



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

JUL
2 0 2 5

■ TREND ISSUE

디지털 마케팅 전략 수립에 도움되는 주요 업종별 트렌드를 전해드립니다.

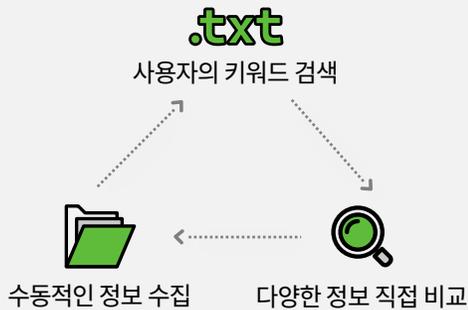
- 생성형 AI가 뒤흔친 검색 포털 시장과 새로운 과제를 얻은 마케팅 업계
- 진짜 소비를 이끄는 가상 인물 '버튜버 전성시대'
- MZ세대에 힘입어 성장하는 운세 시장

'검색'에서 '질문'으로, 검색 포털에서 AI로 넘어간 사용자들

- 생성형 AI, 기존 검색 엔진의 단점 해결 및 효율성까지 갖춰 새로운 경쟁자로 급부상
- AI 뿐만이 아닌 유튜브, 인스타그램 등 정부 수집 형태가 다양화되어 국내 검색 포털 점유율 하락세

| 생성형 AI, 검색 포털 경쟁자로 부상 |

기존 검색 엔진 이용 프로세스



기존 검색 엔진의 문제점

- 검색 정보의 맥락을 무시하여 원하는 정보가 나올 때까지 서칭 필요
 - 정보 탐색 시 사용자의 알고리즘 영향으로 무작위 정보가 노출되어 검색 품질 저하
- 사용자의 정보 습득 효율성 저하**

검색 포털의 경쟁자로 부상한 생성형 AI

* 챗GPT 기준

- 2022.11 출시 및 유료 사용자 제공
- 2024.12 모든 로그인 사용자에게 제공
- 2025.02 모든 사용자에게 제공

대중화



사용자는 검색 포털 대신 생성형 AI를 정보 수집 도구로 활용

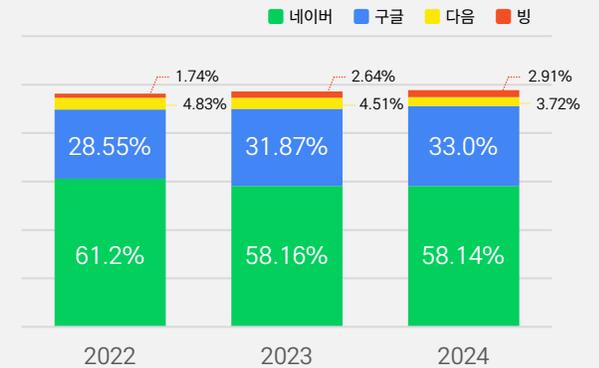
사용자 질문의 맥락을 빠르게 이해하고 정보를 요약해 정보 탐색 효율성 증대

| 검색 포털, 이대로 추락하나? |

생성형 AI 외에 활용되는 정보 탐색 도구

- 유튜브**
생동감 있는 리뷰나 설명이 필요한 음식·요리, 게임, 음악·공연, 여행 등을 간접적으로 체험하기 위해 사용
- SNS 및 커뮤니티**
수시로 정보가 업데이트되는 연예인·셀럽, 뷰티·화장품 등의 정보는 바이럴이 빠른 플랫폼 이용

하락세의 국내 검색 포털 연도별 점유율



기존 검색 포털에 대한 우려와 대응



사람들이 생성형 AI 뿐만 아니라도 각종 SNS나 커뮤니티를 통해서 원하는 정보를 얻고 있으니, 검색 포털 시대는 곧 끝날 수도 있겠네요?



정보 탐색 환경이 다양해져 점유율이 하락세지만 아직까지 SNS와 커뮤니티는 주로 재미 중심의 소비 비중이 더 높고, 각 사에서는 AI를 개발·도입 중이라 오히려 보완적인 관계에 가깝습니다.

* 업계 관계자 (네이버)

검색 포털 간 AI 경쟁과 마케팅 패러다임 전환

- 국내 TOP4 검색 포털 4사의 치열한 AI 기술 경쟁에 이용자는 편리한 정보 습득과 민감한 정보 유출 등과 같은 우려를 동시에 직면
- AI 검색으로 달라진 검색 포털 환경, 마케터는 AI가 인용할 수 있도록 콘텐츠 구조화 필요

| 검색 포털, AI 기술 자체 개발 및 도입에 대한 장단점 |

국내 TOP4 검색 포털별 AI 기술 및 주요 특징

 <p>네이버 '하이퍼클로바X'</p> <ul style="list-style-type: none"> • AI 브리핑 - 검색 결과 요약 - 한국어 특화 검색 - 멀티 모달 계획 - 시간대별 맞춤 분석 	 <p>구글 '제미나이 2.5'</p> <ul style="list-style-type: none"> • AI 모드 - 대화형 검색 - 멀티 모달 - 에이전트 기능 - 쇼핑 통합 	 <p>카카오 다음 '카나나 AI'</p> <ul style="list-style-type: none"> • 카나나 어프(BETA) - 대화 참여 및 학습 - 내용 요약 - 일정 관리 - 장소 추천 	 <p>MS Bing '코파일럿'</p> <ul style="list-style-type: none"> • GPT-4 기반 - 2가지 모드(검색/대화) - 내용 요약 - 부적절한 대화 시 스스로 대화 중단
---	--	---	--

생성형 AI 정보 탐색의 장단점

<p>친근한 인터페이스로 접근성·편리함 증대</p> <p>👍</p>	<p>의도와 맥락을 파악해 관련성 높은 답변 제공</p> <p>👍</p>	<p>잘못된 정보 유포로 혼란 발생</p> <p>👎</p>	<p>민감한 정보 유출 가능성</p> <p>👎</p>
<p>내용을 요약·정리하여 쉽게 이해 가능</p> <p>👍</p>	<p>이미지·PDF 등 문서 분석도 가능</p> <p>👍</p>	<p>사용자의 과한 의존으로 비판적 사고 능력 약화</p> <p>👎</p>	<p>대규모 실업 등 사회적 혼란</p> <p>👎</p>

| AI 검색으로 인한 마케팅 업계의 변화 |

검색 포털의 AI 도입 전후 비교

구분	AI 검색 도입 전	AI 검색 도입 후
사용자 행동	다양한 사이트에 직접 방문 후 정보 습득	관련 정보가 요약되어 사이트 클릭 불필요
검색 결과	사용자 알고리즘에 맞춘 링크 나열	AI 요약 및 일부 출처 링크 첨부
콘텐츠 전략	상위 노출을 통한 클릭 유도	AI가 인식할 수 있는 구조적인 콘텐츠 필요
성과 측정	클릭을 통한 유입량, 전환율 중심	AI 검색 내 인용 여부 중심

마케터가 직면한 과제와 전략 변화

AI가 신뢰할 콘텐츠를 제작하여 검색 결과에 우선으로 노출되도록 설계

- 기존 검색 엔진 최적화(SEO)에서 AI 답변형 검색 최적화(AEO)로 전환
- 단순 클릭 유도 전략에서 브랜드를 직접 언급하며 검색하도록 유도해 노출 증대
- AI가 신뢰할 수 있도록 고품질·최신성·전문성을 갖춘, 출처 기반의 콘텐츠 제작

디지털 세상의 새로운 얼굴, **버추얼 휴먼**

- 인공지능과 컴퓨터 그래픽으로 구현한 버추얼 휴먼은 실사형과 캐릭터형으로 구분되어 다양한 분야에서 활용
- 관심도가 버추얼 인플루언서에서 버튜버로 전환되며, 2030년엔 버튜버 시장 규모 17조 원 돌파 전망

| 가상의 얼굴, 버추얼 휴먼의 등장 |

버추얼 휴먼이란?

가상의 뜻을 담은 'Virtual'과 인간을 뜻하는 'Human'을 조합한 신조어로 실제 인간이 아닌 인공지능과 컴퓨터 그래픽을 통해 구현한 가상 인간

버추얼 휴먼 종류

실사형 버추얼

정교한 피부결, 표정, 동작 구현 등 실제 사람과 흡사하게 제작

장점

현실과 유사한 몰입 경험 제공, 실존 인물 대체 모델로 활용

주 활용 사례

인플루언서, 광고 모델, 브랜드 홍보대사

예시

로지, 래아킴, 릴 미켈라

캐릭터형 버추얼

만화/게임 혹은 상상 속 캐릭터에 가까운 2D, 3D 형태의 애니메이션풍 디자인

장점

세계관 기반의 콘텐츠 확장, 팬덤 중심 커뮤니티 형성 가능

주 활용 사례

버튜버(버추얼 유튜버), 스트리머, 메타버스 아이돌

예시

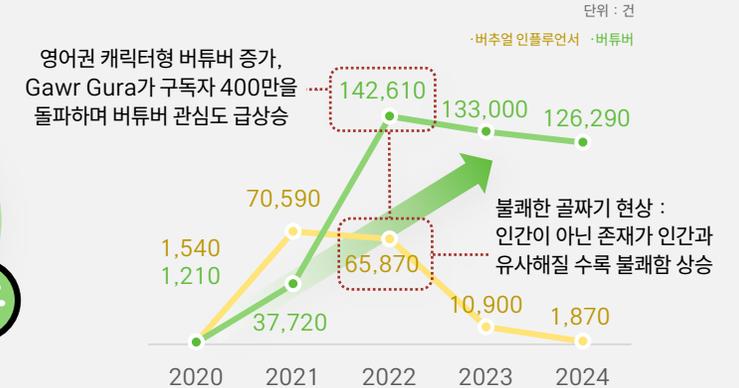
홀로라이브, 이세계 아이돌

| 빠르게 성장하는 버추얼 휴먼 유튜버[버튜버] 시장 |

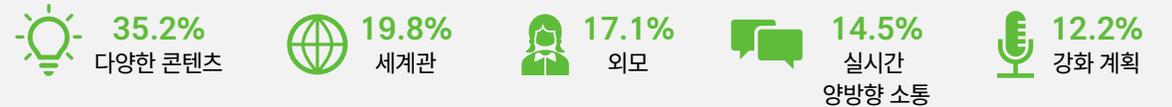
글로벌 버튜버 시장 규모



국내 버추얼 활용 사례별 검색량



버튜버의 매력 요소



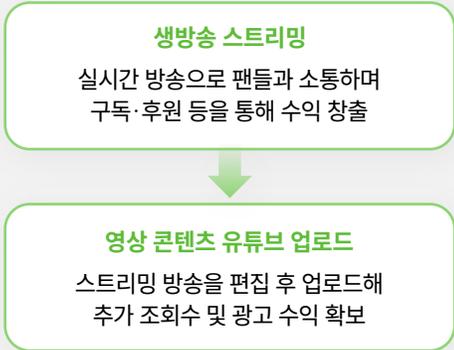
초기엔 버추얼 인플루언서가 주도하던 시장 흐름이 실시간 소통과 콘텐츠 확장성에 강한 버튜버로 점차 넘어가는 추세

콘텐츠 생태계를 흔드는 버튜버의 파급력

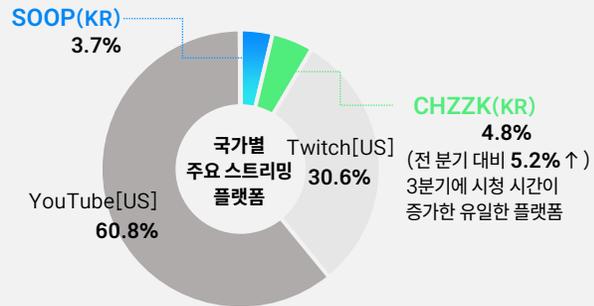
- 버추얼 시장이 빠르게 성장하면서 국내 주요 스트리밍 플랫폼 각 경쟁 본격화
- 충성도 높은 팬덤과 높은 광고 효율로 버튜버 마케팅 주목

| 국내 스트리밍 플랫폼, 버추얼 전략 가속화 |

버튜버 활동 프로세스



전세계 버튜버 플랫폼별 시청 시간



SOOP vs 치지직 버추얼 주도권 경쟁

숲 (SOOP)

고가의 장비 없이 모바일 기기로도 방송 가능한 '모바일 버추얼 모드' 및 3D 아바타 제작을 지원하는 '버추얼 메이크오버 시즌1' 운영

VS

치지직 (CHZZK)

고품질 콘텐츠를 제작할 수 있는 버추얼 콘텐츠 특화 스튜디오 '모션스테이지'로 스트리머들의 3D 콘텐츠 제작 편의 지원

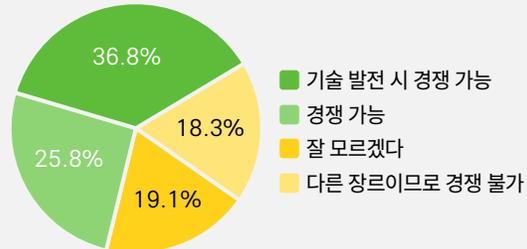
버추얼 콘텐츠 생태계의 주도권을 놓고 각 스트리밍 플랫폼이 3D 기술력 강화 및 지원 확대 중

| 마케팅 업계에서 주목하는 버튜버 |

버튜버 마케팅 사례

버튜버	마케팅 사례
플레이브 X 메디힐	버추얼 아이돌 플레이브와의 협업을 통한 콜라보 제품 출시 및 이색 체험 콘텐츠 팝업스토어 운영
이세계 아이돌 X 두점	버튜버 겸 버추얼 걸그룹인 이세계 아이돌과 콜라보 해 CM송 제작 및 다양한 굿즈 기획으로 큰 화제
홀로라이브 X 넷마블	수집형 RPG '신의 탑: 새로운 세계' 내 일본 버추얼 유튜버 그룹 홀로라이브 소속 버튜버가 신규 캐릭터로 등장

버튜버와 사람 유튜버 경쟁도



버튜버 마케팅 장단점

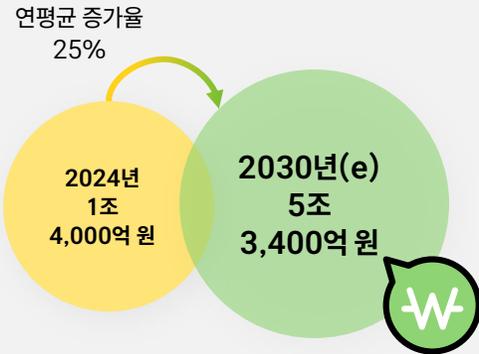
- 장점**
 - 디지털에 익숙한 MZ세대 타겟 공략 가능
 - 충성도 높은 커뮤니티로 브랜드 인지도 증대
 - 실제 모델 대비 적은 비용 부담 및 높은 마케팅 효과
- 단점**
 - 세대 간 온도차로 브랜드 신뢰성 하락 우려
 - 버튜버는 팬덤이 핵심, '빨간약'(과거 행적·실제 노출) 노출 발생 시 브랜드 훼손 위험

MZ세대와 함께 다시 떠오른 운세 시장

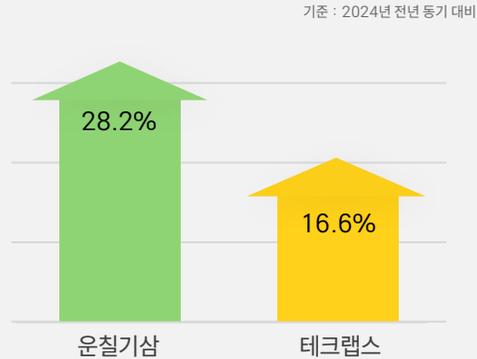
- 운세 시장은 꾸준히 성장 중이며, 특히 MZ세대가 핵심 이용층으로 자리잡으며 소비 확산을 주도
- 팬데믹 이후, 정서적 위안과 자기 탐색의 수단으로 자리 잡으며 일상 콘텐츠로 확장

| 운세 시장 성장을 이끄는 MZ세대 |

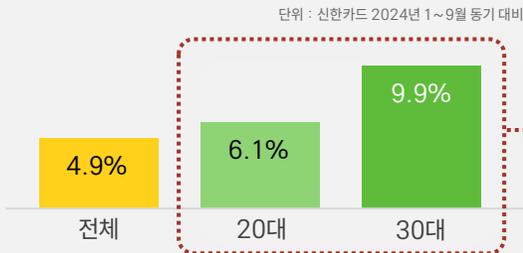
운세 시장 규모 추정



주요 운세 플랫폼 월 이용자 증가율



운세 가맹점 이용 건수 증가율



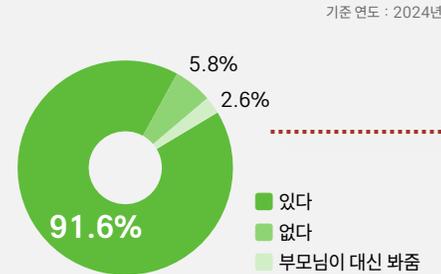
운세 서비스 '포스텔러' 주 이용 세대



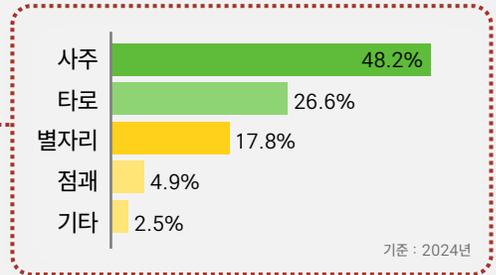
| MZ세대가 운세에 빠지는 이유 |

MZ세대 운세 관심도

운세 경험 여부



경험해 본 운세의 종류



MZ세대의 운세 서비스 이용 이유



팬데믹 이후, 심리적 공백과 미래 불안 속 MZ세대의 위안과 자기 탐색 수단으로 자리한 운세

사주·타로도 비대면으로... 온라인 운세 콘텐츠 확산

- 과거 오프라인 위주였던 운세 소비가 온라인으로 전환되며 서비스 형태 다양화
- 다양한 브랜드가 운세 마케팅을 펼치며 긍정적 인식이 확산되는 가운데, 심리를 악용하는 사례도 늘고 있어 균형 잡힌 활용 필요

| 변화하는 운세 소비 방식 |

운세에 대한 소비자 인식 변화

Before

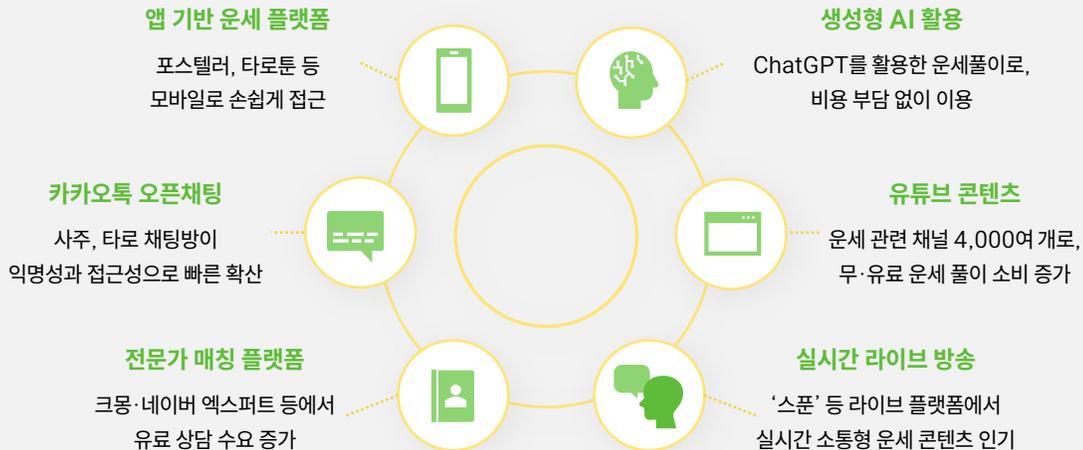
운세는 오프라인으로
'직접 찾아가서 보는 것'이라는 인식



After

팬데믹과 모바일 기기 대중화로 인해
비대면 운세 소비 가속화

다양화된 운세 서비스 형태



| 운세 마케팅 확산과 소비자 인식 |

운세 활용 마케팅 사례

<p>바나프레소 '운세 라벨'</p>	<p>KBO '태그미 럭키 키링'</p>	<p>세븐일레븐 X 포스텔러</p>
<p>음료 주문 시 라벨지에 '오늘의 운세' 메시지가 제공되어 SNS를 통한 공유 확산</p>	<p>프로야구 리그 KBO에서 '오늘의 운세' 확인이 가능한 NFC가 삽입된 키링 판매</p>	<p>편의점과 운세 플랫폼의 협업으로 도시락 2종과 빵 1종 패키지에 무료사주 QR코드 게재</p>

운세 서비스에 대한 인식

기준연도 : 2022년



긍정

- '마음의 안정에 도움'(81.0%),
- '사회가 불안할수록 찾게 된다'(79.9%)
- '조언 삼아 참고할 만하다'(74.0%)



부정

- '운세를 잘 믿지 않는다'(52.1%),
- '맹신하는 사람은 한심하다'(37.5%)
- '디지털 시대에 불필요하다'(18.2%)

불확실한 시대에 운세는 심리적 공감의 도구로 자리 잡고 있지만, 소비자의 불안 심리를 악용하는 사례도 늘고 있어 맹신보다는 적절히 활용하는 태도 필요

■ MEDIA ISSUE

이달의 미디어 & 광고 매체 이슈를 전해드립니다.

- 카카오 쉬운광고의 첫 광고 상품 '우리 매장 알리기'
- AI 개발 앱 'AI 옛지 갤러리' 공개
- 11번가, 판매자 전용 모바일앱 출시

카카오 쉬운광고의 첫 광고 상품 ‘우리 매장 알리기’

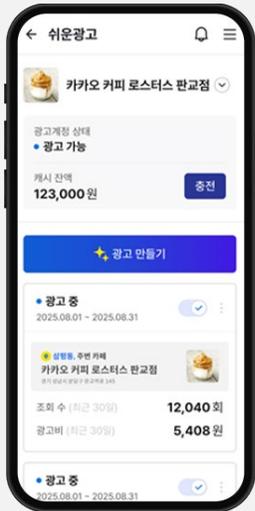
- 1인 사업자도 직접 제작할 수 있는 ‘쉬운광고’의 첫 광고 상품 ‘우리 매장 알리기’ 출시
- 광고 진행에 익숙하지 않은 소상공인도 쉽고 효율적으로 매장 홍보 가능

| ‘우리 매장 알리기’ 광고 |

모바일 환경에서 쉽게 광고 제작이 가능한 카카오 광고 플랫폼 ‘쉬운광고’의 첫 광고 상품으로 카카오맵에 등록된 매장을 이용자에게 직접 안내 가능

| ‘우리 매장 알리기’ 노출 지면 |

실제 내 매장 위치를 기반으로 전 국민이 사용하는 카카오톡 및 카카오맵 검색결과 내 매장 광고를 노출해 매장 방문 유도



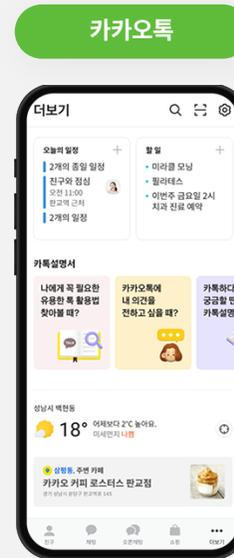
자동 소재 생성



즉시 광고 집행



성과 리포트 알림톡 무료 제공



더보기 탭 하단 노출



첫화면 등 여러 광고 영역 노출

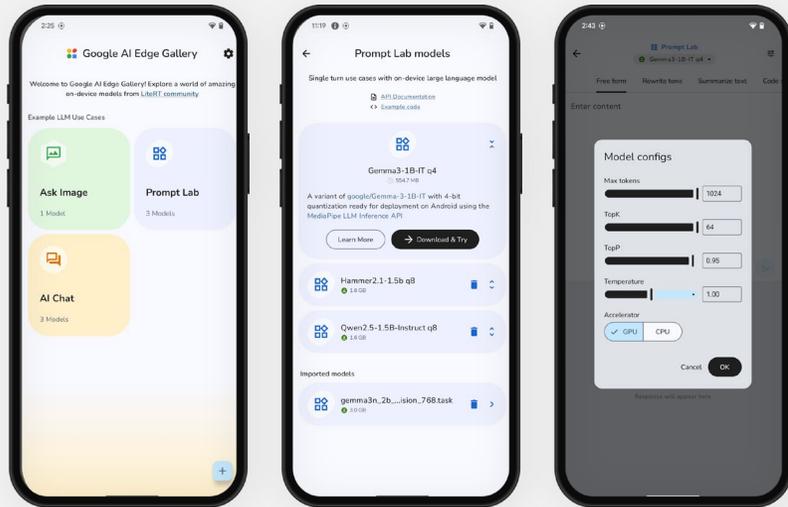
검색 결과 최상단 노출

구글 AI 개발 앱 'AI 엣지 갤러리' 공개

- 모바일에서 인터넷 연결 없이 생성형 AI 모델을 사용할 수 있도록 지원하는 앱
- 이용자들의 정보 보호 및 차별화된 AI 서비스 이용 경험 제공

| AI 엣지 갤러리 서비스 |

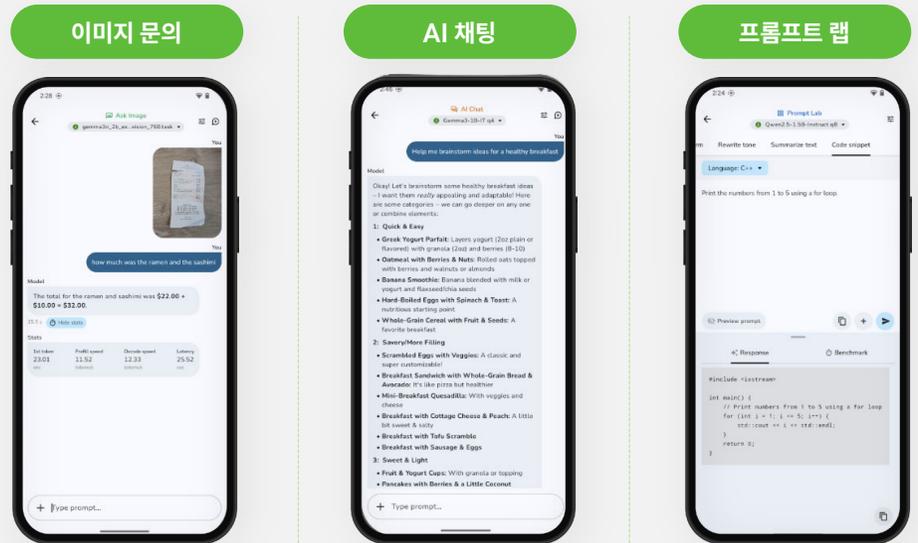
인터넷 연결 없이 오프라인 상태에서 AI 모델을 사용할 수 있는 앱으로 민감한 데이터를 서버로 보내지 않아도 되어 보안성이 높음



오픈소스 커뮤니티 허깅페이스에 올라온 다양한 모델을 손쉽게 다운로드하고, 간편한 AI 모델 전환을 통해 성능을 비교하며 활용 가능

| 주요 기능 |

앱 내 다양한 기능을 제공해 사용자가 온디바이스 AI의 실제적인 활용과 성능을 깊이 있게 경험 가능



이미지를 업로드하고 해당 이미지 관련 질문할 수 있는 기능

다중 턴 대화 시스템으로 보다 자연스럽고 연속적인 상호작용

단일 작업 기반 요약 및 텍스트 재작성 작업 수행

11번가, 판매자 전용 모바일앱 출시

- 스마트폰으로 상품 등록부터 실시간 결제까지 확인 가능한 판매자 전용 모바일 앱
- 신속한 고객 응대 활동 지원을 통한 판매자 활동성 및 고객 만족도 상승

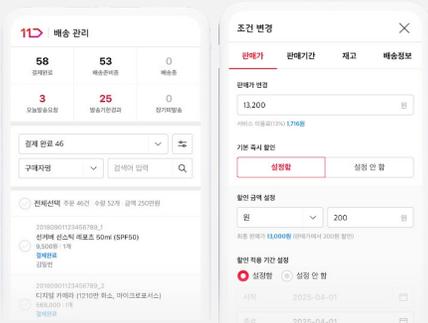
| 11번가 '셀러오피스' 서비스 |

판매자들이 손쉽게 판매관리 활동을 할 수 있도록 셀러 전용 앱을 출시해 판매자의 운영 효율 및 매출 성장 기대

| UI (사용자 인터페이스) 구성 |

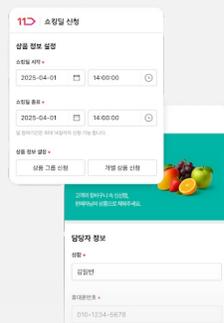
기존에 제공해 온 모바일 웹 방식에서 디자인 개선 및 편의성을 강화해 판매자 지향적 플랫폼으로 진화

주문 관리



신규 상품 실시간 상품 조회·수정 및 결제 취소·반품·교환 처리 바로 가능

다양한 마케팅 활동



11번가 대표 프로모션 '월간 십일절' 및 버티컬 서비스 신청·관리 가능

데일리 리포트



실시간 판매 현황 및 하루 두 번 판매 실적 정리 리포트 제공



- 11톡**
고객과 판매자의 실시간 소통 메신저
- 상품 Q&A**
상품 관련 궁금증을 주고받는 문의 기능
- 긴급알리미**
11번가 고객센터 긴급 메시지
- 고객과의 신속한 소통을 중요시하는 판매자의 의견을 반영해 해당 기능 앱 최상단 배치

■ NEW MEDIA

이달의 신규 매체 & 광고 상품을 전해드립니다.

- 케어파트너
- 오이
- 티맵

케어파트너

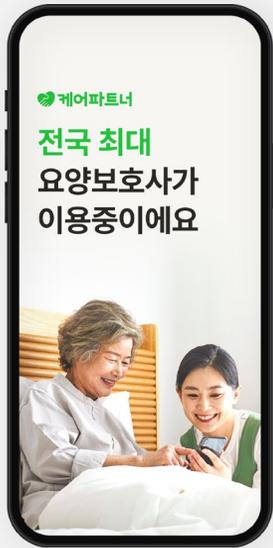
- 국내 최대 요양일자리 서비스로 14만 명 이상의 중장년 고객
- 3천개 이상의 요양기관이 이용하는 요양보호사 구인구직 플랫폼

| 케어파트너 |



가입 회원
14만 +

일 방문자
1만 +



높은 이용률

가입 회원 14만 명, 월 방문자 10만 명 이상으로
요양일자리 관련 서비스 중 국내 최대를 자랑하는 플랫폼



국내 유일 5060 중장년 타겟팅

14만 명 이상 중장년 회원을 보유하고 있으며
성별, 연령, 지역별 타겟팅 광고가 가능해 높은 광고 효과 보장

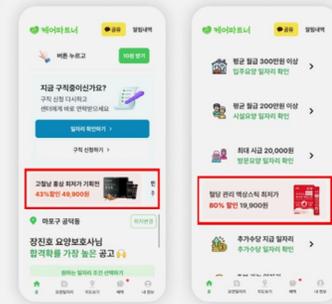


효과적인 광고 노출

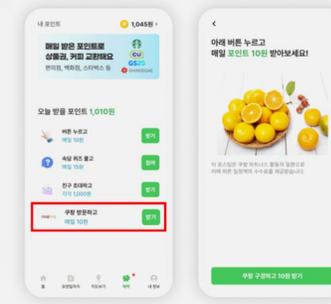
케어파트너 자체 데이터 분석을 실행해
가장 효과적으로 홍보할 수 있는 다양한 구좌 제공

| 주요 광고 상품 |

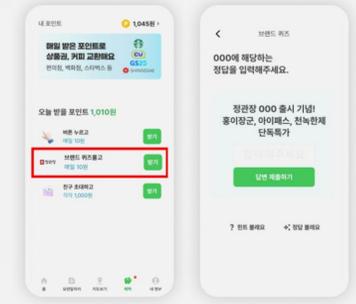
배너 광고



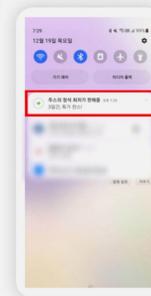
이벤트 아이템



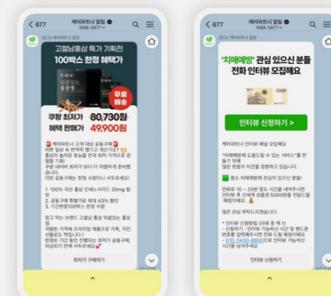
브랜드 쿠키



앱푸시



카카오톡 친구톡



LMS (문자)



오이

- 25만 명이라는 다수의 유저를 보유하며 회원 99%가 4060세대
- 구매 능력을 보유한 액티브시니어를 타겟하기 적합한 플랫폼

| 오이 |



총 가입자 수
25만 +

4060세대 회원 비율
99%



1등 액티브시니어 취미 플랫폼

4060세대를 타겟으로 한 취미 기반 모임 플랫폼으로 25만 명이라는 다수의 유저를 보유하여 높은 광고 효과 기대



명확한 타겟팅

가입 회원 비율의 99%를 차지하는 4060세대의 구매 능력을 보유한 중장년층 유저에게 집중 노출 가능



다양한 고객군

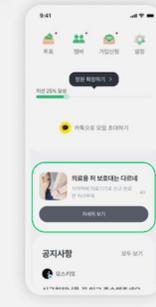
등산, 골프, 공예, 여행, 악기 등의 취미 활동을 즐기는 유저를 타겟으로 하는 다양한 업종 광고 가능

| 주요 광고 상품 |

리스트 배너



고정 배너



피드형 배너



모임 홈

모임찾기 탭

모임피드 탭

썸네일 배너



모임찾기 탭

팝업 배너



앱 종료시

티맵

- 대한민국 운전자 100명 중 78명이 가입한 국내 대표 위치기반 서비스
- 막강한 사용자 기반의 타겟팅 툴을 통해 강력한 광고 효과 기대

| 티맵 |



총 가입자 수
2300만 +

DAU(일일 활성 사용자 수)
600만 +



압도적 1위 내비게이션 서비스

대한민국 100명 중 78명이 가입한 서비스로
최대 사용자를 보유하여 높은 광고 효과 기대 가능



정확한 타겟팅

가입 회원 비율의 76%를 차지하는 3050세대의
구매 능력을 보유한 남성 유저에게 집중 노출 가능

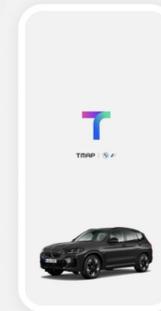


다양한 Targeting Tool

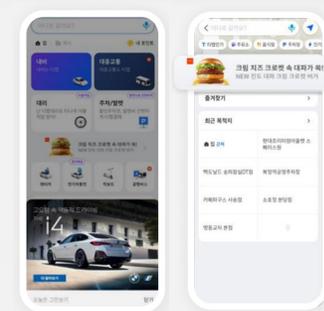
SKT와 TMAP 통계 데이터에 모네타이제이션
클라우드 서비스를 더해 정밀한 광고 집행 가능

| 주요 광고 상품 |

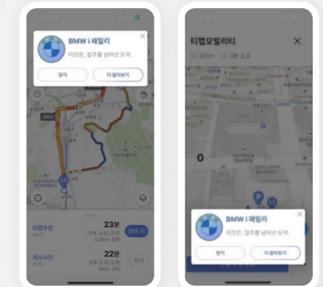
스플래시



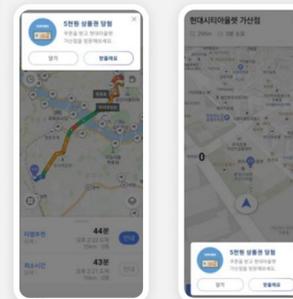
이미지 배너



네이티브 광고



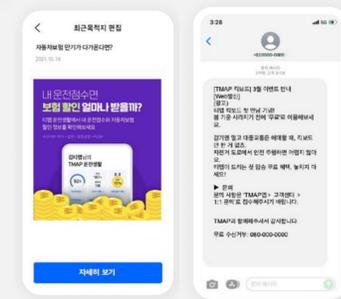
쿠폰형



음성 광고



애플시·문자



■ PROMOTION

이달의 프로모션 소식을 전해드립니다.

- SOOP 런칭 무상지원 프로모션
- 캐시워크 돈버는인증 챌린지 프로모션
- 홈쇼핑모아 생방송 패키지 노출 2배 프로모션

SOOP SOOP 런칭 무상지원 프로모션

- 국내 최초 NO.1 라이브 스트리밍 플랫폼으로 월 누적 시청자 1천만 명을 넘는 강력한 팬층이 특징인 매체
- 런칭 기념 게임/비게임 신규 및 기존 광고주 서비스율 적용

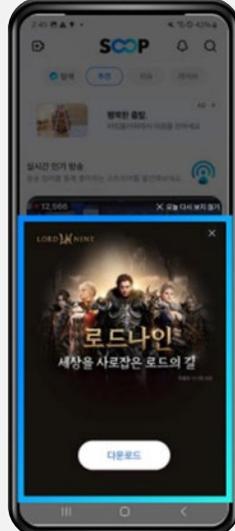
SOOP 광고상품



인스타그램 MO



플레이어배너 MO 풀배너형



인트로배너 MO 이미지형

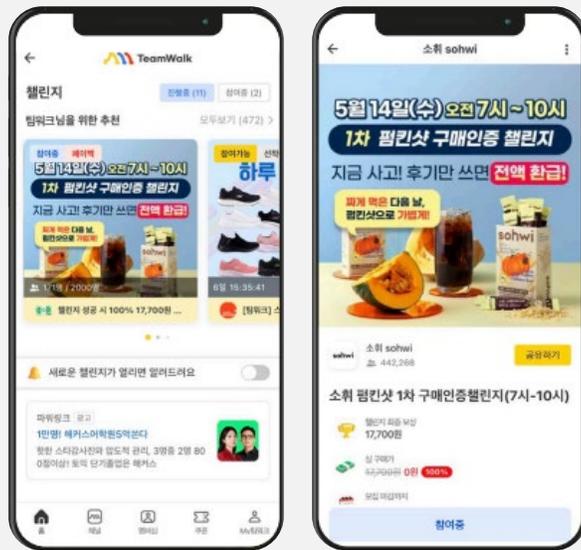
* 광고상품 일부

유형	구분	내용
SOOP 런칭 무상지원 프로모션	비게임 신규 광고주 특별 혜택	<ul style="list-style-type: none"> • 서비스율 100% <ul style="list-style-type: none"> * 최대 1억 원 * 프로모션 기간 내 선착순 5개 광고주
	런칭 기념 서비스율 혜택	<ol style="list-style-type: none"> 1. 게임 광고주 <ul style="list-style-type: none"> - 신규 : 20% 적용 - 기존 : 15% 적용 2. 비게임 광고주 <ul style="list-style-type: none"> - 기존 : 50% 적용
기간	~ 25년 7월 18일	

cashwalk 캐시워크 돈버는인증 챌린지 프로모션

- 다양한 형태의 광고로 리워드를 받을 수 있는 앱으로, 3040 여성 유저의 고객 참여도가 높은 매체
- 출시 기념 운영 수수료 무상 지원 및 랭킹 1위 달성 보장

캐시워크 광고상품



챌린지 모집 배너

유형	구분	내용
캐시워크 돈버는인증 챌린지 프로모션	상품 소개	<ul style="list-style-type: none"> • 돈버는인증 챌린지 - 제품 구매부터 리뷰까지 인증 시 유저에게 제품 전액 페이백해 주는 상품
	혜택	<ol style="list-style-type: none"> 1. 대상 - 올리브영 입점 업체 2. 혜택 - 최초 1회 운영 무상 지원 - 랭킹 1위 보장
기간	~ 25년 이내	

홈쇼핑모아 생방송 패키지 노출 2배 프로모션

- 다수의 방송 채널과 제휴를 맺은 홈쇼핑 특화 매체로 주 사용층인 30~50대를 대상으로 하는 광고에 적합한 매체
- 특정 상품 패키지 집행 시 노출 지면 및 푸시 메시지 추가 제공

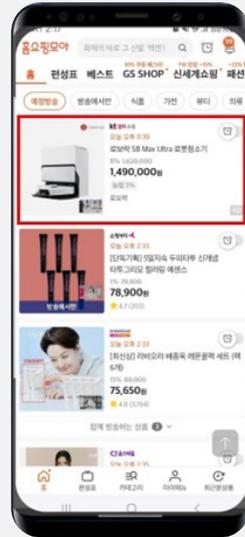
홈쇼핑모아 광고상품



전면 팝업



생방송 1순위



예정 방송상품

* 광고상품 일부

유형	구분	내용
홈쇼핑모아 생방송 패키지 노출 2배 프로모션	혜택	1. 대상 - 생방송 패키지 스탠다드 이상 집행 광고주 2. 혜택 - 사전 노출 지면 1일 추가 제공 - 푸시 메시지 모수 더블 발송
기간	~ 25년 8월 31일	

2025.7

MARKETING CALENDAR



SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT
		1	2	3 세계 일회용 비닐봉투 없는 날	4	5
6	7 소서	8	9 정보보호의날	10	11 세계 인구의날 2025 KBO 올스타전	12
13	14 북한이탈주민의 날	15	16	17 제헌절 2025 라인-루르 하계세계대학경기대회 (16일~27일)	18	19
20 초복	21	22 대서	23	24	25	26
27 유엔군 참전의 날	28	29 중복	30	31		

이달의
HOT 키워드

마케팅 #여름 마케팅 #맘 챌린지 마케팅

행사 #워터밤 #위키드 내한 #2025 펫쇼코리아

패션 #레인부츠 #강강스커트 #버뮤다팬츠

맘 #안녕하세요 〇〇입니다 #하롤라라

이달의 유행템 #가나디바나우유 #컵빙수



JUL
2025



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

문의하기

adure

E . O . D .