

2019 미디어 소비 트렌드

D a b l e M e d i a I n d e x

Information

분석 기간	2018년 1월 1일부터 2019년 12월 31일까지
분석 대상	데이블 미디어 파트너 중 해당 기간 동안 로그수집 범위의 변동이 없는 765개 미디어 (네이버 블로그 제외)
수집 방식	데이블 로그수집 스크립트 통한 수집
미디어 카테고리 분류 (가나다 순)	경제지, 매거진, 방송/통신사, 블로그, 스포츠, 연예지, 인터넷신문, 전문지, 종합일간지

Index

Part 1.

2019 미디어 소비 트렌드

Part 2.

2019 미디어 카테고리별 소비 트렌드

Part 3.

2018년 대비 2019년 미디어 소비 트렌드 비교

월별 콘텐츠 소비량	7
요일별 콘텐츠 소비량	8
인당 하루 평균 콘텐츠 소비량	9
방문 당 평균 체류 시간	10
성별 콘텐츠 소비량	11
연령별 콘텐츠 소비량	12

미디어 소비 트렌드 비교	14
디바이스별 미디어 소비 트렌드 비교	15
미디어 카테고리별 소비 트렌드 비교	16

Part 1.

2019 미디어 소비 트렌드

2019 미디어 소비 트렌드



No.1 콘텐츠 디스커버리 플랫폼 데이블이
한국 765개 미디어에 대한 콘텐츠 소비 트렌드를 분석했습니다.

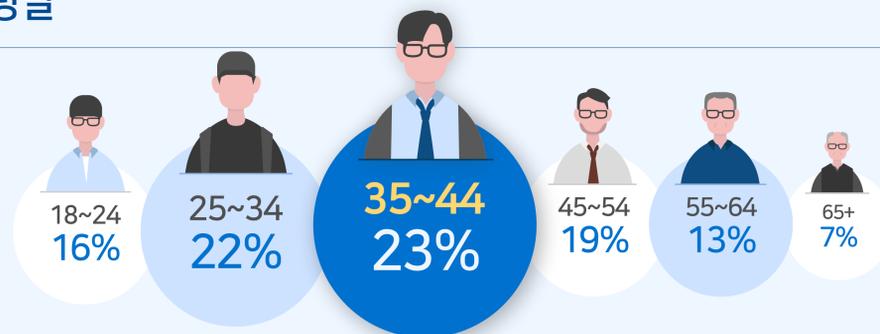
콘텐츠 소비량



성별



연령별



하루 평균

방문 당 체류시간 **67.9초**



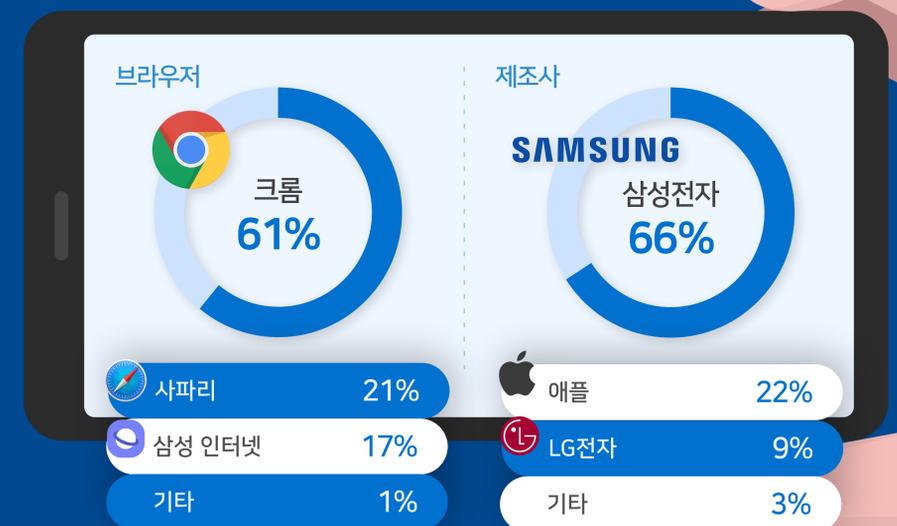
1인당 콘텐츠 소비량 **2.11건**



디바이스별 통계



모바일 접속 환경



Part 2.

2019 미디어 카테고리별 소비 트렌드

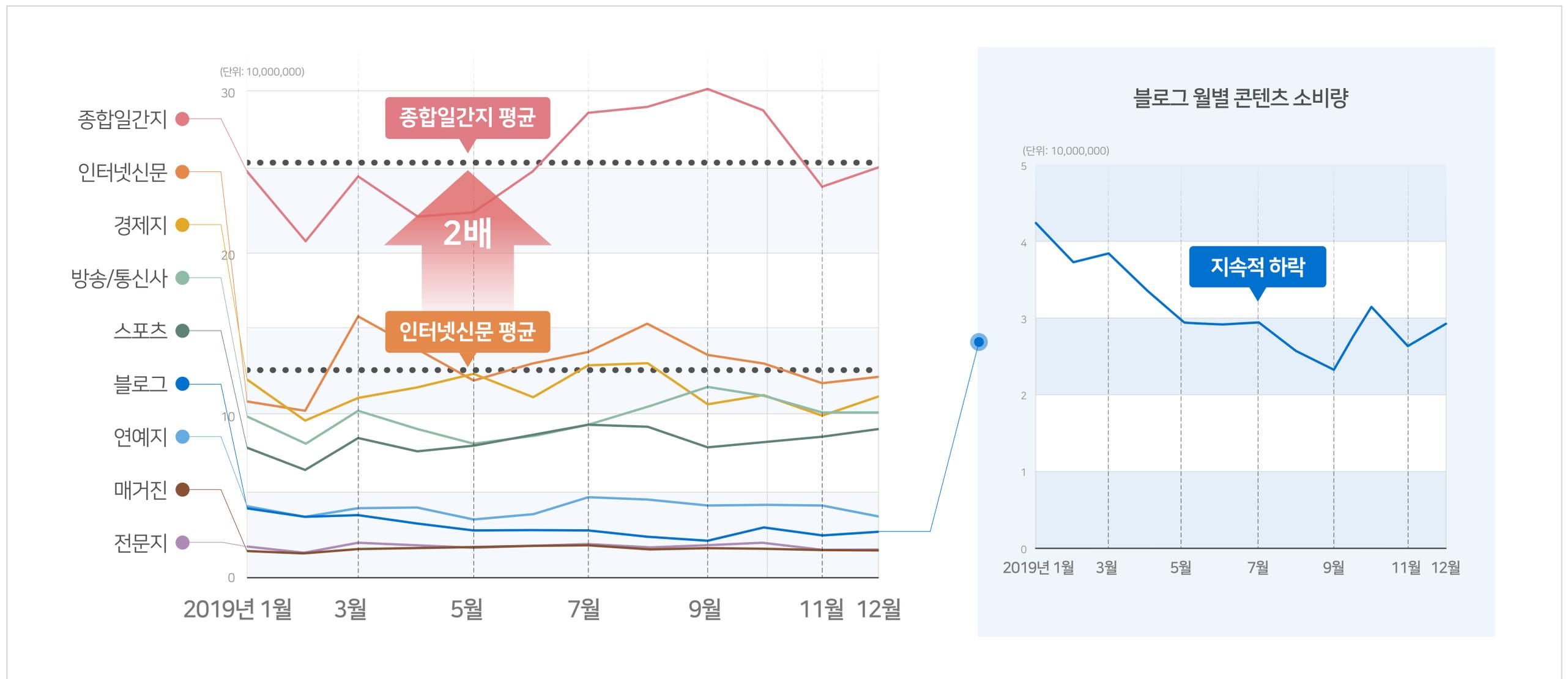
월별 콘텐츠 소비량	7
요일별 콘텐츠 소비량	8
인당 하루 평균 콘텐츠 소비량	9
방문 당 평균 체류 시간	10
성별 콘텐츠 소비량	11
연령별 콘텐츠 소비량	12

종합일간지가 콘텐츠 소비량 주도

- 종합일간지의 콘텐츠 소비량이 2위인 인터넷신문에 비해 2배 높음
- 포털의 검색 노출 알고리즘 변경 등으로 블로그의 트래픽은 지속적으로 하락

미디어 카테고리별 월별 콘텐츠 소비량

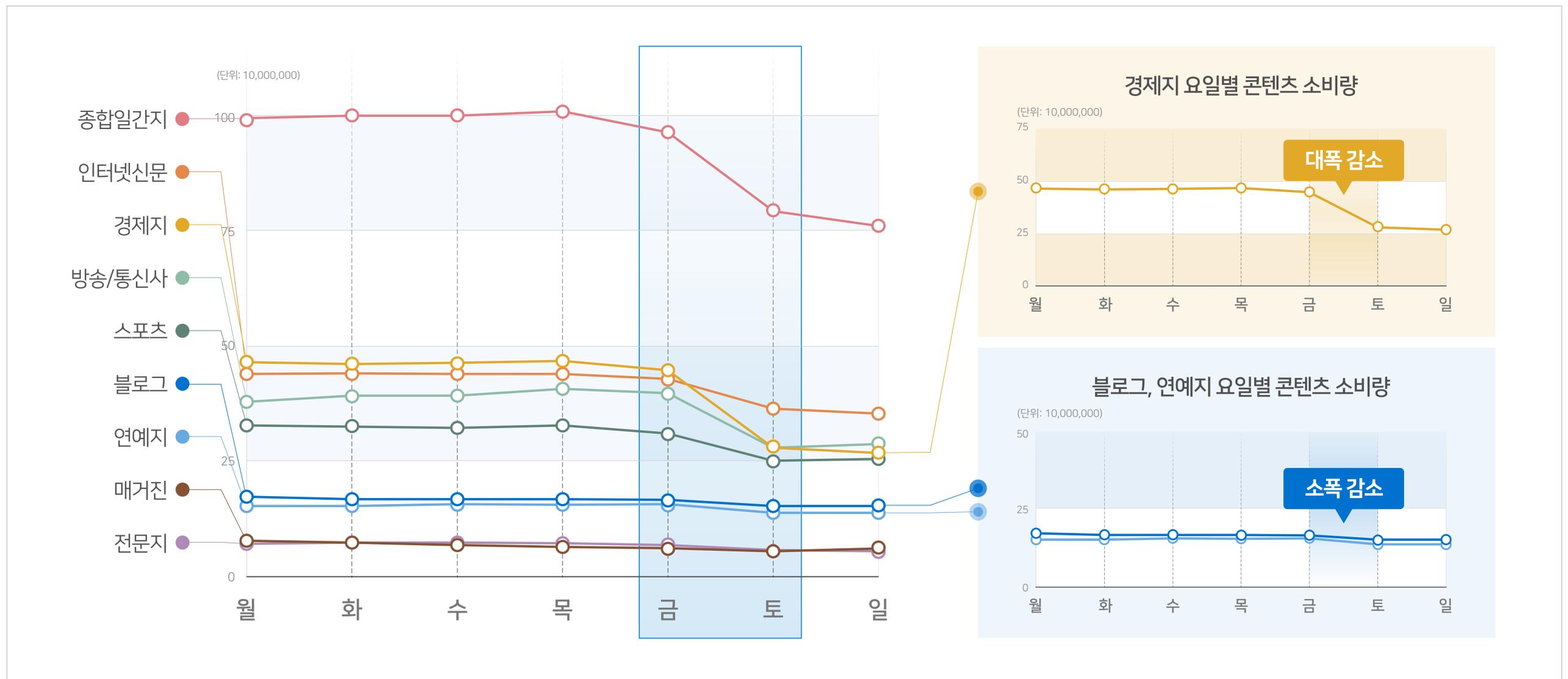
*네이버 블로그는 분석 대상에서 제외



모든 미디어 카테고리에서 주말에 콘텐츠 소비 감소 경향 나타나

- 경제지는 주말의 콘텐츠 소비량이 주중의 60% 수준으로 큰 폭으로 감소
- 반면 블로그와 연예지는 주말의 콘텐츠 소비량이 주중의 90%로 소폭 감소

미디어 카테고리별 요일별 콘텐츠 소비량



종합일간지가 2.41건으로 가장 높은 인당 하루 평균 콘텐츠 소비량 기록

- 연예지, 인터넷신문 카테고리가 2.19건으로 2위, 경제지가 1.99건으로 3위 차지
- 전문지는 1.7건으로 가장 낮은 인당 하루 평균 콘텐츠 소비량 기록

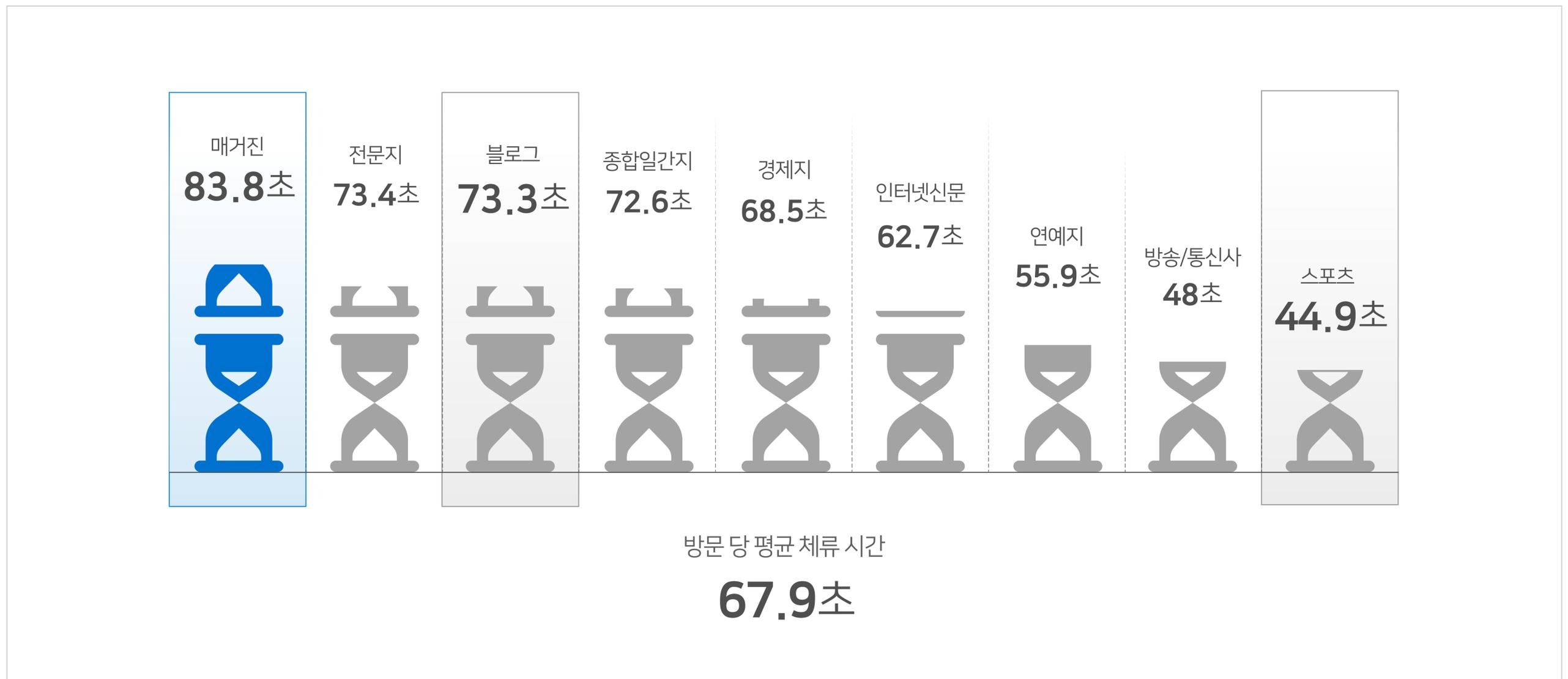
미디어 카테고리별 인당 하루 평균 콘텐츠 소비량



매거진이 83.8초로 가장 높은 방문 당 평균 체류 시간 기록

- 블로그의 방문 당 평균 체류 시간은 73.3초로 종합일간지 72.6초보다 높음
- 스포츠의 방문 당 평균 체류 시간은 44.9초로 가장 낮은 수치 기록

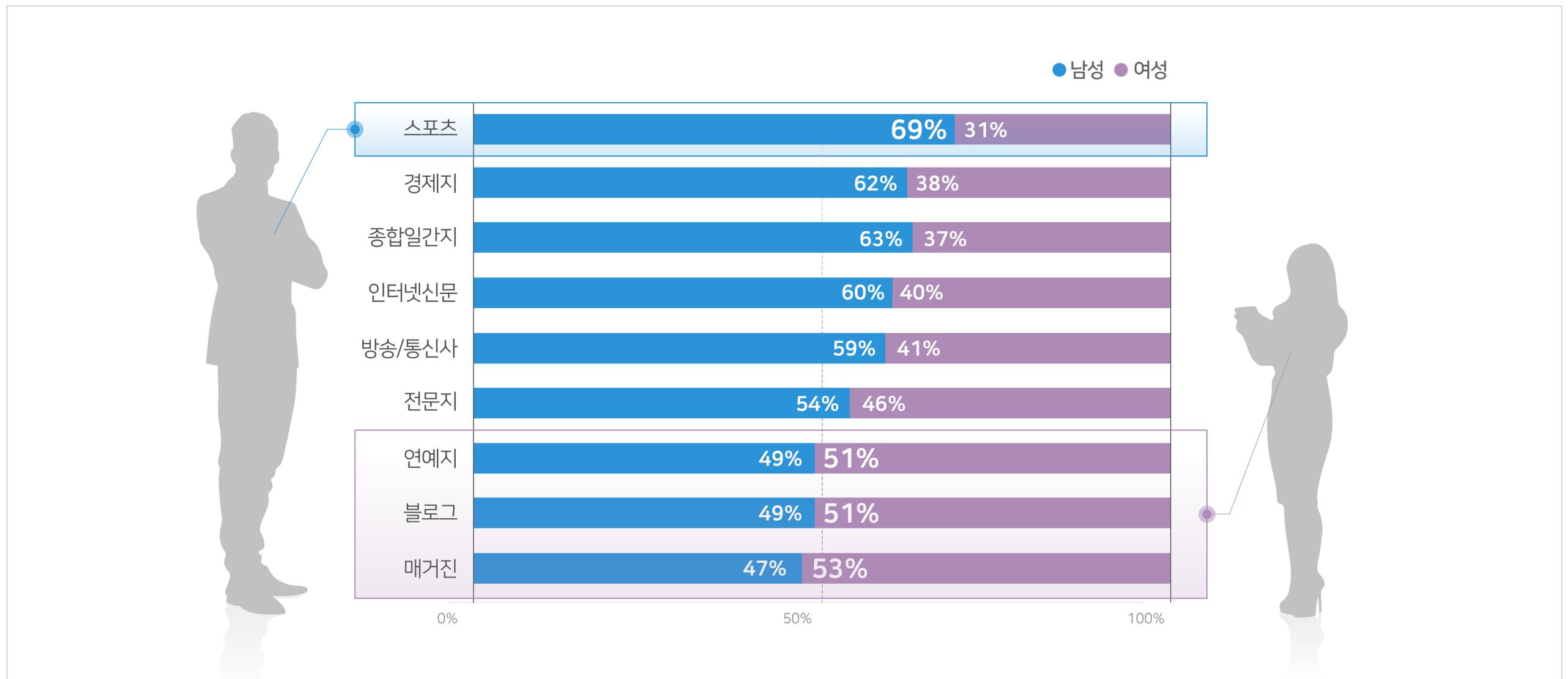
미디어 카테고리별 방문 당 평균 체류 시간



거의 모든 미디어 카테고리에서 남성의 콘텐츠 소비량이 높게 나와

- 스포츠는 남성의 콘텐츠 소비가 70% 가까이 차지
- 반면 매거진, 블로그, 연예지 카테고리의 경우 여성의 콘텐츠 소비량이 높음

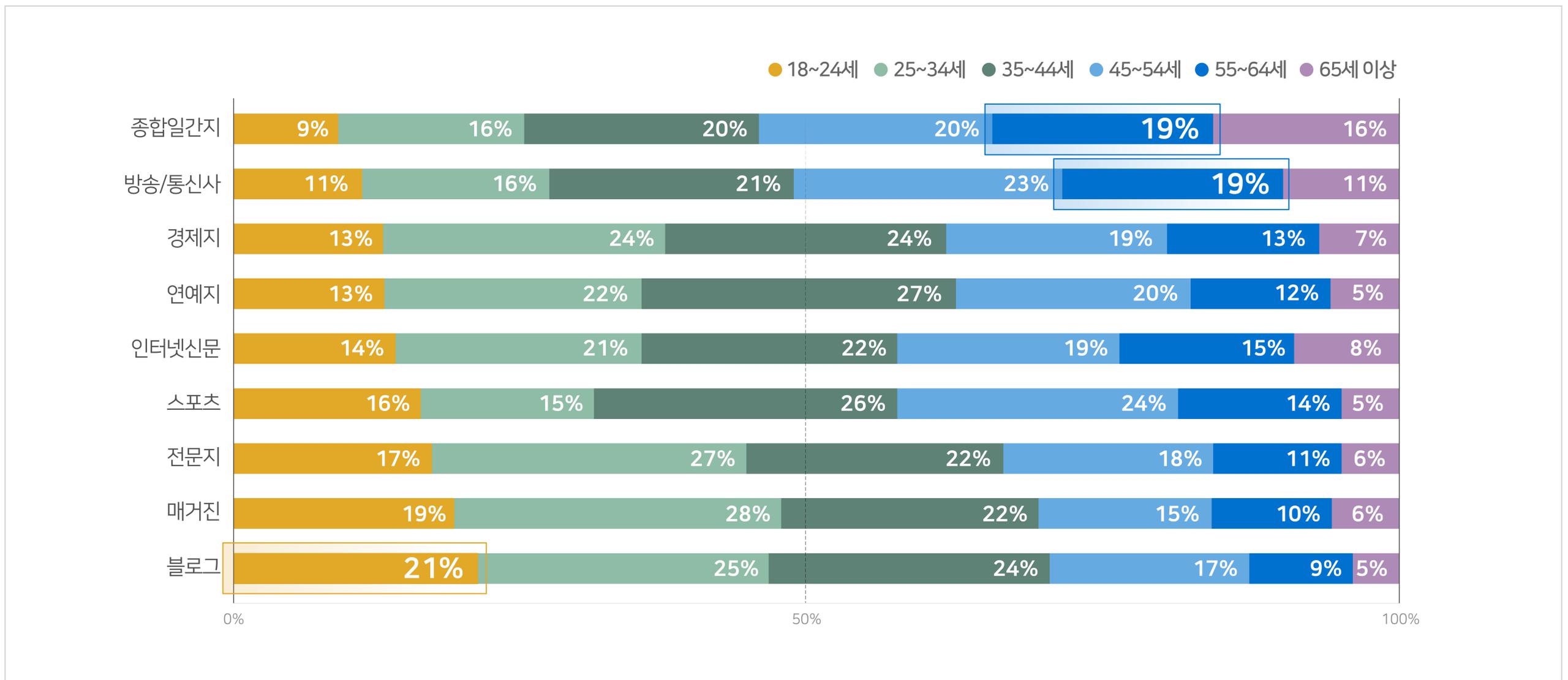
미디어 카테고리별 성별 콘텐츠 소비량



25~44세가 주 콘텐츠 소비층

- 스포츠, 연예지는 35~44세 연령대가, 매거진, 전문지는 25~34세 연령대가 주로 소비
- 블로그는 18~24세 연령대가, 종합일간지, 방송/통신사는 55~64세 연령대가 상대적으로 높은 비중 차지

미디어 카테고리별 연령별 콘텐츠 소비량



Part 3.

2018년 대비 2019년 미디어 소비 트렌드 비교

미디어 소비 트렌드 비교 ————— 14

디바이스별 미디어 소비 트렌드 비교 — 15

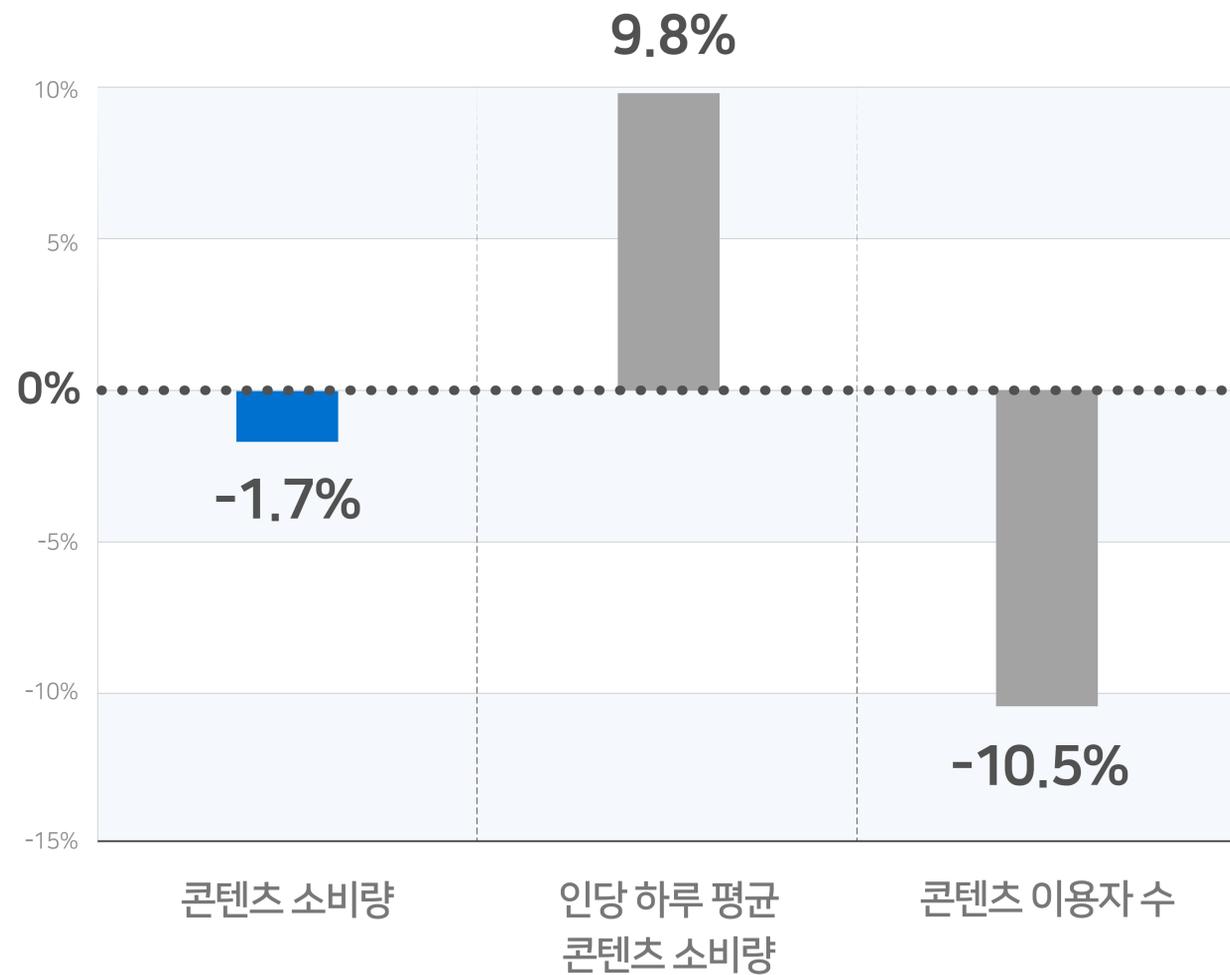
미디어 카테고리별 소비 트렌드 비교 — 16

2018년 대비 2019년 콘텐츠 소비량은 1.7% 감소

- 인당 하루 평균 콘텐츠 소비량은 9.8% 증가
- 반면 콘텐츠 이용자 수가 10.5% 떨어지며 콘텐츠 소비량 감소

2018년 대비 2019년 미디어 콘텐츠 소비 트렌드 비교

*2018년, 2019년 각각 동일한 765개 미디어 분석

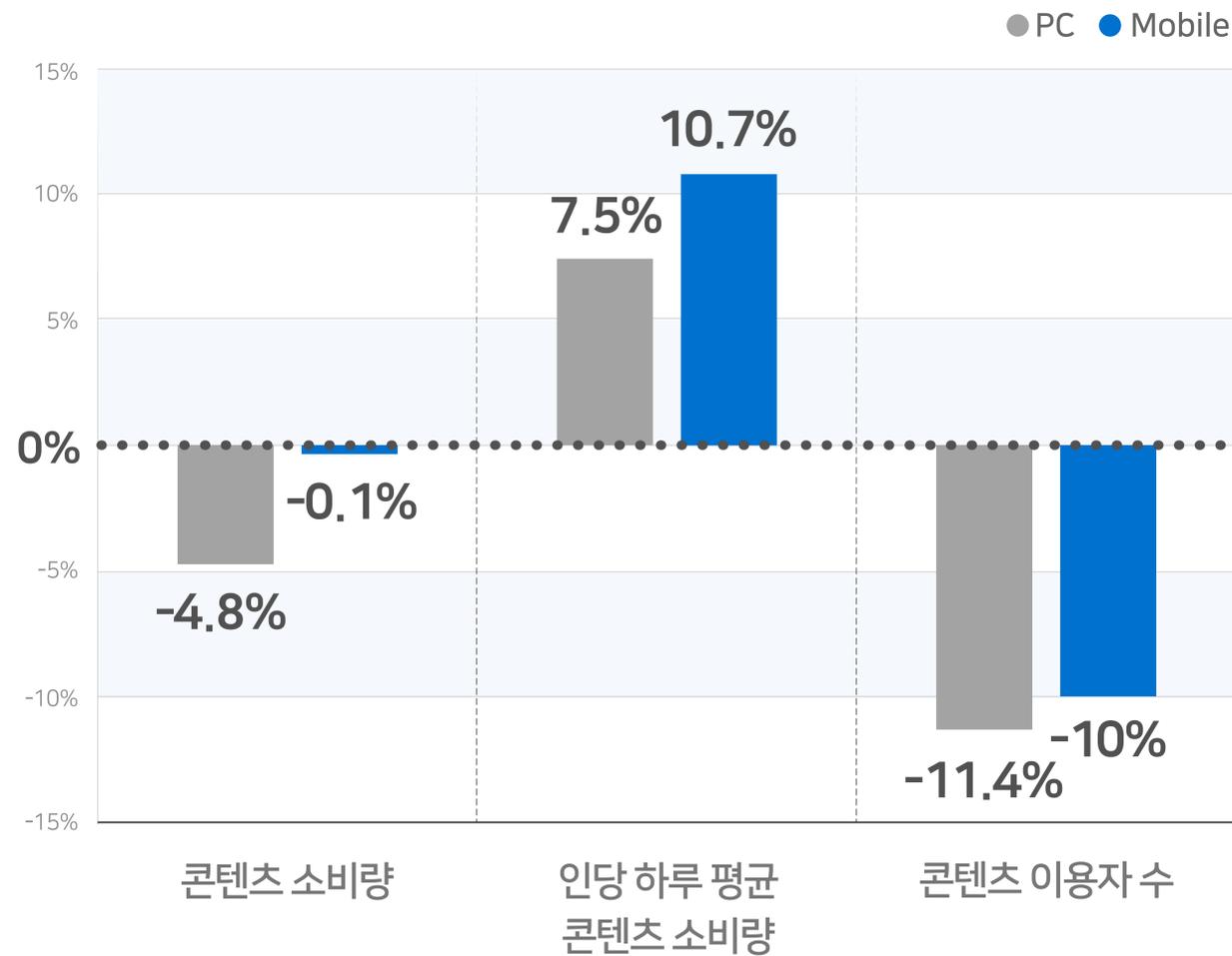


PC와 모바일 모두 2018년 대비 2019년 콘텐츠 소비량 감소

- 모바일은 콘텐츠 이용자 수가 10% 감소했으나, 인당 하루 평균 콘텐츠 소비량이 10.7% 상승하며 콘텐츠 소비량 0.1% 하락
- PC는 콘텐츠 이용자 수가 11.4% 하락한 반면 인당 하루 평균 콘텐츠 소비량은 7.5% 상승에 그쳐 콘텐츠 소비량 4.8% 감소

2018년 대비 2019년 디바이스별 콘텐츠 소비 트렌드 비교

*2018년, 2019년 각각 동일한 765개 미디어 분석

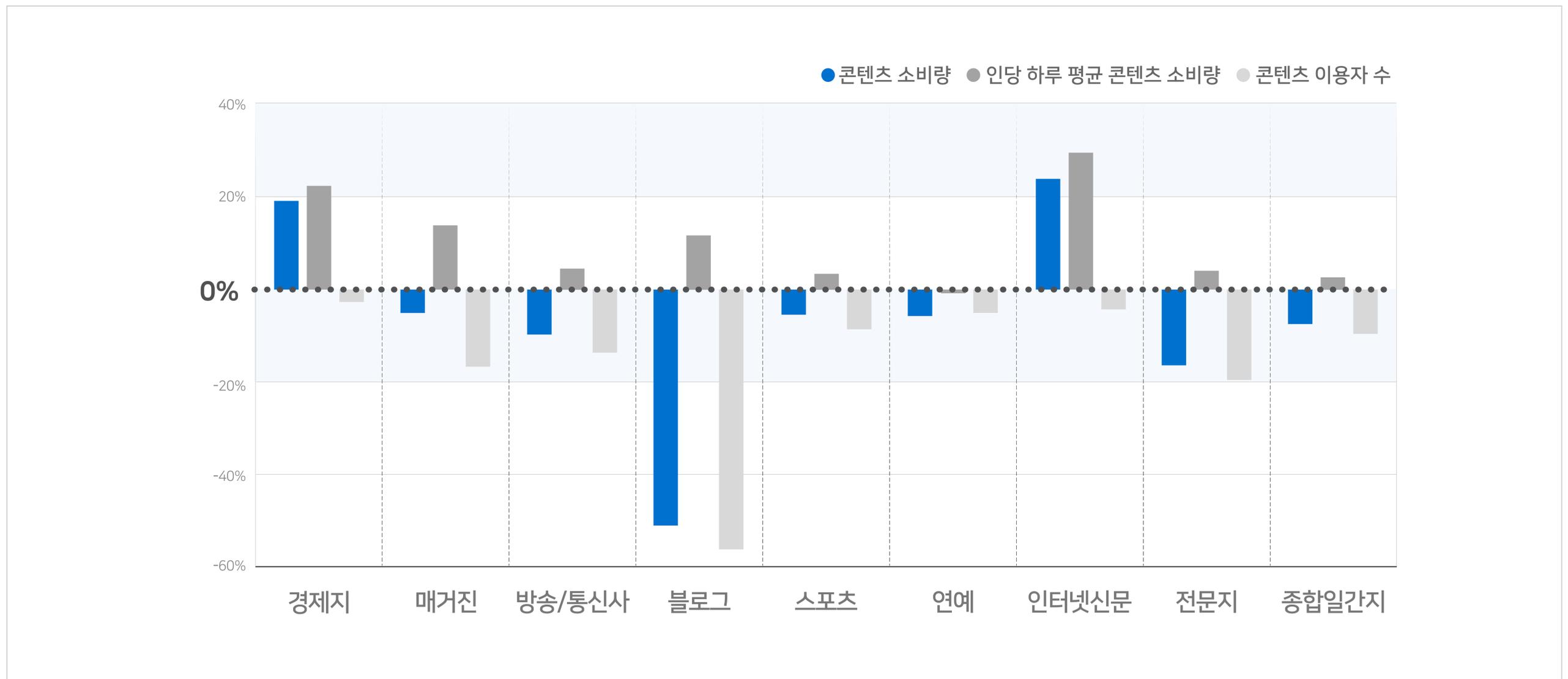


경제지와 인터넷 신문을 제외하고 콘텐츠 소비량 감소

- 경제지와 인터넷 신문은 인당 하루 평균 콘텐츠 소비량이 20% 이상 오르며 콘텐츠 소비량 증가
- 블로그는 콘텐츠 이용자 수가 50% 이상 큰 폭으로 떨어지며 콘텐츠 소비량 51.3% 감소
- 연예지는 미디어 카테고리 중 유일하게 인당 하루 평균 콘텐츠 소비량 감소

2018년 대비 2019년 미디어 카테고리별 콘텐츠 소비 트렌드 비교

*2018년, 2019년 각각 동일한 765개 미디어 분석



데이블 뉴스는?

미디어 웹사이트에 신규 사용자를 유입하는 것이 갈수록 어려워지고 있습니다.

이에 따라 한 번 유입된 사용자를 사이트에 오래 머무르게 하는 것이 중요해지는 추세입니다.

이미 미국에서는 방문자 당 체류시간을 늘리기 위해 개인화 추천을 널리 사용하고 있습니다.

'데이블 뉴스'는 고품질 개인화 콘텐츠를 추천하는 서비스입니다.

내 웹사이트에 간단한 스크립트 설치만으로 세계 최고 수준의 개인화 추천 엔진을 사용할 수 있습니다

'데이블 뉴스'는 웹사이트의 페이지뷰와 체류시간을 증대시킴으로써 매체사의 수익 향상에 기여합니다.

[Contact Us](#)