

ISSUE No.14

2022

—

DIGITAL SIGNAGE ANNUAL TREND REPORT

INDEX

01 2022년 트렌드 결산

주요 기술 및 이슈
크리에이티브 캠페인
최신 인스톨레이션

02 2023년 시장 전망

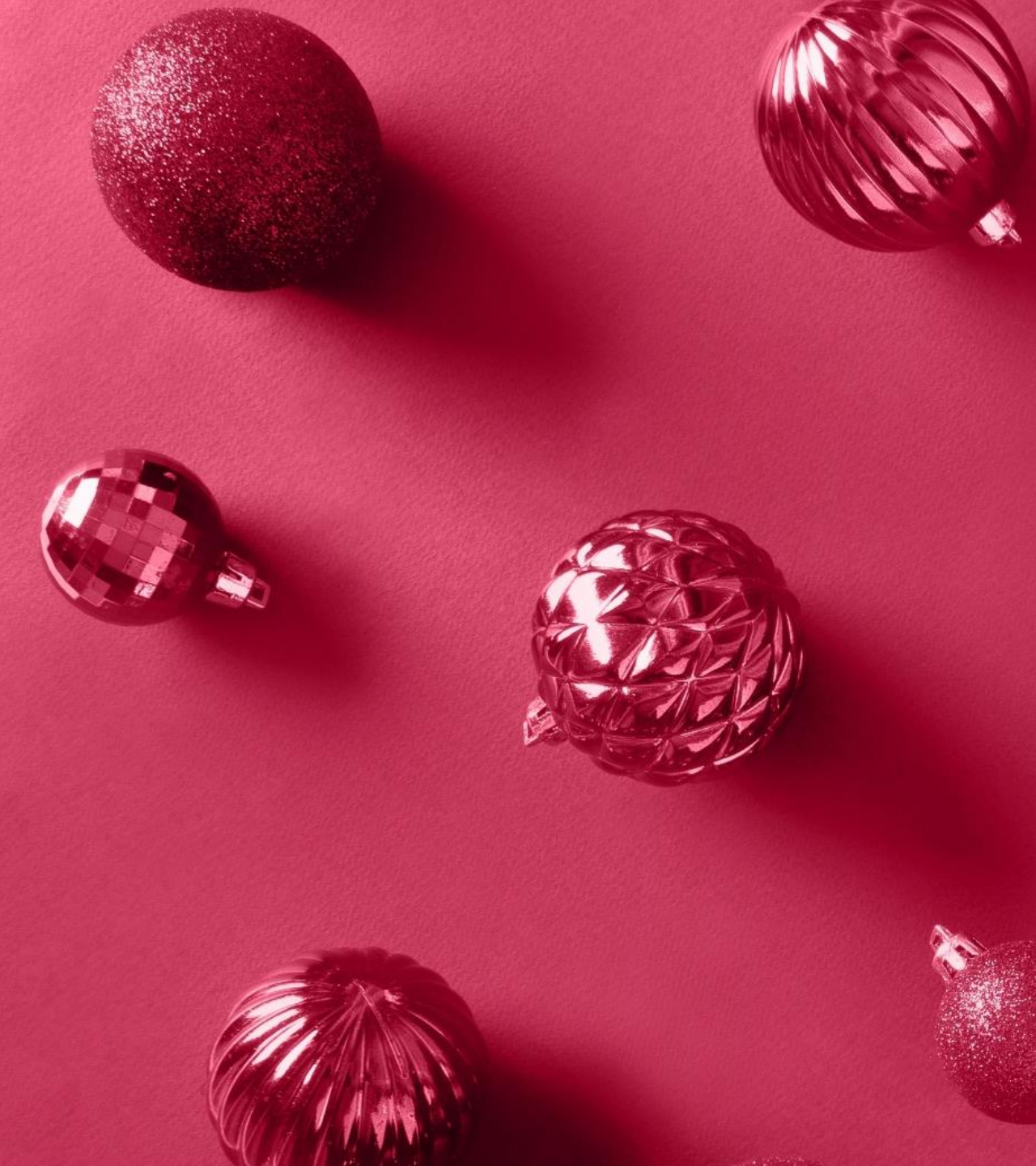
디스플레이
DOOH
콘텐츠

들어가면서.

2020년에 시작된 코로나19 유행으로 팬데믹 현상 속에서
2022년은 다시 일상을 회복하는 단계로 익숙해진 디지털 세상에서
오프라인 활동을 재개하는 시기였습니다.

온라인과 오프라인을 병행하는 라이프스타일을 갖춘 소비자들은
기술에 익숙해지고, 색다른 경험을 원하고, 더 현명한 소비에 초점을 맞춥니다.

그리고 2023년에는 풍토병화로 엔데믹에 대한 기대감과
완전한 일상을 되찾더라도 새로워진 라이프스타일과
온 · 오프라인을 연결하여 변화된 환경을 맞이할 준비가 필요합니다.



01 2022년 트렌드 결산

1. 주요 기술 및 이슈

#최적화

#확장

#지속가능성

주요 기술 및 이슈 #최적화

DOOH 광고, 데이터 기반 프로그래매틱으로 변화

- 특정 오디언스 대상 노출, 데이터 기반 과금, 인벤토리 관리가 가능한 데이터 기반 운영의 본격화
- 성과측정이 가능한 프로그래매틱으로 고도화된 DOOH 광고 상품과 다양한 미디어가 국내 본격적인 출현

데이블



스테이지나인 삼성점 어텐션디 (사진=데이블 리포트)

- AI 기반 개인화 콘텐츠 추천 솔루션 기업, 데이블
- '어텐션디'는 개인화 추천 및 AI 기술 바탕의 DOOH 플랫폼
- 컴퓨터 비전 기술을 토대로 노출 시 성과 측정과 분석이 가능

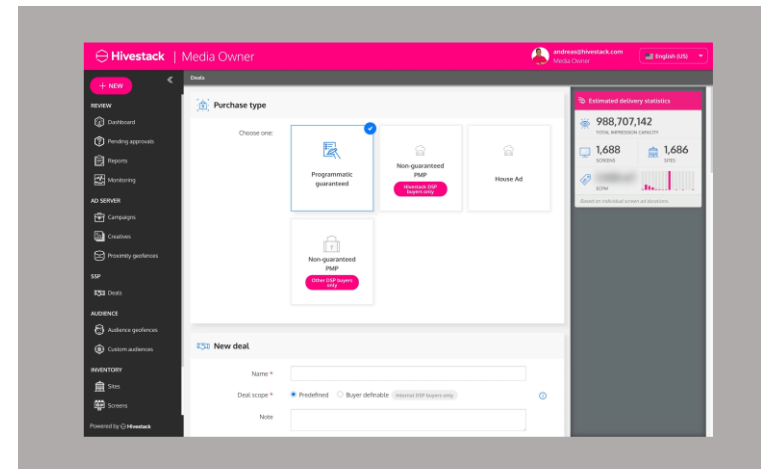
모토브



모토브 (사진=직접 촬영)

- 2016년 출시한 모토브는 현재 서울 택시 2,000여대 설치 완료
- 지역별, 시간대별 택시 운행 상황에 맞추어 광고 송출 가능
- 실시간으로 원하는 시간과 장소에서 광고 송출과 효과 측정
- 일부 탑에 IoT 센서를 탑재하여 도시 환경 빅데이터 수집

하이브스택



하이브스택 SSP 예시 (사진=하이브스택 제안서)

- 글로벌 독립 프로그래매틱 DOOH 애드테크 회사, 하이브스택
- 지역 및 시간의 정밀한 타게팅을 통해 유연한 지면 노출이 가능
- 국내 가장 큰 K-POP LIVE를 포함하여 다양한 인벤토리 확보

주요 기술 및 이슈 #최적화

하이브스택 ‘메이플스토리M’ 싱가포르에서 전략적인 캠페인 진행

- 싱가포르에서 4주년을 맞은 메이플스토리M의 게임의 충성도를 높이고 일반 대중을 대상으로 인지도를 높이는 목표
- 잠재고객의 인구밀집도가 높은 곳에서 트래픽이 가장 높은 시간대를 선별하여 광고 집행

하이브스택 X 넥슨



블로터 뉴스 (사진=하이브스택)

프로그래매틱 예시



블로터 뉴스 (사진=하이브스택)

- 캠페인의 잠재 고객인 학생, 게임 헤비 유저, 기존 사용자로 구분하여 주요 지역을 설정하고 운영체제별 모바일 기기를 구별할 수 있는 식별값을 해당 지역의 시간대별 분표 비율 파악
- 버스 정류장, 지하철, 쇼핑몰, 학교 밀집 지역 대상으로 러시아워 시간과 높은 트래픽이 밀집한 시간을 설정하여 광고 송출
- 데이터관리플랫폼 파트너사인 라이프사이트의 데이터를 활용, 유저 행태 정보 조합 & 넥슨의 게임을 한 적이 있는 플레이어의 데이터 활용한 정밀한 타겟팅 전략 구사

주요 기술 및 이슈 #최적화

빅데이터 옥외광고 시범사업, 대전 동구 은행교 LED

- 목척교부터은행교까지 약 123m 구간에 LED 디스플레이를 설치하여 거리 경관 개선
- 매일 오후 6시부터 밤 12시까지 하루 6시간 미디어아트 영상 송출



신아일보 (사진=대전 동구)

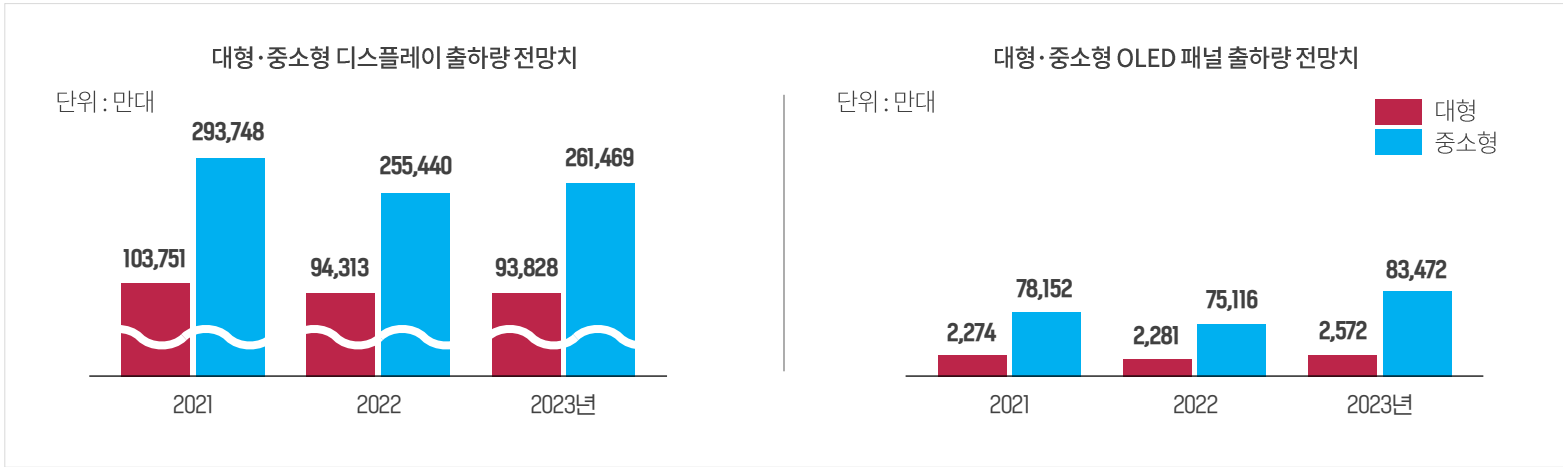
- 대전 동구는 '빅데이터 옥외광고 시범사업'으로 은행교에 LED 디스플레이를 설치하여 음향 설비를 추가해 음악과 함께하는 미디어아트 송출 중
- 회화, 팝아트, 계절별 컨셉 등 미디어아트 영상으로 중앙시장과 대전천변 밤거리를 밝히는 역할
- 대전역 및 중앙시장 일대에 키오스크 4대, 은행교 부근에 투명 LED 디스플레이 1식을 설치해 빅데이터 분석을 통한 지역광고 송출 및 공공정보 표출로 광고 송출 및 상권 활성화 기대

주요 기술 및 이슈 #확장

LG디스플레이, 투명 OLED 솔루션 적용으로 ‘턴어라운드’ 시동

- 공급 과잉과 전방 산업 수요의 부진으로 디스플레이 수요 2023년 상반기 바닥 예상
- LG디스플레이, 투명 OLED를 통해 다양하게 시장 침투 확대 예정

디스플레이 전망



전자신문 (자료=옴디아)

SM 플래그십 스토어



매일일보 (사진=LG디스플레이)

- 글로벌 인플레이션과 경기 침체로 디스플레이 역사상 처음으로 면적 수요가 역성장하면서 출하량 전망치로 대형 및 중소형 모두 하락할 것으로 예상
- LG디스플레이는 최근 SM 플래그십스토어 광야@서울에 투명 OLED 솔루션을 바닥에 적용하여 제한적이었던 공간을 변화시켜 공간 활용의 효율성을 극대화
- 신사업인 확장현실과 차량용 디스플레이 등 적용 분야를 넓혀 디스플레이 시장이 성장할 수 있는 모멘텀을 마련하여 산업을 키워나갈 기회를 엿보아야 함

주요 기술 및 이슈 #확장

홈쇼핑 업계, 세트 대신 미디어월 & VR & AI 등 신기술 도입

- 홈쇼핑 업체들이 차별화된 콘텐츠를 제작하기 위해 다양한 신기술을 도입
- 코로나19를 계기로 이커머스 시장이 급성장하며 홈쇼핑 수요 위축으로 위기를 벗어나기 위한 노력

홈쇼핑 업계 X 신기술



파이낸셜뉴스 (사진=LG전자)



이투데이 (사진=GS샵, 롯데홈쇼핑)



- CJ온스타일은 미디어월 전용 스튜디오를 오픈하여 LED 사이니지인 미디어월 스크린에 가상현실과 확장현실 등의 효과를 입힌 그래픽 이미지로 실물 세트를 대체
- GS샵은 '오토리 고메넷츠 블라썸' 판매방송에서 오토리 생산 공장을 3D 모델로 구현한 가상 공장 투어 서비스를 제공
- 롯데홈쇼핑은 업계 최초로 가상 디지털 의류 브랜드 'LOV-F'를 출시하여 가상 모델 '루시'가 착용한 모습으로 연계

주요 기술 및 이슈 #지속가능성

드웰링, 강남구 도산대로 · 학동대로에 그린스마트존 오픈

- IoT, AI, 빅데이터 기술 기반으로 미세먼지 프리 및 냉난방 기능을 갖춘 그린 스마트존 오픈
- 메타버스 연동으로 시민들에게 유익한 콘텐츠를 제공하는 복합 문화공간으로 스마트 쉼터 역할 기대



글로벌에픽 (사진=드웰링)

- 그린스마트존은 사물인터넷, 인공지능, 빅데이터 기술을 기반으로 공기질 측정과 정화 시스템이 적용된 스마트 쉼터로 강남구내 20개소 설치 및 개통
- 사이니지와 스마트키오스크를 활용한 양방향 DOOH, 메타버스 연동 등 첨단 기술을 접목하여 시민들에게 유익한 콘텐츠를 제공 가능
- 버스를 기다리는 단순한 공간이 아닌 다양한 편의시설과 콘텐츠로 시민들에게 새로운 복합 문화공간으로써 역할 기대

주요 기술 및 이슈 #지속가능성

LG전자, 스타벅스와 FUN한 공간

- LG전자, 스타벅스와 경동시장에 복합문화공간 조성
- '금성전파사' 통해 이색경험 제공

경동시장 금성전파사



LG전자 복합문화공간 (사진=LG전자)



- 금성전파사는 레트로 콘셉트의 이색경험공간으로 최고의(First) 차별화된(Unique) 세상에 없던(New) 혁신적인 고객 경험 제공
- 한쪽 벽면에 LED 월을 조성해 경동시장의 옛 모습과 계절별 테마영상을 상영하여 과거로 가는 시간여행 경험과 힐링 선사
- 폐기되는 자원을 재활용해 환경보호 체험공간을 마련하여 친환경 화분 만들기, 재생 플라스틱 팔찌 만들기 등 다양한 지속가능성과 친환경적 캠페인도 함께 진행

주요 기술 및 이슈 #지속가능성

사회공헌, 미디어아트 청년 작가 협업 캠페인

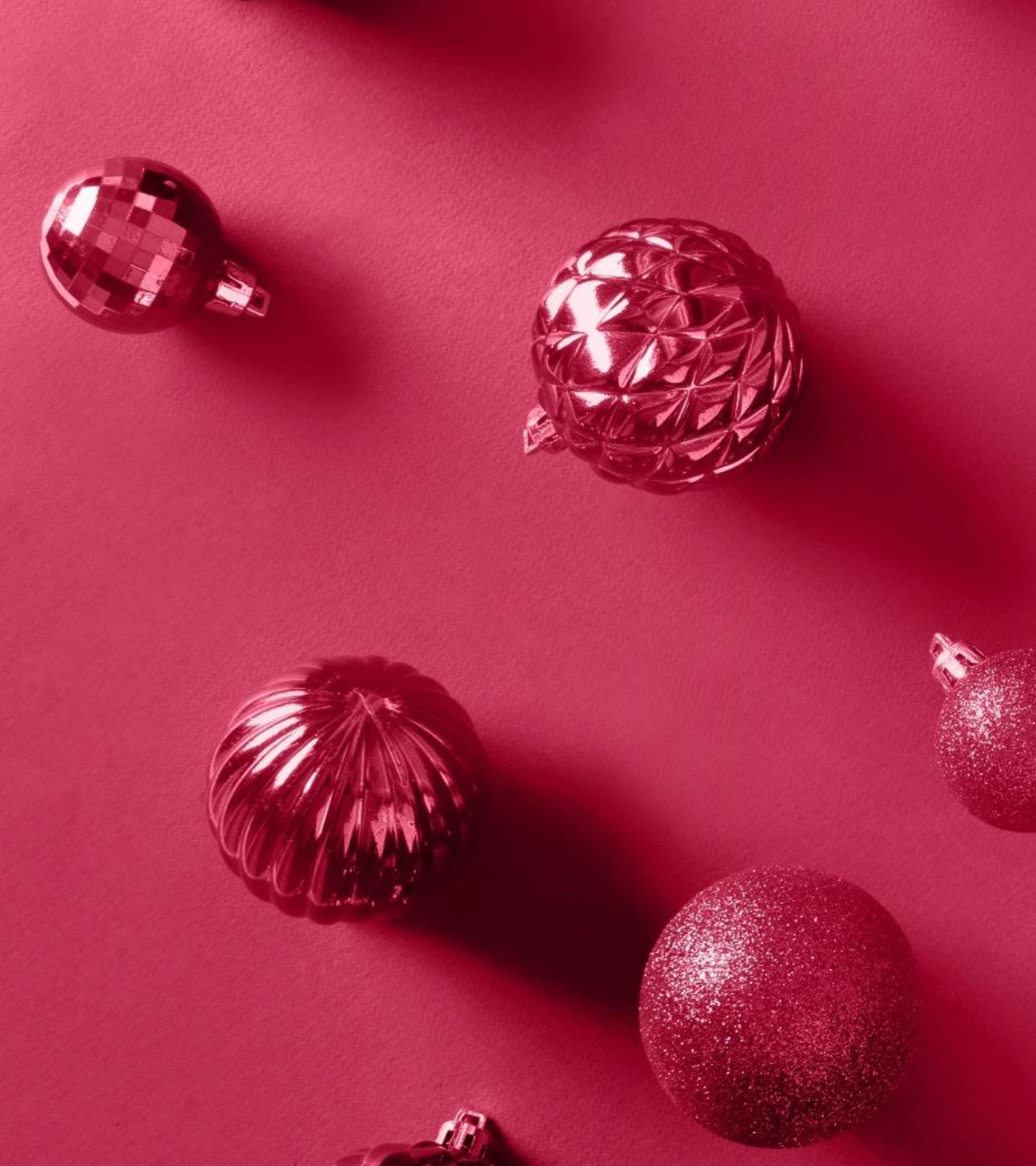
- 현대퓨처넷, 사회공헌 캠페인으로 미디어아트 정윤수 작가와 콜라보 진행
- 평상시 출퇴근 또는 백화점을 찾아온 고객들에게 일상속에서 작품을 감상할 수 있도록 지원

정윤수 작가 작품



왼쪽부터 더현대서울, 더현대 디지털갤러리, 현대백화점 천호점 (사진=현대퓨처넷)

- 현대퓨처넷은 22년 8월부터 미디어아트 청년 작가인 정윤수 작가님의 작품을 소유한 디지털 사이니지에 송출
- 여의도역을 통해서 통근 시 거치는 더현대 디지털갤러리와 여의도 및 천호점 현대백화점을 방문하는 고객, 도산대로 청담 인근에 위치한 한섬빌딩까지 옥외 전광판을 통해 작품 전시 지원
- 일상 생활 속에서 뜻밖의 미디어아트 전시를 경험할 수 있도록 광고 미디어를 활용



01 2022년 트렌드 결산

2. 크리에이티브 캠페인

#3D 아나모픽

#체험형 팝업스토어

#기술 접목 캠페인

크리에이티브 캠페인 #3D 아나모픽

3D 아나모픽 콘텐츠의 다양화 · 정밀화

- L자형 전광판에 맞춘 3D 아나모픽 소재를 별도로 제작하는 광고주 수 증가하며 옥외광고 중 가장 임팩트 있는 콘텐츠로 발전
- 평면형 전광판에도 3D 형태로 소재를 제작하는 업체가 증가하면서 다양한 미디어아트 송출 수 증가

K-POP LIVE



BMW I7 (사진=BMW Korea 유튜브)

- 삼성동 자유표시구역의 가장 큰 전광판 K-POP LIVE에서 BMW I7 출시에 맞춘 아나모픽 콘텐츠 송출
- 다이내믹한 드라이빙 퍼포먼스를 3D 콘텐츠로 표현

인천공항 미디어타워



부스트온 '무빙 워터폴' (사진=데이터뉴스)

- 부스트온은 인천국제공항과 미디어아트 작품 전시 MOU 체결
- 아나모픽 기법으로 제작한 '무빙 워터폴'을 미디어타워에 전시
- 입체감을 극대화하여 평면의 디지털 사인지에 적용
- 하반기 동안 3D로 입체적인 영화 콘텐츠 송출 예정

런던 피카딜리라이트



C.O.D Modern Warfare II (사진=thedrum.com)

- 콜 오브 듀티의 신규 시리즈 출시를 알리기 위해 LA, 뉴욕, 런던 등 맞춤형 아나모픽 광고를 할 수 있는 대형 빌보드를 선택
- 주요 게임 캐릭터가 유리창을 깨고 나오는 듯한 비주얼을 선보임

크리에이티브 캠페인 #체험형 팝업스토어

실감형 팝업스토어 & 미디어아트

- 직접 보고 만져보고 먹어보는 다양한 이색 팝업스토어로 MZ세대의 놀이문화를 반영한 다양한 팝업 운영
- 팝업스토어를 통해 브랜드를 경험하고 사진을 찍어 SNS로 공유하는 '인증샷' 문화에 주목

성수 수피하우스



오버워치2 팝업스토어 안내 (사진=오버워치코리아 트위터)

- MZ세대의 놀이터가 된 성수동에서 오버워치2 팝업스토어 진행
- 7가지 미션을 주고 성공 시 스탬프를 받아 게임 굿즈 증정 이벤트
- 관람객이 즐길 수 있는 다양한 포토존과 디지털 그래피티 운영

여의도 더현대서울



아바타: 물의 길 팝업존 (사진=월트디즈니컴퍼니 코리아)

- 아바타는 1편 개봉 이후 13년만에 개봉하여 연말 방문객이 많은 더현대서울에서 영화를 그대로 옮겨온 듯한 팝업존을 선보임
- 내부 웅장하고 화려한 미디어아트로 SF영화의 콘셉트를 살림

현대백화점 판교점



포켓몬 미디어아트 (사진=노루페인팅)

- 현대백화점 판교점에서 개최된 '포켓몬 더 드림링'은 포켓몬스터 콘텐츠와 미디어영상이 결합된 새로운 기획 전시로 360도 벽면과 바닥까지 활용한 감각적인 체험을 제공

크리에이티브 캠페인 #체험형 팝업스토어

유통업계, 소비자들과 만나는 성수 팝업스토어 인기 지속

- 연말을 앞두고 많은 브랜드의 팝업스토어가 코어 타겟인 MZ세대를 대상으로 성수동을 중심으로 오픈
- 직접 체험하고 인터랙티브 디지털 미디어로 다양한 컨셉을 선보임

성수 타임애프터타임



UGG ‘필 하우스’ (사진=UGG)

- 어그는 세계 주요 도시에서 릴레이 팝업 이벤트로 미국의 뉴욕, 중국 청두 다음으로 서울에서 세번째 팝업스토어를 오픈
- 어그를 착용한 제페토 아바타와 디지털 인터랙티브 콘텐츠 표출

성수 베이직 스튜디오



아더에러 X 자라 ‘CYCLE A TO Z’ (사진=아더에러)

- 아더에러와 자라의 두번째 협업인 ‘CYCLE A TO Z’는 서울과 파리에서만 진행되며 순환이라는 비전과 메시지를 전달
- AI 기반 인터랙티브 미디어아트 포함 창의적인 팝업 전시 진행

성수 아파트먼트풀



W컨셉 ‘그라데이션’ (사진=W컨셉)

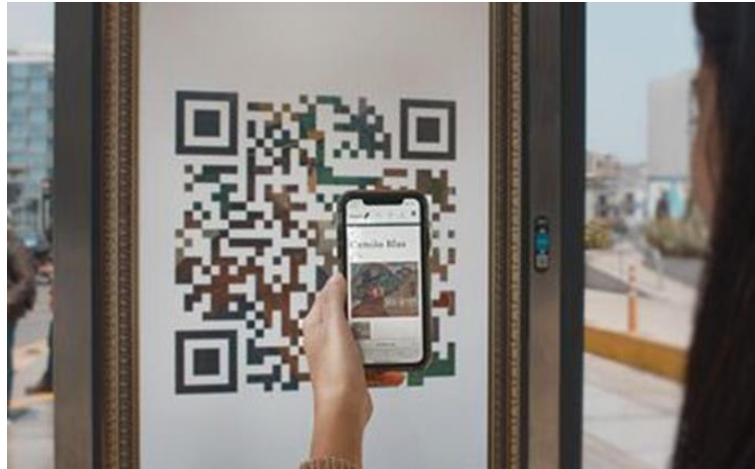
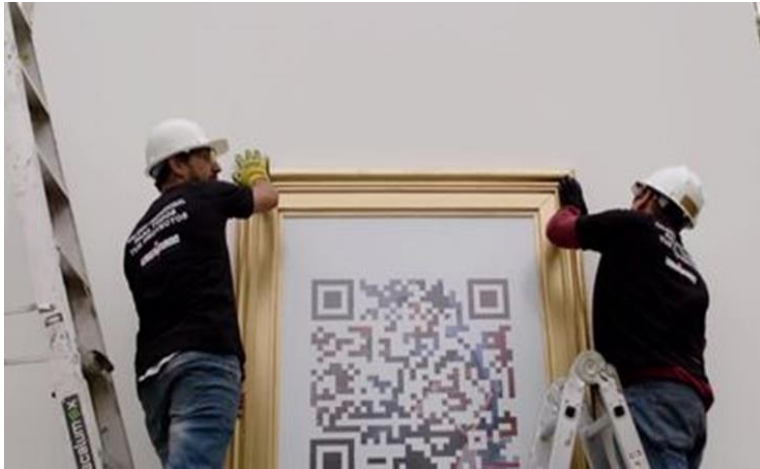
- 패션 플랫폼 W컨셉의 첫 팝업스토어로 올해 인기 브랜드와 오감 체험을 테마로 한 오브제 전시를 구성
- 인기 상품을 직접 체험하고 입어볼 수 있는 공간으로 구성

크리에이티브 캠페인 #기술 접목 캠페인

예술 작품에 QR코드를 접목해 옥외 미디어로 전시

- 젊은 세대와 소통하기 위해 가장 많이 사용하는 스마트폰과 연결할 수 있는 QR코드 활용
- QR코드 스캔에 익숙해진 사람들에게 예술 작품 중 일부를 스캔하여 조각을 모아 온라인 플랫폼으로 연결

MALI Q-ARTS



리마 미술관 QR 작품 (사진=adsoftheworld)

- 말리의 리마 미술관은 페루의 전통적인 예술 작품을 보유하고 있으나 젊은 세대에게 점점 잊혀져가는 문제점을 인식
- 젊은 세대와 연결될 수 있는 해결책으로 밀레니얼 세대에게 익숙한 스마트폰과 QR코드를 활용한 캠페인 진행
- 박물관 작품을 QR 코드로 디자인하고 옥외 버스 쉼터 및 스탠딩 미디어를 활용해 시내 곳곳에서 발견되게 하여 QR 코드를 스캔하면 온라인 플랫폼인 'Historias'의 스토리로 연결

크리에이티브 캠페인 #기술 접목 캠페인

나이트 쇼, 밤하늘 빛나는 드론을 활용한 캠페인

- 밤하늘에 빛이 나는 드론을 활용하여 시각적인 효과를 강조한 여러 캠페인 진행
- 정밀한 드론의 움직임으로 다양한 비주얼과 텍스트를 통해 브랜드 아이덴티티 강조

맥도날드



멕시코 McPin (사진=adsoftheworld)

- 맥도날드 멕시코는 늦은 시간 출출한 사람들에게 효과적으로 운영하고 있는 지점을 알리기 위해 드론을 활용하여 표시
- 밤하늘에서 빛나는 드론으로 멀리서도 시그니처를 인식하게 함

스포티파이 X LOL



2022리그 오브 레전드 챔피언십 (사진=groovejones)

- 스포티파이는 '2022 리그 오브 레전드 월드 챔피언십'을 기념해 주제곡의 가수 '릴 나스 엑스'를 애니메이션화하여 홀로그램으로 표출하고 250대의 드론을 통해 나이트 쇼로 화려한 개막 장식

아바타: 물의 길



'아바타:물의 길' 드론 쇼 (사진=adsoftheworld)

- 영화 '아바타:물의 길'의 홍보를 위해 나이가라폭포에서 거대한 홀로그램 프로젝션과 드론 쇼를 통해 트레일러를 공개
- 자연과 영화의 대표적인 푸른색이 조화를 이루며 시각적 효과

크리에이티브 캠페인 #기술 접목 캠페인

산타를 만나러 가는 신비한 엘리베이터

- 크리스마스를 맞이하여 산타클로스를 만나는 프로모션 진행
- 내부 벽면에 디스플레이를 활용하여 신비함을 극대화, 순수한 아이들에게 마법 같은 순간을 선사

미국 Natick Mall



쇼핑몰 크리스마스 프로모션 (사진=SIXTEEN:NINE)



- 미국 메사추세츠에 있는 내틱 몰(Natick Mall)은 크리스마스를 맞이하여 아이들에게 산타클로스를 직접 만나러 가는 신비한 체험을 제공
- 엘리베이터처럼 보이는 공간에 디스플레이를 설치하여 산타의 세계로 연결되는 모습을 흥미롭게 보여주고, 산타클로스의 집 앞에 도착하여 벨을 누르면 한쪽 면이 열리면서 산타의 집 안으로 입장
- 특별한 홀리데이 오프라인 공간에서만 누릴 수 있는 방법으로 디지털 디스플레이를 통해서 산타클로스와 직접 만나게 된 아이들에게 잊지 못할 경험을 선사



01 2022년 트렌드 결산

3. 신규 인스톨레이션

#자이언트

#앰비언트

#메타버스

신규 인스톨레이션 #자이언트

자이언트 미디어를 통해 압도적인 비주얼 선사

- 대형 미디어를 통해 공간과 형태의 제약에서 벗어나 다양한 콘텐츠를 선보임
- LED를 통해 역동적인 비주얼로 옥외 공간을 재해석

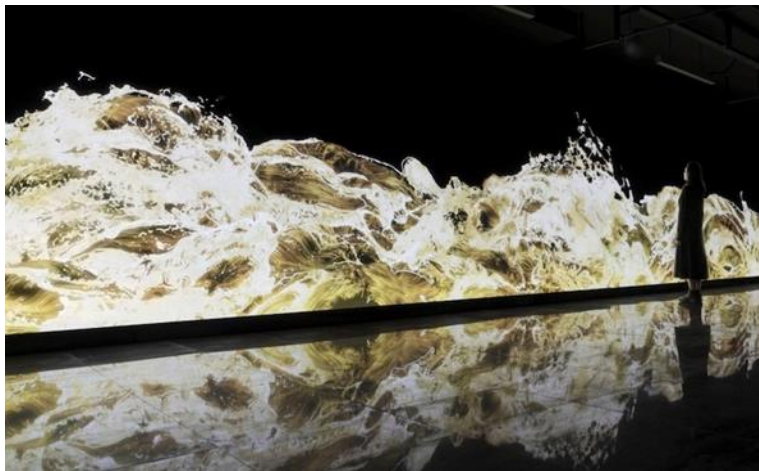
상하이 스타디움



캐노피 LED (사진=sansi)

- 상하이 스타디움의 캐노피에 약 10,000㎡의 LED 설치
- 경기장의 운곽을 따라 설치된 LED는 시각적인 효과뿐만 아니라 사운드와 함께 관중에게 스포츠의 매력을 선보이도록 설계됨

상하이 지하철 통로



팀랩 'Gold Waves' 전시 (사진=SIXTEEN:NINE)

- 매일 3만명의 통근자들이 지나가는 역동적인 공간인 상하이 지하철 환승통로의 긴 벽면을 따라 약 112m의 전시 진행
- 3차원적인 형태의 물속의 파도의 움직임을 금빛으로 표현

인천도시공사(iH)



iH 사옥 미디어파사드 (사진=대한뉴스)

- iH는 첨단 ICT 기술이 도시에 융복합화된 스마트시티를 구현
- 외부 고화질의 미디어 파사드를 통해 평일 저녁 시간에 영상 공개
- 최근 거대한 흑등고래 콘텐츠로 시민들에게 많은 관심을 받음

신규 인스톨레이션 #엠비언트

건물의 외부 형태에 따르는 다양한 미디어파사드

- 건물 외벽에 투명 LED를 설치하여 자연스럽게 주변 환경과 어우러지는 미디어 설치
- 앞으로 고정된 형태에서 벗어난 다양한 비정형의 미디어가 나올 것으로 기대

리조트월드 라스베가스



리조트월드 미디어파사드 (사진=리조트월드 라스베가스)

- 리조트월드라스베가스는 West & East Tower와 Zouk 클럽 등 연결된 내러티브한 미디어쇼를 통해 흥미로운 경험을 제공

카타르 뷰 병원



카타르 뷰 병원 미디어파사드 (사진=글람)

- 카타르 뷰 병원의 유리에 투명 LED를 설치
- 2022 카타르 월드컵의 응원 메시지를 건물 크기로 전달

‘빅 돔’ 스튜디오



MSG Sphere Studios (사진=SIXTEEN:NINE)

- 돔 형태의 내부와 외부 공간을 모두 디스플레이로 둘러싼 공연장
- 독창적인 콘텐츠와 몰입형 경험을 제공할 예정

신규 인스톨레이션 #메타버스

메타버스와 연결되는 세상

- 코로나19로 비대면 활동이 많아지면서 메타버스에 많은 관심 발생
- 메타버스와 연동되는 각 분야별 다양한 서비스가 출시

비스포크 홈 메타



삼성 디지털프라자 강남본점 (사진=삼성전자)

- 삼성전자와오늘의집에서‘비스포크 홈 메타’서비스 공개
- ‘비스포크 홈 메타’는메타버스기반 3D 리테일 체험 서비스
- 3D로 구현된 다양한 가상의 인테리어 스타일을 제공

유디포엠 메타도어2



메타도어 시제품 (사진=더퍼스트미디어)

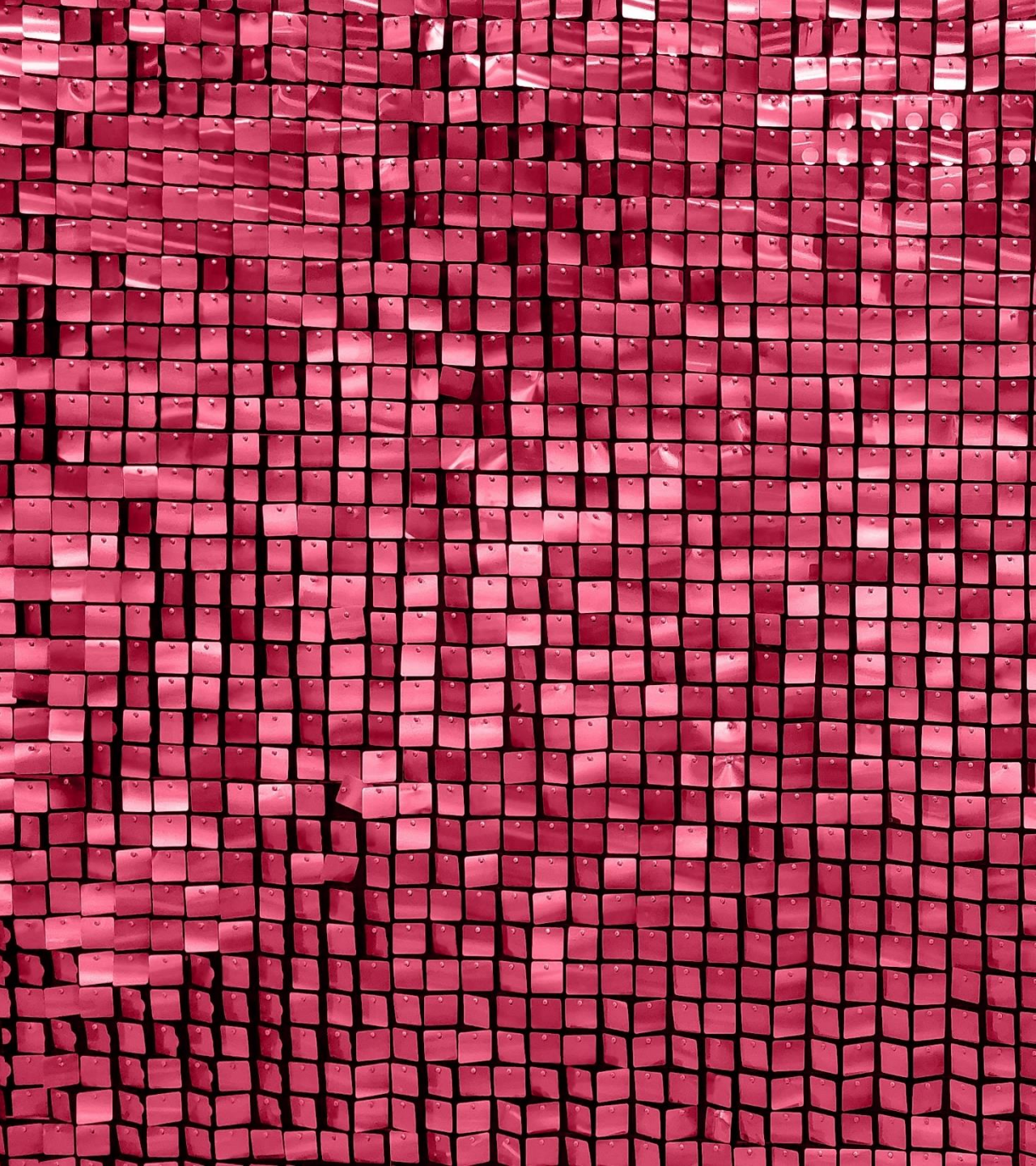
- 메타도어는 언택트서비스가필요한단체, 일반인 누구나 사용이 가능한 올인원 서비스로 원격 연결을해주는 서비스
- 3차원 공간과 실감형 콘텐츠 기능으로 다양한 분야 활용 가능

CJ 브릿지 오피스



브릿지 오피스 예시 (사진=테크엠 이영아 기자)

- CJ그룹의메타버스플랫폼 ‘브릿지 오피스’는 동물 캐릭터를 부캐로 삼아 소통할 수 있는 커뮤니케이션 플랫폼
- 다양한 협업 툴 기능까지 포함된 최적화된 업무 플랫폼을 기대



02 2023년 시장 전망

#디스플레이

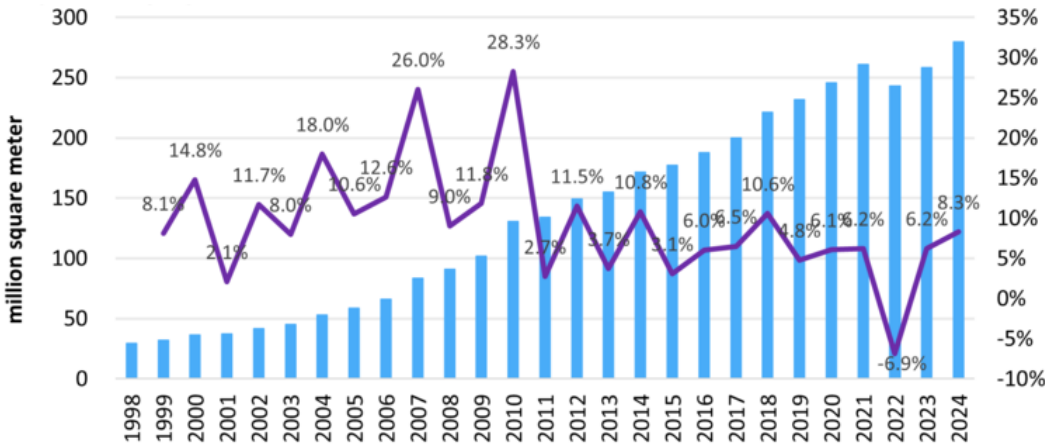
#DOOH

#콘텐츠

#디스플레이

디스플레이 시장, 2023년 정상 수준 회복세

디스플레이 중장기 수요 예측



자료=옴디아 (Display long-term demand forecast tracker 2022)

투명 OLED 적용된 일식당



사진=LG디스플레이 (CES 2021 전시장)

- 옴디아(Omdia)는 디스플레이 중장기 수요 예측 보고서에서 2023년 디스플레이 면적 수요가 전년 대비 6.2% 증가할 것으로 전망
- 글로벌 인플레이션이 둔화와 수요 급감 현상이 끝나감에 따라 2023년 하반기에 다시 정상 수준으로 회복 예상
- 메타버스용 초고해상도 OLED나 신기술 기반의 VR, AR, XR 분야의 경쟁력을 선점하는 미래시장에 본격 진출 중점

#디스플레이

오프라인에서 온라인으로 메타버스, 가상현실, 확장현실을 통한 확장

투명 OLED 적용 쇼케이스



사진=LG디스플레이

LG 디스플레이, OLEDoS



사진=LG디스플레이 뉴스룸

- 대형 미디어의 랜드마크화로 빅사이즈 구축 트렌드 지속과 오프라인의 한계를 넘어 온라인으로 연결되는 확장 가능성
- 정형화된 규격과 형태에서 벗어나 주변 환경에 자연스럽게 어우러지는 디스플레이도 지속적으로 등장 예상
- 온·오프라인의 다중의 디스플레이가 연결되고 확장하면서 새로운 시장에 대한 기대

#DOOH

고도화된 운영과 데이터 기반의 옥외광고 시대

수요응답형 교통수단 '셔클'



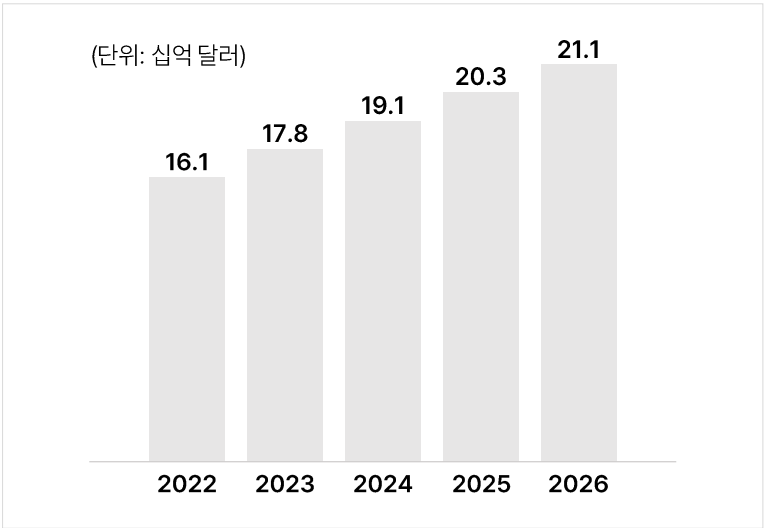
자료=현대자동차

데이터 기반 DOOH 애드테크사



자료=각 사 로고

글로벌 DOOH 광고비 시장 전망



자료=Statista, Xaxis 'The DOOH Difference Report 2022'

- DOOH 시장에서 특정한 오디언스와 상황 및 시간에 따른 노출이 가능한 프로그래매틱 도입이 본격화
- 앞으로 기술의 진화를 통해 모바일 및 온라인과 연계되어 상호작용을 통해 다양한 데이터 중심의 퍼포먼스 광고가 확대될 예정
- 글로벌 DOOH 시장 규모가 2026년까지 연평균 7% 성장을 전망하여 국내에서도 활발한 시장 확대가 예상

#DOOH

DOOH의 경쟁력으로 차별화된 콘텐츠 제작 증가

K-POP LIVE 아나모픽 콘텐츠



자료=디스트릭트

가상인간 '로지' & '루시'



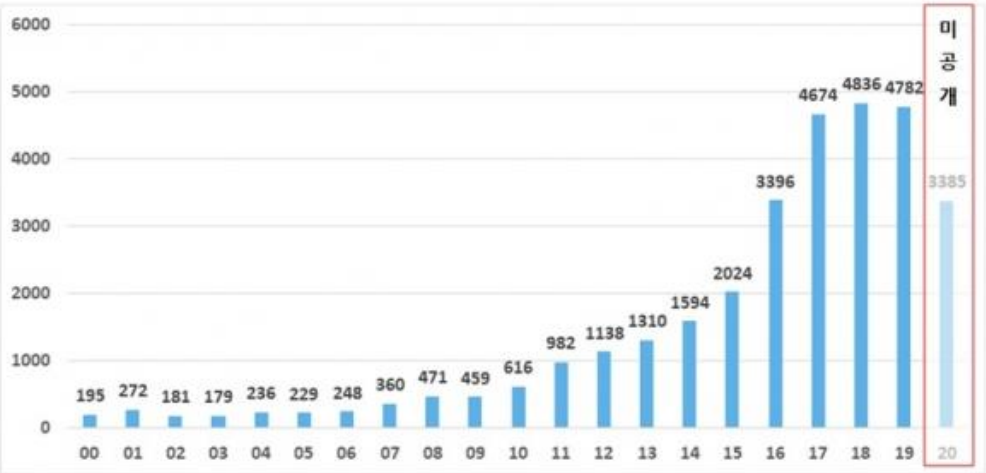
자료=인스타그램

- 기존의 옥외 시장의 콘텐츠는 TVC 또는 온라인, 유튜브 등의 영상을 제작 후 사이즈를 편집하여 옥외 전광판에 송출하는 방식
- 3D 아나모픽 콘텐츠의 화제성으로 기존의 방식에서 벗어나 DOOH만의 차별화된 콘텐츠를 별도 제작하는 브랜드 증가
- 또한 광고 모델도 가상인간으로 대체되면서 브랜드 아이덴티티 및 매체의 형태에 따라 더 다양한 콘텐츠로 시장의 변화를 예상

#콘텐츠

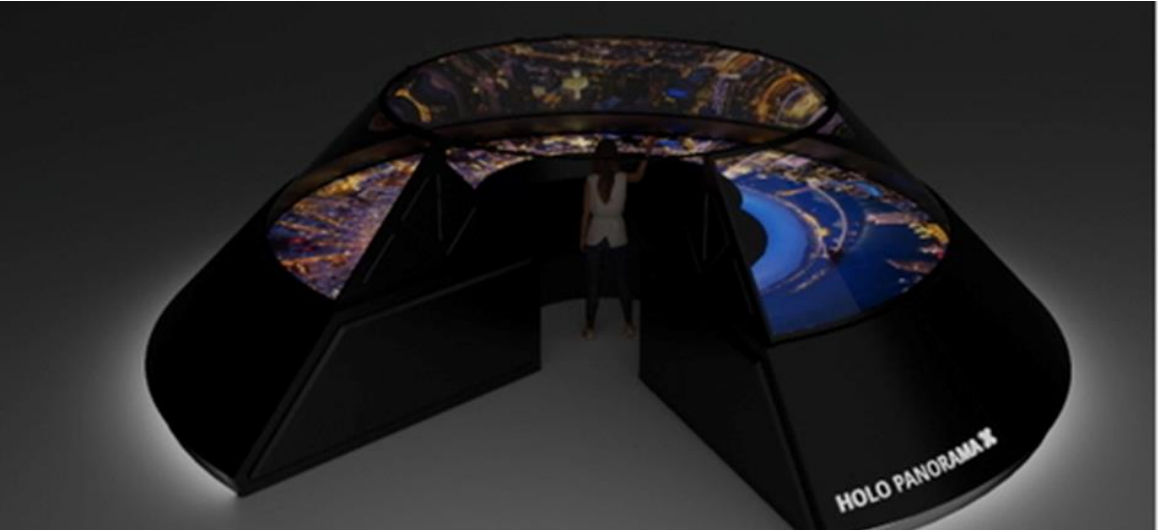
체험 중심 실감형 콘텐츠 증가

IP5 전체 실감형 콘텐츠 기술 관련 출원 동향



자료=특허청

파노라마 홀로그램 제품, 휴머노이드 로봇



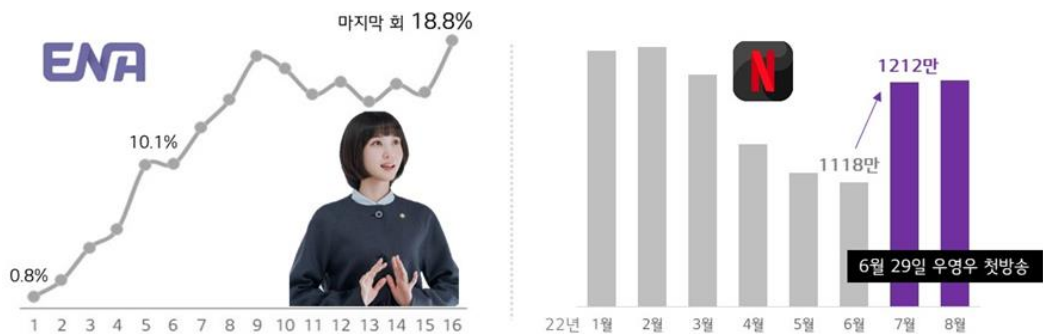
자료=엑스오비스

- 전세계에서 실감형 콘텐츠 관련 특허가 2010년 이후 연평균 19% 증가로 가파르게 성장 중
- 문체부는 올해부터 경쟁력을 갖춘 콘텐츠를 증강현실, 가상현실 등 기술과 결합하여 새로운 실감형 콘텐츠로 재탄생시키는 사업 모델을 발굴하고 지원할 예정
- 실감형 콘텐츠는 오감을 극대화하고 데이터를 기반으로 상호작용하여 향후 오프라인 콘텐츠 시장에서 활로를 모색할 수 있는 대안으로 주목

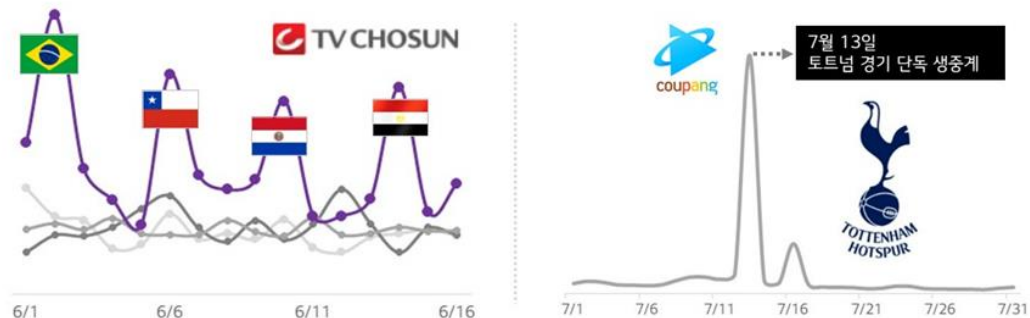
#콘텐츠

소비자의 선택을 받는 콘텐츠 파워 지속

드라마, 이상한 변호사 우영우 시청률 및 넷플릭스 월간 사용자 수



6월 종편 채널별 평균 시청률 및 7월 쿠팡 플레이 일간 신규 설치 건 수



자료=HS애드 2022년 미디어&광고 동향, 2023년 전망 (좌: 닐슨코리아 가구/수도권 기준 시청률 & 모바일인덱스 월간 사용자 수. 우: 닐슨코리아 개인/수도권 기준 시청률 & 모바일인덱스 일간 신규 설치 건 수)

- 최근 OTT 서비스 시장을 중심으로 오리지널 콘텐츠 파워가 플랫폼을 이끄는 현상이 지속되면서 플랫폼보다 콘텐츠의 파워가 중심이 됨
- '이상한 변호사 우영우'는 신규 채널 ENA를 성공적으로 알리고 넷플릭스 월간 사용자 상승에 기여
- 소비자들에게 선택을 받는 킬러 콘텐츠의 확보를 위한 경쟁 심화 예상



마무리하면서,

고물가, 고금리, 고환율의 3高의 시대라고 합니다.

경제적으로 모두 어려운 한해였고 내년에도 쉽게 좋아지기 어려운 환경이지만,
팬데믹을 겪으면서 제한된 상황에서 새로운 가능성을 찾고 위기에서도
기회를 발견하는 사례들을 보았습니다.

트렌드 코리아의 저자 김난도 교수님의 말씀처럼 격변의 시대에
살아남기 위해서는 변화를 만들어야 합니다.

살아남기 위해 많은 기업들이 새로운 시도를 하며 기존과는 다른 방식으로 변화에 대응하고 있기에
2023년에는 더욱 다양함이 공존하는 시대를 기대해봅니다.

End of the Documents