

2026년 5월

인크로스 미디어 이슈 리포트



미디어 트렌드

시로 우후죽순 등장한 창의적 웹·앱! 콘텐츠처럼 소비되는 중

기존에는 웹·앱 서비스를 만들기 위해 전문 개발 지식과 긴 제작 과정이 필요했지만, 최근에는 AI의 도움으로 개발이 훨씬 쉬워지고 있음. 특히 개발 경험이 없는 일반인들도 자연어만으로 웹·앱을 만드는 '바이브코딩(Vibe Coding)' 방식이 확산되면서, 최근 독특한 아이디어를 가진 서비스들이 빠르게 늘어나는 추세

이는 AI 기술 발전으로 누구나 이미지·영상·음악 같은 콘텐츠를 쉽게 만들게 된 흐름과 비슷한 양상을 띠. 콘텐츠 제작 장벽이 낮아진 것처럼 웹·앱 역시 개인이 손쉽게 만들고 공유하는 사례가 많아지고 있으며, 최근에는 재미와 참여 요소를 앞세운 서비스들이 이용자들의 관심을 얻고 있음

앞으로 바이브코딩 기술이 더 발전할수록 개인이 만든 창의적인 웹·앱 서비스는 더욱 많아질 것으로 보이며, 콘텐츠 소비 역시 단순 영상에서 참여형 웹·앱 제작 및 소비까지 확장될 것으로 예상됨

출처: 각 서비스 화면 캡처

AI 덕분일까? 요즘 많이 보이는 센스만점 웹·앱 서비스들

| 최근 이슈가 된 콘텐츠성 웹·앱 서비스 사례

온라인담타
온라인으로 담배타임 가지며
속풀이하는 서비스



음식만안와요
배달 주문을 하는 기분만 내고
실제로는 주문이 안 되는 서비스



복복이터뜨리기
복복이를 클릭하면서
터뜨릴 수 있는 서비스



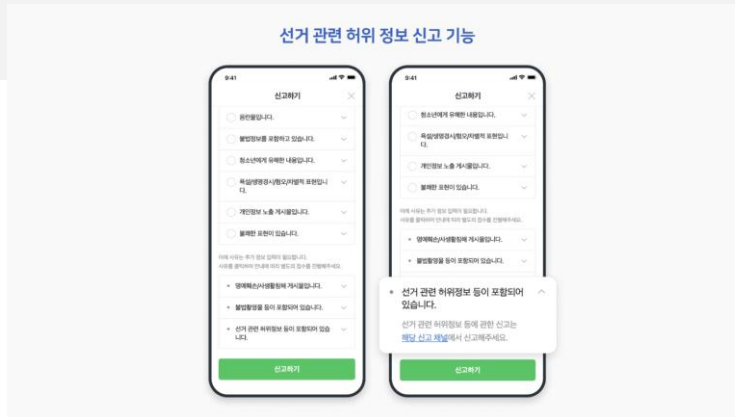
지하철전광판만들기
원하는 문구를 넣으면
실제 지하철 전광판처럼 만들 수 있는 서비스



* 이미지 클릭시 해당 사이트로 연결됩니다.

주요 매체 소식

네이버



단위: 십억 원	1Q25	2Q25	3Q25	4Q25	1Q26	Y/Y	Q/Q
매출액 ¹⁾	2,786.8	2,915.1	3,138.1	3,195.1	3,241.1	16.3%	1.4%
네이버 플랫폼	1,604.7	1,693.1	1,816.6	1,850.3	1,839.8	14.7%	-0.6%
광고	1,276.2	1,346.6	1,398.1	1,415.3	1,394.5	9.3%	-1.5%
서비스	328.5	346.6	418.6	434.9	445.3	35.6%	2.4%
파이낸셜 플랫폼	386.7	405.6	427.3	448.6	459.7	18.9%	2.5%
글로벌 도전	795.4	816.4	894.1	896.2	941.6	18.4%	5.1%
C2C	222.7	227.5	250.6	285.7	351.1	57.7%	22.9%
콘텐츠	446.2	462.1	498.2	444.9	440.1	-1.4%	-1.1%
엔터프라이즈	126.6	126.7	145.3	165.6	150.5	18.8%	-9.1%
영업비용	2,281.5	2,393.5	2,567.4	2,584.4	2,699.3	18.3%	4.4%
영업이익	505.3	521.6	570.6	610.6	541.8	7.2%	-11.3%
영업이익률 (%)	18.1%	17.9%	18.2%	19.1%	16.7%	-1.4%p	-2.4%p
당기순이익	423.7	497.4	734.7	163.0	291.0	-31.3%	78.5%
당기순이익률 (%)	15.2%	17.1%	23.4%	5.1%	9.0%	-6.2%p	3.9%p

¹⁾ 일라암 편입 효과 제외시 전체 매출액 Y/Y 15.0%, Q/Q 0.3%

네이버, 제9회 전국동시지방선거 특집페이지 오픈

- 네이버가 제9회 전국동시지방선거를 맞아 특별페이지를 오픈하고, 언론사별 선별 기사·지역 맞춤 뉴스·여론조사·선거 당일 라이브 코너 등을 통해 빠르고 정확한 선거 정보 제공을 강화한다고 밝힘
- 정치·선거 기사 본문 하단 댓글 미제공, 클린봇 기반 악성 댓글 탐지 시 자동 비활성화, 허위 정보 뉴스 댓글 신고 기능 도입 등 건전한 댓글 환경 조성을 위한 정책 및 기술 대응 강화
- 5월 21일부터 중앙선관위 제공 후보자 정보 노출 예정이며, 후보자명 자동완성·검색어 제안 기능 제한과 함께 선관위·KISO 협력을 통한 허위 정보 대응 및 24시간 모니터링 체계 운영 예정

보안은 지키고, 업무 장벽은 없애고...
네이버웍스로 공무원 모바일 업무시대 연다

- 네이버클라우드가 범정부 지능형 업무관리 플랫폼 사업 내 AI 협업툴 '네이버웍스'의 모바일 서비스를 시작하며 중앙부처 공무원의 모바일 기반의 업무 환경 지원을 확대한다고 밝힘
- 망분리 정책으로 제한됐던 내부 시스템 접근 문제를 개선하고, 출장·외근 중에도 내부 메일 확인·문서 검토·메신저 보고 등 주요 업무를 모바일에서 처리 가능한 환경 구축
- 종단간 암호화 기반 보안 기술 적용으로 내부망 보안을 유지하면서도 유연한 업무 환경 구현, 행정안전부·과기정통부 추진 사업 내 공공 AI 업무 혁신 사례로 활용 예정

네이버, 2026년 1분기 매출액 3조 2,411억 원,
영업이익 5,418억 원 기록

- 네이버가 2026년 1분기 매출 3조 2,411억 원, 영업이익 5,418억 원을 기록하며 AI 접목 기반 광고·커머스 사업 성장에 힘입어 전년 동기 대비 견조한 실적을 달성함
- 광고 부문은 AI 타기팅 고도화 솔루션 'ADVoost' 영향으로 성장세를 이어갔으며, 네이버플러스 스토어·멤버스·N배송 중심 커머스 생태계 확대가 서비스 매출 성장을 견인
- 크림·소다·포시마크·윌라팝 등 C2C 사업 성장과 AI·디지털트윈·라인웍스 기반 엔터프라이즈 사업을 확장한 것이 글로벌 도전 부문 매출 성장을 견인한 것으로 보임

주요 매체 소식

● 카카오

실적요약

1Q26 Earnings Release

(단위: 십억원)	1Q25	4Q25	1Q26	YoY	QoQ
매출	1,748	2,042	1,942	77%	-5%
플랫폼 부문	1,022	1,229	1,183	16%	-4%
특비즈	559	630	609	9%	-3%
포털비즈	74	72	68	-9%	-5%
플랫폼 기타	389	527	506	30%	-4%
콘텐츠 부문	726	813	759	5%	-7%
스토리	213	192	182	-14%	-5%
뮤직	438	525	485	11%	-8%
미디어	75	96	92	23%	-3%
영업비용	1,621	1,826	1,731	7%	-5%
영업이익	127	216	211	66%	-2%
영업이익률	7.3%	10.6%	10.9%	+3.6%pt	+0.3%pt
당기순이익	200	-47	227	13%	특자전환
차지분순이익	172	33	172	Flat	413%
비지배분순이익	28	-81	55	94%	특자전환
당기순이익률	11.5%	-	11.7%	+0.2%pt	특자전환



카카오, 2026년 1분기 매출액 1조 9,421억 원, 영업이익 2,114억 원

- 카카오가 2026년 1분기 매출 1조 9,421억 원, 영업이익 2,114억 원을 기록하며 역대 1분기 기준 최대 실적을 달성
- 특비즈 광고와 커머스 사업 성장세가 플랫폼 부문 실적을 견인했고, 금융 광고주 확대, 비즈니스 메시지 고도화, 카카오프페스타 효과 등에 힘입어 광고를 비롯한 거래액이 전반적인 성장을 이룸
- 모빌리티·페이·뮤직·미디어 등 주요 사업 부문의 고른 성장세를 통해 메신저 중심 서비스를 넘어 '에이전틱 AI 플랫폼'으로의 전환 추진 예정

카카오 'PlayMCP', 오픈소스 AI 에이전트 '오픈클로' 연동 지원

- 카카오의 MCP 기반 플랫폼 'PlayMCP'가 오픈소스 AI 에이전트 '오픈클로(OpenClaw)' 연동을 지원. 클라우드·챗GPT에 이어 MCP 서버로도 활용할 수 있는 생태계를 확대
- 사용자는 PlayMCP에 등록된 카카오 서비스 및 외부 MCP 서버를 오픈클로와 연결해 자연어 기반 반복 업무 자동화 및 외부 도구를 연동해 사용할 수 있음
- 연동 과정에 10분간만 유효한 원타임 토큰 방식을 적용하고, 연결 서비스 즉시 해제 기능을 제공하는 등 보안성과 사용자 편의성을 강화

카카오맵, 국립중앙박물관 실내지도 서비스 오픈 박물관 내 '반가사유상' 위치도 확인 가능

- 카카오맵이 국립중앙박물관 실내지도 서비스를 오픈하며 층별 전시관 정보와 주요 유물 위치상세 정보를 제공하는 문화 공간 탐색 기능을 강화함
- '반가사유상', '백자 달항아리' 등 주요 유물 23종 위치 안내와 함께 어린이박물관·엘리베이터·화장실 등 편의시설 정보 및 최신 로드뷰·길찾기 데이터를 제공
- 가정의 달을 맞아 '카카오프렌즈와 국궁박 보물찾기' 기간 동안 '반가사유상', '백자달항아리' 등 대형 이벤트 별론을 마련했으며, 해당 별론 또한 야외 지도를 통해 확인할 수 있음

주요 매체 소식

● 네이버 브랜드검색 상품 통합 개편

라이트형·프리미엄형·브랜드추천형 등 기존 32개의 템플릿을 7개의 주요 템플릿으로 통합, 다양한 옵션 및 기능을 목적에 맞게 조합할 수 있도록 개편 예정 (5/20~)

자유로운 소재 조합

템플릿 변경 없이 소재 요소별 조합을 통해 다양한 타입으로 활용, 브랜드에 최적화된 광고 집행 가능

소재 최적화 기능

성별에 따라 노출할 수 있는 소재 최적화 기능을 통해 사용자 반응도 증대, 효율적인 광고 운영이 가능

소재 등록 가능 개수 확대

소재 등록 가능 개수가 확대되어 다양한 타입의 소재 운영 가능 (기존 5개 → 변경 8개)

출처 : 네이버

템플릿 통합 개요

현재				개편	
템플릿 (소재최적화 포함)				템플릿 (통합)	
PC	라이트형	일반, 섬네일	4종	}	(P) 라이트형
	라이트형	일반, 섬네일	2종		(P) 프리미엄형_이미지
		일반, 섬네일	2종		(P) 프리미엄형_동영상
모바일	라이트형	일반, 섬네일, 리스팅	6종	}	(M) 라이트형
	프리미엄형	와이드이미지, 스토리	4종		(M) 프리미엄형_이미지
	브랜드추천형	와이드이미지, 스토리	4종		
	프리미엄형	오토플레이, 동영상	4종		(M) 프리미엄형_동영상
	브랜드추천형	오토플레이, 동영상	4종		
	성인타겟팅 (NOSP ONLY)	스토리, 동영상	2종		

주요 매체 소식

● 카카오 모먼트 Si 정식 오픈

광고 집행 데이터를 분석하여 캠페인 개선 포인트를 제안하고, 광고 성과와 고객 퍼널을 심층 분석해주는 모먼트 Si 오픈

캠페인 진단

캠페인을 분석하여 진단 점수(1~100점)를 제공, 개선이 필요한 항목을 제안하며 클릭 시 수정페이지로 바로 이동 가능

광고 성과 분석

예산·소진율, 반응 데이터, 위치, 연령·성별 데이터를 상세하게 확인하고 인사이트를 발견할 수 있도록 성과 분석 제공

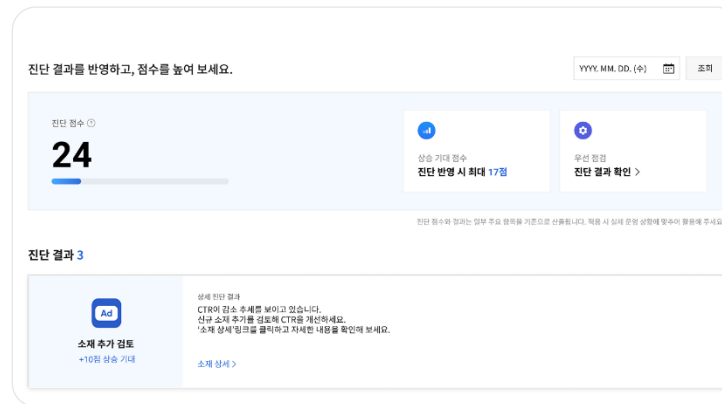
고객 퍼널 분석

인지 → 관심 → 고려 → 전환의 4단계 고객 퍼널을 분석, 각 단계별 액션을 설정하여 맞춤 퍼널 분석 가능

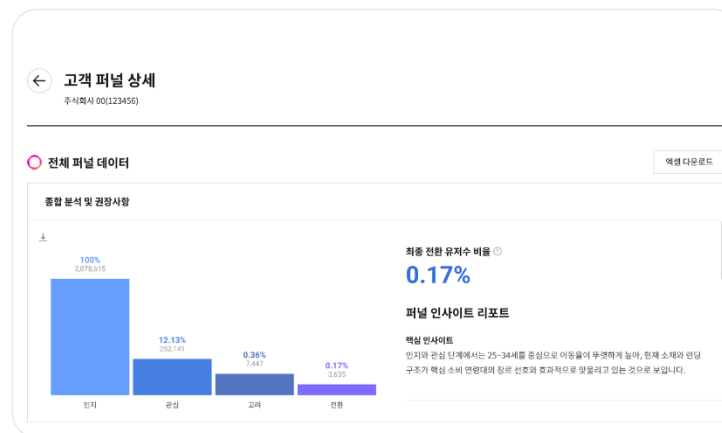
출처 : 카카오

주요 기능 화면

캠페인 진단



고객 퍼널 분석



광고 성과 분석



주요 매체 소식

● 메타
네이버 브랜드스토어 협력광고 전체 오픈

네이버 브랜드스토어 협력광고는 브랜드스토어에 등록된 제품을 카탈로그 형태로 메타에서 활용할 수 있는 협력광고 상품. 카탈로그 기반 리타겟팅을 활용하거나 브랜드스토어의 시그널을 통해 성과 최적화 가능

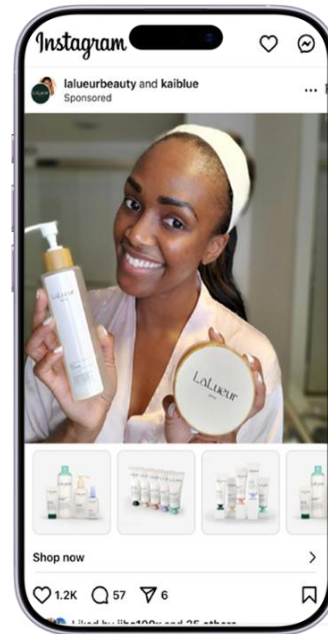
‘4월 29일’ 부터 모든 브랜드스토어 대상으로 전체 오픈
브랜드스토어를 가지고 있는 경우 네이버 브랜드 스토어 협력광고를 셀프 온보딩 진행 가능

프로세스

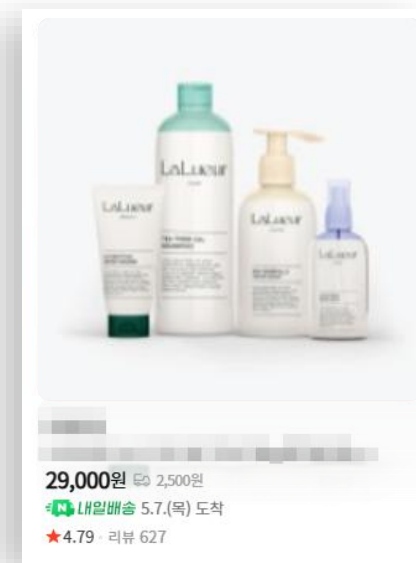
희망 리스트 신청 없이, 메타 리타겟팅 협력광고 솔루션 구독 후 스마트스토어 센터에서 카탈로그 세그먼트를 공유 받아 진행 가능

출처 : 메타

노출 예시



메타 내 노출된
네이버 브랜드스토어 협력광고 (예시)



네이버 브랜드스토어 상품
랜딩페이지로 이동 (예시)



제품 상세 정보

각 제품의 장바구니에 담기 및 구매 이벤트 수와 판매된 각 제품의 누적 값

All Brands All Categories

Product	Brand	Product Purchase Value T1
Stripped T-shirt Product # 0123456789	Feroldi's	\$
Blue Eye Shadow Product # 0123456789	Feroldi's	\$
Eye Shadow Set Product # 0123456789	Feroldi's	\$
Folka Dot Blouse Product # 0123456789	LaLueur	\$
Brown Leather Boots Product # 0123456789	Spruce	\$
Everyday Leather Bag Product # 0123456789	Spruce	\$
Blue Turtle Neck Product # 0123456789	LaLueur	\$
Summary		\$1 Total

보고서 다운로드

협력광고용 제품 수준 보고서를 통해
각 제품 별 성과 리포트 확인 가능(예시)

주요 매체 소식

● 토스 전환 성과 표준 이벤트 확장

광고 운영에 활용할 수 있는 전환 성과 표준 이벤트 15개 확장 제공

확장 내용

이벤트 종류: 앱 열기, 딥링크 열기, 로그인, 페이지 조회, 홈 조회, 검색, 위시리스트 추가, 결제 시작 등

메트릭 종류: 각 이벤트의 이벤트 수, CVR, CPA 값

활용 방법

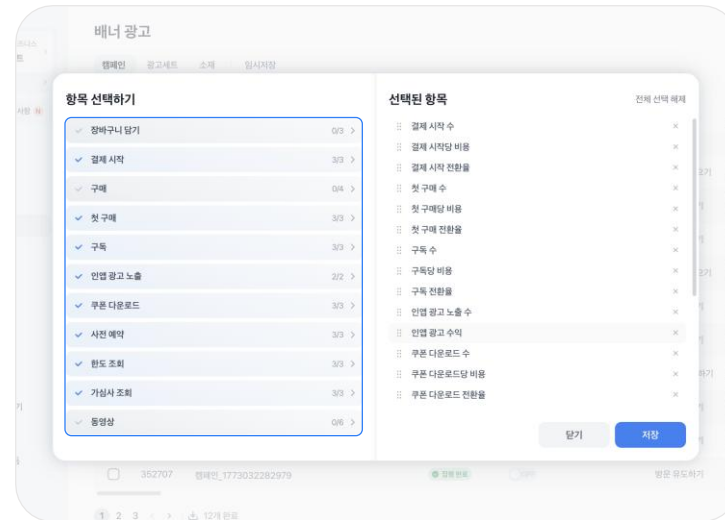
성과 확인하기: 맞춤보고서와 배너 대시보드에서 확장된 표준 이벤트의 성과 확인 가능

타기팅에 활용하기: 타겟 설정 > 전환 추적 타겟 추가 메뉴에서 확장된 표준 이벤트를 선택하여 타기팅/디타기팅 가능

출처 : 토스

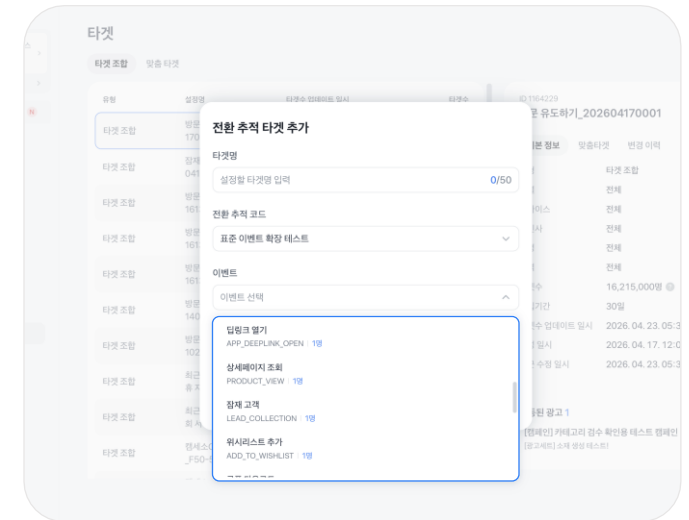
예시 화면

성과 확인하기



맞춤보고서, 배너 대시보드 > 항목 선택

타기팅 활용하기



타겟 설정 > 전환 추적 타겟 추가 메뉴 > 이벤트 선택

주요 매체 소식

매체 및 광고 상품 업데이트

매체	주요 내용
네이버	NOSP_쇼케이스 웹 환경 노출 예정: 네이버앱 '쇼케이스' 상품의 모바일 웹 노출 시작
	NOSP_모바일 더블크라운 > 홈 우측 전면광고 '동영상형' 추가: 홈 우측 전면광고 유형으로 기존의 이미지형 외에 세로형 '동영상형' 집행 가능
	NOSP_팝업스토어 솔루션 상품 출시: 팝업스토어/브랜드 체험관/기간 한정 전시·프로모션 매장 대상, 커스텀스킨·3D VR·오픈톡 등 다양한 기능을 모듈화한 패키지 출시
	NOSP_네이버웹툰 광고지면 동영상 할증률 및 타기팅 할증률 변경: 동영상형 할증률 변경(기존 30% → 변경 10%), 모든 타기팅 할증률 일괄 변경(20%, 30% → 10%)
	네이버 통합 광고주센터_쇼핑검색광고 AI추천 더보기 신규 지면 노출 확대: 쇼핑검색광고의 신규 노출 지면으로 'AI 추천 더보기'가 새롭게 추가
	네이버 통합 광고주센터_ADVoost 쇼핑_부스트 업 캠페인 베타 오픈: ADVoost 쇼핑 캠페인에서 on/off로 제공되던 부스트 업 기능이 별도 캠페인으로 분리 (5/27~)
	네이버 통합 광고주센터_쇼핑검색광고 모바일 블로그 본문 하단 지면 노출 테스트: 블로그 본문 하단 지면의 일부 트래픽에서 쇼핑검색광고를 노출하는 테스트 진행
	네이버 통합 광고주센터_AI 브리핑 지면 광고 노출 테스트: AI 브리핑 지면의 일부 키워드와 트래픽에서 ADVoost쇼핑, 쇼핑검색광고 등을 노출하는 테스트 진행
카카오	글로벌_신규 상품 출시 (채팅리스트, 통화 종료 화면 광고): 북미 카카오톡 채팅탭 내 노출되는 채팅리스트와 보이스톡/페이스톡 종료 화면에 노출되는 배너 상품 신규 출시

주요 매체 소식

매체 및 광고 상품 업데이트

매체	주요 내용
카카오	디스플레이, 동영상, 상품 카탈로그 광고 노출 영역 확대: 카카오톡 친구탭 내 친구 프로필 클릭 후 스와이프를 통해 성과형 광고가 노출되도록 영역 확대
	모먼트 '통합 광고 식별 체계' 도입: 크로스디바이스 인식, 타겟팅 정확도 향상, 전환 측정 강화를 위해 사용자 기반 '통합 광고 식별 체계'를 도입
	선물하기/톡스토어 판매자센터 → 모먼트 광고 계정 자동 연결 동선 오픈: 카카오 커머스 선물하기/톡스토어 판매자센터에서 '광고 연동 시작하기' 버튼으로 자동 연결
메타	Meta 지원 전환 API 원클릭 무료 기능 출시 : Meta 픽셀을 보유한 경우 Conversions API(CAPI)를 원클릭으로 무료 설정 가능
	Meta 픽셀 '상세한 페이지 및 제품 정보 포함' 업데이트 : Meta 픽셀 내 시를 활용하여 웹페이지의 제품 상세 정보를 감지하고 이벤트에 포함하여 전송하는 기능 출시
	파트너십 광고 허브 UI 및 광고 적합성 상태 표시 업데이트 : 기존에는 파트너십을 맺은 크리에이터 콘텐츠 위주로만 표시됐으나, 콘텐츠 유형 확대 및 광고 적합도가 표시
	협력광고 타겟 세그먼트 리포팅 업데이트 : 기존에는 노출, 도달, 클릭 등에서만 타겟 세그먼트 별 데이터 확인이 가능했으나 구매, 장바구니 추가 등 세부 데이터 확인 가능
	고객 경험 점수(Customer Experience Score) 업데이트 : 광고를 본 유저를 대상으로 광고에 대한 피드백 설문이 진행. 높은 점수를 받을 수록 경매에 유리하게끔 변경
SMR	쿠팡플레이_신규 상품 출시 및 2분기 프로모션: 축구 생중계 가상 광고 상품 신규 출시 및 2분기 신규 광고주 대상 보너스율 30% 제공 프로모션 진행

주요 매체 소식

매체 및 광고 상품 업데이트

매체	주요 내용
토스	외부 지면 노출 ON/OFF 기능 업데이트: 광고세트에서 외부 네트워크 지면 노출 여부를 직접 제어할 수 있는 ON/OFF 토글 추가
넷플릭스	광고 공지 사항: 체중 감량 관련 카테고리 광고 집행 허용, QR코드 영상 디바이스 타기팅 가능 기기 조합 안내, 5월 가정의 달 시즌널리티 패키지 등 공지 사항 안내
티빙	2026년 KBO 광고 상품 업데이트: 팬덤PKG 운영 구좌 확대 (구단 당 1개 구좌 → 5개 구좌), KBO 지면 캠페인 라이브에 노출되는 'KBO Slate Ad' 신규 출시 예정
스포티파이	최신 상품소개서: 26년 상반기까지 일부 광고주 대상 '패키지' 형태로 집행 가능, AMPLIFIER와 MAXIMIZER 총 2개 패키지로 구성
번개장터	신규 광고 상품 출시: 탑 배너·훅 팝업 배너·숏컷·앱 종료 배너 상품 신규 출시, 광고주 KPI에 맞춘 스플래시 패키지와 퍼포먼스 패키지 출시
프리즘	STAY&PLAY 시즌 1 협찬 광고: K-Culture를 중심으로 프리미엄 경험을 기획 판매하는 플랫폼, [STAY & PLAY] 음악 프로그램 협찬 광고 관련 상품 판매
TJ미디어	노래방 반주기 광고 매체: 모든 세대가 이용하는 노래방 반주기 매체, 대기 중 영상광고·연주 시작 배너광고 등 다양한 광고 상품을 판매하며 노래·가수 타기팅 가능
카카오VX	카카오톡 채널 메시지 출시: '카카오골프예약' 채널과 별도로 프렌즈 스크린 유저를 포함해 230만 명의 친구 보유, 성연령·행동기반 타기팅을 지원하는 카톡 메시지 상품
CJ ENM	2026년 업데이트: 장기간 높은 조회수와 관심을 유지하는 롱테일 클럽 타기팅 '스테디클럽' 신규 출시, 'TOP10 콘텐츠' 기존 구좌제에서 일반 상품으로 전환 등

주요 매체 소식

매체 및 광고 상품 업데이트

매체	주요 내용
iMBC	MBC YouTube 상품소개서: 총 구독자 수 7,300만 명 규모의 유튜브 채널 70여 개 보유, 타깃 노출량을 비율로 점유하는 '스폰서십' 상품과 초수별 영상 상품 판매 중
메가박스	업계 최초 CPV 보장형 상품 출시: 30초 광고를 온전히 시청한 관람객에게만 20원 과금(실제 관람객 수 기준), 클라이맥스M·하이라이트M 상품에 적용
버즈빌	올리브영 협력광고 출시 및 최신 상품소개서: 올리브영 1st Data 기반의 정밀 타기팅 가능, 대규모 노출을 위한 CPM 캠페인과 인터렉션 방식의 퀴즈상품 등 판매
이마트24	모바일 앱&옥외 매체: 회원수 180만 명 이상의 이마트24 앱과 천국 5,600여 개 이마트24 점포에 노출 가능, 앱 배너 광고와 인스토어 스크린 광고 등 다양한 상품 판매
인터웍스	신규 매체 소개: 전국 14개 소노리조트 디지털 사이니지 광고 매체 '소노리조트 DOOH', 약국 봉투 광고 매체 '팜애드커넥트' 집행 가능

주요 매체 소식

프로모션 및 특판

매체	주요 내용
네이버	NOSP_ADVoost Screen 프로모션: 26년 6월 30일 이내 부킹 및 집행 완료된 캠페인 대상, 집행 금액의 50% 비즈 쿠폰 환급 (광고주 별 최대 5천만 원)
	NOSP_웹툰 월드컵 패키지 출시: 스포츠 웹툰 빅배너 영역 7일 독점, 경기 일정에 맞춘 웹툰 스페셜DA 등 주목도 높은 지면으로 구성된 패키지 출시 (단가 별 구성 상이)
	2026 전국동시지방선거 상품 출시: PC 메인, MO메인/서브 등으로 구성된 정당 광고 상품과 후보자 광고 상품 출시 (단가 별 구성 상이)
	2026 월드컵 프리미엄 패키지 출시: KICKOFF(1억) 패키지부터 MVP(10억) 패키지까지 월드컵으로 집중된 주목도를 활용할 수 있는 프리미엄 패키지 5종 출시
SMR	2026년 제9회 전국동시지방선거 특판 (비정당 광고주) 출시: 선거 기간 증가하는 시사 이슈 화제성을 커버할 수 있도록 구성된 3천만 원 패키지 출시
카카오	2026 북중미 월드컵 패키지 출시: 카카오톡 내 대한민국 대표팀 응원전을 기반으로 한 참여형 월드컵 광고 패키지 출시, 응원전 이벤트와 프리미엄 광고 상품으로 구성
넷플릭스	26년 5월 - 7월 싱글타이틀 스폰서십 패키지: 넷플릭스 오리지널 콘텐츠 원더풀, 유재석캠프, 참교육, 남편들, 맨 끝줄 소년의 싱글타이틀 스폰서십 패키지 오픈
티빙	<취사병 전설이 되다> 통합 광고 패키지 특판 출시: 1,600만 관객수를 달성한 <왕과 사는 남자>의 주연 박지훈의 차기작, tvN(방송광고)까지 커버 가능한 통합 패키지 출시
크리테오	Growth 패션 광고주 한정 '5월 페르소나' 부스트 프로모션: 월별 페르소나 타기팅 중 최소 1개 이상 적용 시 집행 금액의 30%에 해당하는 크레딧 제공

주요 매체 소식

프로모션 및 특판

매체	주요 내용
SK플래닛	가정의 달 맞이 최상단 DA 1+1 프로모션: 최근 6개월 이내 미 집행 광고주 또는 신규 광고주 대상, 최상단 DA 부킹 시 1+1 혜택 제공
CJENM	CJ 유튜브 <취사병 전설이 되다> 특판 출시: <왕사남>의 단종으로 가장 핫한 배우 박지훈 주연, 박지훈 타기팅 패키지와 취사병 타기팅 패키지 2종 출시
JTBC	2026년 북중미 월드컵 상품 출시: JTBC 디지털 전영역을 커버하는 골든컵 프리미엄 패키지, 월드컵 선수 키워드를 타기팅하는 월드컵 히어로 패키지 등 6종 출시
Mnet Plus	<워너원고 백투베이스> 디지털 특판 출시: <워너원 고> 시리즈 기반 합숙+야외 리얼리티물, Mnet Plus 콘텐츠에 노출되는 광고 상품 패키지 3종 출시
네이버페이	프리미엄 패키지 프로모션: 25년 이후 첫 집행 광고주 대상, 3천만 원 이상의 프리미엄 패키지 집행 시 50% 할인 혜택 제공
마미톡	목적별 맞춤 패키지 출시: 인지-주목-신뢰 목적별 맞춤 패키지 출시, 개별 상품 집행 대비 30% 이상의 단가 할인 효과와 패키지 등급에 따른 프리미엄 지면 추가 제공
스냅챗	5월 마케팅 시즌 프로모션: 5월 첫 집행 광고주 및 신규 스냅챗 Ad Format이나 마켓 확장을 희망하는 광고주 대상, 캠페인 예산에 따라 최소 \$2,000 이상 제공
핀터레스트	26년 2분기 보너스 프로모션: 예산 규모에 따라 25% 무상 크레딧 제공, 국내 캠페인 1천만 원 이상, 해외 캠페인 1,400만 원 이상 집행 시 적용
열풍타	상반기 프로모션: 통계페이지 중앙에 노출되는 신규 배너 상품 '스퀘어배너' 집행 시 20% 할인가에 제공

주요 매체 소식

프로모션 및 특판

매체	주요 내용
왓차/왓차피디아	2분기 선착순 프로모션: 2분기 내 선착순 10개 광고주 대상, 왓차&왓차피디아 모든 광고 상품을 1구좌 당 2백만 원이라는 합리적인 프로모션 단가에 제공
중고나라	2분기 프로모션 및 신규 업데이트: 중고나라 APP 광고 집행 시 1개월 기준 고속버스 터미널 DOOH 1구좌 서비스 제공, LMS 상품 신규 타기팅 추가 및 리드폼광고 출시
카카오VX	2분기 프로모션 및 프렌B 패키지 출시: 스크린골프와 TV 골프 채널에 실시간 광고로 노출 가능한 패키지 출시, 프렌즈스크린과 Btv 실시간 TV 광고로 구성
판다	2분기 프로모션: 2분기 이내 라이브 캠페인 대상 노출 서비스율 30% 제공, 식음료&금융 업종 대상 노출 서비스율 50% 제공, 논스킵 동영상 CPM 단가 40% 할인
페이코캠퍼스	SPRING BOOST 프로모션: 2분기 이내 집행 캠페인 대상 노출 극대화 패키지 집행 시 APP PUSH 6만 건 무료 제공

이달에 주목할 미디어

[무신사] 패션의 모든 것, 온라인 패션 플랫폼

높은 구매 가치를 가진 2040 고객 풀을 보유한 MAU
1,000만 규모의 패션 플랫폼

광고주(브랜드) 독점 노출이 가능한 온사이트 브랜딩 패키지부터 쇼케이스 릴리즈, 전국 내 다양한 OOH 지면으로 브랜딩부터 전환까지 가능한 풀퍼널 마케팅 솔루션 보유

온사이트 브랜딩 패키지 프로모션 (~2026년)

무신사 + 29CM 통합 온사이트 브랜딩 패키지 14% 할인



노출 예시

오프사이트 (Off-site)



옥외 광고



외벽&팝업스토어

온사이트 (On-site)



디스플레이 광고



쇼케이스

세부 사항

카테고리	상품명	공시단가	프로모션 단가	특이사항
디스플레이 광고	온사이트 브랜딩 패키지	70,000,000원	60,000,000원	무신사/29CM 플랫폼 단독 구매 가능
쇼케이스	무신사 촬영형 3일	49,900,000원	43,400,000원	기존 광고 소재를 활용한 편집형 가능
OOH빌보드	OOH빌보드 (강남+이태원)	30,000,000원	개별문의	스팟별 결합에 따른 단가 상이
OOH외벽	EMPTY 통합 패키지	개별문의		지면별 단가 상이, EMPTY 외 외벽 보유

이달에 주목할 미디어

[이마트×다윈] 온오프라인 구매 여정 패키지

이마트의 온·오프라인 쇼핑 접점과 다윈 네트워크를 연결한 옴니 미디어 광고 패키지

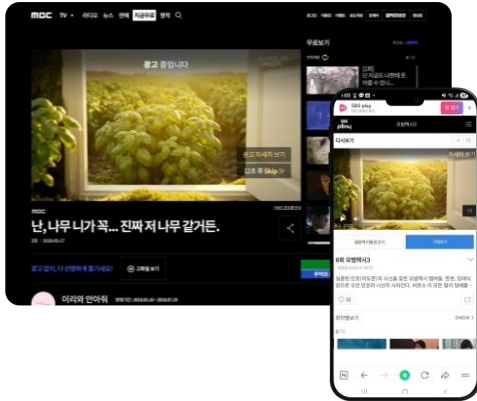
다윈 → 멀티스크린 → 앱푸시 로 이어지며 3단계의 고객 구매 여정을 커버, SKP DMP 기반 정교한 타기팅 제공으로 보다 효과적인 광고 집행 가능

공시단가 대비 최대 15% 할인된 패키지 단가에 제공

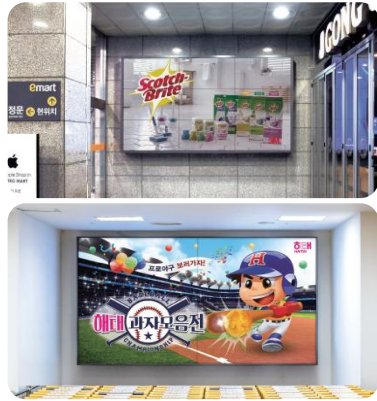


노출 예시

다윈 Basic



이마트 멀티스크린



이마트 앱푸시



세부 사항

*이외 추가 패키지 상품 별도 문의

상품명	상품 구분	기간	단가	최종 단가
베이직PKG	다윈 Basic	희망 기간 설정 가능	5,000,000원	17,000,000원
	멀티스크린	1주	5,000,000원	
	이마트 앱푸시	1~2회	10,000,000원	
프리미엄PKG	다윈 Basic	희망 기간 설정 가능	10,000,000원	26,000,000원
	멀티스크린	2주	10,000,000원	
	이마트 앱푸시	1~2회	10,000,000원	

E.O.D

리포트 문의 | 인크로스데이터랩 | idl@incross.com

매체 문의 | 미디어전략팀 | media@incross.com

※본 리포트의 2차 가공 및 무단 배포를 금합니다.

더 많은 인사이트 자료를 뉴스레터로 받아보고 싶다면?

마인카세 구독하기 (클릭)

incross | **SK networks**

© 2026 Incross – All rights reserved.

This document constitutes the exclusive property of Incross. Incross retains all copyrights and other rights over, without limitation, Incross' trademarks, technologies, methodologies, analyses and know how included or arising out of this document. The addressee of this document undertakes to maintain it confidential and not to disclose all or part of its content to any third party without the prior written consent of Incross. The addressee undertakes to use this document solely for its own needs and the needs of its affiliated companies as the case may be only for the purpose of evaluating the document for services of Incross. No other use is permitted.

