



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

**APR**  
**2 0 2 5**

# ■ TREND ISSUE

디지털 마케팅 전략 수립에 도움되는 주요 업종별 트렌드를 전해드립니다.

- 변덕이 아니라 트렌드! '리퀴드 소비' 확산
- 홈플러스 사태로 본 대형마트의 위기와 재도약 전략
- 반려동물과의 여행, '펫투어리즘' 확산 가속화

# 새로운 예측 불가 소비 트렌드, '리퀴드 소비'

- 소유보다 경험, 물질보다 가치를 중시하는 리퀴드 소비 확산
- 디지털 혁신과 사회 변화에 따라 전통적 소비에서 유연성과 접근성을 중시하는 소비 트렌드로 진화

## | 유동적인 소비의 시대 '리퀴드 소비' |

### 리퀴드 소비란?

'액체[Liquid]' 와 '소비[Consumption]'의 합성어로 고정적이지 않고 소비자의 상황과 필요에 따라 유동적으로 변화하는 소비 형태

### 리퀴드 소비의 3가지 특성

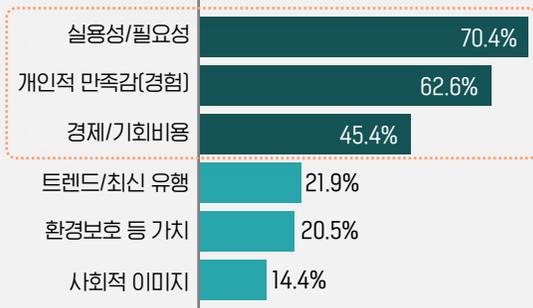
**일시성 (ephemerality)**  
상품·서비스의 인기가 급속히 쇠락

**접근성 (access)**  
소유가 아닌 공유·대여로 자유롭게 소비

**비물질화 (dematerialization)**  
소비 과정에서 유형보다 무형의 경험 중시

### 소비를 통해 충족하고 싶은 가치

조사 기간: 2024년 11월 19일 ~ 12월 3일



리퀴드 소비의 3가지 특성은 개별적인 것이 아닌 서로가 연결되어 있으며, 단순 소비 행위를 넘어 실질적인 편의와 효용을 극대화하는 방향으로 변화 중

## | 소비 패러다임의 대전환 |

### 소비 흐름 변화

슬리드 소비 (Solid Consumption)	리퀴드 소비 (Liquid Consumption)
예측 가능한 안정적인 소비	예측 불가능한 소비
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 소유에 대한 집착이 높다.</li> <li>• 유행 주기가 비교적 긴 편이다.</li> <li>• 구매 경험에 크게 의식하지 않는다.</li> <li>• 브랜드 선호도가 강하다.</li> <li>• 물리적 자원을 중요하게 생각한다.</li> <li>• 친환경 인식이 약하다.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 소유에 대한 집착이 낮다.</li> <li>• 유행 주기가 매우 짧다.</li> <li>• 구매 경험을 매우 중요하게 생각한다.</li> <li>• 브랜드 선호도가 약하다.</li> <li>• 물리적 자원을 중요하게 생각하지 않는다.</li> <li>• 친환경 인식이 매우 강하다.</li> </ul>

### 소비 전환의 배경

#### 디지털 기술 발전

- 상품에 대한 접근성 확대
- 간편결제 시스템 정착
- 소셜미디어 및 플랫폼 활성화

다양한 디지털 서비스 이용 가능, 새로운 소비 방식 확산

#### 사회경제적 요인

- 경제 불확실성 심화
- 환경 보호 및 지속 가능성 강조
- 전반적 소득 수준 향상

소유보다 이용 중심 소비, 공유·구독 경제 수요 증가

#### 소비자층 변화

- MZ세대로 주력 소비자층 전환
- 개인 맞춤형 소비 요구 증가
- 1·2인 가구 증가

필요할 때만 이용하는 '유동적 소비' 자리매김

# 구독부터 공유까지, 리워드 소비 트렌드가 바꾸는 시장

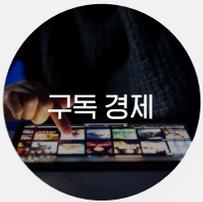
- 소비자에게는 더 유연하고 경제적인 소비 경험 제공, 기업에는 새로운 비즈니스 모델 창출 기회 부여
- 리워드 소비 트렌드가 확산되면서 기존의 운영 및 마케팅 전략을 유동적으로 변화시키는 기업들

## | 기업이 맞이한 새로운 소비 흐름 |

### 리워드 소비 유형



물품을 소유의 개념이 아닌 서로 대여해 주고 차용해 쓰는 협력 소비



일정 금액을 지불하고 정기적으로 제품이나 서비스를 구독해서 이용



윤리적 신념이나 개인 취향을 우선시해 소비하는 현상

### 리워드 소비가 미치는 영향

소비자
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 더욱 개인화된 소비 경험 증가</li> <li>✓ 소비 양상이 하향소비, 상향소비로 양극화</li> <li>✓ 소비 유연성 및 경제적 효율성 향상</li> </ul>



기업
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 소유 기반 모델 → 서비스 기반 모델로 전환</li> <li>✓ 새로운 시장 기회 창출</li> <li>✓ ESG 실천 여부 중요도 상승</li> </ul>

기업은 소비자의 의사결정에 영향을 주는 요인 파악 후 그에 맞는 마케팅 전략 수립 필요

## | 리워드 소비에 대응하는 기업 |

### 리워드 소비 대응 전략 및 사례



소비 시장 변화에 맞춘 유연한 전략적 운영



전방위적인 소비자 경험 고도화



지속 가능성과 웰니스 요소를 통한 차별화



디지털 혁신 기술을 통한 차별화된 고객 가치 전달



나이키 <라이브 스토어>

온라인 플랫폼 데이터를 기반으로 매장 인근 소비자의 취향 및 판매율을 실시간 분석해 제품 진열 및 교체



H&M <의류 대여 서비스>

'로열티 프로그램' 가입 고객 대상 한 번에 최대 세 벌까지 일주일 동안 의류를 대여할 수 있는 서비스



아모레퍼시픽x헤이달러 <내차조향소>

방문객이 차량 번호를 입력하면 시가 차량 정보를 분석해 맞춤형 디퓨저를 제공하는 팝업스토어

# 홈플러스 기업회생절차 신청, 남은 대형마트는 관참을까

- 전국 대형마트 2위, 홈플러스 침몰 사태로 접화된 오프라인 시장의 위기
- 대형마트, 소비 시장 변화에 대한 늦은 대응으로 오프라인 매장 중 나홀로 역성장

## 오프라인 매출 상승세 속 주춤대는 대형마트

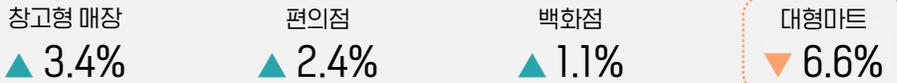
### 위기를 맞은 홈플러스



홈플러스는 부채 조달이 우선시되면서 점차 시장에서 침체됐고, 이 사태로 인해 남은 2사도 점포 매각 및 새로운 전략 등으로 생존 분투 중

### 오프라인 구매 채널 매출 증감률

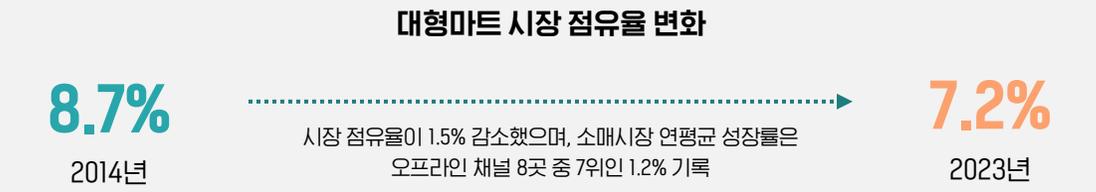
\* 2023년 연간 매출 대비 2024년 연간 매출 증감률



소비자는 오프라인에서 활발한 소비 활동을 전개하지만, 대형마트 외 채널을 선호

## 대형마트를 떠나고 있는 소비자들

### 주요 오프라인 쇼핑 채널 점포 수

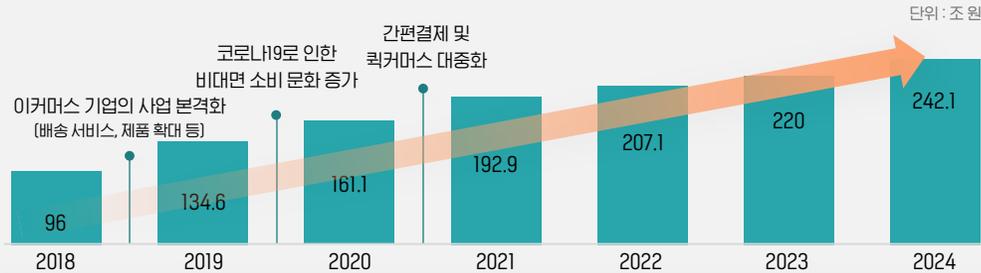


# 이커머스에 밀린 대형마트의 고군분투

- 온라인 쇼핑 전성시대 속 이커머스에 비해 다소 뒤처지는 대형마트의 온라인 서비스 전략
- 대형마트의 재도약을 위해 필요한 기업의 개선 방안 및 정부의 협력

## I 오프라인 매출 상승세 속 주춤대는 대형마트 I

국내 온라인 쇼핑 거래액 추이



온라인 쇼핑을 일찍 선택한 이커머스는 2018~2020년 사이 강력한 경쟁력 구축

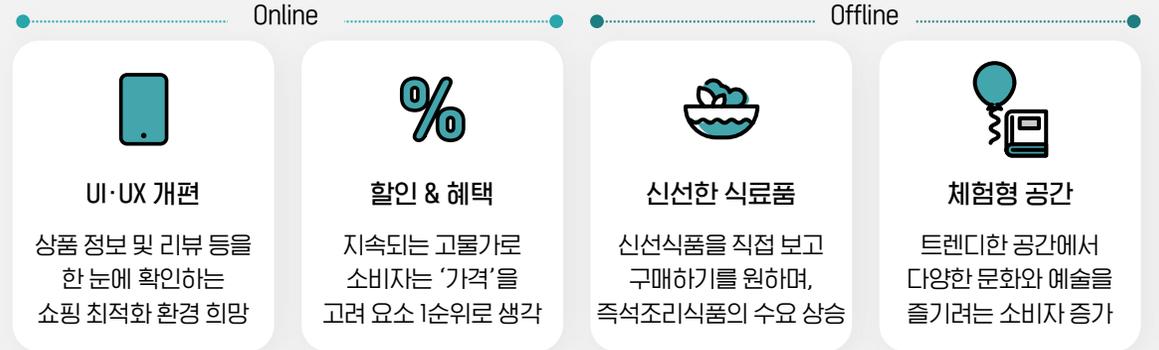
## 온라인 쇼핑 채널 이용 순위



점차 성장하는 온라인 쇼핑 시장에 따라 대형마트도 온라인몰을 운영 중이지만, 기존 이커머스에 배송 서비스, 가격 경쟁력 등에서 계속 밀리는 상황

## I 대형마트가 풀어야 할 과제 I

소비자 니즈



## 대형마트 재도약 전략



# 반려동물과의 동행이 만드는 관광 트렌드 '펫투어리즘'

- 2024년 기준 반려동물 양육 가구 비율 역대 최고치 달성, 지속 성장하는 시장 전망
- 관광산업 내 반려인 소비 확대에 따른 경제적 파급력 주목, 정책·인프라 투자 본격화

## | 반려동물과 함께하는 일상, 여행도 함께 |

### 펫투어리즘이란?

'펫(Pet)' + '투어리즘(Tourism)'의 합성어로, 반려동물을 가족처럼 여기며 여행에도 함께하는 라이프스타일을 의미하는 신조어

### 펫투어리즘의 확산 배경

#### 국내 반려동물 양육 가구 비율 추정치



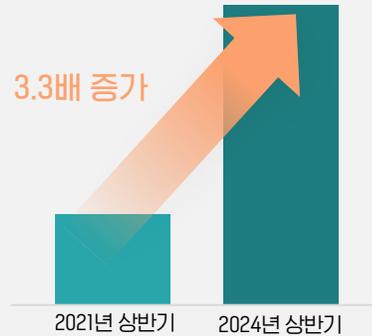
#### 반려동물 양육 시 애로사항



해마다 반려동물 양육 가구 증가 및 반려동물을 혼자 두기 어려워하는 양육자의 애로사항에 따라 동반 여행의 수요가 확대 중

## | 반려인의 소비력이 이끄는 정부의 움직임 |

### '반려동물 동반여행' SNS 언급량 추이



### 반려인의 관광지 소비 금액



비반려인보다 약 2~3배 더 많은 소비를 하는 반려인

### 높은 수요와 소비 여력에 주목한 정부 대응

#### 반려동물 친화 관광도시 조성 사업 추진

- ✓ 문체부·관광공사 주도 정책 사업 확대 중
- ✓ 울산·태안 등 지자체 선정 및 시범사업 추진
- ✓ 산책로·숙박 등 반려동물 관광 콘텐츠 개발

#### 관광업계와의 연계 강화

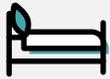
- ✓ 숙소·관광지 정보 구축 및 확산
- ✓ 관광업계 대상 정책 예산 및 프로그램 지원
- ✓ 민간 기업 참여 유도 로 펫관광 생태계 조성

# 관광업계는 펫투어리스트 공략 중! 해결해야 할 미션은?

- 관광업계 전반 반려동물 동반 여행 키워드 확산 중, 수요 대응 중심의 상품 출시
- 반려인과 비반려인 간의 인식 차이 존재, 지속가능한 펫투어리즘을 위한 주체별 역할 인식 필요

## | 펫투어리즘 확산에 따른 관광업계 움직임 |

### 관광업계 분야별 대응 트렌드



#### 숙박

펜션, 풀빌라에 한정적이었던 서비스가 호텔로 확장 중



#### 플랫폼 & 관광상품

AI 기반 서비스 고도화 및 라운딩 등 체험형 상품 증가



#### 교통

수의사 동반 탑승 및 '펫 파크' 개장 등 반려동물 전용 교통 인프라 확대

## | 시장 확대에 따른 이해관계자 간 과제 |

### 펫티켓 준수 현황에 대한 인식



#### 반려인

86.8%

잘 지켜지고 있다



#### 비반려인

35.6%

잘 지켜지고 있다

반려 여부에 따라 달라지는 펫티켓 실천 기준으로 인해 상반되는 반려인과 비반려인의 인식 차이

## 국내 관광업계 반려동물 특화 서비스 사례



#### 교원그룹 <키녹>

2,500평 야외 펫 파크와 전 객실 반려동물 동반 가능한 반려동물 동반 특화 호텔 '키녹' 런칭



#### 펫플레이 <AI 챗봇>

생성형 AI 및 반려동물 크리에이터 빅데이터 기반 여행 정보 추천서비스 제공



#### 티웨이 항공 <티펫>

반려동물 동반 여행 시 일정 횟수 이상 스탬프를 적립하면 무료 탑승 혜택 제공

## 지속가능한 펫투어리즘을 향한 과제

단기 유행이 아닌 지속가능 관광 트렌드로 정착하기 위해, 이해관계자 간 역할 인식과 협력



#### 이용자

공공 공간에서의 반려동물 에티켓 준수를 통한 공존 문화 형성



#### 사업자

반려동물 친화적 서비스와 공간 구성을 통한 체험 가치 제공



#### 정책

이해 당사자 간 갈등 조율 가이드라인 마련과 기반 시설 확충

# ■ MEDIA ISSUE

이달의 미디어 & 광고 매체 이슈를 전해드립니다.

- 네이버 지도 업데이트
- 틱톡 세이프티 페어링 기능 강화
- 메타 커뮤니티 노트 기능 도입

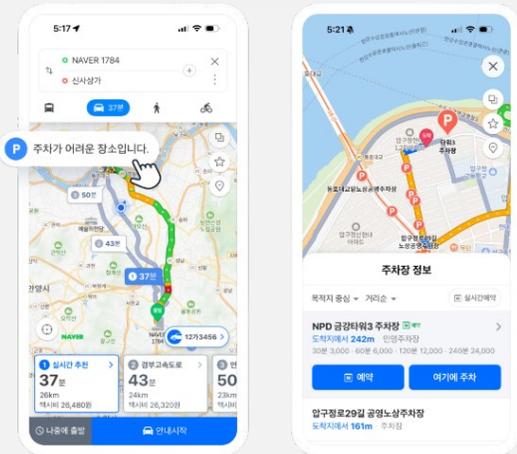
# 네이버 지도 기능 업데이트

- 목적지 주변 주차장 정보 제공 강화 및 운전자 편의를 높이는 다양한 기능 추가
- 내비게이션 사용자에게 필요한 정보 및 안전한 운전 환경 제공

## 내비게이션 목적지 정보 확대

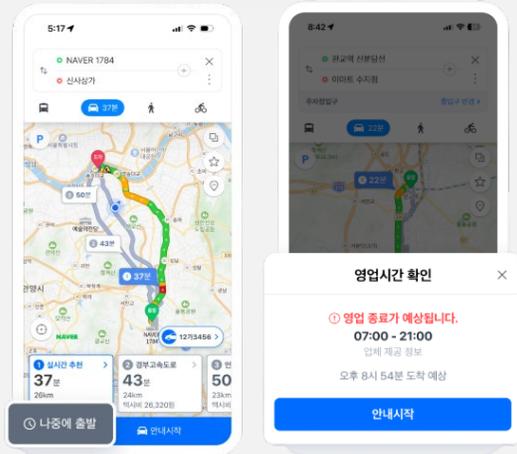
목적지에 대한 추가 정보를 제공하여 운전자의 편의 상승

### 목적지의 주차 가능여부 안내



설정된 목적지의 주차장 정보 안내,  
목적지 주변 주차장 탐색 및  
조건에 맞는 주차장 검색·예약 가능

### 목적지의 영업상태 안내



목적지 도착 예정 시간을 고려하여  
해당 장소의 영업 여부 및  
브레이크타임, 휴무 등을 사전에 안내

## 운전점수 및 운전분석 서비스 업데이트

자신의 운전 습관을 점검할 수 있는  
운전분석 페이지를 강화해 안전한 운전 환경 제공

### 최근 주행 안전운전 평가



### 주별 운전점수 변화



### 전체 운전자와 비교



### 운전점수 FAQ



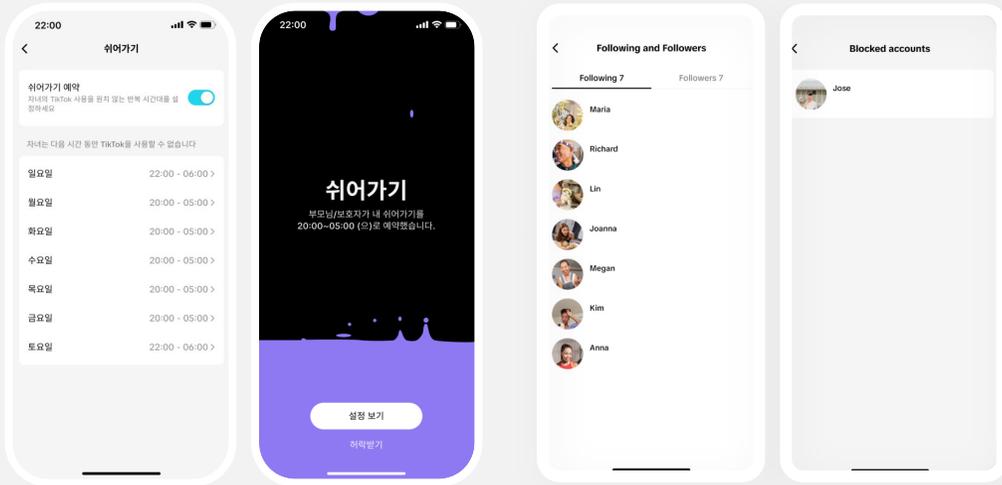
- 안전운전 평가: 최근 주행에 대한 운전 평가를 내비게이션 탭메뉴에서 간단히 확인 가능
- 운전분석 서비스: 운전 점수 변화를 주·월별 그래프로 확인 및 다른 운전자들의 평균과 비교 가능

# 틱톡 세이프티 페어링 기능 강화

- 부모와 자녀의 계정을 연결해 청소년의 틱톡 사용 시간을 조절하는 '세이프티 페어링' 기능 강화
- 청소년들의 균형 잡힌 디지털 습관 형성 및 부모가 안심할 수 있는 환경 조성

## | 세이프티 페어링 기능 업데이트 |

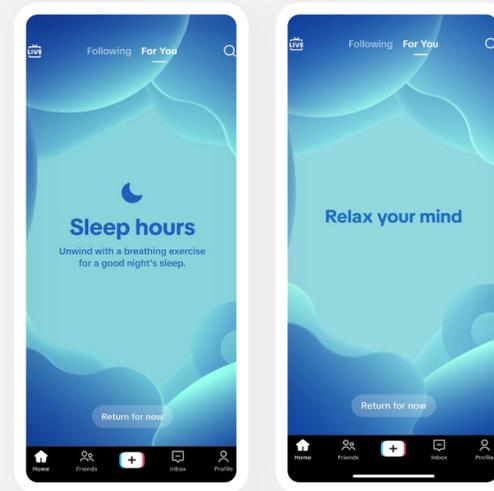
자녀들의 틱톡 생활 관리를 위한 '세이프티 페어링' 기능을 강화해 청소년이 긍정적인 방향으로 디지털 생활을 이어갈 수 있도록 독려



- **쉬어가기**: 부모가 특정 시간대를 지정해 10대 자녀의 틱톡 접속을 차단할 수 있는 기능
- **모니터링**: 자녀의 팔로워·팔로우 목록 및 차단 목록 확인 가능

## | 틱톡 추가 기능 업데이트 |

청소년이 밤 시간에 틱톡을 사용하지 않도록 돕는 기능을 통해 청소년들이 균형 잡힌 습관 형성 및 수면의 질 개선



청소년이 밤 9-10시 이후 틱톡을 사용하는 경우 '추천 피드' 일시 중단

시각을 상기하고 휴식을 취하도록 차분한 음악과 시각 효과로 틱톡 종료 유도

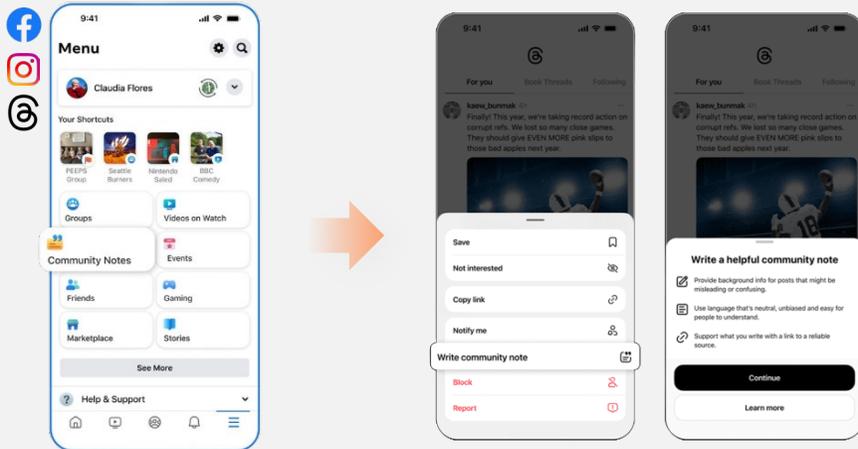
안내 후에도 틱톡을 지속 이용할 경우 쉽게 해제할 수 없는 안내창과 함께 명상 유도

# 메타 커뮤니티 노트 기능 도입

- 페이스북, 인스타그램, 스레드에 이용자 참여형 검증 시스템 커뮤니티 노트 도입
- 기존 팩트체크 방식에서 탈피, 사용자 주도 검증 시스템을 도입해 개방적인 정보 환경 구축

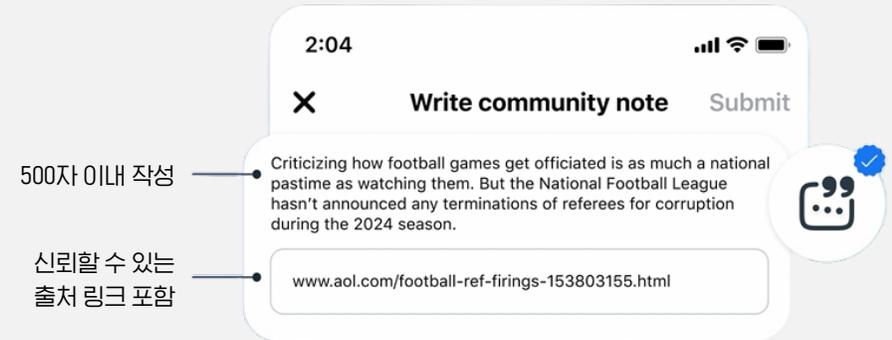
## | 커뮤니티 노트 기능 |

제3자 팩트체크 프로그램을 대체해 사용자가 게시물에 직접 맥락 추가,  
다양한 관점 반영 및 정치적 편향성 논란 감소



## | 커뮤니티 노트 작동 방식 |

공정성과 익명성 유지를 목표로 위해  
일정 기준을 충족하는 사용자만 게시물에 대한 설명 추가 가능



## 커뮤니티 노트 참여 조건

사용자의 집단 지성을 활용해 게시물의 신뢰도를 평가하는 방식으로  
여러 이용자가 제공한 보충 설명이 일정 수준의 동의를 얻으면 공개

만 18세 이상

6개월 이상 유지된 계정

전화번호 인증 또는  
2단계 인증 필요

# ■ NEW MEDIA

이달의 신규 매체 & 광고 상품을 전해드립니다.

- 직방
- 디맨드
- 유튜브

# 직방

- 원룸, 오피스텔, 빌라부터 아파트, 분양까지 모든 매출 확인이 가능한 국내 대표 프롭테크 기업
- 구매 능력을 보유한 2050 타겟으로 폭넓은 광고 집행 가능

## | 직방 |



DAU(일일 활성 사용자 수)  
34만 +

MAU(월 방문자 수)  
325만 +



### 국내 1등 부동산 플랫폼

매월 325만 명이 활발하게 이용하는 플랫폼으로  
부동산 관련 서비스 중 가장 많은 사용자 보유



### 높은 광고 효과

앱 내 배너 및 특화상품, 메시지 등  
다양한 지면의 광고 노출을 통해 강력한 브랜딩 가능



### 명확한 타겟층

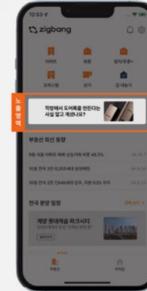
부동산 관련 정보를 제공하는 플랫폼으로  
구매능력을 보유한 2050 타겟에게 집중적으로 홍보 가능

## | 주요 광고 상품 |

### 스플래시



### 메인 배너



### 팝업 배너



### 카카오톡 채널, 앱푸시



### 카테고리 특화 상품



#프리미엄 단지 마커  
#분양상담사 PRO

# 디맨드

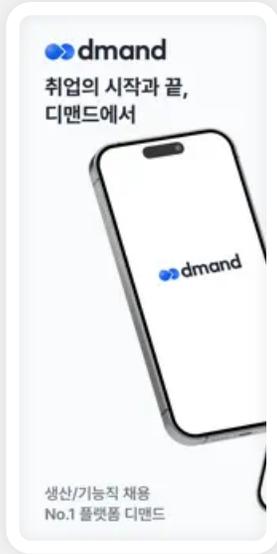
- 국내 최대 생산 기능직 커리어 올인원 플랫폼
- 20대 초반 남성 유저들 적극 타겟팅 가능한 매체

## | 디맨드 |



누적 앱 다운로드 수  
**5만 +**

MAU(월 사용자 수)  
**15만 +**



### 높은 유효 타겟팅

70% 이상이 20대 유저로, 유효 타겟팅이 뛰어나고 앱 D7 리텐션을 38%로 활발한 코어 유저층 보유



### 강력한 홍보/브랜딩 효과

채용 홍보 기준 2-3배 높은 조회수와 클릭수를 보이며 합리적 광고/마케팅 채널 운영으로 브랜딩 효과 탁월



### 고객 친화적인 서비스

고객사의 특성, 홍보 일정, 예산에 맞춘 유연한 패키지 제안과 할인 정책으로 광고주 만족도 높이는 집행 구조

## | 주요 광고 상품 |

### 디스플레이 광고

스플래시



시작 팝업 모달



배너



### 광고 상품

카카오톡 채널 메시지



오픈채팅방 바이럴 마케팅



앱 푸시 알림



# 뮤빗

- 전 세계 200개국 1,050만의 K-POP 팬들이 설치한 글로벌 팬덤 플랫폼
- 팬 활동에 필수적인 다양한 서비스와 콘텐츠를 제공해 다수의 유저가 활발히 이용

## | 뮤빗 |



누적 다운로드수  
**1,050만 +**

MAU(월 사용자 수)  
**기만 +**



### K-POP을 사랑하는 1834 여성

K-POP에 관심 많은 여성 94%가 사용하는 플랫폼으로  
트렌드를 이끄는 1834 MZ세대 타겟 광고에 효과적



### 활발한 유저 소통

투표, 커뮤니티, 스토어, 이벤트 등 다양한 콘텐츠를 제공하여  
K-POP 관련 소비자들의 높은 방문율 보장



### 높은 광고 효과

매월 플랫폼을 방문하는 유저만 기만 명으로  
국내·외 다수의 유저에게 효과적인 콘텐츠 노출 기대

## | 주요 광고 상품 |

### 배너



### 앱 푸시



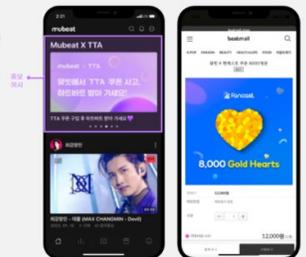
### 리워드 상품



### 프리롤 동영상



### 쿠폰 제휴



### 비트박스



# ■ PROMOTION

이달의 프로모션 소식을 전해드립니다.

- 엑스파트너스 골프연습장 키오스크 프로모션
- 인아웃 올리브영 프로모션
- 히로인스 3~4월 프로모션

# XPartners **엑스파트너스 골프연습장 키오스크 프로모션**

- 골프연습장 회원에게 무인 타석 예약, 모바일 예약/결제 등 다양한 혜택을 제공하는 무인 솔루션
- 신규 광고주 대상 키오스크 광고 집행 시 기간 추가 제공

## 엑스파트너스 광고상품



키오스크 첫 화면

연습장 타석 선택

회원 인증

이용권 선택/결제 완료

유형	구분	내용
골프연습장 키오스크 프로모션	대상	▶ 신규 집행 광고주
	혜택	▶ 2+1 기간 추가 제공 * 2개월 집행 시 1개월 기간 서비스
기간	~ 25년 2분기	

\* 광고상품 일부

# INOUT 인아웃 올리브영 프로모션

- 2030 여성들이 주로 사용하는 다이어트 및 식단관리 앱으로 코스메틱, 이너뷰티 등의 광고에 적절한 플랫폼
- 올리브영 행사 기간 내 광고 집행 시 패키지 할인

## 인아웃 광고상품



홈 배너 (확장형)



음식검색 배너



커뮤니티 배너

\* 광고상품 일부

유형	구분	내용
올리브영 프로모션	대상	➤ 모든 광고주
	혜택	➤ 대상상품 : 홈 배너(기본형/확장형), 음식검색 배너, 커뮤니티 배너  1. 올영데이 - 패키지 구매가 142만원 → 130만 원 * 홈 배너 확장형 선택 시 +20만 원 * 매월 25일 ~ 27일, 3일간 집행  2. 올영세일 - 패키지 구매가 330만원 → 300만 원 * 홈 배너 확장형 선택 시 +50만 원 * 분기별 1회, 7일간 진행
기간	~ 25년 상반기	

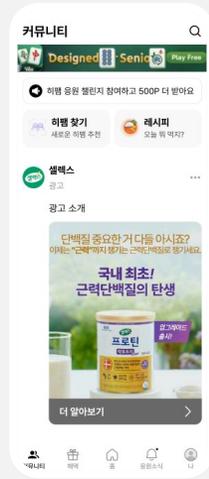
# 히로인스 3~4월 프로모션

- 국내 유일 중년 여성과 건강 관심 유저를 모은 플랫폼으로 건강, 자녀 교육, 금융/보험 등에 적합한 매체
- 광고비 할인 및 배너 무료 제공

## 히로인스 광고상품



스플래시 배너



커뮤니티 피드



댓글 사이

네이티브 배너

\* 광고상품 일부

유형	구분	내용
3~4월 프로모션	대상	▶ 기간 내 계약한 모든 광고주
	광고비 최대 40% 할인	1. 1천 만 원 이상 계약시 40% 할인 2. 500만 원 이상 계약시 30% 할인
	노출 극대화 프로모션	1. 스플래시 배너 광고 무료 제공 - 앱 시작 팝업 지면 300만 원 이상 집행 시 7일 무료 제공 2. 네이티브 배너 광고 할인 - 광고 집행 시 CPM 70% 할인
기간	~ 25년 4월 30일	

# 2025.4

## MARKETING CALENDAR

SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT
		1 만우절 수산인의날	2 세계 자폐증 인식의날	3 4·3 희생자 추념일	4 청명 향토예비군의날	5 한식 식목일
					세계라면축제2025 - 부산 [4~13일]	
6	7 보건의날	8	9	10 DMS 2025(10~11일)	11 임시정부 수립 기념일	12 도서관의날
[Yellow Bar]						
13 2025 오사카 간사이 엑스포 (13일~25년10월13일)	14 블랙데이	15	16 국민안전의날	17	18	19 4·19혁명 기념일
20 곡우 장애인의날	21 과학의날	22 새마을의날 정보통신의날 지구의날	23 세계 책과 저작권의날	24	25 법의날	26 세계 지적재산권의날
27	28 총무공 이순신 탄신일	29	30			

이달의  
HOT 키워드

**마케팅** #만우절 #그린 컬러 마케팅 #야구 마케팅

**행사** #벚꽃 축제 #맥주 축제

**패션** #플리츠 스커트 #대디코어 #보헤미안 프린지룩

**밈** #愛♡スクリ〜ム! - 러브라이브 #제니 챌린지 #wing - Dopamine

**이달의 유행템** #치즈 품은 버섯 #크보빵



APR  
2025



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

문의하기

adure

E . O . D