



Insight **M** | Global Ads

글로벌 디지털 시장 현황 (1) 중국

2014.02.11

Contents

1. 중국 디지털 시장 주요 데이터
2. 중국 디지털 시장 주요 이슈
3. 중국 디지털 광고 시장 전체 현황
4. 중국 디지털 광고 시장 카테고리 별 현황

1. 중국 디지털 시장 주요 데이터 ... 중국 디지털 인구 현황



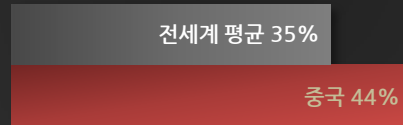
Total 인구
1,349,585,838

• 인구비율

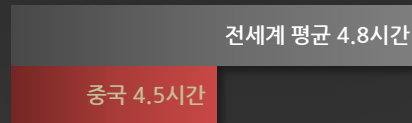


Internet 유저
590,560,000

• 인터넷 인구 점유율

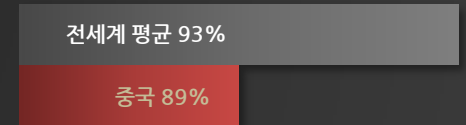


• 데스크톱 인터넷 사용 시간

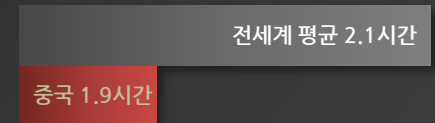


Mobile 가입자
1,206,553,000

• 모바일 보급률



• 모바일 인터넷 사용 시간



1. 중국 디지털 시장 주요 데이터 ... 소셜미디어 이용 현황



전체 인구 대비 소셜미디어 사용자 비율

42%



소셜미디어 사용 시간(일 평균)

1.5시간



모바일 기기로 소셜미디어 앱 사용하는 유저 비율

51%



위치기반서비스 이용하는 모바일 유저 비율

24%

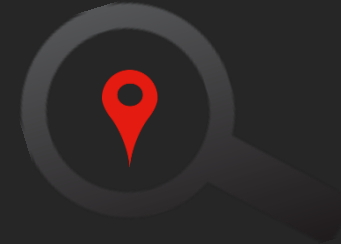
1. 중국 디지털 시장 주요 데이터 ...

스마트폰 이용 현황



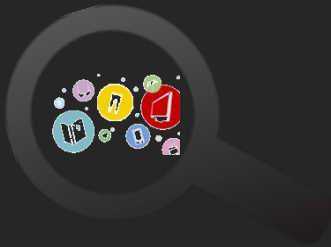
전체 인구 대비 스마트폰 사용자 비율

47%



스마트폰으로 지역 정보를 검색하는 유저 비율

96%



스마트폰으로 상품 정보 검색하는 유저 비율

98%



스마트폰으로 상품을 구매하는 유저 비율

69%

2. 중국 디지털 시장 주요 이슈

■ 검색마케팅, 옵션이 아닌 필수

중국 디지털 마케팅 대행사 'Digital Jungle'의 설립자인 Mathew McDougall은 중국 시장에서 검색마케팅은 선택이 아닌 필수라고 언급했으며, 검색이 계속해서 소비자들에게 영향을 주고 있는 만큼 2014년에도 검색 마케팅 비용이 증가할 것으로 전망했다. 한편, 바이두가 장악하고 있는 중국 검색 시장에서 Qihoo의 빠른 성장세는 마케터들의 관심을 끌고 있다.



■ M-commerce가 대세



중국의 모바일 유저가 증가하면서 eCommerce 시장에 이어 mCommerce 시장이 대세로 자리 잡고 있다. 2012년 중국의 eCommerce 시장은 총 2,100억 달러의 매출을 보이며 세계 2위의 리테일 시장으로 자리잡았으며, 중국의 대표적인 eCommerce 사이트 '타오바오(Taobao)'의 매출액은 '이베이(Ebay)'와 '아마존(Amazon)'을 합한 것보다 크다. 특히 2012년 '싱글스 데이(11월 11일)'에는 구매자의 15.3%가, 2013년에는 21%가 모바일 기기를 통해 구매를 한 것으로 조사되었으며 2014년에는 모바일을 통한 구매가 더욱 더 활발해질 것으로 전망된다.

■ 웨이보(Weibo), 시장장악력 감소

중국판 트위터라 불리는 '웨이보' 이용자가 2013년 감소한 것으로 나타났는데, 2014년에도 여전히 마케터들에게는 중요한 플랫폼으로 자리잡을 것으로 예상되지만 서비스 등에서의 변화를 꾀하지 않으면 유저의 감소는 피할 수 없을 것으로 예상된다. 이러한 유저 이탈은 위챗(WeChat)과 같은 '비슷한 서비스의 등장'과 '강화된 정부의 규제'가 주 원인으로 거론되고 있다.

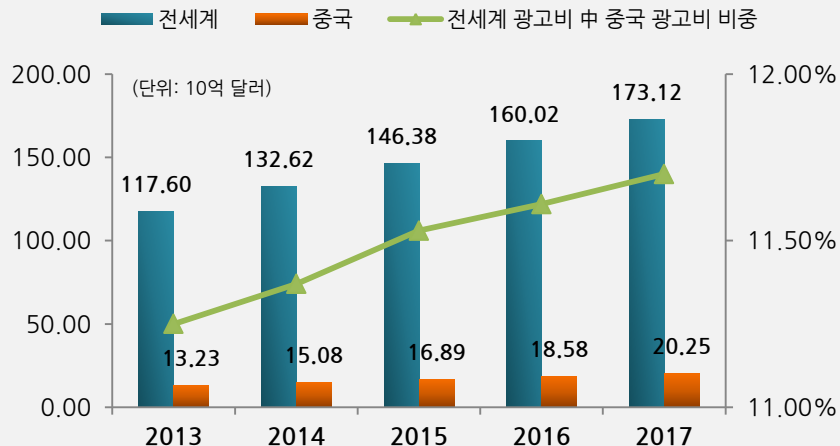


3. 중국 디지털 광고 시장 전체 현황

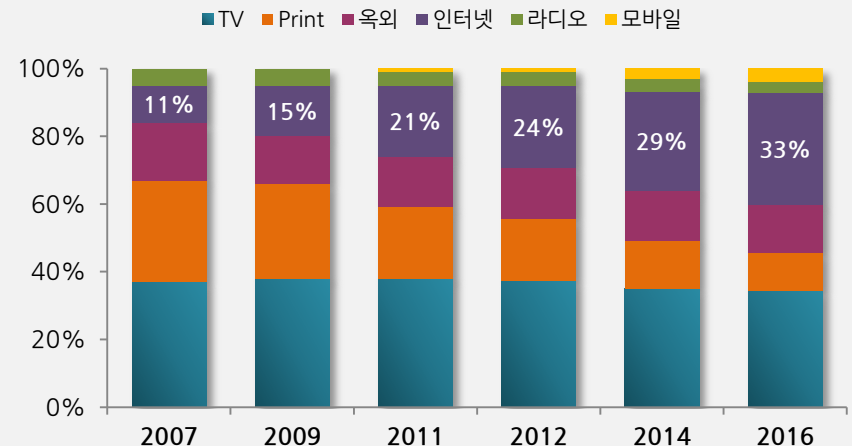
미국과 일본에 비해 디지털 광고비 비중이 큰 것으로 나타나

- 2016년까지 약 700억 달러의 광고비를 달성할 것으로 예상되는 중국은 미국, 일본에 이어 세계 3위의 광고 시장으로 발돋움.
- 2013년 중국의 광고비는 132.3억 달러, 2014년은 150.8억 달러로 예상되며, 이는 전세계 광고비의 약 11%를 차지하는 비중.
- 전체 광고비 기준으로는 세계 3위의 광고 시장이지만, 디지털 광고비 비중은 미국과 일본에 비해 높은 것으로 나타남.
- 아시아 국가의 디지털 광고비를 비교했을 때 2013년 중국의 광고비는 132.3억 달러, 일본은 88.3억 달러, 한국은 20.2억 달러로 예상됨.
- 2014년에도 역시 디지털 광고비 비중은 증가할 것으로 예상되며, 인쇄 광고의 비중은 줄어드는 대신 중국 정부의 옥외 광고 규제 완화로 인해 옥외 광고 비중이 다소 늘어날 전망.

중국 디지털 광고비 예상 (2013-2017)



연도별 중국 광고비 구분

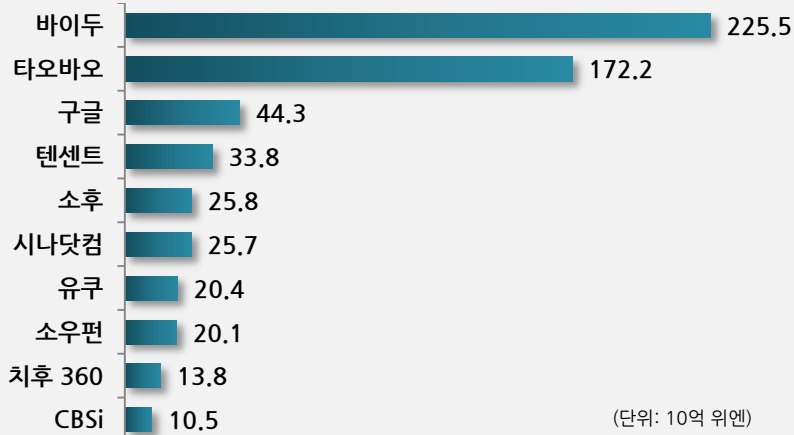


3. 중국 디지털 광고 시장 전체 현황

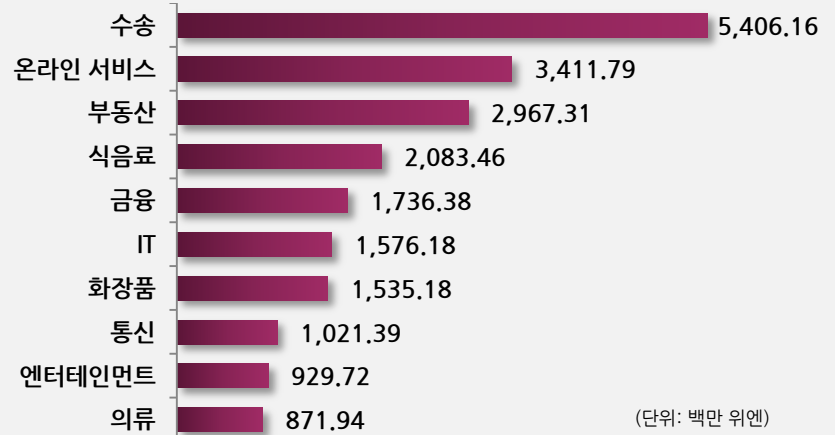
바이두 & 타오바오, 가장 많은 수익을 올리는 온라인 매체

- 2012년 광고 수익을 기준했을 때 '바이두'와 '타오바오'가 중국 전체 온라인 광고 수익의 52.4%의 비중을 차지하며 가장 수익을 많이 올리는 온라인 매체로 자리잡음.
- 광고 수익 상위에 랭크된 온라인 매체가 대부분 자국 매체인 점이 특징적인데, 글로벌 매체로는 구글이 3번째로 광고 수익을 올린 점이 주목할 만 함.
- 2012년 광고비를 기준으로 했을 때 가장 광고비를 많이 지출한 업종은 '수송'인 것으로 나타났으며, 수송 광고주 중에서는 폭스바겐이 약 4억 위안을 소진하며 가장 많은 광고비를 지출한 것으로 나타남.

2012년 광고 수익 기준 온라인 매체 Top 10



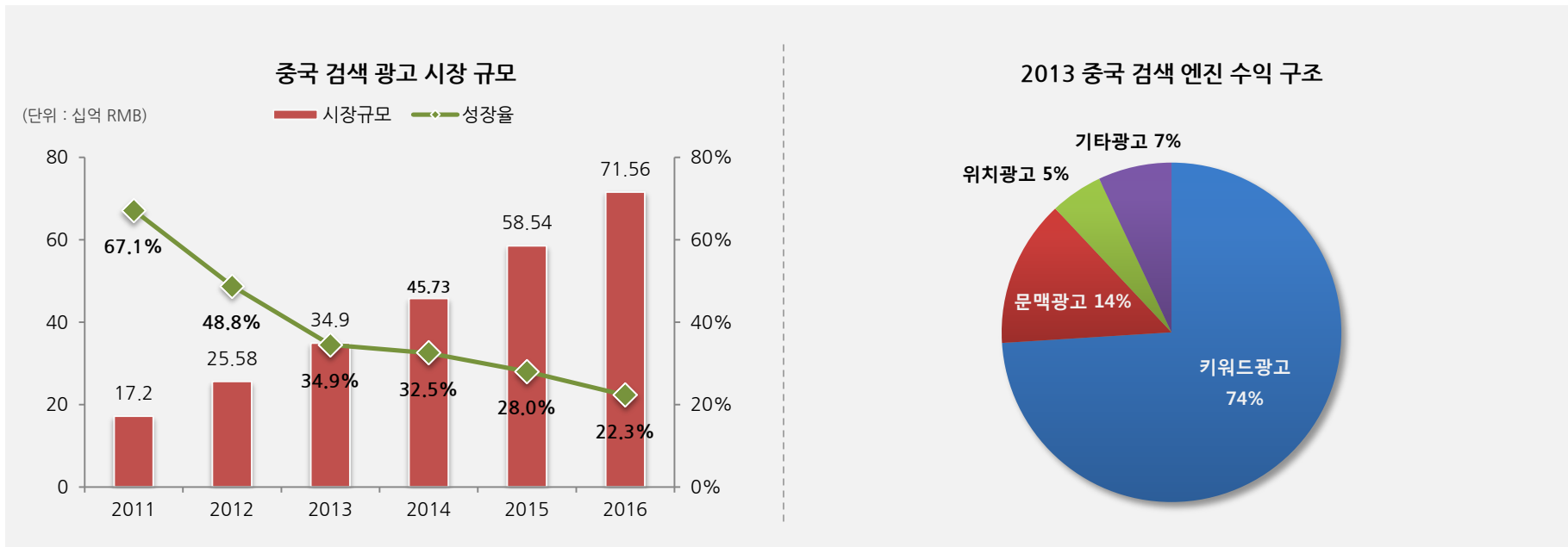
2012년 광고비 기준 업종 Top 10



4. 중국 디지털 광고 시장 카테고리 별 현황_Search

중국 전체 온라인광고 중 검색광고 비율 절반 이상 차지

- iResearch에서 조사한 '중국 검색 광고시장 규모 자료'에 따르면, 2013년 중국 검색 광고시장 전체 수입이 345억 RMB 에 달하는 것으로 나타남. 이러한 수치는 작년 같은 기간에 비해 약 34% 상승한 수치이며, 2014년에는 여기서 약 32% 상승한 450억 RMB에 달할 것으로 예상됨.
- 검색엔진 이용자가 해당 키워드가 포함된 검색어로 검색 하였을 경우, 그 검색 결과 페이지에 독점적으로 광고를 노출시키는 '키워드 광고'와 웹 문서 아래에 문서의 내용과 관련된 광고가 게재되는 '문맥 광고'가 중국 검색엔진의 주요 광고 수입 형태인 것으로 조사됨.
- 중국 검색 엔진 시장에서 Baidu와 Qihoo 360, Sogou가 거의 모든 부문을 장악 하고 있는 상황에서 New player의 진입이 어려운 상황.여기서 중국의 빠르게 증가하는 스마트폰 보급률과 모바일 트래픽을 감안해 볼 때, 앞으로 모바일 검색 엔진 광고가 크게 성장할 것으로 보임.



4. 중국 디지털 광고 시장 카테고리 별 현황_Search

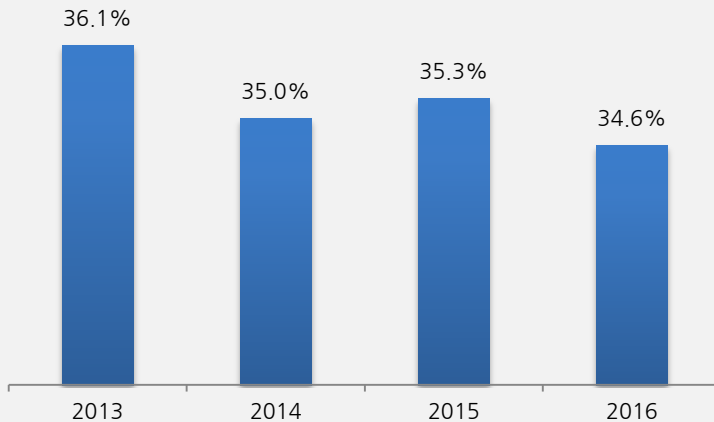
중국 Search 매체 TOP10		
순위	매체명	매체 소개
1	Baidu	중국에서 가장 많이 사용되는 검색 엔진으로서 '중국의 구글' 이라고 불림
2	Soso	Tencent의 검색엔진. 2006년 서비스 시작 후 중국의 3대 검색엔진으로 자리잡음
3	IASK	여러가지 분야에 대한 질문에 대해 이용자들이 묻고 답하는 지식 검색 사이트
4	Sogou	중국 내 바이두를 잇는 대표적인 검색 엔진. 최근 Tencent에 지분 매입 당함
5	Google China	세계 최대 인터넷 검색 엔진인 구글은 중국에서도 그 인기가 높음
6	Youdao	인터넷 업체 NetEase가 운영하는 검색엔진으로 중국어 사전 및 언어번역 기능이 유명함
7	eTao	중국 최대 인터넷 쇼핑업체인 타오바오의 자회사인 쇼핑 전문 검색엔진
8	Google Hongkong	구글 홍콩 사이트
9	Qihoo	중국 온라인 보안 업체 Qihoo360의 검색 엔진
10	Google Taiwan	구글 대만 사이트

4. 중국 디지털 광고 시장 카테고리 별 현황_Display

자동차, 온라인 서비스 광고가 주도하는 Display 광고 시장

- 온라인 마케팅 업체 Go-globe가 조사한 자료에 따르면 2013년 중국의 Display 광고 시장 비중은 전체 온라인 광고 시장의 36.1%를 차지했으며, 약 55%를 차지하고 있는 검색광고 다음으로 가장 많은 부분을 차지하는 것으로 나타남.
- 중국의 Display 광고 시장의 주요 광고 업종은 자동차, 온라인 서비스, 부동산, 요식업 등의 순서인 것으로 조사되었으며, 주요 광고주 또한 자동차와 온라인 서비스가 가장 많이 분포해 있음.
- 작년과 마찬가지로 포털사이트와 온라인 쇼핑 사이트의 Display 광고 비중이 가장 높은 것으로 나타났으며, 최근 반응이 뜨거운 모바일, SNS와 연계한 Display 광고가 업계 사이에서 주목받고 있음.

중국 전체 온라인 광고 대비 Display 광고 비중



중국 디스플레이 광고 업종별 지출 / 광고주별 Top 10

순위	업종(백만 RMB)	광고주
1	자동차(5,406.16)	Ping'An Insurance
2	온라인 서비스(3,411.79)	Volkswagen
3	부동산(2,967.31)	P&G
4	요식업(2,083.46)	Shanghai GM
5	금융(1,736.38)	Taobao.com
6	IT(1,576.18)	China Mobile
7	화장품(1,535.18)	ChangAn
8	통신(1,021.39)	Unilever
9	엔터테인먼트(929.72)	FAW
10	의류(871.94)	L'Oreal

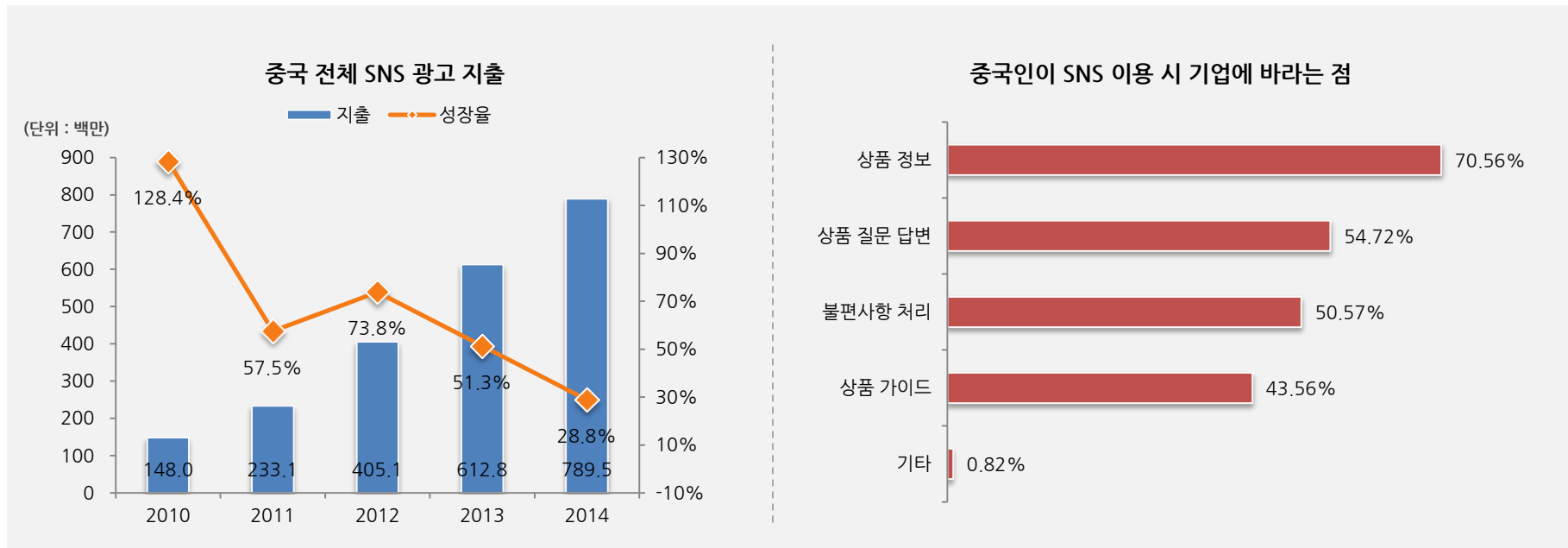
4. 중국 디지털 광고 시장 카테고리 별 현황_Display

중국 Display 매체 TOP10			
순위	매체명	카테고리	매체 소개
1	Baidu	검색엔진	중국에서 가장 많이 사용되는 검색 엔진으로서 '중국의 구글' 이라고 불림
2	Taobao	전자상거래	인터넷 업체 알리바바 그룹이 운영하는 중국 최대 온라인 종합 쇼핑몰
3	Google	검색엔진	세계 최대 인터넷 검색 엔진인 구글은 중국에서도 그 인기가 높음
4	Tencent	인터넷 서비스	중국 주요 인터넷 서비스 전문 업체로 산하의 QQ로 유명함
5	Sogou	검색엔진	중국 내 바이두를 잇는 대표적인 검색 엔진. 최근 Tencent에 지분 매입 당함
6	Sina	인터넷 서비스	중국 주요 인터넷 업체 중 하나로 Sina Weibo, Sina.com으로 유명함
7	Youku	동영상	중국 최대의 동영상 공유 사이트로 '중국판 유튜브'로 불림
8	Soufun	부동산	중국 최대 부동산 전문 사이트로 부동산 관련 다양한 정보 제공
9	360	인터넷 서비스	인터넷 서비스 전문 업체로 검색엔진 Qihoo와 보안 서비스 Qihoo360이 유명
10	CBS Interactive	인터넷 서비스	CBS그룹의 멀티미디어 회사. CNET, CBS.com, Game Spot 등의 매체 보유

4. 중국 디지털 광고 시장 카테고리 별 현황_SNS

SNS 정보, 이용자의 구매 결정에 큰 영향력 발휘

- 미국 시장조사 업체인 이마케터가 조사한 자료에 따르면 2014년 중국 SNS 광고 시장은 2013년 6억 1,200만 RMB 에서 성장한 7억 8,900만 달러 규모로 성장할 것으로 전망됨.
- 중국 SNS사용자들의 80% 이상이 SNS 상의 정보가 자신의 구매에 영향을 미친다고 응답했으며, 50% 이상이 자신의 구매 경험을 SNS를 통해 지인들과 공유할 의향이 있다고 응답하여 기업들의 더욱 적극적인 SNS 마케팅 활동이 필요할 것으로 보임.
- 중국 주요 소셜 미디어인 Sina Weibo 이용자들이 Weibo를 통해 기업에 바라는 점으로는 상품 및 서비스에 대한 정보, 질문 답변, 이용시 불편 사항 처리, 상품 설명 가이드 획득 등의 순인 것으로 조사됨.



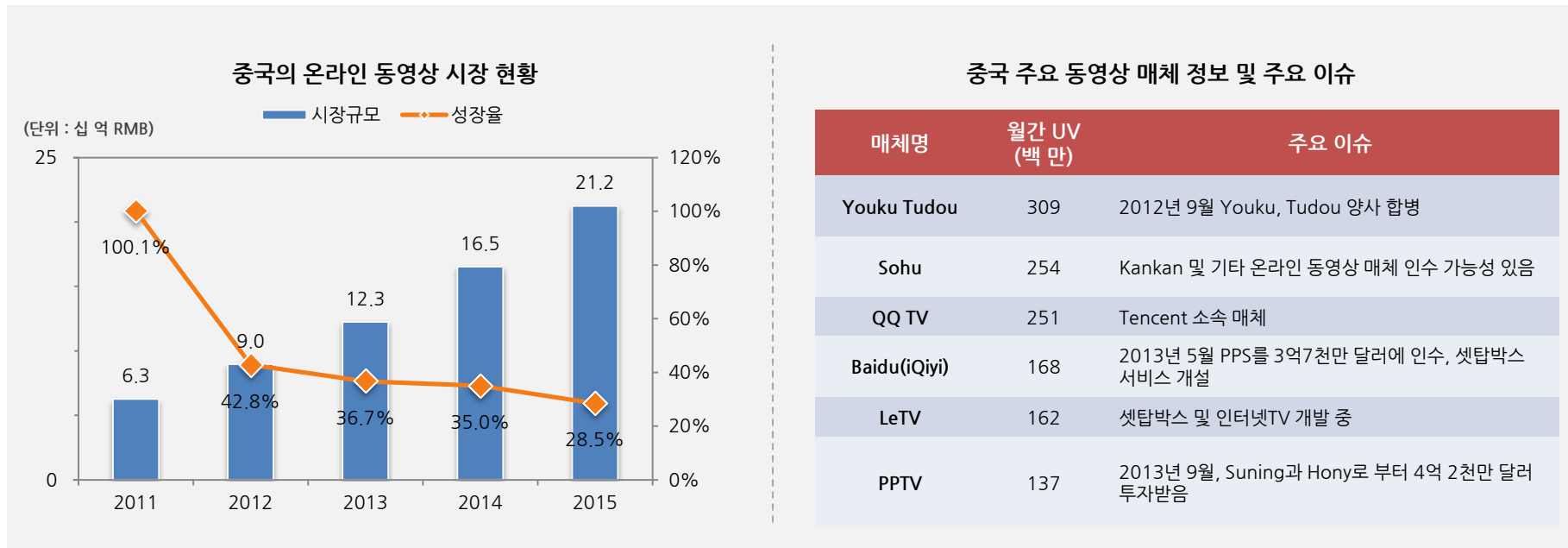
4. 중국 디지털 광고 시장 카테고리 별 현황_SNS

중국 SNS 매체 TOP10		
순위	매체명	매체 소개
1	Sina Weibo	중국 최대 규모의 SNS 사이트. 기업의 마케팅 활동이 활발하며, 세계 500대 기업 29%가 계정 보유
2	Renrenwang	중국 주요 SNS 사이트로 페이스북과 형태가 매우 유사하며 젊은 층에서 큰 인기
3	Douban	음악, 책, 영화, 연예소식 등 문화 관련 감상평을 공유하는 소셜 미디어
4	Tencent Weibo	Tencent가 제공하는 마이크로 블로그 서비스로 '중국판 트위터'라고 볼 수 있음
5	QQ Zone	한 때 '중국판 싸이월드'로 불리며 크게 유행했으나 현재는 그 인기가 많이 하락한 상태
6	Jiayuan	중국의 인터넷 사용 인구 확산과 심각한 성비 불균형에 힘입어 주목받고 있는 소셜 중매 사이트
7	Kaixinwang	중국 내 화이트칼라 계층을 겨냥해 만든 것이 특징이며 LinkedIn과 유사
8	51.com	게임 위주 SNS 사이트
9	Wangyi Weibo	인터넷 업체 NetEase에서 제공하는 마이크로 블로그 서비스
10	Zhihu	이용자의 질문 내용에 대해 다함께 토론 후 투표를 통해 답을 선정하는 지식 공유 SNS 사이트

4. 중국 디지털 광고 시장 카테고리 별 현황_Video

계속되는 대형 인수합병, 중국 온라인 동영상 업계는 변화 중

- 2013년 상반기, 중국의 온라인 동영상 시장 규모는 약 30억 RMB인 것으로 조사되었으며, 지난해 같은 기간에 비해 38.1% 성장한 것으로 나타났다. 이같은 성장의 주요 원인으로서는 중국 주요 광고주의 동영상 광고 지출이 크게 증가한 점을 꼽을 수 있음.
- 중국 정부의 규제로 유튜브 접속이 제한됨에 따라 중국은 Youku나 Tudou, Sohu 등과 같은 로컬 온라인 동영상 매체가 강세를 보이고 있으며, 최근에는 이러한 매체들이 직접 드라마나 예능 등과 같은 영상물을 자체 제작하면서 TV 방송국과 직접적인 경쟁구도 만들고 있음.
- 2013년 5월 중국 최대 포털인 바이두가 중국 2위 동영상 매체인 PPS를 인수했으며 같은 해 9월 중국의 대형 유통기업인 Sunning이 온라인 영역 사업확장을 위하여 중국 대형 동영상 매체인 PPTV에 대규모 투자를 하는 등 2014년에도 중국 온라인 동영상 업계의 큰 변화 예상 됨.



4. 중국 디지털 광고 시장 카테고리 별 현황_Video

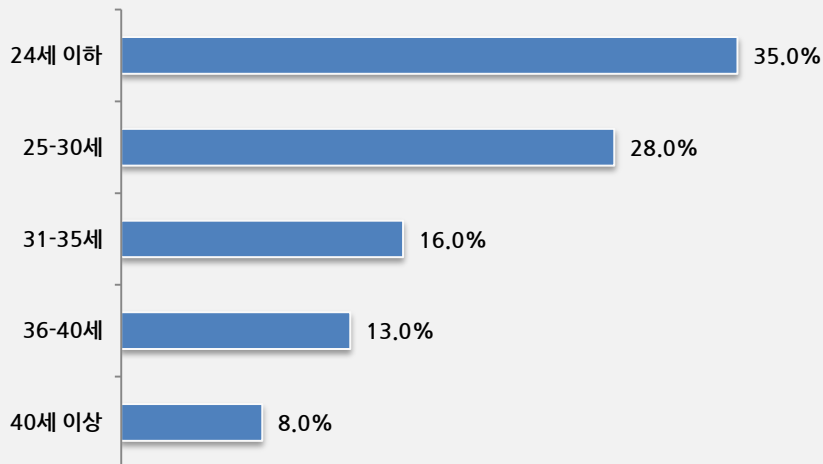
중국 Video 매체 TOP10		
순위	매체명	매체 소개
1	Youku	중국 최대의 동영상 공유 사이트로 '중국판 유튜브'로 불림
2	CNTV	중국 공영채널 방송국인 CNTV의 온라인 사이트로 뉴스, 다큐, 시사, 스포츠 등의 동영상 서비스 제공
3	Tudou	Youku 다음으로 큰 규모의 동영상 공유 사이트
4	Ku6	중국의 3대 동영상 사이트 중 하나로 영화, 음악, 스포츠, 연예 등 보도자료 제공
5	SOHU TV	중국 포털 사이트 소후닷컴의 인터넷 방송 서비스로 드라마, 영화 등 제공
6	Baidu(iQiyi)	매 월 사용자가 3억 7천명에 달하는 중국 주요 동영상 사이트이며 바이두의 자회사
7	LeTV	중국 주요 동영상 공유 사이트로 매년 열리는 드라마 시상식이 유명함
8	Tencent TV	Tencent가 제공하는 온라인 동영상 사이트
9	56.com	2011년 런런왕에 매수되어 SNS를 통한 동영상 공유 가능해짐
10	M1905	중국 연예 전문 웹진으로 영화, 드라마, 연예인 소식과 관련된 다양한 동영상 제공

4. 중국 디지털 광고 시장 카테고리 별 현황_Mobile

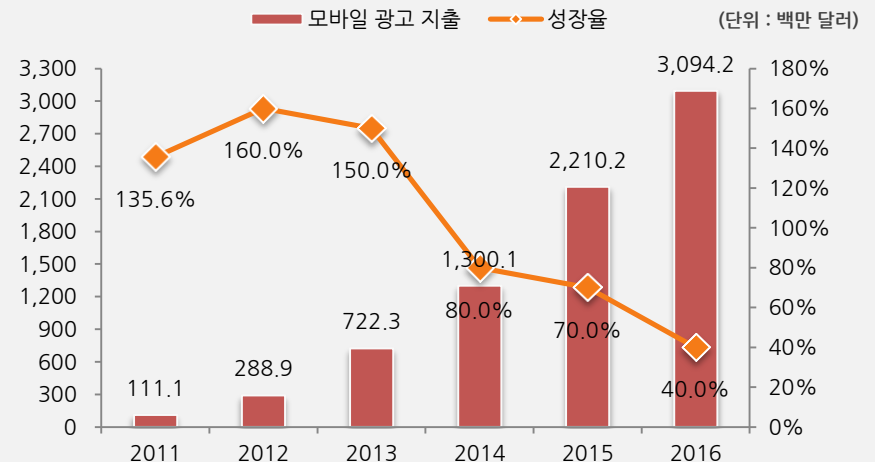
전 세계적인 모바일 광고 열풍, 중국에도 그 영향 미칠 것

- 소셜미디어 에이전시 'We are social' 자료에 따르면 중국의 스마트폰 이용자 수는 전체 인구 대비 47%로 나타났으며, 모바일 브라우저 연령 별 이용 현황을 살펴보면 24세 이하에서 35%로 가장 높게 나타났고, 다음이 25-30세로 젊은 연령층의 유저들이 50% 이상의 사용률을 보이는 것으로 나타남 .
- 아직까지 텍스트 메시지를 기본으로 한 광고가 중국 모바일 광고에서 약 55%를 차지하고 있는 것으로 조사됨. 하지만 스마트폰 보급률이 늘어나고 모바일 인터넷 환경이 개선되면서 이러한 텍스트 광고는 점차 줄어들 것으로 보임.
- 중국 전체 모바일 광고 지출은 2013년 7억 2,230만 달러 규모에서 2016년 30억 9,420만 달러 규모까지 급성장할 것으로 예상
- 하지만 중국 내수 스마트폰 시장이 포화상태에 이르면서 그 성장율은 점차 둔화될 것으로 전망

모바일 브라우저 연령별 이용 현황



중국 모바일 광고 시장 현황



4. 중국 디지털 광고 시장 카테고리 별 현황_Mobile

중국 스마트폰 어플 TOP10		
순위	어플명	어플 소개
1	QQ	중국인들이 가장 많이 사용하는 온라인 메신저 QQ의 스마트폰 어플리케이션
2	We Chat	최근 가장 주목받고 있는 모바일 메시징 어플리케이션으로 음성대화, 주변 친구 찾기 기능이 특징
3	iQiyi	중국 대형 동영상 사이트인 iQiyi의 스마트폰 어플리케이션
4	Baidu Mobile Assistant	Baidu에서 제공하는 서비스로 다양한 어플리케이션을 다운받을 수 있음.
5	WIFI 만능열쇠	현재 자신의 위치 주변 와이파이 신호 여부를 한눈에 확인할 수 있는 어플리케이션
6	Youku	중국 최대의 동영상 공유사이트 Youku의 모바일 어플리케이션
7	UC Browser	중국인들이 가장 많이 사용하는 모바일 인터넷 브라우저
8	Baidu	중국에서 가장 많이 사용되는 검색 엔진 Baidu의 모바일 어플리케이션
9	365 Calender	세련된 디자인과 다양한 기능이 포함된 캘린더 어플리케이션
10	QQ Browser	인터넷 업체 Tencent에서 제공하는 모바일 인터넷 브라우저



감사합니다

Contact us

광고문의

- 온라인 광고(디지털광고부분)
mezzo@mezzomedia.co.kr
- 모바일 App 및
모바일 Web 광고(모바일광고본부)
mobile@mezzomedia.co.kr
- 케이블TV 광고(디지털TV광고본부)
catv@mezzomedia.co.kr
- 해외 광고 및
Facebook 광고(해외광고본부)
mp@mezzomedia.co.kr



주 소

경기도 성남시 분당구 서현동 266-1 분당퍼스트타워 3,4층 (우)463-824
[도로명 주소] 경기도 성남시 분당구 분당로 55 (우)463-824
Tel. (031) 620-7500
Fax. 3층 (031)620-7555, 4층 (031) 620-7554

교 통

분당선 서현역 3번출구 직진 200M(도보3분)
버 스 지선 (초록) 220, 55-1, 33, 15, 500, 720-1, 720-2, 300
116-3, 17, 17-1, 520-1, 116-3
광역 (빨강) 9414, 102, 7007-1, 5500-1