



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

AUG
2 0 2 5

■ TREND ISSUE

디지털 마케팅 전략 수립에 도움되는 주요 업종별 트렌드를 전해드립니다.

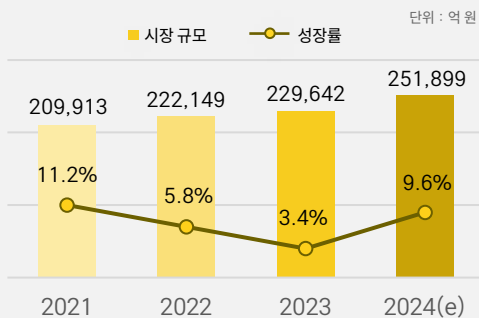
- OTT에 뺏긴 게임 유저들, 게임 업계가 선택한 제2 수익원은?
- 창작 생태계를 무너뜨리는 불법 복제 시장
- 트렌드의 중심이 된 브랜드들의 놀이터, 성수

팬데믹 호황 끝, 국내 게임 산업에 드리운 먹구름

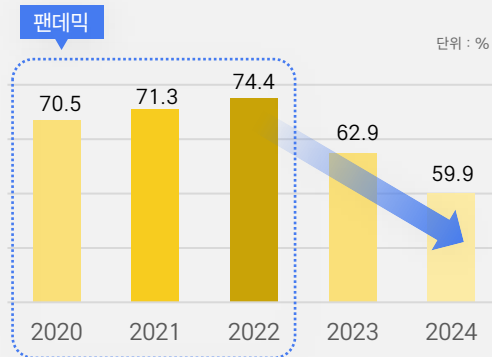
- 팬데믹 이후, 현대인의 여가 활동 현황으로 본 게임 시장의 쇠퇴와 영상 콘텐츠 시장의 성장
- 국내 게임사, 산업 침체에 맞서 기존 유저 유지 및 신규 유저 유입을 위한 전략 시행

| 점점 시들어가는 게임 산업 |

국내 게임시장 전체 규모 및 성장률

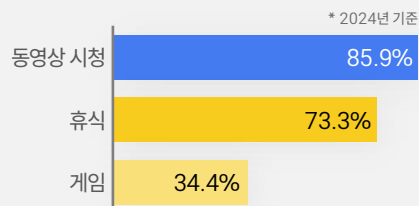


국내 게임 이용률 추이



전체 시장 규모는 지속적으로 성장 중이나 성장률은 저조하며, 이용률은 팬데믹 시기를 정점으로 점차 감소 중

현대인들의 주중 여가 활동 현황



■ OTT vs 게임

팬데믹 이후, OTT는 다양한 오리지널 콘텐츠와 편리함으로 이용률이 꾸준히 높은 데 반해 게임은 치열한 경쟁으로 인한 피로감, 웹툰/웹소설 등으로 분산된 관심도 등으로 이용률 하락 중

| 게임 산업이 선택한 유저 대상 투트랙 전략 |

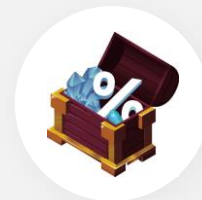
서비스 개선을 통한 기존 유저 유지



고전 게임 업데이트
기존 유저에겐 향수 자극을,
신세대에겐 새로운 경험 제공



모바일·콘솔 강화
PC에서 벗어나
고품질 게임 투자 증가



과금 구조 개선
과금 방식 단순화 및
확률형 아이템 자율규제 강화



휴면 계정 리턴 캠페인
장기 미접속 유저 대상
리워드·부스트 등 제공

이색 콜라보를 통한 신규 유저 유치



쿠키런 킹덤 x 스파오

새로운 콘텐츠 업데이트를 맞아
국내 대표 SPA 브랜드와 협업하여
파자마, 수면안대, 티셔츠 출시



에피드게임즈(트릭컬) x 쿠우쿠우

쿠우쿠우 매장 취식 및 추가 결제 시
콜라보 굿즈를 비롯한
한정 피규어 쿠폰 제공



넥슨(던전앤파이터) x 이누야샤

모든 직업군 포함, 히든 아바타로
이누야샤 캐릭터를 사용할 수 있으며
신규 레이드 던전 추가

위기를 기회로! 게임사가 꺼내든 산업 확장 전략

- 산업 간 경계를 허물고 새로운 콘텐츠에 도전하기 위한 국내 게임사의 신규 산업 전략
- 콘텐츠 불리기 중인 게임 업계, 엇갈린 유저 반응에도 전망은 ‘맑음’

| 산업 확장에 도전하는 게임사 |

국내 게임사 신규 산업 사례

게임 외 새로운 콘텐츠 생산을 통해 수익을 확장하는 게임사



엔씨소프트 x 샌드박스네트워크

엔씨소프트의 AI 기술로
크리에이터에게 음성 합성, 번역,
더빙 등을 제공하여 글로벌 진출 지원



크래프톤 x 일본 ADK 그룹

크래프톤이 일본의 유명
광고·애니메이션 기업을 인수해
글로벌 콘텐츠 사업 확장 추진



스마일게이트 전시회 오픈

자사 게임, ‘로스트아크’를 주제로
영상·서사·원화·음악 등을 선사해
총 82회 전시 중 30회 매진 기록

신규 산업으로 얻는 긍정적 효과



브랜드 가치 강화

게임을 ‘소비재’가 아닌
‘콘텐츠’로 격상



글로벌 진출 기반

국내를 넘어
국외까지 인지도 확보



팬덤 강화

단순 ‘유저’를 넘어
‘팬’으로서 충성도 제고



차별화된 이미지 제고

기술·문화 복합 기업으로서
성장 가능성 향상

| 게임사 산업 확장의 영향 |

게임사의 산업 확장에 관한 유저의 긍정·부정 반응

긍정적으로 생각한다

게임 외의 다양한 콘텐츠를 보며 느끼는
기대심과 신뢰감 상승

확장으로 얻은 수익을 통해
게임 내 이벤트, 무료 아이템 등 보상 강화

확장 성공으로 인한 안정적인 운영으로
장기적인 플레이 가능

부정적으로 생각한다

과도한 확장 시도 시 기업 정체성 혼란으로
오히려 신뢰도 하락 야기

과도한 상업화로 인해 본질적인 콘텐츠의
재미 또는 가치 훼손 우려

예상치 못한 변화로 인한 낯선 환경에
게임 자체에 대한 거부감 발생

VS

게임 산업 확장에 대한 전망



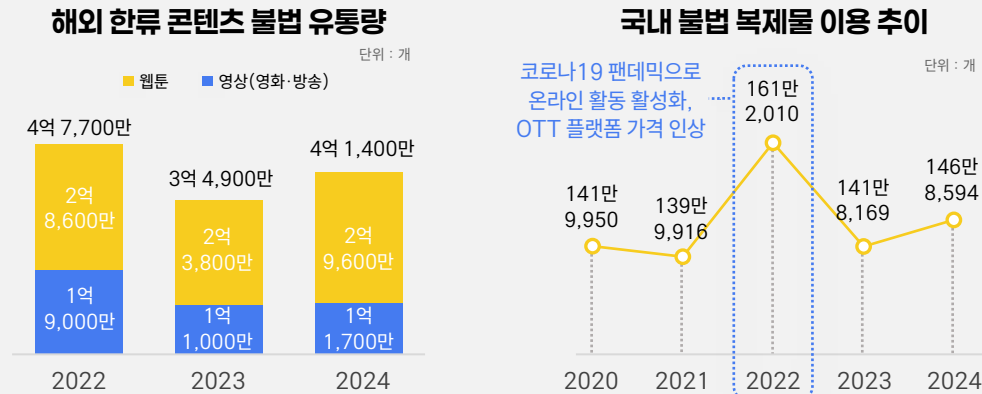
국내 게임사는 산업 재도약을 위해
패션, 로봇, AI 등 다양한 분야로
국내외 콜라보 및 산업 확장에 도전할 전망이며
전문가들은 긍정적인 전략으로 평가 중



경계 없는 콘텐츠 도둑질 ‘불법 복제 사이트’

- 지난해 한류 콘텐츠 불법 유통량 약 4억 건, 불법복제물 시장 규모 확장 중
- 불법 사이트 간 상호 공생 관계를 만들며 수사 및 차단을 회피하기 위해 신기술을 적극 도입하는 불법 복제 사이트

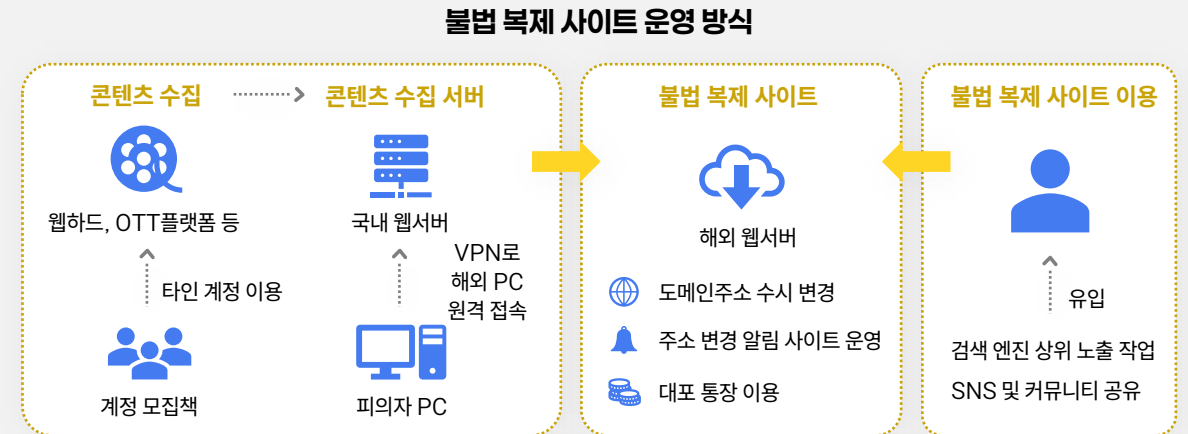
| 불법 복제 사이트 현황 |



주요 불법 복제 사이트 사례

웹툰·만화 ‘뉴토끼’	영상 ‘누누티비’	소설 ‘시크릿벨로’
웹툰과 일본 만화를 공유하는 사이트로 뉴토끼, 마나토끼, 북토끼로 나눠 국내에서 가장 많은 자료를 불법 유포 중	대한민국을 대상으로 서비스하는 불법 온라인 스트리밍 사이트로 OTT 플랫폼 콘텐츠를 무단으로 업로드	포인트제로 운영되는 사이트로 회원들이 직접 소설 스캔본을 업로드한 후 정해진 기간이 지나면 자동 삭제되는 방식

| 교묘해지는 불법 복제 사이트 운영 수법 |



불법 복제 사이트 수익화

- **불법 배너 광고**
도박, 음란물 등 불법 사이트 배너 광고 게재
- **불법 유포 프로그램**
불법 콘텐츠 뷰어 프로그램 제작 및 판매
- **랜섬웨어 감염**
개인 데이터를 암호화시킨 뒤 금전 요구

불법 복제 사이트 내 광고 구성

평균 불법 배너 광고 개수

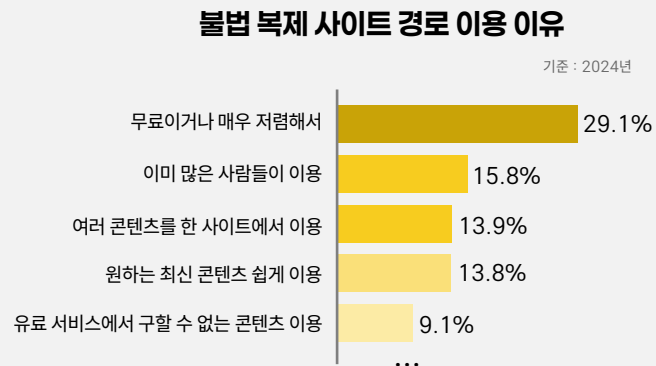
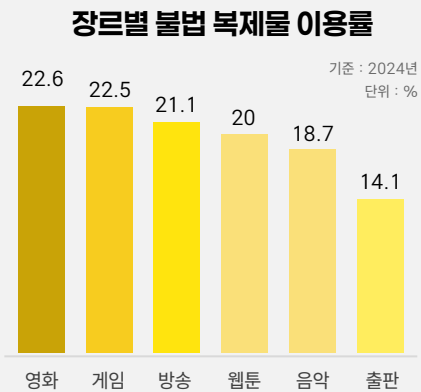
웹툰·웹소설 사이트: 22.6개
드라마·영화 사이트: 20.4개

쉬운 접근성과 불법성에 대한 낮은 거부감으로 각종 불법 사이트의 주 광고 수단으로 이용

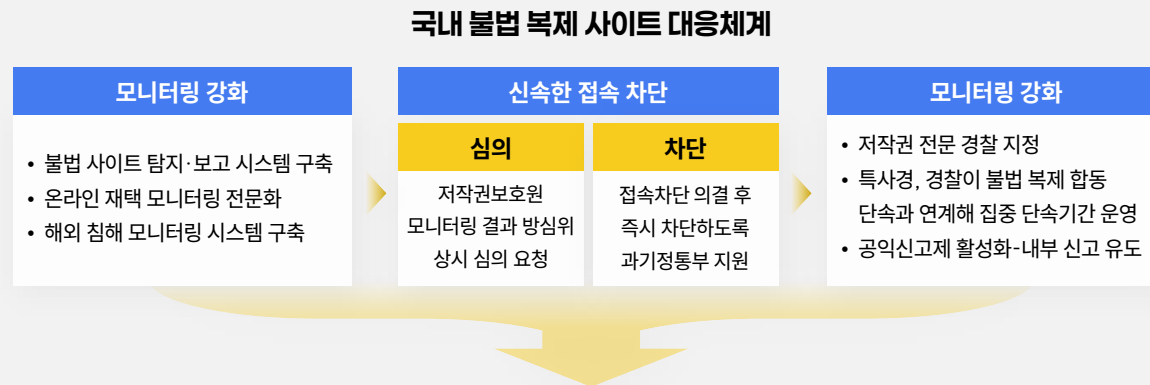
불법 복제의 고리, 끊어낼 수 있을까

- 높은 불법 복제물 이용률로 인해 국내 콘텐츠 기업들의 수익성 악화 및 창작 동기 저하 문제 심각
- 정부 기관의 콘텐츠 저작권 침해 대응이 강화 중이나, 낮은 처벌 및 저작권 인식으로 불법 복제 사이트 악순환 반복

| 불법 콘텐츠 이용과 피해 간 상관관계 |



| 불법 복제 사이트 근절의 현실적 난관 |



창작 생태계를 파괴하는 불법 콘텐츠 유통

연간 불법 유통 피해 추산

기준 : 2023년

$$\begin{array}{|c|} \hline \text{콘텐츠 산업 매출액} \\ \hline 154\text{조} \\ \hline \end{array}
 \times
 \begin{array}{|c|} \hline \text{불법 복제물 이용률} \\ \hline 19.2\% \\ \hline \end{array}
 =
 \begin{array}{|c|} \hline \text{29조원} \\ \hline \end{array}$$



불법 유통으로 받는 피해

- 정식 플랫폼 유입 감소로 창작자 수익 하락
- 동기 저하로 창작 중단율 증가
- 작가 개인 차원 대응이 불가해 저작권 관리 어려움
- 저작권 보호 관련 운영 비용 증가
- 투자 대비 수익 회수 어려움
- 작품이 무단 번역·유통되며 정식 수출 위축

불법 복제 사이트 법적 대응 사례

- ‘누누티비’ 폐쇄 → 불법 웹툰 사이트 ‘오케이툰’ 개설 징역 3년, 추징금 7억 원 선고
- 국내 최대 불법 웹툰 사이트 ‘아지툰’ 재범임에도 징역 2년, 추징금 7,149만 원 선고

불법 복제 사이트 재개장 이유 및 해결방안

느린 법적 대응과 낮은 처벌 강도

불법 콘텐츠에 대한 소비자 수요 지속

전담 대응 체계 구축 및 실효적 처벌 기준 마련

불법 콘텐츠 위험성 및 소비자 저작권 교육 강화

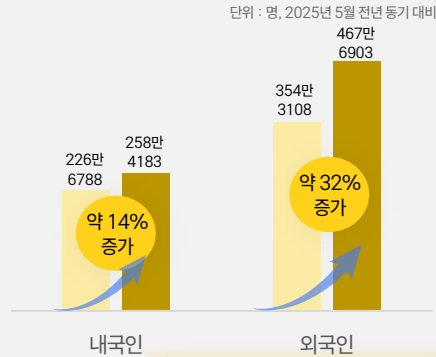
범죄 대비 낮은 수위의 처벌 개선 및 불법 콘텐츠를 지속적 소비하는 이용자들의 인식 제고 필요

서울에서 가장 뜨거운 동네, 성수가 브랜드들의 놀이터가 된 이유

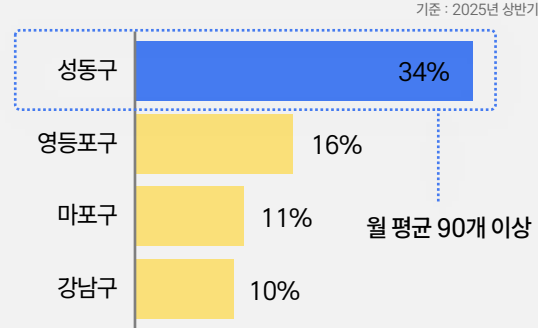
- 낙후된 공장지대에서 K 트렌드를 선도하는 중심 상권으로 성장
- 확장되는 팝업 카테고리과 성수 부흥의 중심에 서 있는 무신사·올리브영

| 전 세계에서 모이는 '팝업의 성지' |

성수 내국인·외국인 방문객 수 증가율



지역별 팝업스토어 오픈 비중



성수 상권 부흥의 배경

과거 성수



낙후된
공장지대

공장 부지의 저렴한 임대료로 기업의 초기 진입 용이

성수의 상징 '붉은 벽돌' 건물 등 특유의 감성이 MZ세대를 유입

강남권·서울숲에 인접한 뛰어난 접근성

2011년부터 다양한 분야의 기업들이 성수로 대거 유입되고
팬데믹 이후 K뷰티·K패션에 열광하는 외국인 방문객 급증

현재 성수



K트렌드를 선도하는
대표 관광지

| 다양한 브랜드와 함께 성장하는 성수 |

소비자 발길을 이끈 최신 팝업 사례



아사히 '트래블바'

세계 각국을 테마로 구성한 팝업으로,
여권 콘셉트 입장권과 스탬프 투어 등
다양한 체험 요소로 인기



아바타 스타 슈 '생일파티'

2000년대 초 인기 게임 '아바타 슈'의
공간을 그대로 재현한 팝업으로
보름간 약 2만 명 방문



배스킨 라빈스 '가차샵'

신제품 홍보를 위해 초대형 냉장고와
이색 포토존을 구현하고 굿즈 가차샵
형태로 MZ세대 관심 유도

성수 부흥의 중심에 선 무신사·올리브영

MUSINSA

9월 무신사 스토어 성수@대림창고 오픈
성수 대표 랜드마크 대림창고 부지 활용한 복합문화공간 조성
오피스 및 매장 포함해 총 15개의 무신사 공간 운영 중

5월 매출 32억 원으로, 성수 편집매장 중 매출 1위 기록
전체 거래액 중 외국인 고객 비중 44%

OLIVE YOUNG

11월 올리브영N 성수 매장 오픈
약 1400평 규모의 미래형 혁신 매장 오픈
성수역 지하철 역명 10억 원에 구매

오픈 4개월 만에 누적 방문객 수 100만 명 돌파
올리브영N 성수에서 신규 브랜드 158개 데뷔

팝업에서 플래그십으로, 전환기 맞은 성수의 과제

- 국내외 브랜드들의 장기 거점 전략으로서 최근 성수에 플래그십 스토어가 증가하는 추세
- 상권 과열로 인해 제기되는 부작용들과 젠트리피케이션 흐름을 막기 위한 지역 사회의 노력

| 팝업에서 플래그십으로, 변화하는 성수 |

플래그십 스토어의 확산

팝업 스토어

단기 운영을 통해 이슈를 만들고
체험에 최적화된 마케팅 중심의 공간

플래그십 스토어

장기 거점 하며 브랜드의 철학과
세계관을 보여주는 스토리텔링 공간

K트렌드의 중심이자 브랜드가 주목하는 실험적 공간으로 자리 잡은 성수는
보다 지속 가능하고 차별화된 브랜드 경험을 추구하는 플래그십 스토어 진입이 확산되는 흐름

성수 플래그십 스토어 사례로 보는 트렌드



국내 1호점 '브랜드멜빌'

세계적인 글로벌 브랜드들이
성수를 국내 진출의 출발점으로 삼아
오픈하는 흐름 확산



로드샵 '프라다 뷰티'

백화점 중심 브랜드를 포함해
많은 국내외 뷰티 브랜드들이
성수에 단독 매장을 잇달아 오픈



복합문화공간 'NBA'

단순 쇼룸이 아닌
전시·체험·휴식이 결합된
복합문화공간의 형태로 조성

| 성수의 부흥, 그 이면에 놓인 그림자 |

성수 과열의 부작용

환경적 이슈

팝업 특성상 잦은 공사·철거로
월 폐기물만 약 500톤 발생

사회 문화적 이슈

과잉 공급으로 소비자 피로감 및
소상공인 중심 상권 약화

경제적 이슈

상권 인기와 인구 집중에 따른
임대료 상승

인파 과밀로 인한 피로감과 환경 문제 등이 지속 제기되고,
임대료 상승으로 기존 상권이 밀려나는 '젠트리피케이션' 현상에 대한 우려 심화

지속 가능한 성수를 위한 지자체의 노력



공공 팝업스토어 운영

공공 공간을 활용해 소상공인이
저렴한 비용으로 운영하도록 지원



타운매니지먼트 추진

성수의 지속 가능한 성장을 위해
이해관계자들이 협력하여 관리



젠트리피케이션 방지 3법 개정

젠트리피케이션의 전형적인
흐름을 막기 위해 제도 개선

유행이 시들어도 지속 가능한 상권으로 이어지려면, 지역 특색을 지키며 장기적 관점의 구조적 기반 마련 필요

■ MEDIA ISSUE

이달의 미디어 & 광고 매체 이슈를 전해드립니다.

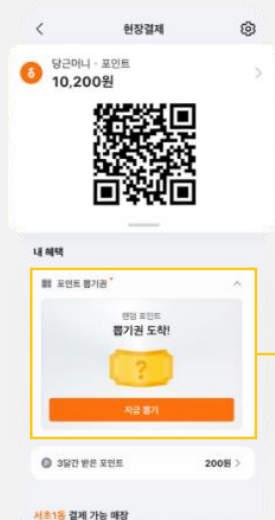
- 당근페이 ‘현장 결제’ 서비스 오픈
- 카카오맵, AI 메이트 로컬 도입
- 네이버, 날씨 서비스에 ‘제보 지도’ 추가

당근페이 서비스 기능 확대

- 당근페이 서비스 내 ‘현장 결제’ 및 ‘카드 결제’ 기능 도입
- 결제 방식 선택의 폭을 넓혀 소비자들의 더욱 안전하고 편리한 결제 환경 제공

| ‘현장 결제’ 서비스 |

지역생활커뮤니티 당근의 자체 간편결제 서비스 ‘당근페이’를 통해 QR 코드로 간편하게 현장 결제가 가능해 활동 반경 내 소비 경험 확대

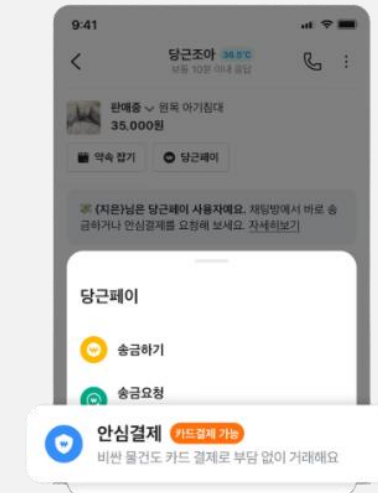


포인트 뽐내기

오프라인 결제를 완료한 이용자들에게
랜덤으로 당근 포인트 지급

| ‘카드 결제’ 서비스 |

기존에 당근머니로만 결제가 가능했으나 카드 결제 기능을 추가해 결제 방식의 선택의 폭이 넓어지며 이용자 편의성 강화



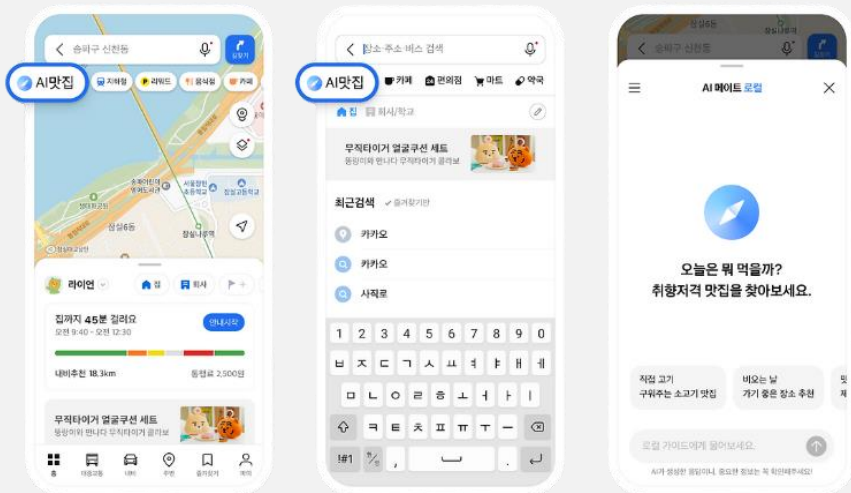
카드 결제는 1회 최대 195만 원, 월 최대 250만 원까지 이용 가능하며
카드사에 따라 최대 6개월 무이자 할부도 가능해, **고가 물품의 중고 거래에서도 부담 감소**

카카오맵, AI 메이트 로컬 도입

- 위치 기반 라이브 플랫폼 카카오맵의 AI 기반 장소 추천 서비스 ‘AI 메이트 로컬’ 도입
- AI 기능을 통한 이용자들의 편의성 및 차별화된 탐색 경험 제공

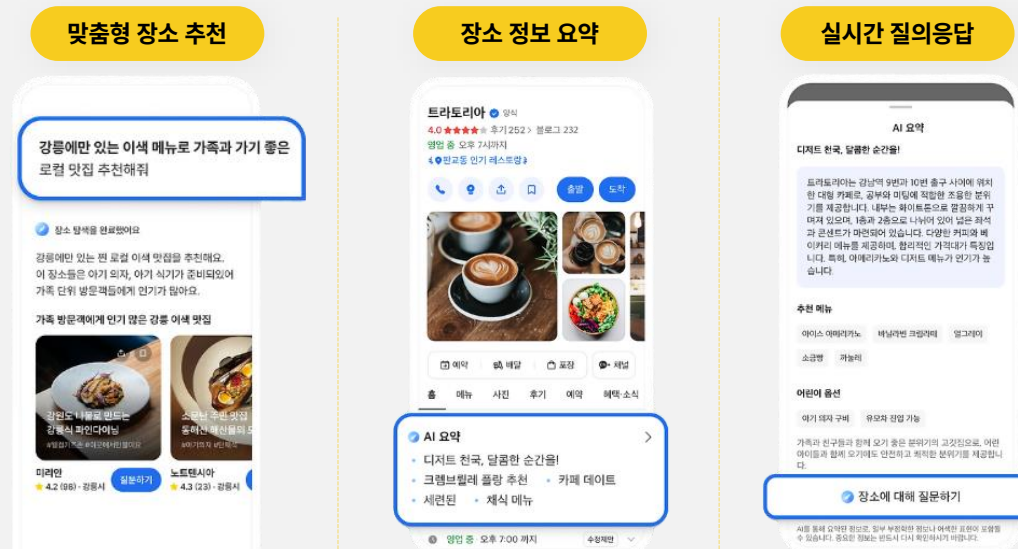
| ‘AI 메이트 로컬’ 서비스 |

이용자가 원하는 조건의 장소를 대화 형식으로 입력하면
개인의 취향과 생활 특성에 맞춘 정보를 추천해 주는 서비스



| ‘AI 메이트 로컬’ 주요 기능 |

카카오맵 내 AI 기능을 탑재해 사용자 경험 강화



필터로 찾기 어려운 내용이나
다수의 복잡한 조건도 검색 가능

장소 상세 페이지에서
매장의 핵심 정보 확인

장소 관련 정보들을 별도로
찾을 필요 없이 바로 질문 가능

네이버, 날씨 서비스에 '제보 지도' 추가

- 제보 오픈톡을 통해 등록되는 전국 날씨 제보 현황을 한눈에 파악할 수 있는 '제보 지도' 기능 업데이트
- 재해 및 재난 상황에 대한 정보를 신속하게 공유하고 대응 가능

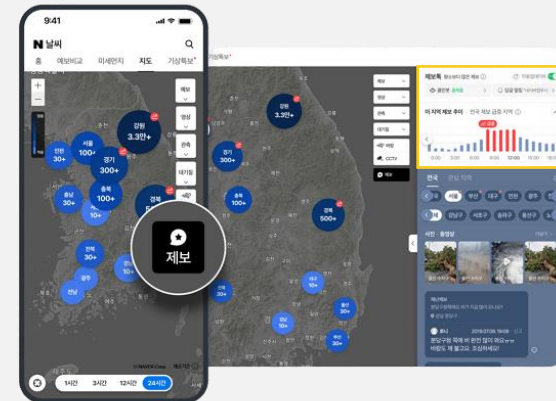
| 제보 오픈톡 서비스 |

제보톡은 이용자가 실시간 기상 상황에 대해 제보하는 서비스로
인접 지역 사용자 간 빠른 정보 공유 가능



| 날씨 지도 제보 서비스 |

날씨 및 재해 재난 제보 오픈톡을 통해 수집된 지역별 제보를
한눈에 확인할 수 있도록 네이버 날씨 지도 화면과 통합해 제공



제보 증가 지역 확인

최근 제보 등록 추이 대비
일정 수준 이상 제보가 증가하는
지역은 '급증' 아이콘 표기

■ NEW MEDIA

이달의 신규 매체 & 광고 상품을 전해드립니다.

- ☐ 홈쇼핑모아
- ☐ 피터팬의 좋은방 구하기 Café
- ☐ 퍼핀

홈쇼핑모아

- 홈쇼핑에 특화된 유일한 매체로 매월 70만 명 이용
- 18개 홈쇼핑 및 데이터 방송 채널과 제휴해 소비자에게 효과적으로 노출

| 홈쇼핑모아 |



월 주문액
150억 +

MAU(월 이용자)
70만 +



홈쇼핑에 특화된 유일한 매체

18개 홈쇼핑 및 데이터 방송 채널과의 제휴를 통해 모든 상품을 한 번에 노출



구매력 높은 사용자

홈쇼핑 주 사용자인 높은 구매력의 3050 여성 유저가 집중된 플랫폼



광고상품의 다양화

목표에 따라 여러 상품이 한 패키지로 구성되어 유저의 다양한 구매 여정에 노출 가능

| 주요 광고 상품 |

생방송 패키지



전면 팝업



생방송 팝업



생방송 1순위



슬라이딩 배너



상단 탭



생방송 재핑 광고

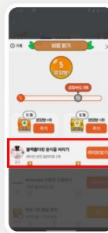
트래픽 부스터



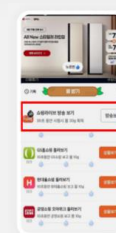
슬라이딩 배너



생방송 재핑 광고



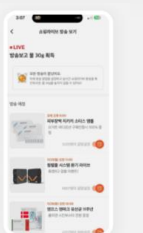
모아농장
(아이콘배너)



모아농장
(쇼핑라이브 탭)



모아농장
(쇼핑라이브 상세)



모아농장
(쇼핑라이브 상세2)

쇼핑라이브 부스터

피터팬의 좋은방 구하기 Café

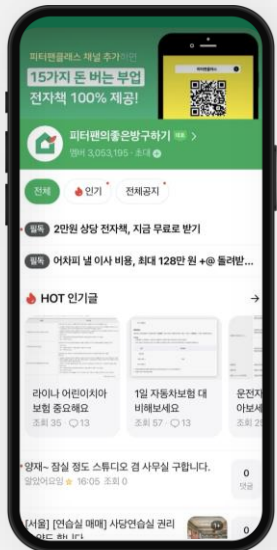
- 300만의 방을 구하고 내놓는 사람들이 필수로 이용하는 플랫폼
- 구매력을 갖춘 2030 회원들을 대상으로 판매 및 홍보 효과 극대화

| 피터팬의 좋은방 구하기 Café |



전체 회원수
304만

MAU(월 순 방문자 수)
100만



방을 구하고 내놓는 사람들의 필수 이용 플랫폼

300만 회원을 보유한 대한민국 No.1 부동산 직거래 커뮤니티로
매물 거래, 정보 공유, 강의 등 다양한 서비스 제공



300만+a의 무한한 홍보 효과

네이버 카페 전체 랭킹 TOP10의 대표적인 대형 카페로서
네이버 상위 노출을 통한 검색 트래픽으로 지속적인 광고 효과



소비력 높은 청년 실수요자 중심 플랫폼

청년 회원 비율이 높아 소비력 높은 20~30대를 집중 타겟하여
전환율 높은 광고 가능

| 주요 광고 상품 |

필독 공지

전체 공지

퍼포먼스 애드



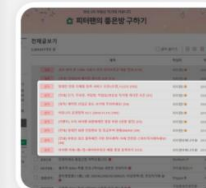
Mobile 화면



PC 화면



Mobile 화면



PC 화면



Mobile 화면



PC 화면

단독 게시판 입점

전체 쪽지



Mobile 화면



PC 화면



Mobile 화면



PC 화면

퍼핀

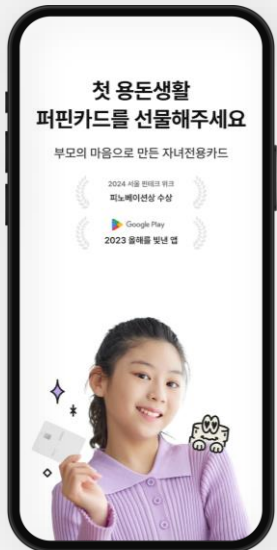
- 초중등 자녀와 부모가 함께 사용할 수 있는 금융 앱
- 생활 밀착형 금융 학습 및 커리큘럼을 통한 올바른 금융 습관을 기를 수 있는 기능 제공

| 퍼핀 |



총 회원 수
33만 +

DAU(일 이용자)
13만 +



가족 공동 사용 금융 앱

30~50대 부모와 8~19세 자녀 세대가 모두 사용하는 앱으로
가족이 결제 내역을 공유하고 올바른 소비 습관을 형성하는 데 기여



자녀 교육에 관심이 많은 유저 특성

중위소득 이상 40대 여성 고객이 다수이며
부모는 자녀를 위한 교육, F&B, 금융상품에 고관여



이용자의 꾸준한 접속

결제 내역 확인을 위한 꾸준한 앱 접속으로
높은 MAU/DAU 보유

| 주요 광고 상품 |

노출형 디스플레이 광고



메인 배너



더보기 메뉴
배너



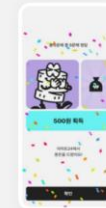
업종료
배너



스플래시
(단독 집행 불가)



설문조사



쿠폰
발송형



DB
획득형



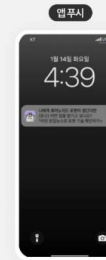
판매 수익
R/S

성과 연동 광고

문자 & 앱 푸시 발송형 광고



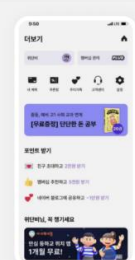
문자 발송



앱 푸시 + 앱알림 (묶음 상품)



협찬 광고



협찬 광고

■ PROMOTION

이달의 프로모션 소식을 전해드립니다.

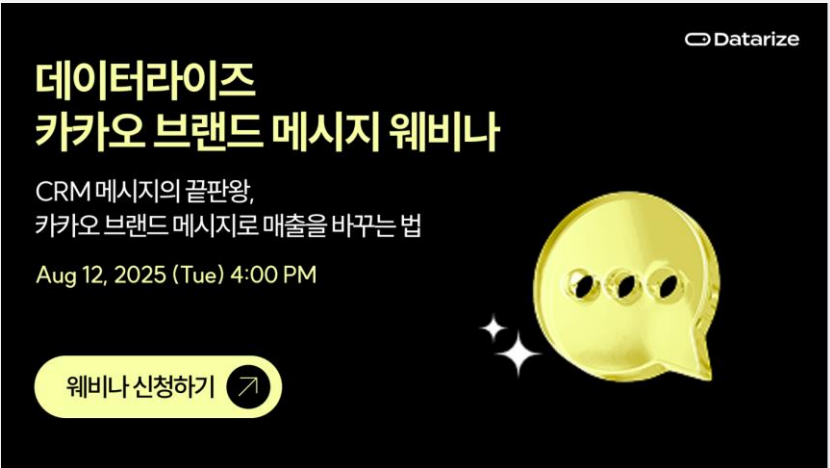
- 데이터라이즈 카카오프렌즈 브랜드 메시지 웨비나
- 다방 25.3Q 광고 프로모션
- 왓차 & 왓차피디아 COOL한 프로모션



Datarize 데이터라이즈 카카오 브랜드 메시지 웨비나

- 데이터 기반 SaaS 솔루션을 통해 이커머스의 성장을 돕는 기업
- 카카오톡 채널을 통해 광고성 메시지를 발송하는 ‘카카오 브랜드 메시지’ 주제의 웨비나 오픈

데이터라이즈 웨비나



유형	구분	내용
데이터라이즈 카카오 브랜드 메시지 웨비나	세션 구성	• 카카오 브랜드 메시지만? • 준비사항 및 유형별 도달 범위 • 실제 사례 • 다른 CRM 채널과의 연계 전략
	추천 타겟	• 이커머스 마케터, 대표, MD • 카카오 브랜드 메시지 활용을 준비 중인 분 • 성과 중심의 CRM 메시지 운영 전략이 필요한 마케터 • 메시지 효율을 끌어올릴 실제 사례가 궁금한 분
	참여 방법	1. 웨비나 ‘신청하기’ 버튼 클릭 2. 신청자 정보 및 이메일 주소 작성 후 제출
일정	25년 8월 12일 오후 4시	

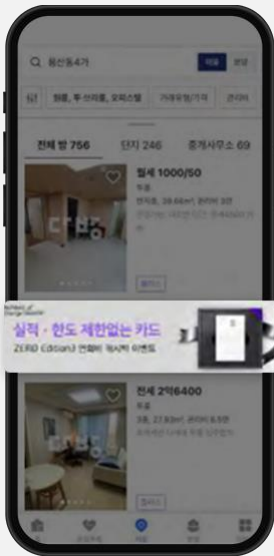
다방 25.3Q 광고 프로모션

- 모바일 부동산 시장에서 부동산 거래 주체들을 유기적으로 잇는 통합 주거 플랫폼으로, 18~44세의 다양한 연령대의 타겟층을 보유하고 있는 매체
- 광고주 대상 패키지 상품 할인 적용 및 담당자 대상페이 지급

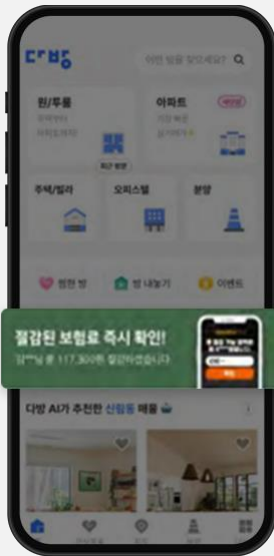
다방 광고상품



메인 팝업



리스트 배너



메인 배너

* 광고상품 일부

유형	구분	내용
다방 25.3Q 광고 프로모션	DA 패키지 프로모션	1. 스타터 PKG (신규 광고주 한정) - 메인 팝업 + 리스트 배너 - 575만원 → 250만 원 2. 250 PKG / 300 PKG - 리스트 배너 + 메인 배너 or 매물 상세 배너 - 725만원 → 250만 원 3. 300 PKG - 메인 팝업 + 메인 배너 or 매물 상세 배너 - 750만원 → 300만 원 4. 올인원 PKG - 메인 팝업 + 리스트 배너 + 메인 배너 + 매물 상세 배너 - 1,375만원 → 500만 원
	담당자 프로모션	• 제안 시 1만 원 / 집행 시 30만 원 지급 (네이버페이)
기간	25년 3분기	

WATCHA × WATCHA PEDIA **왓차 & 왓차피디아 COOL한 프로모션**

- 왓차로 OTT 콘텐츠 시청 후 왓차피디아에 후기를 남기는 형식으로 젊은 층 유저를 다수 보유하고 있어 MZ세대 및 콘텐츠 광고에 적합한 매체
- 무상 구좌 제공, 첫 집행 할인, 단독 노출, 신규 상품 출시 할인 프로모션 진행

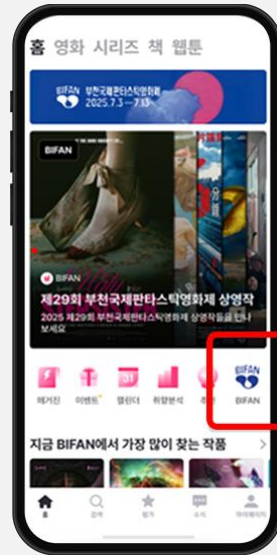
왓차 & 왓차피디아 광고상품



스플래시 (MO 노출)



보드 배너 (MO·PC 노출)



왓차피디아 전용관 페이지 (MO·PC 노출)

* 광고상품 일부

유형	구분	내용
왓차 & 왓차피디아 COOL한 프로모션	혜택	- 무상 구좌 제공 이벤트 - 1천만 원 이상 집행 시 500만 원 상당의 구좌 제공 - 왓차 & 왓차피디아 전 상품 대상 - 첫 집행 이벤트 - 첫 집행 시 50% 광고 크레딧 제공 - 재집행 시 현금처럼 크레딧 사용 가능 - 구좌 선정 이벤트 - 4분기 구좌 선부킹 시 단독 노출 구좌 제공 - 왓차피디아 전용관 상품 출시 기념 이벤트 - 2,000만 원 → 1,000만 원(vat 별도)
기간	~ 25년 9월 30일	

2025.8

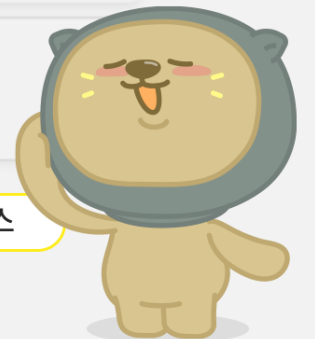
MARKETING CALENDAR



SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT
					1	2
3	4	5	6 2026학년도 수능 D-100	7 입추	8 세계고양이의날 섬의날	9 말복
10	11	12	13	14 일본군 '위안부' 피해자기림	15 광복절	16
17	18 쌀의날	19	20	21	22	23 처서
24	25	26	27	28	29 칠석	30
31						

2025 일잘러페스타 (21일~23일)

K-푸드페스타 (29일~31일)



이달의

HOT 키워드

마케팅 #그린쌘머마케팅 #콜라보마케팅

행사 #물놀이페스타 #해바라기축제 #연꽃문화제

패션 #그린코어 #루리코어 #프릴 블라우스

밈 #쉐이칸상쉐이칸상 #이안행진곡 챌린지 #소다팝 챌린지

이달의 유행템 #다이소 다이어리 #라부부 #다마고치

AUG
2025



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

문의하기

adure

E . O . D .