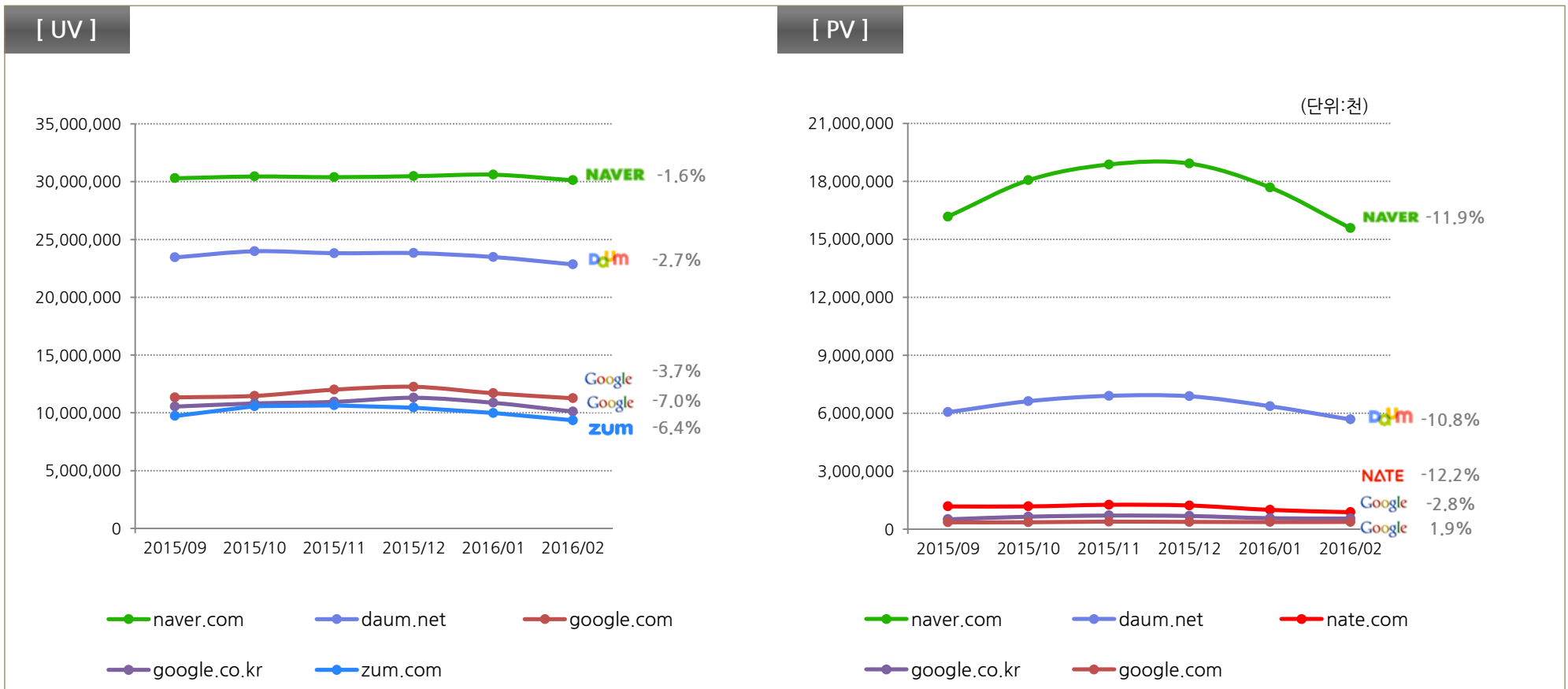
\* Mobile APP의 경우 디바이스에 내장되어 있는 APP이나, 통신사 내장형 APP 순위 제외

\* Source : 코리안클릭 2월



## D. 2월 Portal\_PC 트래픽 동향

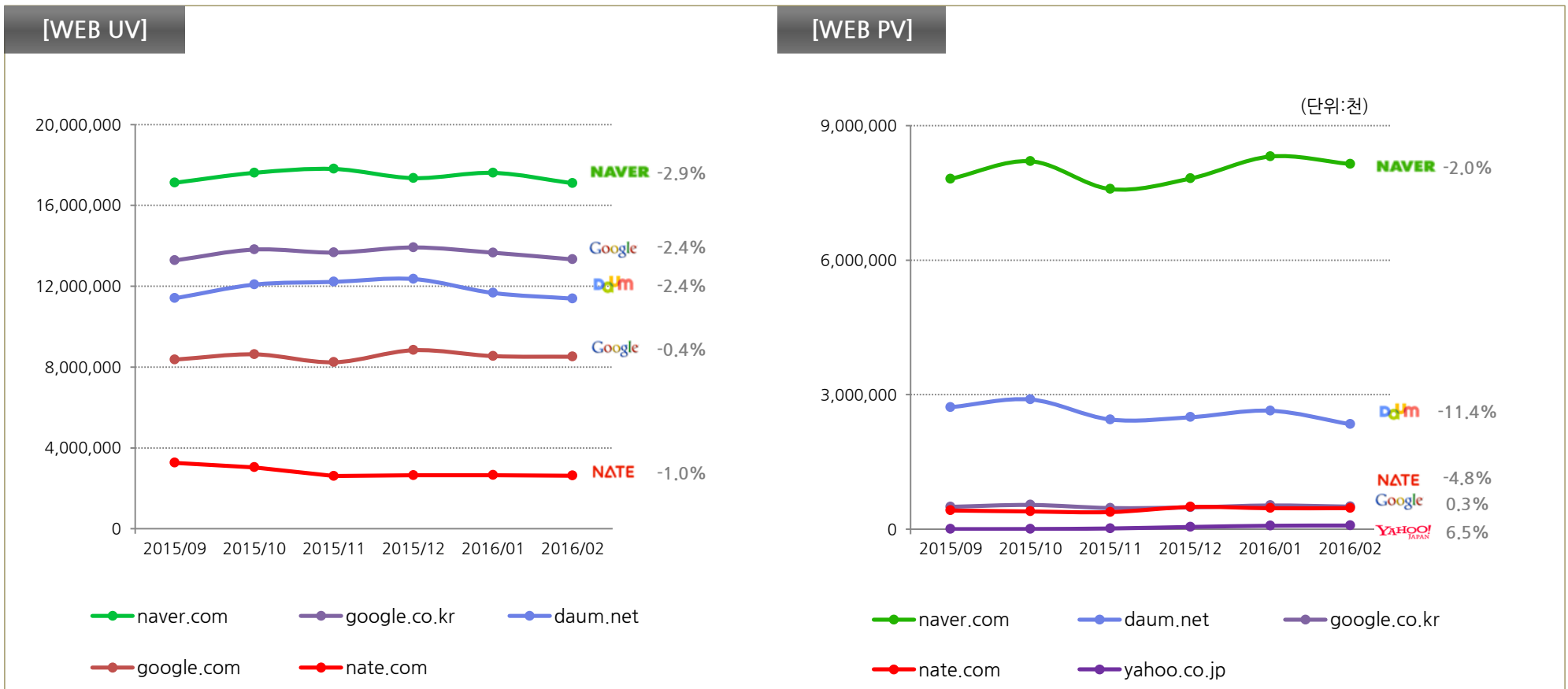
- 전체적인 포털 PC 트래픽은 설 연휴 및 워킹데이 감소의 영향으로 전월 대비 감소세를 나타냄
- 구글(google.com)은 전월 대비 방문자수는 3.7% 감소했으나, 20-30대 연령층의 활동성이 개선되며 PV는 1.9% 증가



\* Source : 코리안클릭 2월

## D. 2월 Portal\_Mobile WEB 트래픽 동향

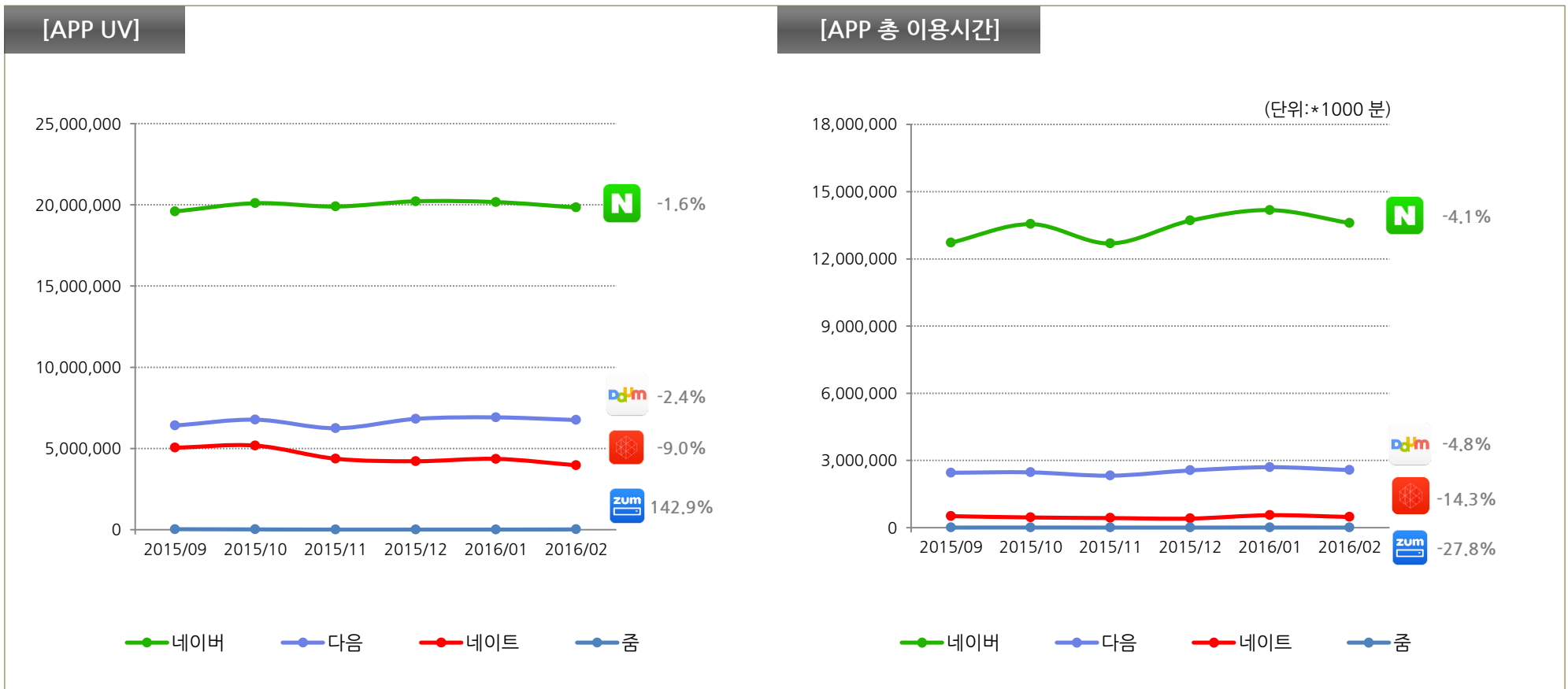
- 전체적인 SNS 모바일앱 트래픽 전월 대비 감소세를 나타냄
- 네이버와 다음은 검색 서비스와 뉴스&미디어 섹션의 이용자 및 활동성이 모두 감소하며 전체적인 트래픽 하락을 기록
- 야후 재팬(yahoo.co.jp)은 19-24세 및 60세 이상 연령층의 활동성 큰 폭으로 증가하며 전월 대비 PV 6.5% 증가



\* Source : 코리안클릭 2월

## D. 2월 Portal\_Mobile APP 트래픽 동향

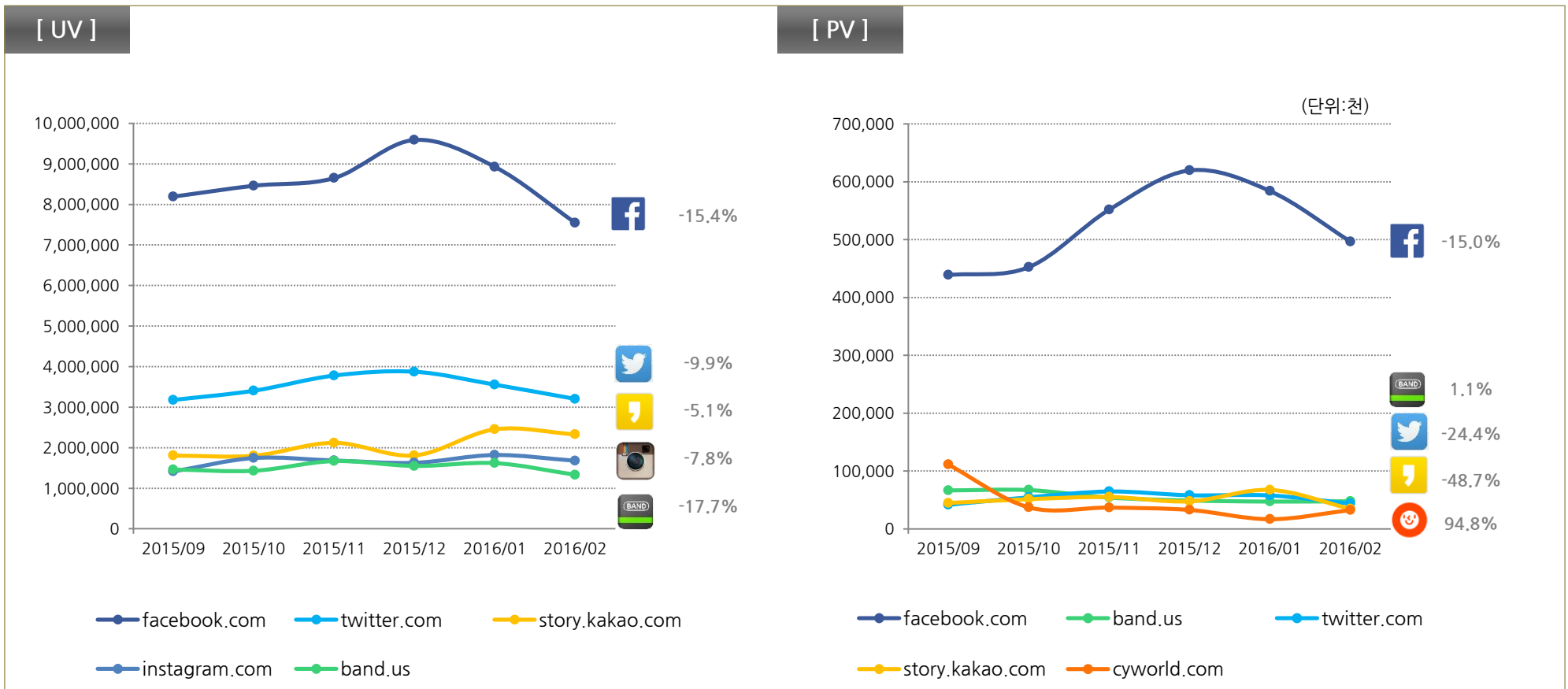
- 포털 모바일앱 이용자수 및 이용시간은 전월 대비 감소세를 기록
- 줌닷컴은 50-59세 연령층의 방문량 증가로 전월 대비 UV 142.9% 큰 폭으로 상승



\* Source : 코리안클릭 2월

## E. 2월 SNS\_PC 트래픽 동향

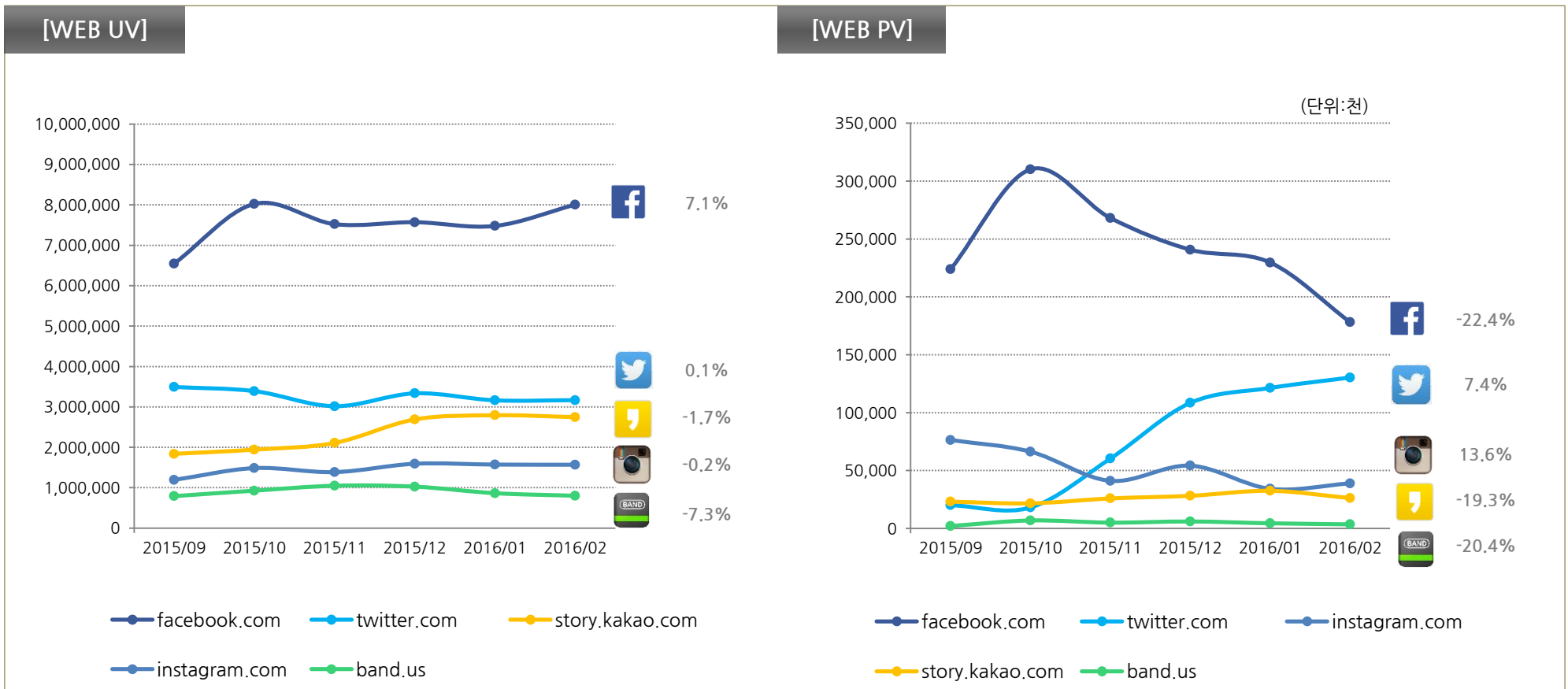
- 전체적인 PC SNS 트래픽 전월 대비 감소세를 기록
- 밴드는 50-59세 연령층의 방문 감소로 전월 대비 UV 17.7% 큰 폭으로 감소했으나, 13-24세 연령층의 활동성 개선의 영향으로 PV는 1.1% 증가
- 최근 서비스 개편 및 클라우드펀딩을 진행하고 있는 싸이월드는 전월 대비 PV 94.8% 큰 폭으로 상승하며 새롭게 순위권 진입



\* Source : 코리안클릭 2월

## E. 2월 SNS\_Mobile WEB 트래픽 동향

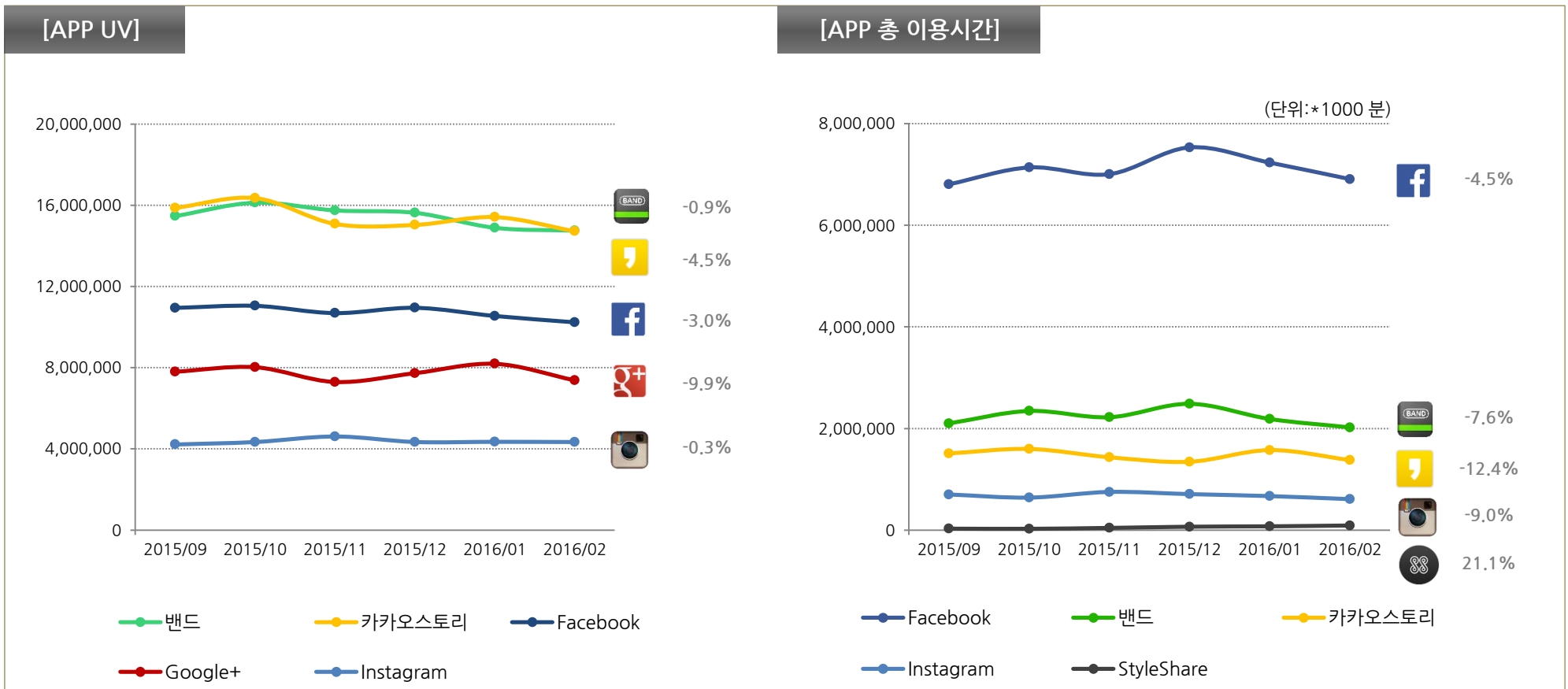
- 모바일웹을 통한 SNS 방문자수는 전월과 비슷한 수준을 유지했으나, 활동성은 감소세를 나타냄
- 페이스북은 50세 이상 연령층의 방문 증가로 전월 대비 UV는 7.1% 상승했으나, 24세 이하 연령층의 활동성 하락으로 PV는 큰 폭으로 하락
- 트위터는 24세 이하 연령층의 꾸준한 활동성 개선으로 4개월 연속 PV 증가세를 기록



\* Source : 코리아 클릭 2월

## E. 2월 SNS\_Mobile APP 트래픽 동향

- 전체적인 SNS 모바일앱 이용량은 전월 대비 하락세를 나타냄
- 밴드는 전월 대비 이용자수 소폭 하락했으나, 카카오토리의 UV가 전월 대비 4.5% 하락하여 2개월 만에 1위를 기록
- 패션 전문 SNS 서비스인 StyleShare는 10대 연령층의 활동성 지속적으로 개선되며 전월 대비 총 이용시간 21.1% 증가

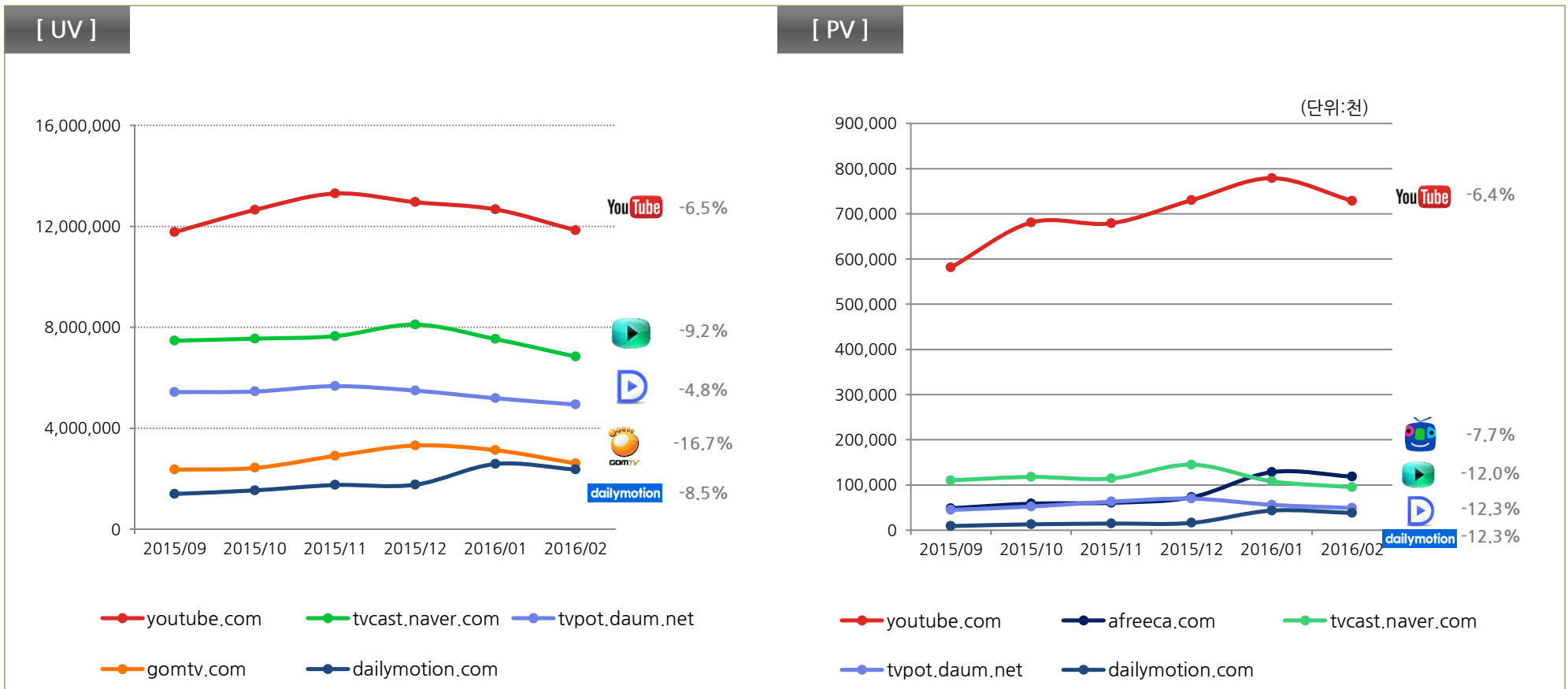


\* Source : 코리안클릭 2월

## F. 2월 Video\_PC 트래픽 동향

- 전체적인 PC 동영상 서비스 트래픽 전월 대비 큰 폭으로 감소세를 기록
- 유튜브는 50세 이상 연령층을 제외한 전 연령층의 이용량 및 활동성 감소의 영향으로 전월 대비 UV와 PV 6% 이상 하락
- 네이버 tv캐스트와 다음 tv팟은 설 연휴를 중심으로 트래픽이 하락세를 나타냄

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

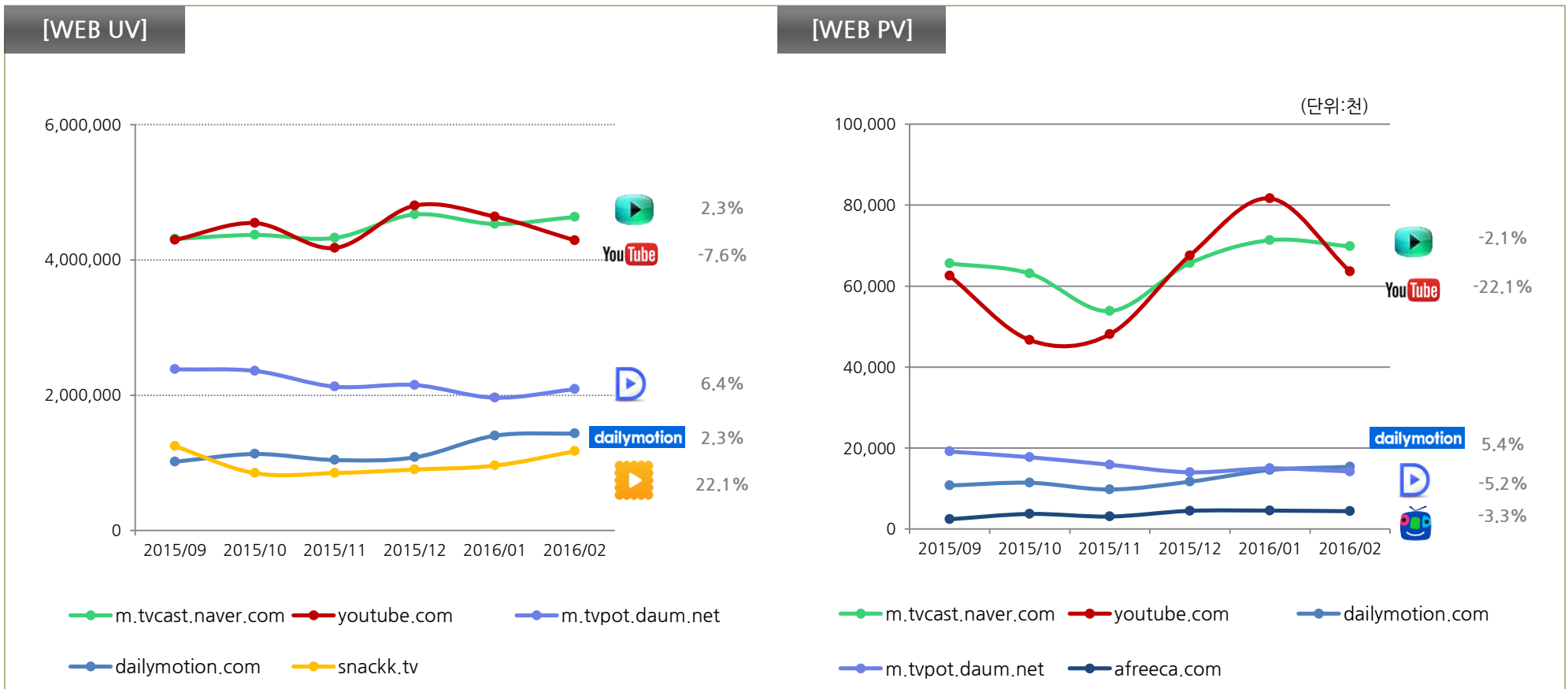


\* Source : 코리아클릭 2월

## F. 2월 Video\_Mobile WEB 트래픽 동향

- 모바일웹을 통한 동영상 이용자수는 전월 대비 증가세를 나타냈으나, 활동성은 감소세를 나타냄
- 유튜브는 전연령층의 이용량이 전월 대비 감소하며 UV 7.6% 하락을 기록
- 2015년 8월에 런칭한 동영상 플랫폼 스낵tv는 13-24세 연령층의 이용량 증가로 전월 대비 UV 22.1% 큰 폭으로 상승

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



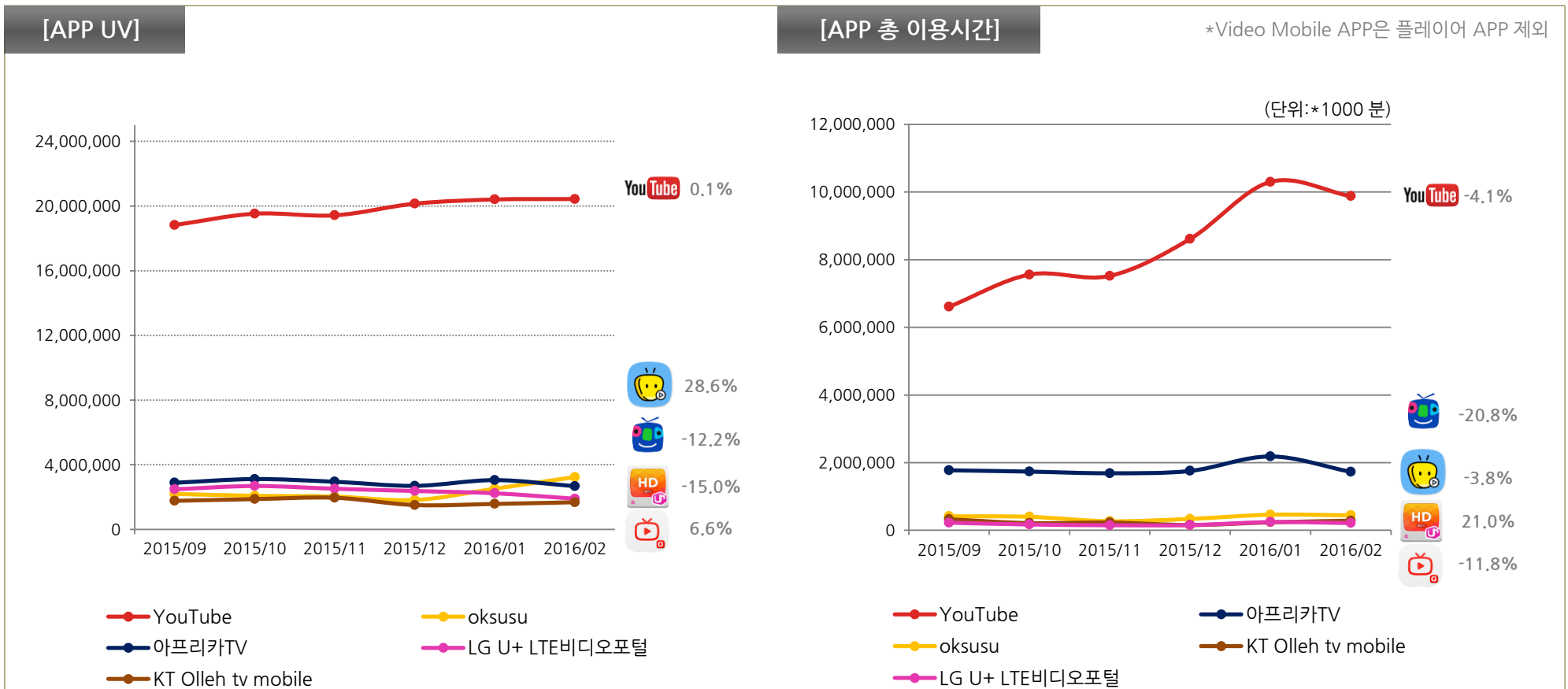
\* Source : 코리아클릭 2월



## F. 2월 Video\_Mobile APP 트래픽 동향

- 전체적인 동영상 모바일앱 트래픽 전월 대비 약 보합세를 나타냄
- 신규 모바일 동영상 플랫폼 옥수수는 전연령층의 이용량 증가로 UV 전월 대비 28.6% 큰 폭으로 증가하며 2위를 기록
- 아프리카tv는 50대를 제외한 전연령층의 이용량 및 활동성 약화의 영향으로 UV와 총 이용시간 각각 12.2%, 20.8% 하락

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



\* Source : 코리아클릭 2월

**nasreport no.255**

nasmedia is a group of media planning professionals. We pursue 'More than expected'  
Tel 02-2188-7300 Fax 02-2188-7400  
Contact Us 4F, 5F, 14, Dogok - ro1 - gil,  
Gangnam-gu, Seoul, Korea



# Media Trend

## 신규매체 & 신규상품

**Index.**  
신규매체 & 신규상품

- A. 이지고
- B. 여행노트
- C. 식신
- D. 홈쇼핑모아
- E. 게임친구

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

## A. 이지고

국내, 일본의 추천 여행지(약 700곳)를 선정하여 개인별 맞춤여행 서비스를 제공하는 매체로 자체 제작한 여행 콘텐츠와 함께 노출하는 네이티브 형태의 광고 노출이 가능

### ▶ 매체 현황

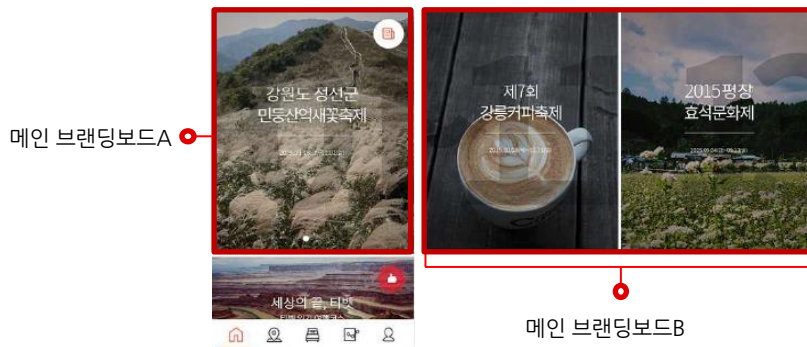


[다운로드](#)

- 특징 :
  - 1) 구글플레이 2015 올해의 앱 선정
  - 2) 자체 네이버 블로그(월 방문자 7만)포스팅 및 푸시메시지 1회 서비스 제공
  - 3) 디바이스 셋팅 언어에 따라 3개국 언어 즉각 대응 가능 (한국어, 영어, 일본어)
- OS : Android | iOS, 모두 보유
- 누적 다운로드 : 13만, PV/월 : 60만
- 판매방식 : CPP 구좌형 (Cost Per Period)
- 광고상품 : 메인 브랜딩보드, 메인 특집배너, 이벤트 링크배너

### ▶ 주요 상품 설명

#### - 메인 브랜딩보드 -



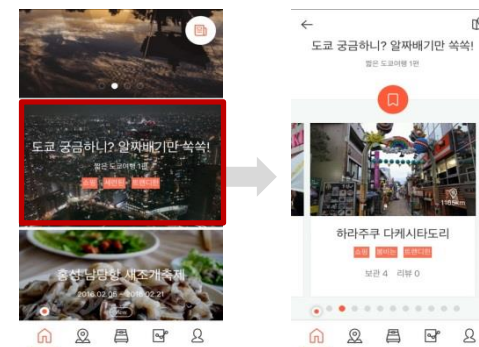
메인 브랜딩보드A

메인 브랜딩보드B

앱 메인 상단  
1순위 구좌 노출

앱 메인 상단  
2,3순위 구좌 노출

#### - 메인 특집배너 -



앱 메인 중/하단에 노출되며  
클릭 시 관련 콘텐츠 동시 노출

## B. 여행노트

사용자들이 직접 생성한 여행기록 기반의 데이터를 축적하여 여행 콘텐츠를 서비스 하는 매체로 매체 특성 상 “여행 관심유저”만을 보유하여 관련 업종 집행 시 높은 효과 기대

### ▶ 매체 현황

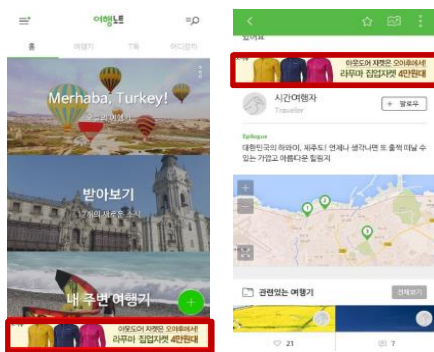


[다운로드]

- 특징 : 구매력 높은 3040세대를 80%이상 보유하여 해당 타겟 캠페인 집행에 용이 (기준 : 매체 내부데이터)
- OS : Android | iOS, 모두 보유
- 누적 다운로드 : 40만, PV/월 : 500만
- 판매방식 : CPP 구좌형 (Cost Per Period)
- 광고상품 : 하단배너, 푸쉬알림, 네이티브애드

### ▶ 주요 상품 설명

#### - 리스트 중/하단배너 -



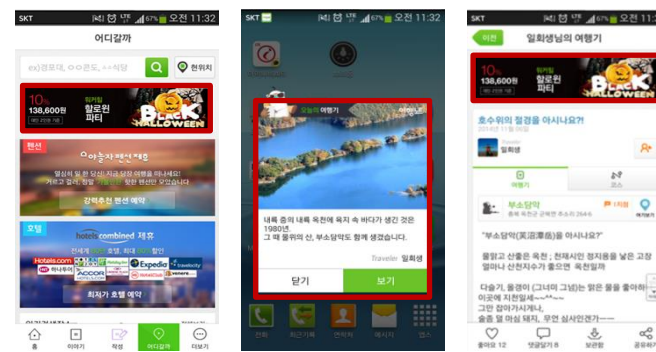
메인 및 서브페이지 리스트 중/하단 배너 노출

#### - 이야기리스트 -



받아보기, T톡 탭 등에서 하단 이야기 리스트 사이 노출

#### - 오늘의 여행기 -



오늘의 여행기 발송지정일예 광고주 배너삽입

## C. 식신

1억 3천만 개 이상의 자체 데이터를 기반으로 전국 추천 맛집 정보와 사용자 리뷰, 매거진, 간편예약, 할인쿠폰 등의 콘텐츠를 제공 중이며, 식음료/여행/숙박 관심 유저를 다수 보유하여 해당 유저 타겟 캠페인에 높은 효과 기대

### ▶ 매체 현황



[다운로드](#)

#### • 특징 :

- 1) 콘텐츠의 특성 상 20대 초~중반 유저를 다수 보유하여 해당 타겟의 캠페인 진행 시 높은 효과 기대
- 2) 방대한 콘텐츠와 신뢰도로 제휴처 및 사용자 꾸준히 증가 추세

- OS : Android | iOS, 모두 보유
- 다운로드 수 : 250만, WAU : 25만
- 판매상품 : 구좌제

### ▶ 주요 상품 설명

#### - 메인팝업 -



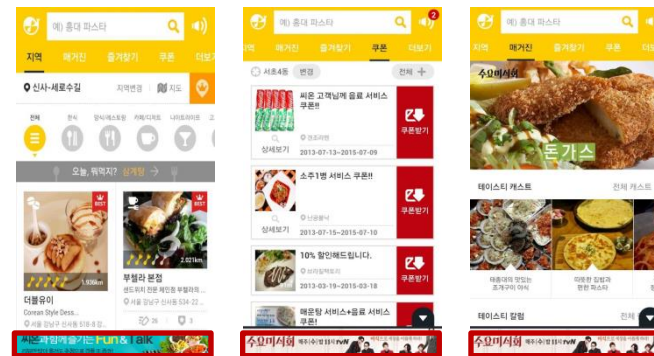
앱 실행 시  
전면배너 노출

#### - 종료배너 -



앱 종료 시 팝업배너 노출  
\* 안드로이드만 가능

#### - 서브 하단배너 -



지역, 매거진, 쿠폰 등  
각 서브페이지 하단배너 노출

## D. 홈쇼핑모아

각종 홈쇼핑(e.g. 홈&쇼핑, NS홈쇼핑 등) 상품을 큐레이션하여 유저에게 제공하는 매체로  
3040여성 유저를 다수 보유하여 해당 타겟 캠페인 진행 시 높은 효과 기대

### ▶ 매체 현황



[\[다운로드\]](#)

• 특징 :

- 1) '푸쉬메시지'상품의 경우, 유저 행동패턴에 따른 타겟팅 적용 가능하여 높은 효과 기대
  - 2) 3040 연령이 전체의 70% 이상 비중(기준 : 매체 내부데이터)
- OS : Android | iOS, 모두 보유('전면팝업'외 상품은 안드로이드만 가능)
  - 누적 다운로드 : 350만, MAU : 100만
  - 판매방식 : CPC
  - 광고상품 : 전면/종료팝업, 푸쉬메시지

### ▶ 주요 상품 설명

#### - 전면팝업 -



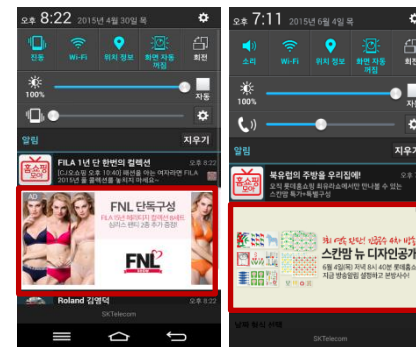
앱 실행 시  
이미지 팝업 노출

#### - 종료팝업 -



앱 종료 시  
이미지 팝업 노출

#### - 푸쉬메시지 -



알림바 내  
푸쉬 이미지 배너 노출

# E. 게임친구

게임 아이템 교환을 위한 친구를 만드는 커뮤니티 성격의 매체로

1020세대 및 캐주얼게임 유저층 비율이 높아 해당 타겟 캠페인 진행 시 높은 효과 기대

## ▶ 매체 현황



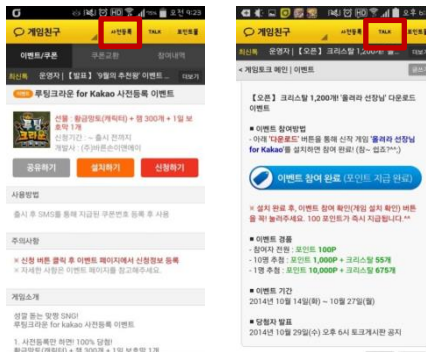
[다운로드](#)

- 특징 :
  - 1) 매체 특성 상 모바일 게임 관심 유저 다수 보유
  - 2) 각 상품 집행 시 앱 내 4종 노출 지면 제공
- OS : Android
- 다운로드 수 : 250만, DAU : 3만
- 효과 : 슈팅장르 사전예약 6천건/2주
- 판매방식 : CPP 구조형 (Cost Per Period)

\* 다운로드 수는 게임 개별 앱(e.g. 게임친구-쿠키런) 총 합 수치

## ▶ 주요 상품 설명

### - 주요 상품 -



'사전등록' 탭 내 노출

'Talk' 탭 내 이벤트 형태로 노출

### - 노출지면 -



푸시메시지 발송

앱 실행 시 팝업배너 노출

서브페이지 하단배너 노출

메인페이지 상단 노출





# 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