



T R E N D
M E D I A
R E P O R T

MAY
2 0 2 5

■ TREND ISSUE

디지털 마케팅 전략 수립에 도움되는 주요 업종별 트렌드를 전해드립니다.

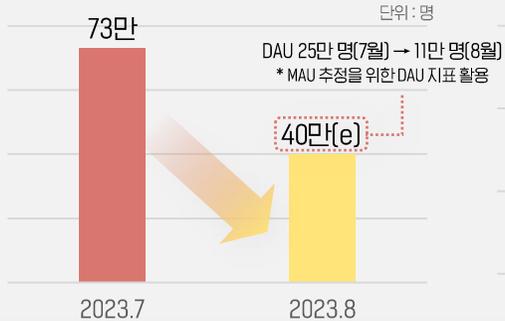
- SNS계 신흥 강자로 도약한 스레드, 광고 도입으로 수익 본격화
- 한 명의 자녀를 위한 수천만 원 소비 '골드키즈'
- 술에 취하지 않는 사회, 소버라이프

SNS 시대 속 떠오르는 신흥강자, 스레드

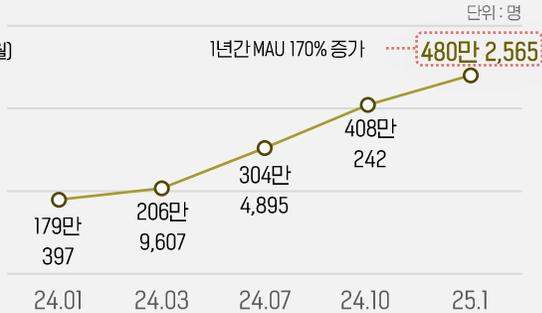
- 출시 직후 '반짝 SNS'일 줄 알았던 스레드, 인스타그램 연동 및 신박한 분위기로 '새 강자' 등극
- 트렌드 및 사회 이슈에 부합하는 앱 컨셉과 타 플랫폼에 비해 다소 자유롭고 부드러운 분위기로 활발한 이용

I SNS 새 강자 스레드, 이용자 급상승 I

과거 국내 스레드 월간 이용자수



현재 국내 스레드 월간 이용자수



출시 후 많은 관심을 받았던 스레드, 기능 부족으로 이탈 고객이 많았지만 2024년부터 현재까지 다시 인기 급상승 중

인입률 및 인기 상승의 비결

- 인스타그램 연동** 가입이 쉽고, 콘텐츠 동기화를 통해 쌍방향 노출 가능
- 텍스트 기반 운영** 숏폼 시대 속 글을 통한 신선함 작용 및 빠르고 깊이 있는 정보 전달 가능
- 알고리즘** 관심사 기반의 정확한 매칭으로 쉬운 팔로워 모객 가능

I 스레드 앱의 차별화된 특성 I

유저들이 느끼는 스레드의 매력

쓰레드 팔로우
쓰레드 새로고침



다른 SNS와 차별화되는 스레드만의 밈 존재

반말 모드(반모)를 통한 친밀감 형성



글을 읽고 쓰는 '텍스트립'의 일종



'문해력 저하' 이슈 점화로 지적 갈망의 일환

인스타그램 vs 스레드 vs X(트위터) 차이점

| 구분 | 인스타그램 | 스레드 | X(트위터) |
|----------|-----------------------------|----------------------------------|-----------------------------------|
| 앱 특징 | 시각적인 콘텐츠 중점으로 피드 미학에 초점 | 본문을 바탕으로 (500자 이내) 사용자 간의 대화에 중점 | 간결한 문장과 (280자 이내) 다채로운 콘텐츠 유형의 피드 |
| 크리에이터 성향 | 콘텐츠 제작에 투자하는 시간 만큼 인터랙션에 집착 | 부드러운 분위기에서의 의견 공유를 통한 브랜딩 지향 | 실시간 이슈 공유를 통한 토론 및 정보 전달 |
| 관련 키워드 | 컨셉, 라이프 스타일, 감각적인, 연출 | 솔직한, 소통, 공감 자유로운, 긍정적인 | 사회 이슈, 덕질, 논쟁 빠른 정보, 직설적인 |

스레드 광고 도입, 수익화 본격 시동

- 메타가 매출 감소세 대응 전략으로 스레드 광고를 글로벌로 확대하자 유저들은 아쉽다는 반응 지속
- 기업 - 소비자를 잇는 새로운 광고 채널로서 점진적인 발전 기대

| 스레드 광고, 일부 국가 대상으로 테스트 진행 |

스레드 광고 도입 첫걸음



META, 미·중 관세 전쟁 속 중국 e커머스 기업의 광고 지출 축소 계획에 대응하여 스레드 광고를 글로벌로 전면 확대

초기 테스트 국가 사용자의 반응

지금 페이스북과 인스타그램은 광고 때문에 유저가 줄고 있어요.

앱이 성장할 수 있었던 이유는 광고가 없었기 때문이에요.

광고가 없어서 마음이 편했는데 아쉬워요, 지금과 같은 환경이 유지됐으면 좋겠어요.

스레드는 광고가 없었기에 아늑하게 느껴졌군요.

| META의 스레드 광고 운영 계획 |

스레드 광고 운영 방식



- | 기업 대상 | |
|------------|--|
| • 메타 광고 연동 | 기존 광고 캠페인을 스레드로 쉽게 확장 가능 |
| • 인벤토리 필터 | 설문조사 등을 통해 사용자별 콘텐츠 민감도에 따라 광고 노출 범위 조정 및 고관여자 대상 노출 |
| 소비자 대상 | |
| • 제어 기능 활용 | 특정 광고를 건너뛰거나 숨기기 or 신고 가능 |
| • 실시간 소통 | 브랜드와 직접적인 소통으로 상호 친밀감을 형성·상승해 소식을 빠르고 즉각적으로 접근 가능 |

엇갈리는 내부 의견

월간활성이용자 10억 명 돌파 예상 등 가파른 성장세에 힘입어 광고 매출에 크게 기여할 것으로 전망

VS

스레드 광고 도입은 점진적으로 이뤄질 것이며 광고가 올해 큰 성장 동인으로 보기 어렵다고 판단

메타 내부에서도 의견이 엇갈리는 만큼 지속적인 모니터링 필요

프리미엄이 기본이 된 육아, '골드키즈 시대'의 도래

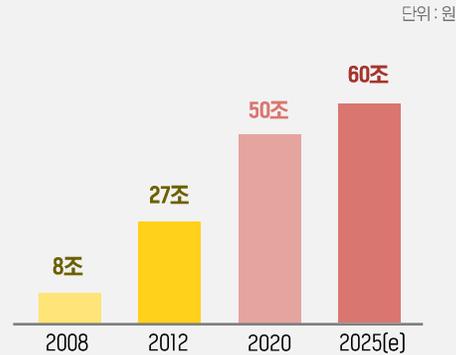
- 출산율 감소 속에서도 1인 자녀에 대한 밀레니얼 부모의 가치 지향적 양육이 맞물리며 키즈 시장 성장
- 부모의 집중적인 투자를 받는 골드키즈의 등장과 함께 키즈 시장 주목

I 저출산 시대의 역설, 키즈 시장 판도 I

출생아수 및 합계 출산율



국내 키즈 시장 규모



키즈 시장 성장 요인

- 1인 자녀 가구 및 1인당 자녀 양육비 증가
- 30대 전후 연령대의 밀레니얼 부모 증가
- 프리미엄 육아 소비의 사회적 인식 변화
- 출산 지원금 및 정부 보조금 활용 확대

밀레니얼 부모 특징

- 부모 자녀간 친밀한 관계
- 높은 디지털 친밀도
- 가족지향적 소비 추구
- 최상의 것을 제공하려는 경향

I 소비 트렌드의 중심이 된, '골드키즈' I

골드키즈란?

'금[Gold]' 과 '아이[Kids]'의 합성어로 최근 저출산 현상과 맞물려 부모의 아낌없는 투자를 받고 금처럼 귀하게 자란 자녀

골드키즈 관련 용어



저출산 시대에 따라 한 명의 자녀에게 집중되는 경제적 투자가 커지면서 아이를 중심으로 하는 소비 트렌드 확산 중

키즈 산업의 변화, 새로운 소비의 탄생

- 다양한 업계가 프리미엄 키즈 시장에 뛰어들며 새로운 비즈니스 기회 모색
- 골드키즈 마케팅이 소비 격차를 키우는 한편, 키즈 산업 전반의 성장 동력으로 작용

| 골드키즈가 바꾼 키즈 산업 |

키즈 산업 변화



제한적이었던 전통적 키즈 시장에서 프리미엄 중심의 다변화된 키즈 산업으로 확장

골드키즈 마케팅 사례

| | | |
|---|--|---|
| <p>iBOOJA 하나은행 <아이부자></p> | <p>미국전용 신제품 출시 DUOLAC 썬바이오텍 <듀오락 골드 키즈&베이비></p> | <p>MONCLER 몽클레어 <몽클레어 앙팡></p> |
| <p>부모와 자녀가 함께 이용하는 '페이앱'으로 앱을 통해 용돈 주고받기 및 다양한 금융 활동 가능</p> | <p>30년간 베스트셀러로 사랑받아온 '듀오락 골드'를 유소아용으로 개발한 고품질·고스펙 제품</p> | <p>명품 브랜드 몽클레어의 전통과 혁신을 아동복 분야로 확장해 편안한 착용감을 지닌 제품 생산</p> |

출처 : 삼성KPMG 경제연구원, 보도자료(업계 취합)

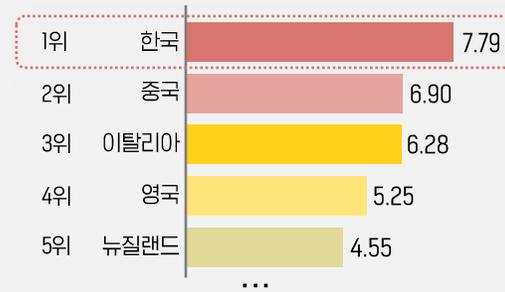
| 빛과 그림자 속 키즈 시장의 전망 |

골드키즈 소비의 영향



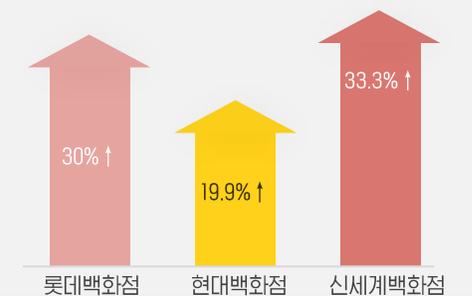
1인당 GDP 대비 자녀양육비 비율

단위: 배



프리미엄 유·아동 브랜드 매출 신장률

기준: 2024년 1~9월, 전년 대비



과잉 육아 투자에 대한 우려에도 불구하고, 경제 활성화 및 자녀 경험 다양화 등 긍정적 효과를 기대할 수 있어 국내 키즈 시장은 지속 성장할 전망.

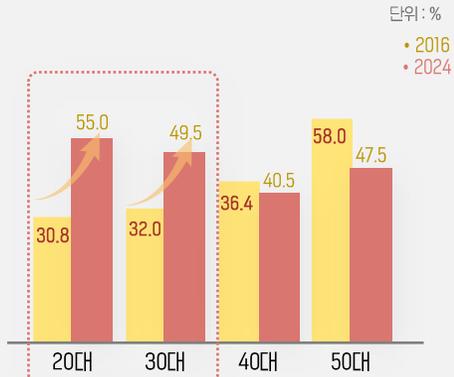
출처 : 삼성KPMG 경제연구원, 중국 위안인구연구소, 보도자료(업계 취합)

건강한 음주 라이프스타일, 소버라이프

- 코로나19 이후 MZ세대 중심으로 건강을 중시하는 '절제된 음주 문화' 확산
- 낮은 음주 빈도와 저도수·논알콜을 선호하는 트렌드에 맞춰 변화하는 주류시장

I 건강 관심 증가에 따른 '소버라이프' 트렌드 부상 I

연령대별 건강 관리 노력



MZ세대 운동 영역별 지출 증가율



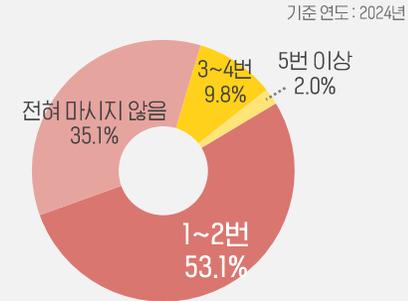
2030세대를 중심으로 건강에 대한 관심이 높아지고, 코로나19 이후 운동 인구가 증가하면서 '소버라이프' 트렌드 확산

소버라이프란?

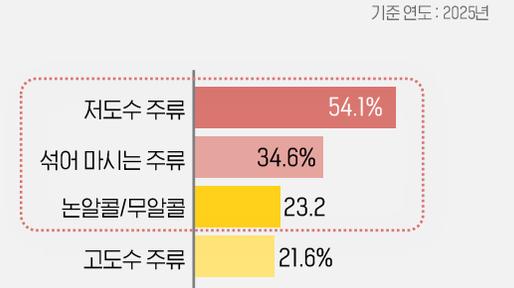
'술에 취하지 않은' 상태인 'sober'에서 파생된 신조어로, 술을 마시지 않거나 즐기며 자기 관리와 균형 잡힌 삶을 추구하는 라이프스타일

II MZ세대 중심, 주류 소비 트렌드 변화 II

MZ세대 일주일 음주 빈도



선호하는 음주 스타일



건강을 중시하는 소비 트렌드 확산에 따라, MZ세대의 88.2%가 음주를 하지 않거나 주 1-2번에 그치며 저도수·믹스주류·논알콜 선호

국내 주류시장 변화

국내 무알콜 맥주 시장 규모



주류 업계 '3저 마케팅' 트렌드 확산



‘술 마시지 않는 삶’을 선택하는 시대

- 국내외 소버라이프 관련 마케팅이 활발해지고 있으며, 해외에서는 온·오프라인 중심으로 소비 문화가 확산
- Z세대의 긍정적 인식을 기반으로, 건강한 라이프스타일과 지속 가능한 소비 트렌드로 전환 전망

| 국내외 마케팅 사례와 트렌드 확산 흐름 |

국내외 마케팅 사례



논알콜 판매 전문 플랫폼

국내 ‘마켓노드’, ‘쏘버마켓’, ‘제로드링크랩’ 등의 플랫폼을 통해 다양한 논알콜 제품 구매 가능



카페 x 주류 브랜드 협업

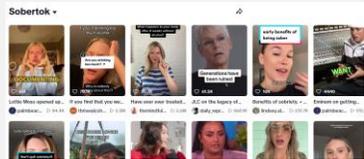
국내 커피와 주류 브랜드 첫 협업으로 ‘감성커피’와 ‘카스’ 콜라보 논알콜 음료 출시



미국 ‘소버 소셜 스페이스’

뉴욕 ‘리슨바’, LA의 ‘바누다’ 등 술 없이 즐기는 칵테일바 형태의 사교 공간 등장

해외 중심 ‘소버’ 관련 트렌드 확산



SoberTok

국내 ‘마켓노드’, ‘쏘버마켓’, ‘제로드링크랩’ 등의 플랫폼을 통해 다양한 논알콜 제품 구매 가능



Dry January

국내 커피와 주류 브랜드 첫 협업으로 ‘감성커피’와 ‘카스’ 콜라보 논알콜 음료 출시



Sober Fandom

뉴욕 ‘리슨바’, LA의 ‘바누다’ 등 술 없이 즐기는 칵테일바 형태의 사교 공간 등장

| 지속 가능한 라이프스타일로의 전환 |

Z세대 ‘소버라이프’에 대한 인식



향후 소비 트렌드를 주도할 Z세대의 긍정적 인식 확산

지속 가능한 소비 트렌드로의 전망

- MZ세대 영향력 확대**
주류 관련 다양한 산업의 트렌드 주도
- 술 없는 즐거움 인식**
술을 마시지 않아도 충분히 재미 있다는 인식 확산
- 취향 중심 주류 선호**
다양한 종류의 주류를 찾는 소비자 증가

‘소버라이프’는 단순 금주를 넘어 가치소비를 추구하는 지속 가능한 문화로 자리 잡고 있으며, 이에 따라 기업들도 제품·마케팅 전반에 변화를 더욱 확대할 전망

■ MEDIA ISSUE

이달의 미디어 & 광고 매체 이슈를 전해드립니다.

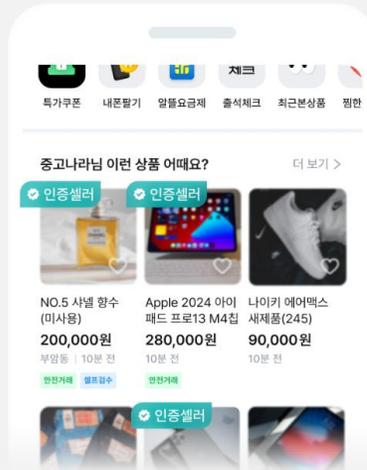
- 중고나라 '셀러지원센터' 오픈
- 네이버 '쇼핑 커넥트 솔루션' 출시
- 인스타그램 'DM기능' 대규모 업데이트

중고나라 '셀러지원센터' 오픈

- 개인 사업자를 포함한 전문 판매자의 상품 판매를 돕는 앱 내 B2C 거래 서비스
- 믿을 수 있는 리퍼비시 및 인증 중고 상품을 제공해 상품 경쟁력 및 거래 신뢰도 상승

| 셀러지원센터 서비스 |

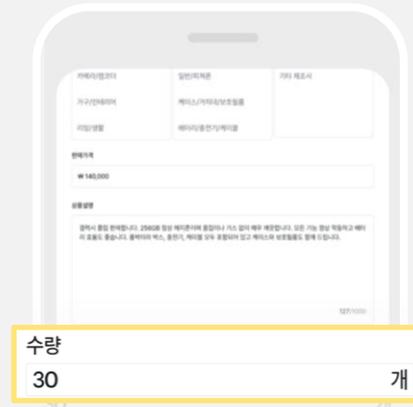
개인 간 거래(C2C)에서 기업 개인 간 거래(B2C)로 확장해
개인과 기업, 플랫폼 모두가 상생할 수 있는 거래 환경 조성



- **전문 판매자**: 업계 최저 수준의 수수료 혜택 제공 및 상품 주목도를 높이는 셀러 전용 배지 부여
- **구매자**: 별도의 수수료 없이 안전결제 서비스를 이용한 상품 구매 가능

| 셀러지원센터 기능 |

셀러 맞춤 기능으로 쉽고 편리한 판매 및 효율적인 관리 가능



- ① 각 상품별 재고 관리 및 여러 상품 한 번에 등록 가능
- ② 채팅 응대, 송장 등록 등 수많은 상품 주문을 한 곳에서 해결
- ③ 다음 달까지 기다리지 않아도 판매되는 즉시 정산
- ④ 쉽게 세금계산서를 조회하고 엑셀로 다운로드 가능

향후 다양한 커머스 인프라를 단계적으로 확대하며
전문 판매자의 판로 확대와 매출 성장을 체계적으로 지원할 예정

네이버 '쇼핑 커넥트 솔루션' 출시

- 네이버 브랜드 커넥트에서 제공하는 스마트스토어 전용 크리에이터 마케팅 솔루션
- 스마트스토어 사업자도 '크리에이터 이코노미' 트렌드에 맞춰 효과적인 마케팅 진행 가능

| 쇼핑 커넥트 솔루션 서비스 |

스마트스토어 사업자가 크리에이터와 함께 상품을 홍보·판매하고
판매 실적에 따라 수익을 셰어하는 어필리에이트 솔루션

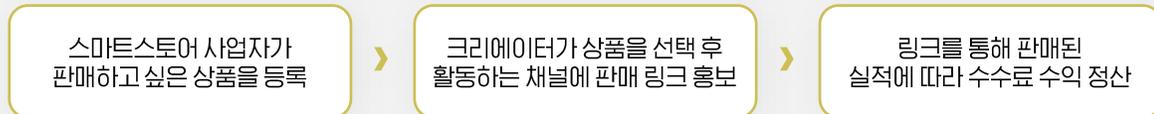
수수료 26%
109,000원
루메나 무드등 SPACE L2
링크 발급

수수료 20%
79,000원
루메나 온풍기 WARMER POT
링크 발급

수수료 17%
329,000원
발뮤다 더 라이트 L03B
링크 발급

원하는 상품의 판매 링크 발급

쇼핑커넥트 활용 방법



| 쇼핑 커넥트 솔루션 상세 내용 |

제휴 상품과 수익 공유 정책을 일괄적으로 정하는
일반적인 어필리에이트 모델과 차별화되는 경쟁력 보유

| 선택 | 상품명 상품 번호 | 판매가 판매가 | 대분류 | 판매 상태 |
|----|--|--------------------|--------|-------|
| ▶ | 베이크프렐 인더피수집 크림 80... 상품 번호: W02817123456 | 22,400원 92,000원 | 화장품/미용 | 판매중 |
| ▶ | 라간에서 500ml 단포&사탕 < 피... 상품 번호: W02817123457 | 21,850원 93,900원 | 식품 | 판매중 |

솔루션 사용 여부

스마트스토어에 판매 중인
상품 중 쇼핑 커넥트를
진행할 상품 자유롭게 선택 가능

솔루션 상품 구성

자신의 사업 모델과 방향성,
상품의 특성을 고려해 크리에이터와
제휴하고 싶은 상품 구성

수익 셰어 비율

쇼핑 커넥트로 판매 발생 시
지불할 사용료를 상품 및
상황에 맞게 직접 설정 가능

쇼핑 커넥트 리포트

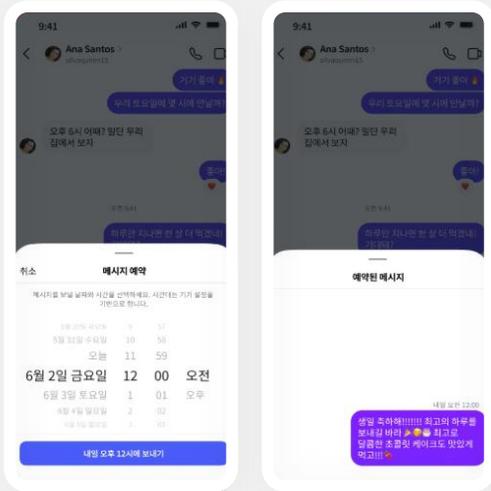
크리에이터 링크를 통해
판매된 실적을 상품 별,
크리에이터 별로 상세하게 확인

인스타그램 'DM기능' 대규모 업데이트

- 인스타그램 다이렉트 메시지(DM)에 다양한 기능 업데이트
- 전 세계 사람들과의 원활한 소통 경험 제공 및 다른 메시징 시스템과의 경쟁력 강화

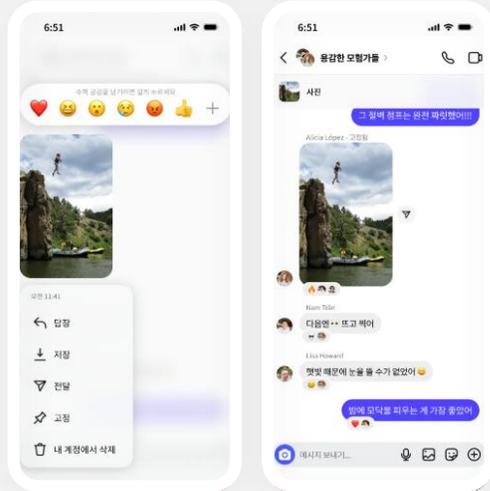
I 인스타그램 DM 업데이트 기능 I

예약전송



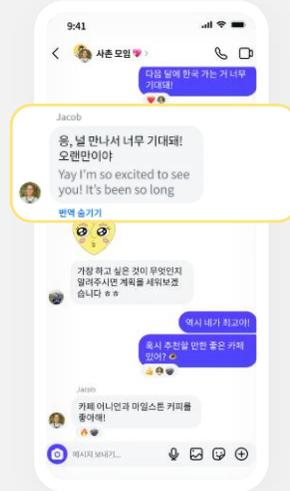
최대 29일 후까지
미리 작성한 메시지 예약 발송

메시지 고정



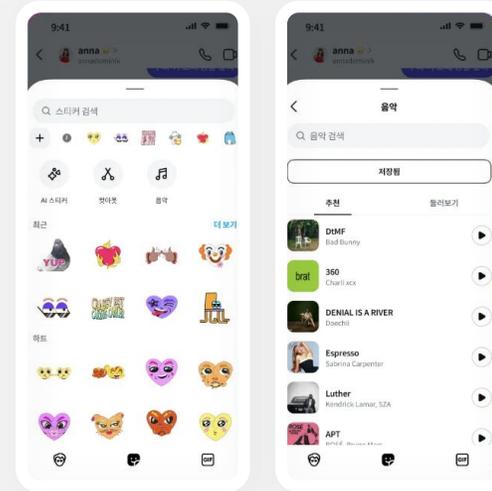
일대일 채팅이나 그룹 채팅 상단에
최대 3개의 채팅 대화를 고정할 수 있는 기능

실시간 번역



99개 언어를 지원해
개별 메시지를 실시간 번역

음악 공유



외부 앱으로 이동하지 않고도
비동기적으로 음악 공유 가능

QR 초대



QR 코드를 활용한
그룹 채팅 초대 기능 제공

■ NEW MEDIA

이달의 신규 매체 & 광고 상품을 전해드립니다.

- 호갱노노
- 키즈플레이스
- 숲

호갱노노

- 빅데이터 기반 아파트 실거래가 정보 제공 플랫폼
- 매월 390만 명이 이용해 다수에게 효과적인 광고 집행 가능

| 호갱노노 |



DAU(일일 활성 사용자 수)
53만 +

MAU(월 방문자 수)
390만 +



국내 1등 아파트실거래가 앱

매월 390만 명으로 관련 업종 내
국내 최대 규모의 월간 이용 고객수를 자랑하는 플랫폼



높은 체류 시간

약 3분의 타사 대비 높은
월간 이용 고객 체류 시간을 통한 브랜딩 효과 증대



명확한 타겟층

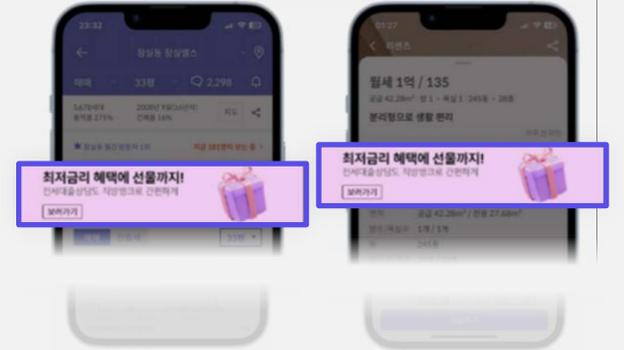
전체 이용자 중 79%가 구매 능력을 보유한 20-49세이며
남성 비율이 60%로 해당 타겟 광고에 높은 성과 보장

| 주요 광고 상품 |

스플래시



앱 배너



카테고리 특화 상품



#프리미엄 단지 마커
#분양 정보/단지 스페셜 DA

키즈플레이스

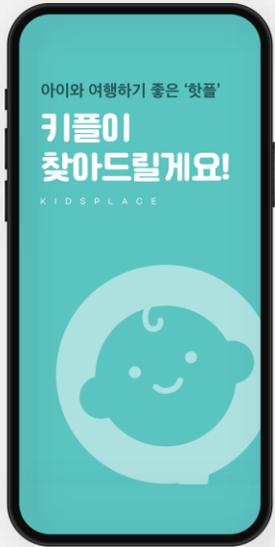
- 아이들이 자유롭게 놀 수 있는 예스키즈존과 유아 편의시설 정보를 제공하는 플랫폼
- 자녀를 둔 3040 여성 및 어린이 타겟 고객에게 집중 노출 가능

| 키즈플레이스 |



팔로우
34,320 +

앱 방문자
10,530 +



높은 광고 효과

가년의 캠페인 진행 노하우로 앱 관리 외 마케팅 팀이 맞춤 전략 제공 및 직접 운영하여 정확하고 섬세한 광고 진행



확실한 타겟층

유저 대부분이 구매 영향력이 큰 3040 여성으로 해당 사용자를 타겟으로 하는 광고에 유리



파급력 높은 유저

온라인 커뮤니티에 적극적으로 활동하는 여성들로 구성되어 캠페인 메시지를 전달하는데 탁월한 마케팅 채널

| 주요 광고 상품 |

메인배너 광고



팝업 광고



시작 팝업

종료 팝업

라스트 배너 광고



콘텐츠 배너 광고



라이브 영상 광고



기업 브랜드관



쇼

- 스트리머 방송, E스포츠 & 스포츠 공식중계, 자체 제작 콘텐츠 서비스 제공
- 인기 스트리머 월 누적시청자는 1,000만 명 이상으로 팬심이 강한 매체

| 쇼 |



DAU(일일 활성 사용자 수)
149만+

MAU(월 사용자 수)
830만+



NO.1 라이브 스트리밍 플랫폼

스트리머 방송, 공식중계, 오리지널 콘텐츠 등 1년 내내 다채로운 콘텐츠를 제공, 유저 만족도가 높은 플랫폼



2030 타겟 밀집 매체

2030 MZ세대 비중은 전체 유저의 72%로 구매력이 높은 남성 유저 & 게임 카테고리 유저에게 높은 광고 효과 보장



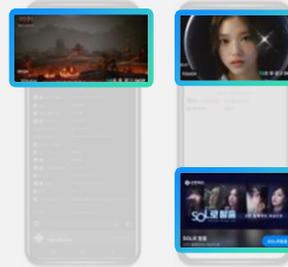
명확하고 디테일한 타겟팅

'SAM'은 버티컬 매체 최초 셀프서빙 광고 플랫폼으로 맞춤 타겟팅 및 실시간 성과 확인 가능

| 주요 광고 상품 |

모바일 광고

인스트림 풀배너



배너



CATCH 인피드



PC 광고

인스트림



배너



PC 채팅창 팝업배너



■ PROMOTION

이달의 프로모션 소식을 전해드립니다.

- 다방 25.2Q 신규 광고주 프로모션
- 페이코 2025년 1학기 프로모션
- 오늘의집 오하우스 런칭 기념 1+1 프로모션

다방 25.2Q 신규 광고주 프로모션

- 부동산 거래 주체들을 유기적으로 잇는 주거 플랫폼으로 18세부터 44세까지 다양한 연령대의 타겟을 보유하고 있는 매체
- 신규 광고주 대상 광고상품 할인 및 서비스 상품 제공

다방 광고상품



메인 팝업



매물 상세 배너



리스트 배너

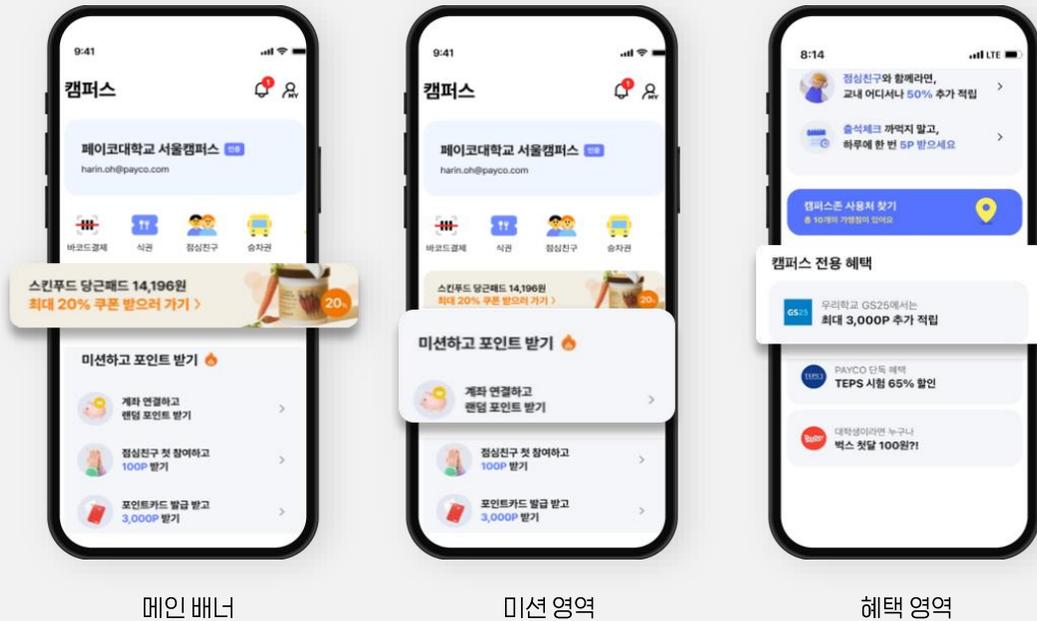
* 광고상품 일부

| 유형 | 구분 | 내용 |
|----------------------|-----------|--|
| 25.2Q 신규 광고주 프로모션 | 혜택 | <ul style="list-style-type: none"> 신규 집행 광고주 대상 1. 노출 보장 PKG 495만원 → 275만 원 2. 소재 롤링 PKG 480만원 → 300만 원 3. 메인 배너 380만원 → 200만 원 4. 매물 상세 배너 330만원 → 150만 원 위 네 상품은 모두 서비스로 메인 팝업 or 리스트 배너가 제공됩니다. |
| 기간 | ~ 25년 2분기 | |

PAYCO 페이코 2025년 1학기 프로모션

- 전국 236개 캠퍼스, 46만 대학생이 사용하는 간편 결제 플랫폼으로 20대 대학생 타겟 광고에 적합한 매체
- 첫 집행 및 특정 패키지 구매 광고주 대상 서비스 상품 제공

페이코 광고상품



메인 배너

미션 영역

혜택 영역

* 광고상품 일부

| 유형 | 구분 | 내용 |
|----------------|-------------|---|
| 2025년 1학기 프로모션 | 1+1 라이브 | 1. 첫 집행 광고주 대상 2. 광고 게재 기간 2배 제공 (ex. 1주 구매 시 1주 무상 게재 제공) |
| | 혜택 | 1. 노출 극대화 패키지 구매 광고주 대상 2. APP PUSH 1회 무상 발송 - 논타케팅 기준 15만 건 발송 |
| 기간 | 25년 4월 ~ 8월 | |

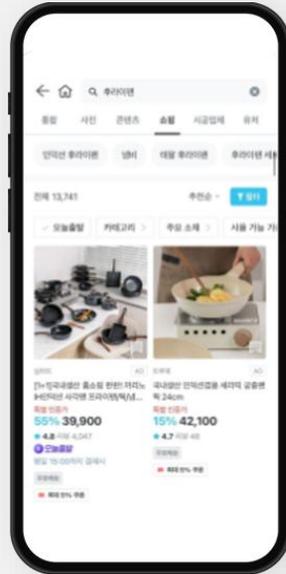
오늘의집 **오늘의집 오히우스 런칭 기념 1+ 프로모션**

- 3천만 이상의 다운로드 수를 기록한 국내 슈퍼앱으로 키워드 타겟팅 및 다양한 유저 풀 커버 등을 통한 광고 노출이 가능한 매체
- 5월 연휴 기간 중 3만 원 이상 유상 광고비 소진 시 무상 포인트 지급

오늘의집 광고상품



스타일링샷 포맷



상품 썸네일 포맷

| 유형 | 구분 | 내용 |
|--------------------|-------------------|---|
| 오히우스 런칭 기념 1+ 프로모션 | 광고 포인트 지급 | <ul style="list-style-type: none"> ▪ 운영 기간 중 3만 원 이상 유상 집행 시, 일수 비례로 무상 포인트 지급 (ex. 6일 → 18만원) |
| | 참고 사항 | <ol style="list-style-type: none"> 1. 소진 광고비 집계 대상은 오히우스애즈에 한함 * 상품광고/퍼포먼스 DA 제외 2. 무상 포인트는 5월 연휴 종료 후 1주일 이내 지급 예정 3. 오늘의집 공식대행사 이루다마케팅 통해 문의 |
| 기간 | 25년 5월 1일 ~ 5월 6일 | |

2025.5

MARKETING CALENDAR



| SUN | MON | TUE | WED | THU | FRI | SAT |
|---------------------------|--------------------------|---------------|--------------------|----------------------|------------------|--|
| | | | | 1 근로자의 날 | 2 연차쓰기 좋은 날 | 3 |
| 4 | 5 입하 부처님 오신 날 어린이날 | 6 대체공휴일 | 7 | 8 어버이날 | 9 | 10 바다식목일 세계 철새의 날 양잠인의 날 유권자의 날 |
| 11 동학농민혁명 기념일 입양의 날 | 12 국제 간호사의 날 | 13 | 14 식품안전의 날 로즈데이 | 15 세종대왕 탄신일 스승의 날 | 16 | 17 |
| 18 5·18민주화운동 기념일 | 19 발명의 날 성년의 날 | 20 세계인의 날 | 21 소만 부부의 날 | 22 국제 생물다양성의 날 | 23 희귀질환 극복의 날 | 24 |
| 25 | 26 | 27 우주항공의 날 | 28 | 29 | 30 | 31 단오 바다의 날 세계 금연의 날 |

AI EXPO KOREA 2025 국제인공지능대전 (14일~16일)

KOBA 2025(제133회) 국제 방송 미디어 융합 조명 전시회 (20일~23일)

2025 서울국제화장품미용산업박람회, 국제건강산업박람회 (코스모스뷰티서울, 헬스&뷰티워크)

이 달의
HOT 키워드

마케팅 #어린이날 #어버이날 #스승의날 #성년의날

행사 #봄꽃 축제 #불꽃 축제

패션 #나그랑 #그래픽 티셔츠 #뉴트럴룩

맘 #누가 죽였을까? #부리부리 #음식취향테스트

이달의 유행템 #실비한우곱짬닭 #스트레스볼



MAY
2025



T R E N D
M E D I A
R E P O R T

문의하기

adure

E . O . D