

TREND — MEDIA

2025 DEC REPORT

Copyright 2025.
Eruda Marketing Inc.
All rights reserved.



■ TREND ISSUE

디지털 마케팅 전략 수립에 도움되는 주요 업종별 트렌드를 전해드립니다.

- 콘텐츠의 장으로 탈바꿈한 길거리, 옥외광고의 진화와 성장
- 예비부부 올리는 웨딩플레이션의 실태
- 작게 사는 시대, '소용량' 소비 트렌드

포스터에서 스크린으로, 옥외광고의 파격 변신

- 옥외광고, '단순한 유인물'에서 소비자와의 상호작용을 유도하는 '보고 경험하는 콘텐츠'로 진화
- 경기 침체 우려 속에서도 디지털 기술 결합, 관련 법안 신설 등으로 성장성과 생존력을 입증한 옥외광고

| 과거부터 현재까지의 옥외광고 변천사 |

'불거리'로 진화한 옥외광고

'지면 중심'의 과거 옥외광고

주로 인쇄 매체를 기반의
현수막, 벽보, 전단지 등 설치 및 배포

형식

'기술 결합'의 현재 옥외광고

디지털 사이니지, 3D,
AR/VR, IoT·센서 등 탑재

특정된 공간에서 움직임 없이
메시지를 일방적으로 전달

방식

이미지/영상을 통한 정보 제공과
QR 등을 통한 참여 유도

제한된 시각적 효과와
소비자 타겟팅 및 성과 측정의 한계

특징

소비자 데이터를 축적한 타겟팅과
참여를 통한 원활한 성과 측정

새로운 경험을 제공하는 오늘날 옥외광고

단순 시각적 노출

고정된 메시지를 전달하며
효율보다는 화려하게 꾸며
존재감을 알리는 목적으로 활용

개인화된 경험 제공

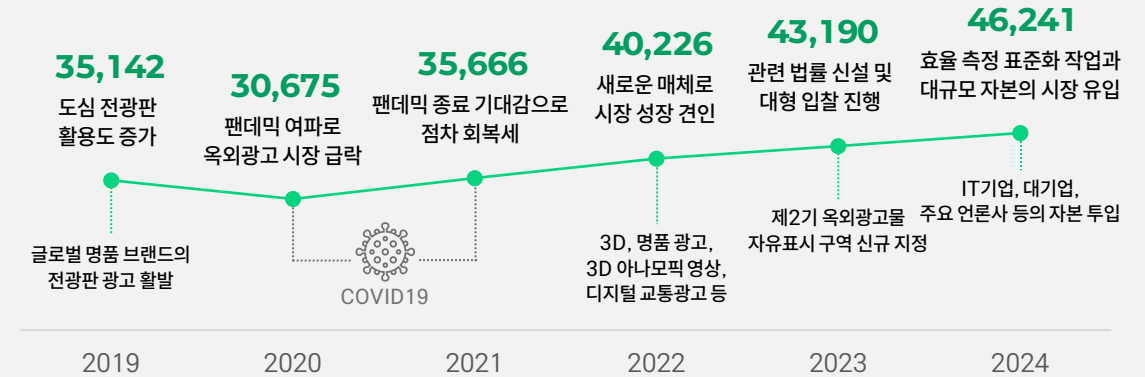
디지털 기술과 결합하면서
영상 광고 활용 및 모바일 연동 등을 활용해
소비자와의 적극적인 상호작용 시도

팬덤 광고, 기업의 사회 공헌 캠페인 등 다양한 분야에서 소비자 흥미를 이끌 수 있는 옥외광고를 활용

| 확대되는 시장과 높아지는 디지털 비중 |

옥외광고 시장 규모 변화

단위 : 억 원



지속적인 디지털 옥외광고 수요

디지털 매체 대행 매출액

1조 7,331억

24년 대비 16.7% 증가

디지털 옥외광고 매출액

1조 6,634억

24년 대비 10.4% 증가

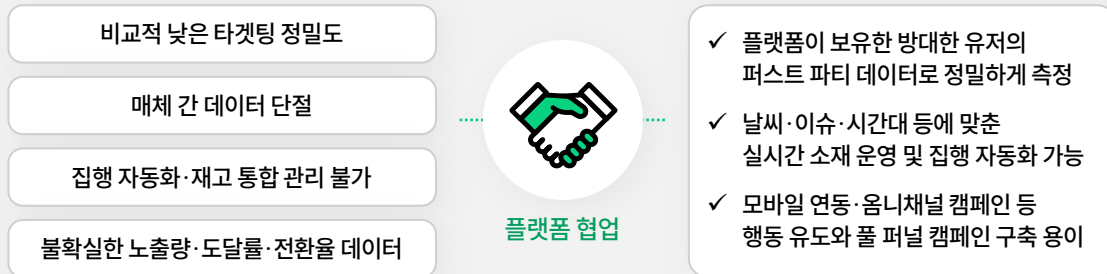
현재 광고 업계는
디지털 옥외광고를 주목하며,
향후 AI 활용 확대와 함께
더 성장할 것으로 전망

옥외광고 업계가 그리는 화려한 미래도시 거리

- 옥외광고의 한계를 보완하던 플랫폼, 그 공생관계를 넘어 플랫폼의 직접적인 사업 운영으로 확대
- 소비자가 즐기고 직접 참여하는 이색 옥외광고 사례와 기술 발전으로 더욱 활성화될 옥외광고의 미래

| 국내 대표 플랫폼이 선보이는 옥외광고 솔루션 |

옥외광고 효율 측정의 한계와 극복 방법



국내 대표 플랫폼 기업들의 옥외광고 사업

옥외광고의 한계를 극복하고, 더 효율적으로 운영하기 위해 시작



‘애드부스트 스크린’ 출시

AI 기술을 활용해 여러 오프라인 공간에 매체별 화면 비율과 사이즈를 자동으로 최적화 하는 것이 특징



자사 이동 데이터 활용

택시 뒷좌석 디스플레이(RSE)와 옥외광고 전문 기업과의 상품 출시 및 초대형 미디어 랜드마크 구축

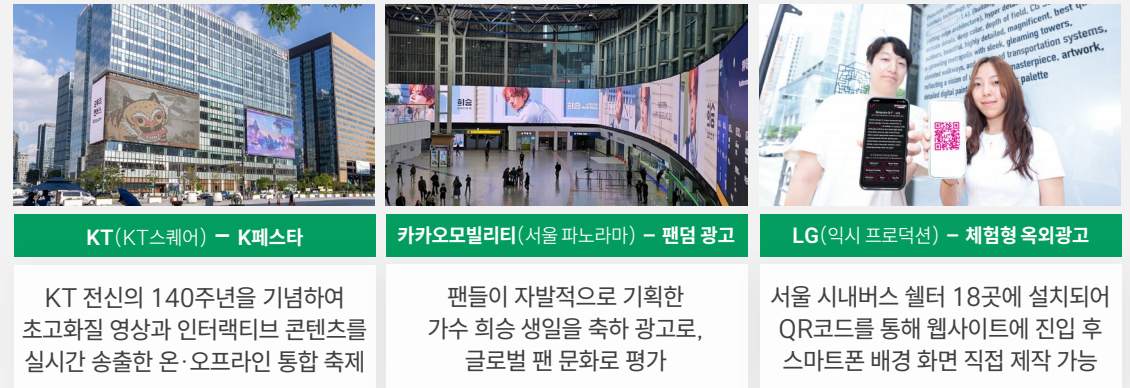


데이터와 AI 기술 활용

KT | 맞춤형 콘텐츠 제공
SK | 데이터센터 확장 및 솔루션 개발
LG | 체험형 옥외광고 운영

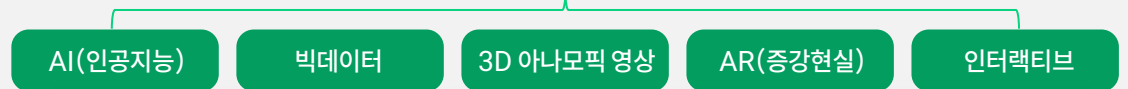
| 옥외광고의 다양한 도전과 긍정적 전망 |

국내 대표 플랫폼의 옥외광고 사례



기대되는 앞으로의 옥외광고 전망

옥외광고 시장의 핵심 동력



5G와 6G 네트워크의 발전으로 디지털 옥외광고의 활성화가 한층 가속화될 것이며, 플랫폼의 다양화와 사용성 향상에 따라 도시 거리는 더욱 이색적인 옥외광고 콘텐츠가 확산될 전망

웨딩플레이션에 허리 휘는 예비 부부들

- 혼인 건수는 증가했으나 예식장 수는 감소하며 수요 대비 공급 부족 현상으로 웨딩플레이션 심화
- 높은 가격과 불투명한 조건으로 인한 소비자 피해가 급증하나, 선택지가 없어 불만이 있어도 받아들여야 하는 상황

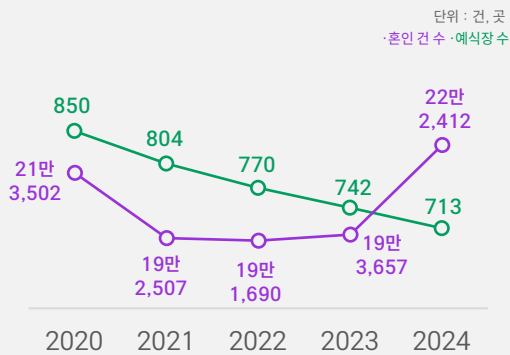
| 결혼 비용 인플레이션의 실체 |

웨딩플레이션이란?

결혼의 'Wedding'과 인플레이션의 'Inflation'의 합성어로
코로나 이후 결혼과 관련된 비용이 급격히 치솟은 현상을 가리키는 신조어

예식장 구하기 전쟁에 빠진 예비 부부

수요와 공급 엇갈린 흐름



증가하는 결혼 비용



예식장 수요 감소와 혼인 건수 증가가 맞물려 예식장 예약 경쟁이 심화되며 웨딩 비용 상승

| 커져가는 웨딩 문화의 부정적 인식 |

웨딩플레이션을 받아들이는 심리

특별함에 대한 기대와 욕구

타인의 시선을 의식하는 경향이 강한
한국 사회 특성상 '평생 단 한 번뿐인
특별한 날'을 포기하기 어려움

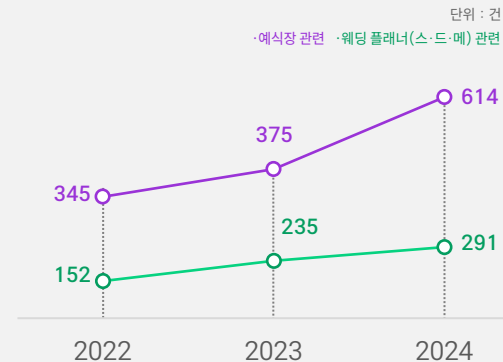


울며 겨자 먹기식 수용

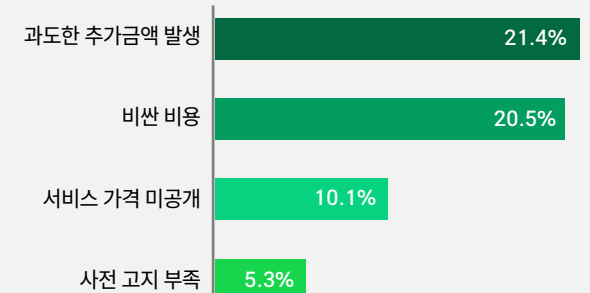
높은 비용에도 불구하고 예식장 예약
경쟁이 치열해 선택지가 제한되는 상황
속에서 결국 계약을 진행하게 되는 현실

급증하는 웨딩 컨설팅 소비자 피해

결혼식 관련 피해 구제



주요 불만사항



치솟는 웨딩플레이션, 반격의 한 수

- 웨딩플레이션의 불투명한 가격 구조로 인한 소비자 피해를 줄이기 위해 다양한 정책 추진
- 기혼자들 사이에서 비용 절감과 개성을 표현할 수 있는 작은 결혼식에 대한 선호도 20% 증가

| 불투명한 결혼 비용에 맞선 대응 |

불투명한 웨딩 비용 문제



깜깜이 계약

계약 내용이나 가격 정보를
공개하지 않은 불확실한 계약

총 건적의 불투명성

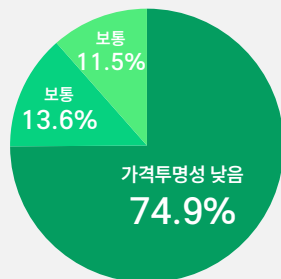
잘못된 추가 비용 발생

불명확한 계약 조건

계약 변경 시 위약금

기혼자, 결혼 시장 가격투명성 평가

기준연도 : 2022년



청년 친화 서비스 발전 방안 웨딩 주요 내용



결혼 서비스 가격 공개

한국소비자원 가격정보사이트에
결혼 관련 품목·서비스 가격 공개



가격표시제 도입

가격표시제를 도입해
결혼서비스 업체 가격 표시 의무화



공공예식장 개방

예식장으로 개방하고 있는
공공시설에 박물관·국립미술관 추가

| 결혼한 사람들의 후기 |

가장 축소하고 싶은 결혼준비 품목

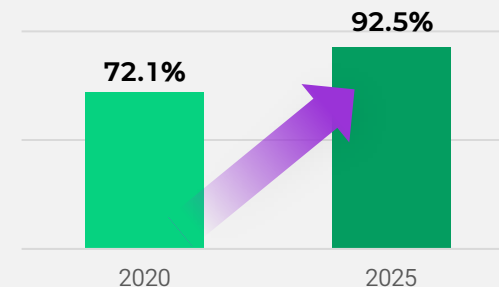


- 1위 : 이바지 28.4%
- 2위 : 예단 26%
- 3위 : 웨딩패키지 18.2%



- 1위 : 웨딩패키지 26.4%
- 2위 : 예단 20.2%
- 3위 : 이바지 15.8%

작은 결혼식 선호도 증가세



전체 신혼 부부의 58.2%, “다시 결혼식을 준비한다면 결혼식 이용을 최소화해 준비하겠다”

작은 결혼식 긍정적 인식

- 비용 절감 효과 45.7%
- 개성 있는 결혼식 19.2%
- 프라이빗한 결혼식 16.1%

VS

작은 결혼식 부정적 인식

- 결혼 절차가 이미 고착화되어 어려움 38.4%
- 양가 부모님의 전통적 사고방식 25.3%
- 주변의 이목과 체면 18.5%
- 예의와 절차를 따르고 싶은 의사 16.9%

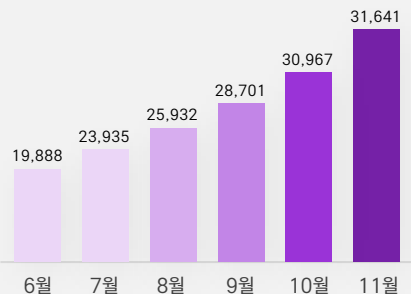
작을수록 팔린다, '소용량' 트렌드의 부상

- 소용량 제품의 수요가 빠르게 증가하며, 다양한 카테고리로 출시가 확대되는 흐름
- 1인 가구 증가·고물가·트렌드 주기 단축이 맞물리며, 소비자에게 부담 없는 선택지이자 기업에겐 새로운 돌파구로 부상

급부상하는 소용량 트렌드

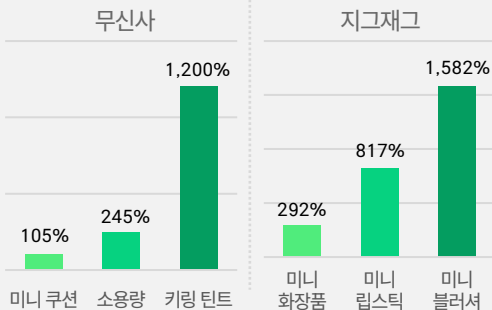
소포장·소용량 언급량 추이

기준 : 2024년
단위 : 건



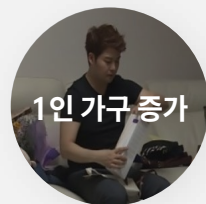
'미니' 관련 플랫폼별 검색량 증가율

기준 : 2025.01.01 ~ 10.19
전년 동기 대비



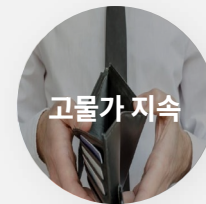
유통업계의 새로운 기회가 되는 '소용량'

소용량 트렌드 확산의 구조적 배경



1인 가구 증가

필요한 만큼만 사려는 흐름이 강화되며,
자연스럽게 소비 단위 축소



고물가 지속

총지출을 줄이기 위한 저단위 구매가 늘고
부담 없는 가격의 소포장 제품 선택 확산



트렌드 주기 단축

유행이 빠르게 바뀌며 한 제품을 오래
사용하지 않고 짧게 경험하려는 니즈 증가

카테고리별 소용량 제품 확산 현황



식품

소포장 반찬, 채소 등
소용량이 표준화되는 흐름



주류

100ml 이하 전통주,
소용량 와인 인기



뷰티

다수 브랜드에서
미니 제품 개수 확대



생활용품

세제, 섬유유연제 등
1~2인용 용량 출시



가전

미니 제습기, 냉장고 등
소형 가전 시장 활성화

소용량 제품의 장점

소비자

총 지출 감소로 가격 부담 완화

필요한 만큼 소비하여 남김 비용 감소

다양한 브랜드의 제품 체험 가능

휴대·보관의 편의성



MINI

기업

낮은 진입장벽으로 신규 고객 유입

재구매 주기가 빨라져 매출 안정화

신제품 테스트베드로 브랜드 실험성 상승

재고 회전율이 높아 창고 부담 감소

‘소용량’ 트렌드의 확산과 지속가능성을 위한 과제는?

- 소용량 제품 출시와 판매가 빠르게 늘고, 대용량을 함께 나눠 사는 ‘소분 모임’까지 확산
- 제품 폐기물은 줄지만 포장재는 늘어나는 딜레마 속, 친환경 전략이 향후 기업 경쟁력으로 부상

| 소용량 트렌드의 확산 사례 |

유통업계 소용량 제품 성공 사례



CU - 1인용 소포장 안주

소포장 즉발, 막창 등 냉장 안주에 이어 소포장 회 4종을 출시한 CU의 냉장 안주 매출이 전년 대비 17.4% 증가



메가커피 - 1인 컵빙수

올여름 출시한 합리적인 가격대의 1인용 컵빙수 제품이 약 4개월간 900만 개 판매를 기록

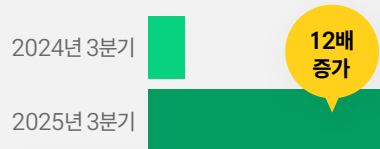


뷰티 브랜드 힌스 - 미니 틴트

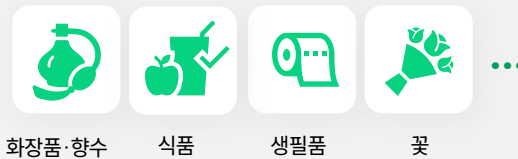
본 품 대비 용량을 반으로 줄이고, 가격은 42% 낮춘 힌스의 미니 틴트 거래액이 직전 분기 대비 885% 증가

소용량 트렌드가 만든 문화, ‘소분 모임’

당근마켓 소분모임 수



소분모임 카테고리



‘대용량을 나눠 사는’ 문화가 급증하며 생필품부터 꽃, 베이킹 등 취미 분야까지 다양한 카테고리로 빠르게 확산 중

| 지속가능성을 위한 다음 전략 |

소용량 트렌드의 환경적 딜레마



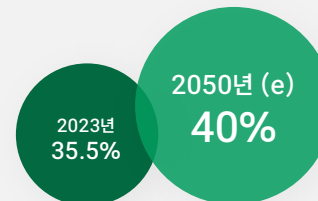
대용량 제품 대비 음식물·제품의 폐기물은 감소하지만 소포장 증가로 인해 포장재 사용량이 늘어 오히려 포장재 폐기물이 급증하는 딜레마 발생



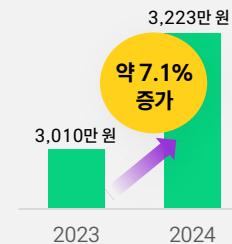
1인 가구 증가 및 연간 소득 상승으로 소용량 수요는 지속 확대될 것으로 예상되는 가운데, 환경 부담을 최소화하는 기업들의 지속가능 전략이 핵심 경쟁력으로 부상

소용량 트렌드 향후 전망

1인 가구 비중 전망



1인 가구 연간 소득 추이



기업의 지속가능성 확보 방안

친환경 포장재 전환
PLA같은 생분해성 및 재활용 소재 확대

포장 단위 최소화
불필요한 이중·과대포장 제거

리필·순환 소비 모델 도입
리필스테이션 및 관련 프로모션 확대

■ MEDIA ISSUE

이달의 미디어 & 광고 매체 이슈를 전해드립니다.

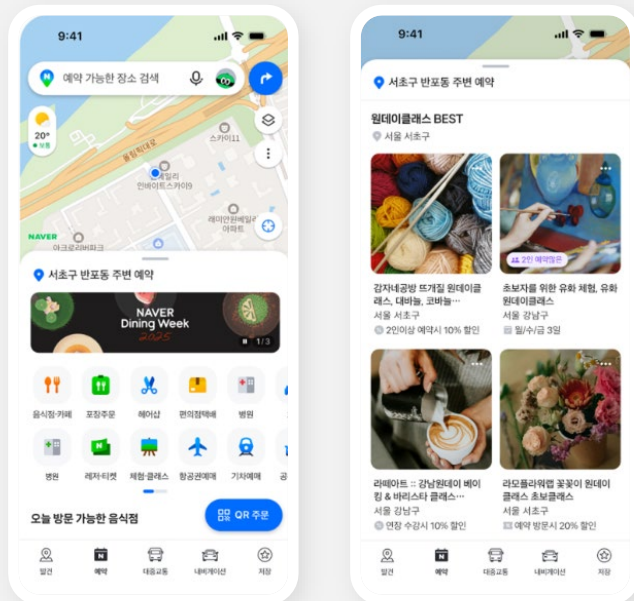
- 네이버 지도, '예약 탭' 도입
- 유튜브, AI 업스케일링 도입
- 네이버 헬스케어 내 '복약관리' 서비스 출시

네이버 지도, '예약 탭' 도입

- 네이버 예약을 지원하는 장소와 이동 수단, 액티비티를 살펴보고 예약할 수 있는 '예약 탭' 도입
- 완성도 높은 예약 경험 제공을 통해 이용자 편의성 증대 및 사업주 한정 효율적인 고객 확보

| 예약 탭 기능 |

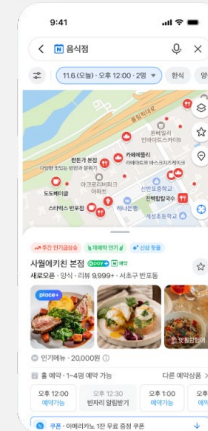
네이버 지도의 예약 탭으로 식당, 액티비티, 이동수단 등의
혜택부터 예약까지 가능하도록 해 기존보다 편리하게 탐색 가능



| 고객 맞춤형 기능 도입 |

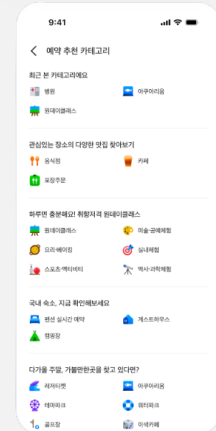
다양한 업종 발견 및 예약 가능 장소를 빠르게 검색 가능

예약 검색 기능



기존처럼 장소 검색 후 필터를 설정하는 것이 아닌
예약 가능한 장소만 검색할 수 있는 기능 추가

맞춤형 콘텐츠 제공



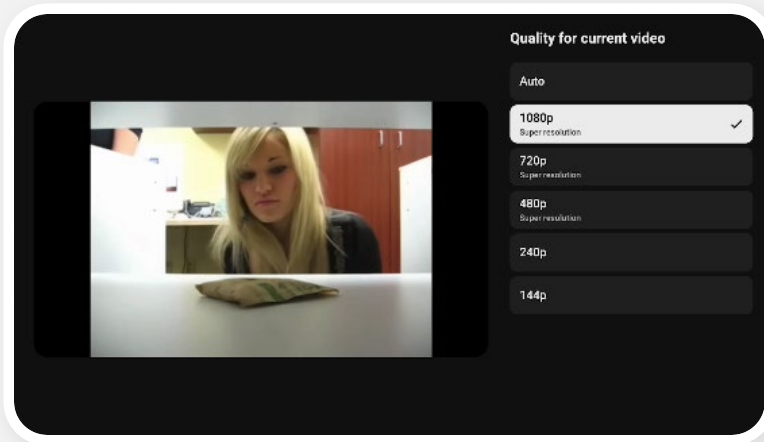
외국어 관광객의 편의를 위해
다국어로 지원 및 외국인 맞춤형 콘텐츠 제공

유튜브, AI 업스케일링 도입

- 동영상의 해상도를 높여주는 AI 기반 기능 도입 외 다양한 기능 업데이트
- 동영상을 스트리밍하는 이용자들의 시청 경험 향상

| 업스케일링 기능 |

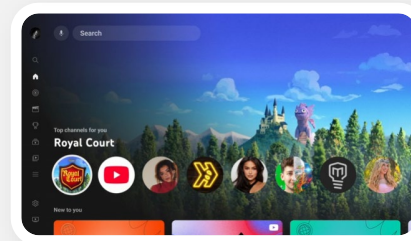
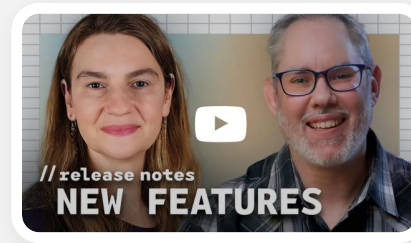
1080p 미만으로 업로드된 저해상도 영상을 AI를 이용해 자동으로 HD 해상도로 변환하여 실시간 영상 화질 개선



크리에이터와 시청자는 업스케일링 기능을 선택적으로 해제 가능하며, 추후 4K 업스케일링 지원 예정

| 그 외 다양한 업데이트 기능 |

시청자들이 콘텐츠를 더 쉽게 발견하고 구매할 수 있도록 유튜브 내 다양한 기능 제공



영상 썸네일 확대

썸네일 파일 용량 제한을 2MB에서 **5MB로 확대**

QR코드 활용 쇼핑

영상 내 쇼핑 QR 코드를 스캔하여 바로 제품 페이지 오픈

TV 경험 강화

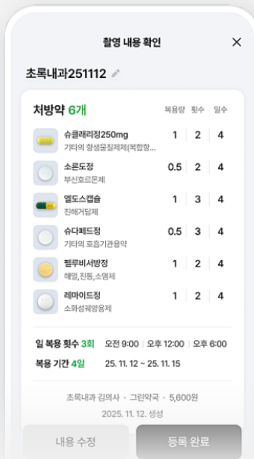
몰입형 미리보기 및 채널 페이지 검색 시 해당 채널 영상 우선 노출

네이버 헬스케어 내 ‘복약관리’ 서비스 출시

- 약 봉투 촬영만으로 처방약과 복용 일정을 자동 등록할 수 있는 서비스
- 환자 편의적 서비스를 제공해 소비자들의 인식과 복용률 상승

| 복약관리 서비스 |

OCR(광학문자인식) 기술과 AI 요약 기능을 접목해
입력 편의성을 높이며 이용자의 건강 패턴을 시각적으로 확인



등록하기

약봉투를 촬영하거나
직접 검색하여 약이나 영양제 등록

복약 알림 받기

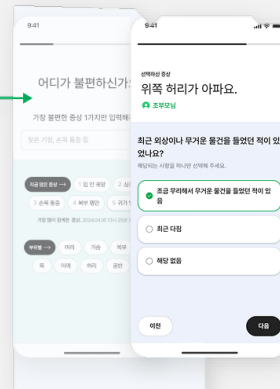
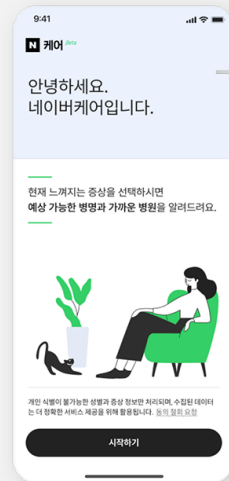
약 복용 시간 설정 후 알림을 통해
홈으로 이동하여 복용 여부 직접 기록

정보 확인하기

등록한 약·영양제의 이름, 성분, 효능,
주의사항 등 상세 정보 확인 가능

| 그 외 헬스케어 페이지 내 서비스 |

다양한 건강 관련 서비스를 아우르는 종합 플랫폼으로 확장 중



만보기

병원 예약 일정

증상 체크

건강지수 체크

건강 클립 콘텐츠

실손보험 청구

■ NEW MEDIA

이달의 신규 매체 & 광고 상품을 전해드립니다.

- 트웬티
- 스카이샐
- 밀리그램

트웬티

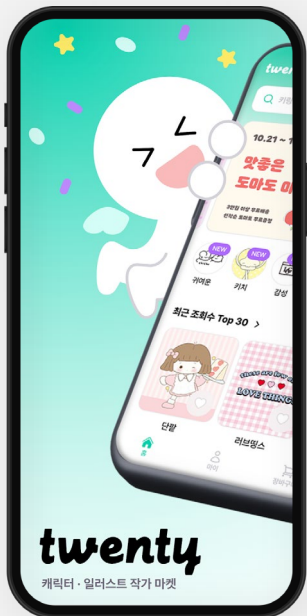
- 꾸미기와 캐릭터를 좋아하고 다꾸, 풀꾸, 수집 등을 즐기는 20대 여성이 많이 사용하는 캐릭터 상품 구매 플랫폼
- 하루 평균 500여 개의 상품 업데이트로 높은 사용자 트래픽이 특징

| 트웬티 |



연간 거래액
100억+

회원 수
40만+



여성 비율 95%

꾸미기와 캐릭터를 좋아하는 여성이 많이 사용하며
특히 2027세 비율이 약 56%를 차지해 MZ대상 광고에 효과적



높은 팬덤 효과

평균 체류시간 약 30분, 재구매율 66%로
꾸준히 방문하는 고정 소비자에게 브랜드 인지도 확산 가능

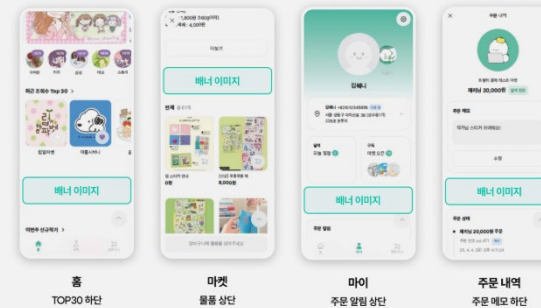


다양한 콘텐츠 소비

캐릭터뿐만 아니라 K-POP, 게임, 웹툰 등
콘텐츠를 적극적으로 소비하는 젊은 층 집중 공략 가능

| 주요 광고 상품 |

띠 배너 패키지



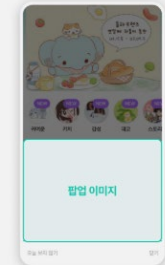
홈
TOP30 하단

마켓
물품 상단

마이
주문 알림 상단

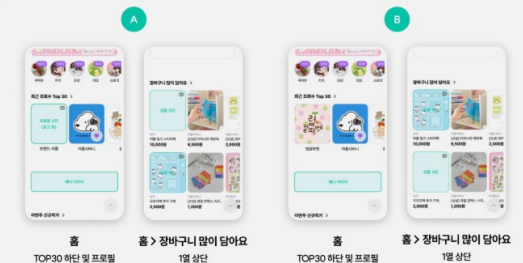
주문 내역
주문 예외 하단

전면 극대화 팝업 패키지



팝업
홈 화면

내 상품 홍보 패키지



홈
TOP30 하단 및 프로필

홈 > 장바구니 많이 담아요
1열 상단

홈
TOP30 하단 및 프로필

홈 > 장바구니 많이 담아요
1열 상단

스카이샵

- 100만 MAU 규모의 트래픽을 보유한 국내 1위 기내 면세 플랫폼으로 차별화된 쇼핑 경험 제공
- 여행의 여정 속에 자연스럽게 노출하고 대한항공 네트워크를 기반으로 프리미엄 소비층 타겟에 유리

| 스카이샵 |



월간 탑승객 수
평균 200만+

스카이샵 MAU
100만



높은 이용자 커버리지

이스타항공, 진에어, 에어프레미아 스카이샵과도 연계되어 있어 높은 이용자 커버리지를 동시에 확보 가능



광고 효과 극대화

대한항공 브랜드 충성 고객 기반의 구매력 높은 프리미엄 소비 타겟층을 보유해 높은 광고 효과 보장



프리미엄 고객 타겟

여행 전 보상 심리가 극대화된 면세점 고객은 고가치 소비자로 명확한 목적과 구매 여력을 지닌 프리미엄 소비층 타겟 가능

| 주요 광고 상품 |

프리미엄 영상 광고

PC

PC 메인페이지의
우측 날개 영역에 노출



MOB

모바일 메인 스크롤 시,
중단 영역에 노출



밀리그램

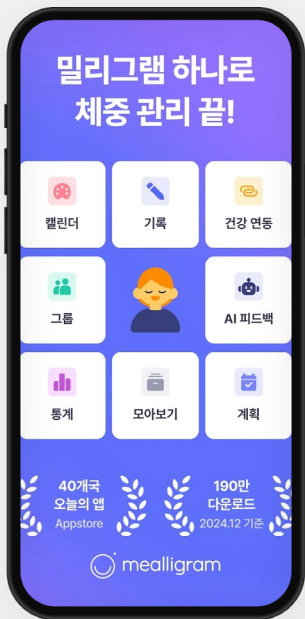
- 모든 건강/다이어트 기록을 간편하고 재미있게 할 수 있는 기록 앱
- 자기 관리에 관심이 많고 꾸준히 실천하는 2030 여성 타겟에 최적화된 플랫폼

| 밀리그램 |



MAU (월 활성사용자)
80,000+

2030 사용자 비율
90%



누적 250만 다운로드 기록 앱

모든 기록을 한 곳에서 간편하게 관리하는 앱으로
다른 사람에게 실시간으로 공유하여 동기부여 요소 제공



다양한 유입 카테고리

다이어트 관련 캠페인부터 2030 여성들이 선호하는
IT·문화·이벤트 관련까지 다양한 카테고리 광고에 탁월

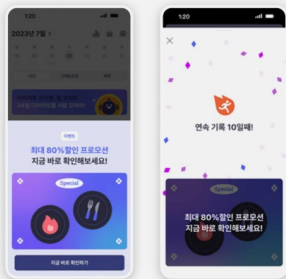


정밀한 타겟팅

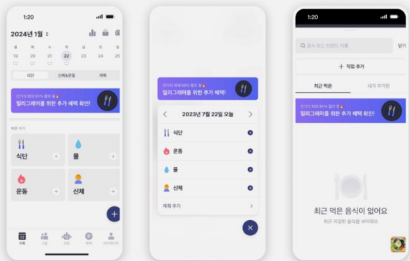
전체 이용자 중 90%가 자기 관리에 관심 많은 2030세대이며
여성의 비율이 81%로 해당 고객 대상 높은 성과 보장

| 주요 광고 상품 |

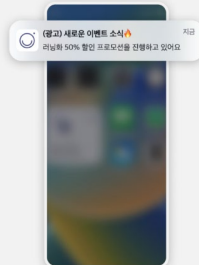
팝업 광고



배너 광고



푸시 알림



체험단 이벤트



■ PROMOTION

이달의 프로모션 소식을 전해드립니다.

- 카카오VX 25년 12월 연말 파격 프로모션
- 경기지역화폐 THANK YOU 프로모션
- 스노우 영상형 & 패밀리 이미지형 스플래시 프로모션



kakaoVX 카카오VX 25년 12월 연말 파격 프로모션

- 스크린부터 필드까지 골퍼의 모든 동선에 최적화된 광고 노출과 App-to-App 통합 마케팅 솔루션으로 프리미엄 타겟이 가능한 매체
- 온·오프라인 골퍼에게 홍보할 수 있는 패키지 상품 할인

카카오VX 광고상품



메인 팝업



라운드 진입 동영상

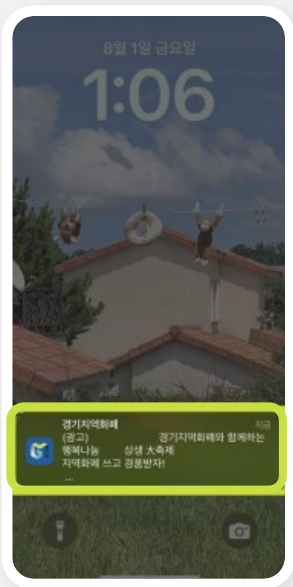
유형	구분	내용
카카오VX 25년 12월 연말 파격 프로모션	온라인 광고 앱 PKG	- 카카오 골프 예약(APP) - 메인 팝업, 메인 탭, 티타임 배너, 앱 종료 팝업 - 1,750만원 → 800만 원 / 서비스율 120% - FRIENDS SCREEN(APP) - 메인 팝업, 메인 탭, 콘텐츠 상단 세트 - 1,050만원 → 500만 원 / 서비스율 110%
	오프라인 광고 스크린 PKG	- FRIENDS SCREEN(라운드) - 라운드 진입 영상, 홀 로딩 영상, 스코어 하단 카드 2, 홀 로딩 이미지 - 2,500만원 → 1,000만 원 / 서비스율 150% - FRIENDS SCREEN(연습장) - 연습장 진입 영상, 홀 로딩 영상, 스코어 하단 카드 - 1,600만원 → 800만 원 / 서비스율 100%
기간	~ 25년 12월 31일	

* 광고상품 일부

경기지역화폐 경기지역화폐 THANK YOU 프로모션

- 경기도 내 29개 시/군에 거주하는 3050 유저들이 결제 및 충전을 위해 지속적으로 사용하는 지역 화폐 앱
- 광고주 대상 특정 상품 추가 혜택 및 마케터 대상 이벤트 제공

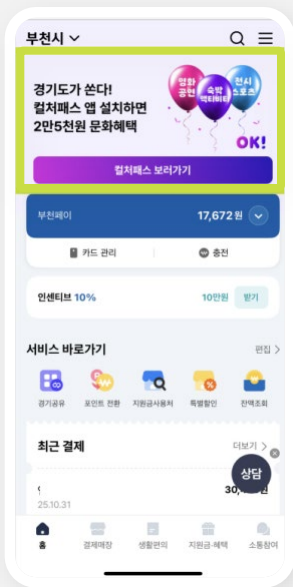
경기지역화폐 광고상품



앱 푸시



시작 팝업



홈 상단

* 광고상품 일부

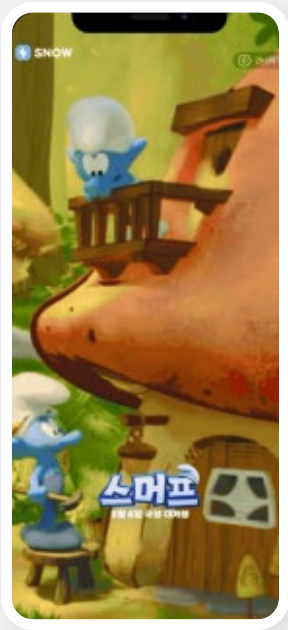
유형	구분	내용
경기지역화폐 THANK YOU 프로모션	내용	• 앱 푸시 상품 집행 시, 발송 모수 1+1 • 제안 시 5천 원, 집행 확정 시 3만 원권 증정 * 네이버페이 상품권
기간	~ 26년 2월 28일	



SNOW 스노우 영상형 & 패밀리 이미지형 스플래시 프로모션

- 국내 1위 카메라 앱으로 특히 MZ세대 대상의 폭발적인 트래픽 유입과 브랜딩에 효과적인 매체
- 영상 및 이미지형의 스플래시 소재 20% 할인 적용

스노우 광고상품



스노우 스플래시 영상 광고



스노우 패밀리 스플래시 이미지형

유형	구분	내용
스노우 영상형 & 패밀리 이미지형 스플래시 프로모션	혜택	1. 스플래시 영상형 - ~18,000원 → ~14,400원 - 예상 CTR 9% 2. 패밀리 스플래시 이미지형 - 적용 앱 : SODA, B612, Foodie, EPIC, VITA - ~10,000원 → ~8,000원 - 예상 CTR 13%
기간	25년 12월 7일 ~ 25년 12월 31일	

* 광고상품 일부

2025.12

MARKETING CALENDAR



SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT
	1 사이버 먼데이	2	3 소비자의 날	4	5 무역의 날 세계 토양의 날 자원봉사자의 날	6
7 대설	8	9	10	11 2025 대한민국 디지털 광고 대상 시상식	12	13
14 허그데이	15	16	17	18	19	20
21 세계 농구의 날	22 동지	23	24	25 성탄절	26 연차 쓰기 좋은 날	27
28	29	30	31	서울일러스트레이션페어 v.20		

이 달의
HOT 키워드

행사 #눈꽃축제 #빙어축제 #빛축제

패션 #빈티지 체크 패턴 #모피(퍼) #스쿨슈즈

이달의 유행템 #치이카와 히퍼 #클릭커 키링

마케팅 #크리스마스 #겨울방학 #홀리데이 #송년회 #연말

밈 #구글맵 프레임 #교환독서 #박정민, 화사



DEC
2025



TREND MEDIA REPORT

E.O.D.

문의하기

애드유어