

2020 미디어 콘텐츠 소비 트렌드

상반기 대비 하반기 콘텐츠 소비 트렌드 비교

Information

분석 기간	2020년 1월 1일부터 2020년 12월 31일까지
분석 대상	데이블 미디어 파트너 중 해당 기간 동안 로그수집 범위의 변동이 없는 811개 언론사
수집 방식	데이블 로그수집 스크립트 통한 수집
미디어 카테고리 분류 (가다나순)	경제지, 매거진, 방송/통신사, 스포츠, 연예지, 인터넷신문, 전문지, 종합일간지

Index

Part 1.

2020 미디어 콘텐츠 소비 트렌드

Part 2.

상반기 대비 하반기 미디어 콘텐츠 소비 트렌드 비교

월별 콘텐츠 소비량 ———— 7

월 평균 인당 콘텐츠 소비량 — 8

성별 콘텐츠 소비 트렌드 ——— 9

연령별 콘텐츠 소비 트렌드 — 10

유입경로 ————— 12

Part 3.

미디어 카테고리별 상반기 대비 하반기 콘텐츠 소비 트렌드 비교

미디어 카테고리별 콘텐츠 소비량 ————— 14

미디어 카테고리별 월 평균 인당 콘텐츠 소비량 — 15

미디어 카테고리별 방문당 평균 체류 시간 ——— 16

미디어 카테고리별 성별에 따른 콘텐츠 소비 비율 - 17

미디어 카테고리별 연령에 따른 콘텐츠 소비 비율 - 18

Part 1.

2020 미디어 콘텐츠 소비 트렌드

2020 미디어 소비 트렌드

No.1 콘텐츠 디스커버리 플랫폼 데이블이 한국 811개 미디어를 대상으로 콘텐츠 소비 트렌드를 분석했습니다.

유입 경로 *Direct 및 Unknown 제외

1	N	네이버	43.4%	4	F	페이스북	9.1%
2	E	기타	25.3%	5	G	구글	6.1%
3	K	카카오	11.1%	6	D	데이블	5.0%

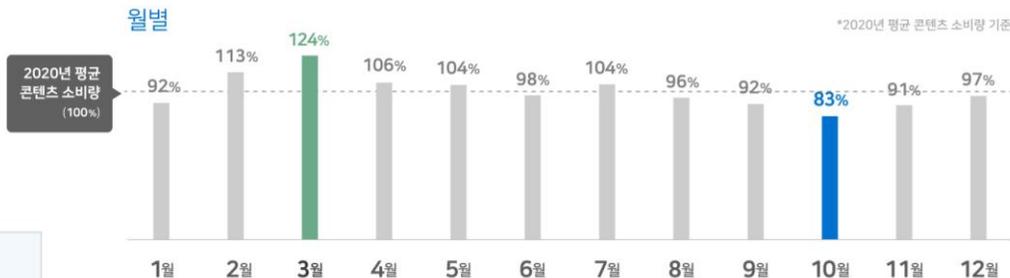
월 평균 인당 콘텐츠 소비량

모바일	3.95건	3개 기기 아이콘	} 전체	3.89건
PC	3.82건	3개 기기 아이콘		

방문 당 평균 체류시간

55.5초 5개 알람 아이콘

콘텐츠 소비량



미디어 카테고리별



디바이스별



연령별



성별



Part 2.

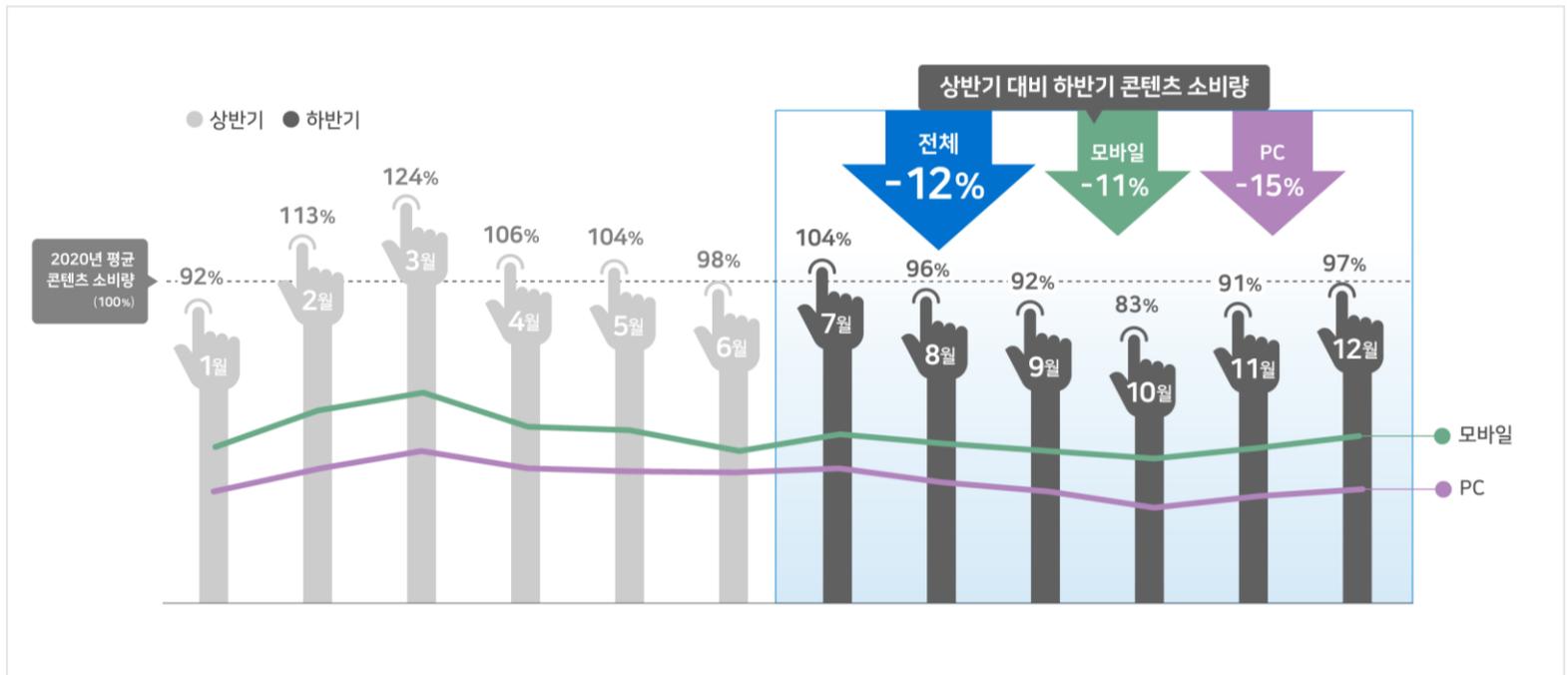
상반기 대비 하반기 미디어 콘텐츠 소비 트렌드 비교

상반기 대비 하반기 콘텐츠 소비량 12% 감소

- 3월에 콘텐츠 소비량이 가장 높았고, 10월에 가장 낮은 콘텐츠 소비량 기록
- 모바일은 상반기 대비 하반기 콘텐츠 소비량이 11% 감소했으며, PC는 15% 하락

월별 콘텐츠 소비량

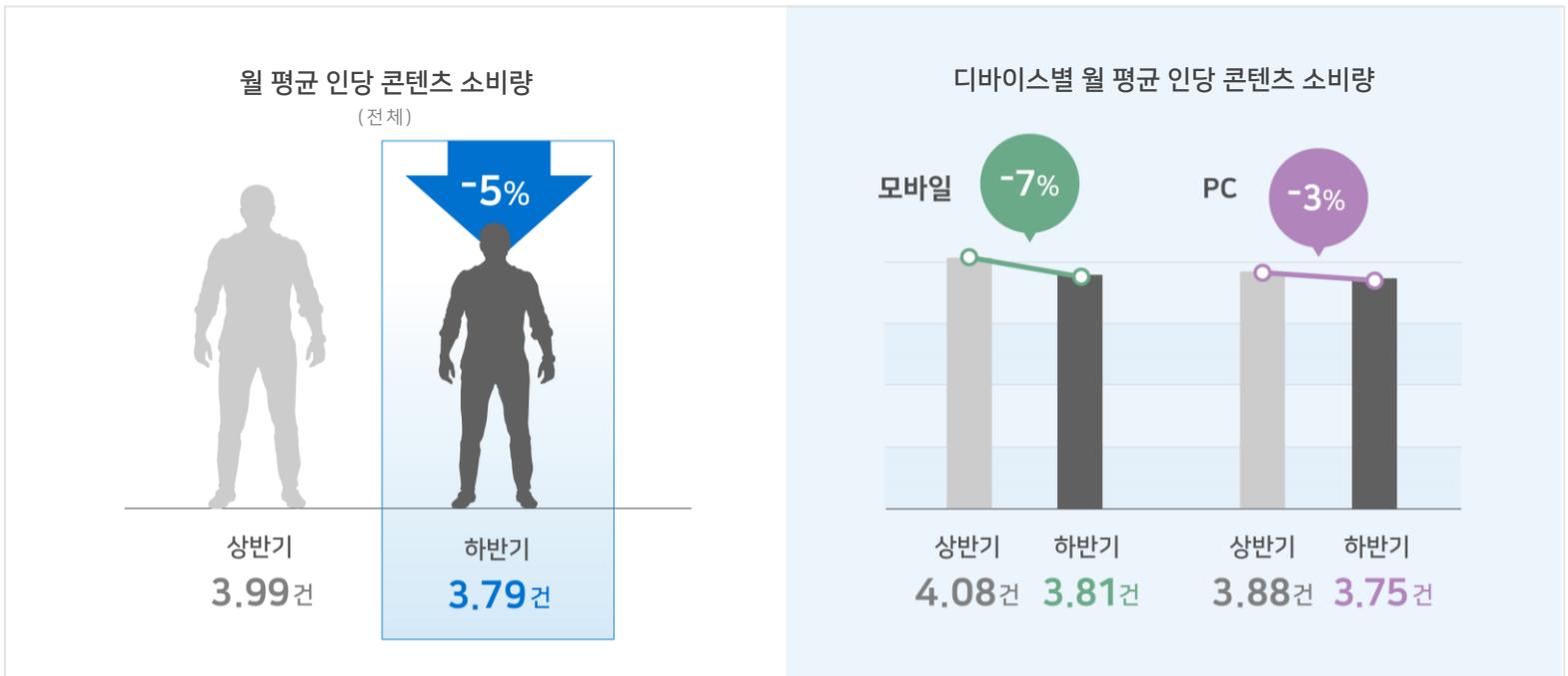
*2020년 평균 콘텐츠 소비량 기준



상반기 대비 하반기 월 평균 인당 콘텐츠 소비량 5% 하락

- 상반기 월 평균 인당 콘텐츠 소비량은 3.99건, 하반기는 3.79건 기록
- PC의 월 평균 인당 콘텐츠 소비량은 상반기 대비 하반기 3% 감소한데 반해 모바일은 7% 하락

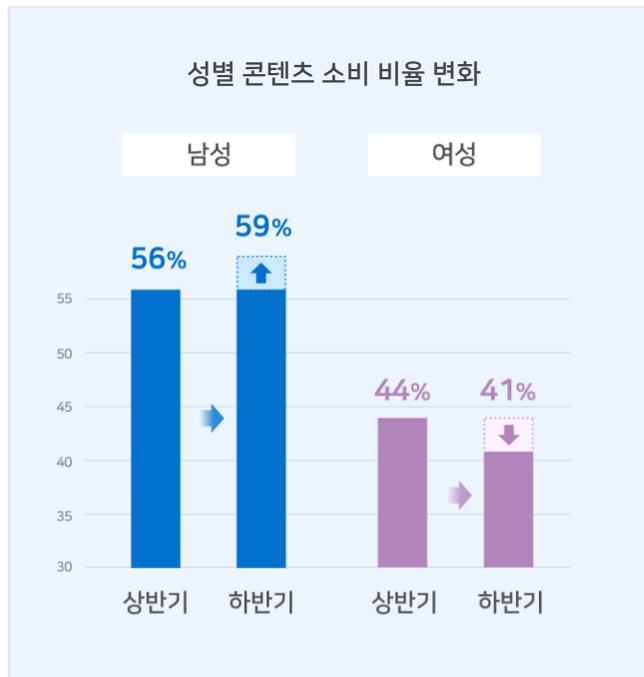
월 평균 인당 콘텐츠 소비량



남성의 콘텐츠 소비 비율이 상반기 대비 하반기 3% 증가

- 남성은 스포츠, 방송/통신사, 종합일간지 순으로 콘텐츠 소비
- 여성은 방송/통신사, 매거진, 연예지 순으로 콘텐츠 소비

성별 콘텐츠 소비 트렌드



남성이 소비한 미디어 카테고리

1	스포츠	17%
2	방송/통신사	16%
3	종합일간지	13%
4	경제지	12%
5	매거진	11%
6	전문지	11%
7	연예	10%
8	인터넷신문	10%

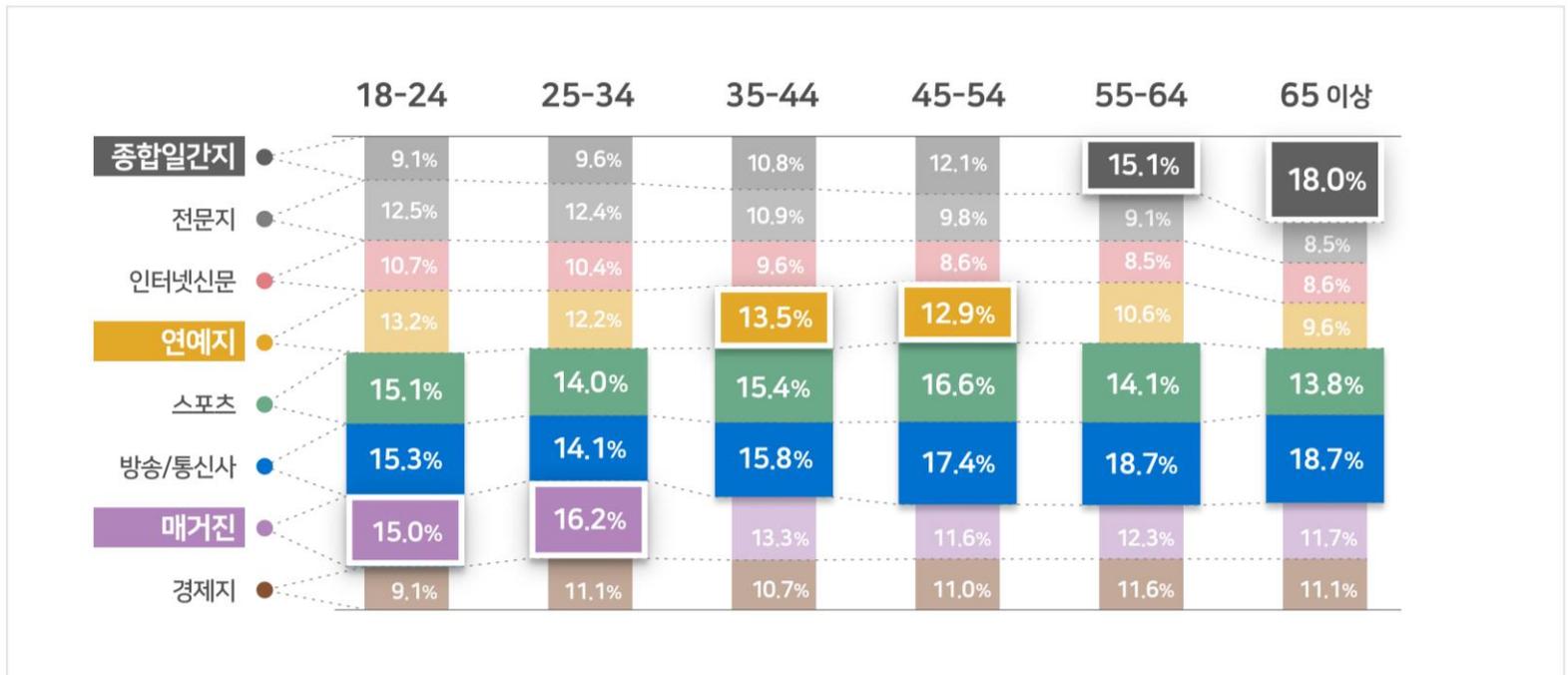
여성이 소비한 미디어 카테고리

1	방송/통신사	18%
2	매거진	17%
3	연예지	15%
4	스포츠	12%
5	종합일간지	11%
6	전문지	10%
7	경제지	9%
8	인터넷신문	8%

모든 연령층에서 방송/통신사, 스포츠에 대한 콘텐츠 소비 비율 높아

- 18~34세 청년층에서는 매거진이, 35~54세 중년층에서는 연예지가, 55세 이상 장년·노년층에서는 종합일간지에 대한 소비 비율 높아

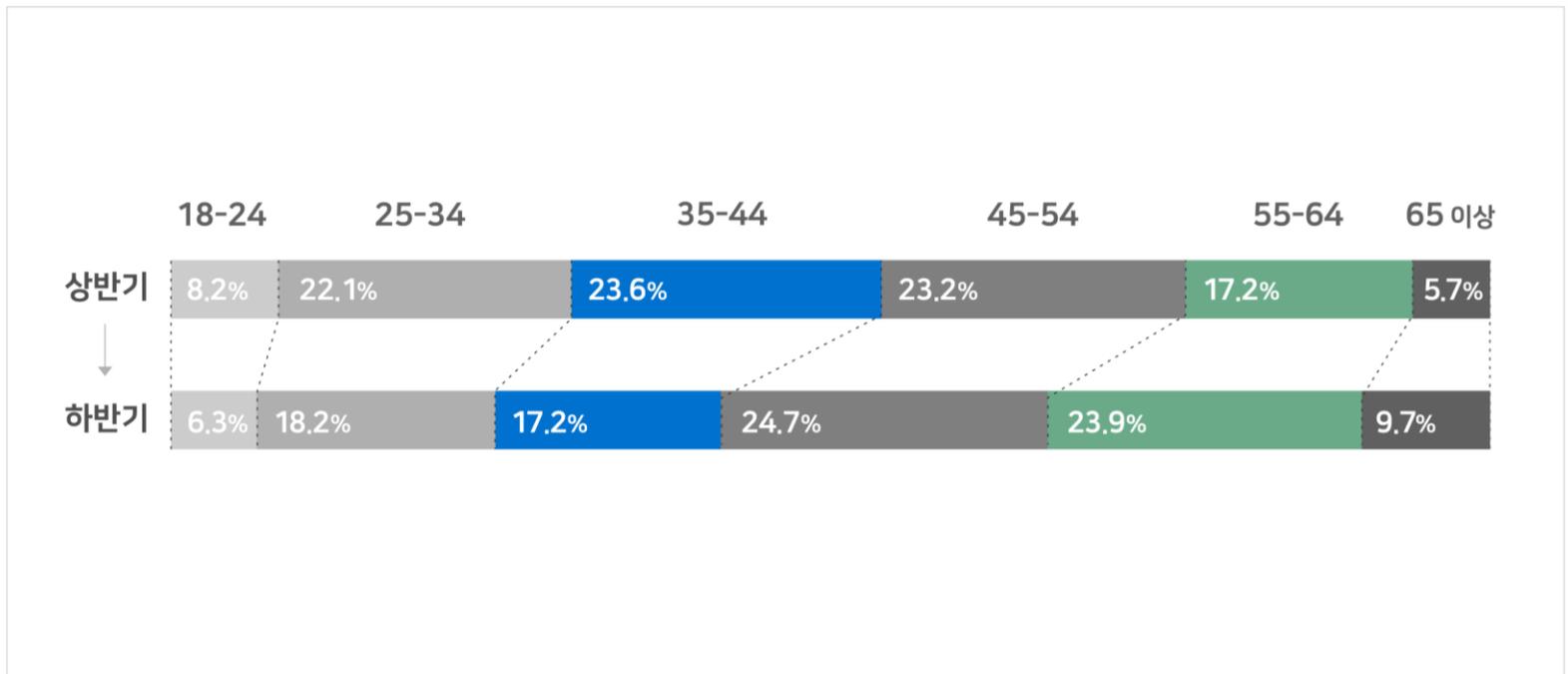
연령별 소비한 미디어 카테고리



상반기 대비 하반기 45세 이상 연령층의 콘텐츠 소비 비율 증가

- 35~44세 연령층은 상반기 23.6%에서 하반기 17.2%로 가장 크게 감소
- 55~64세 연령층은 상반기 17.2%에서 하반기 23.9%로 가장 크게 상승

연령별 콘텐츠 소비 비율 변화

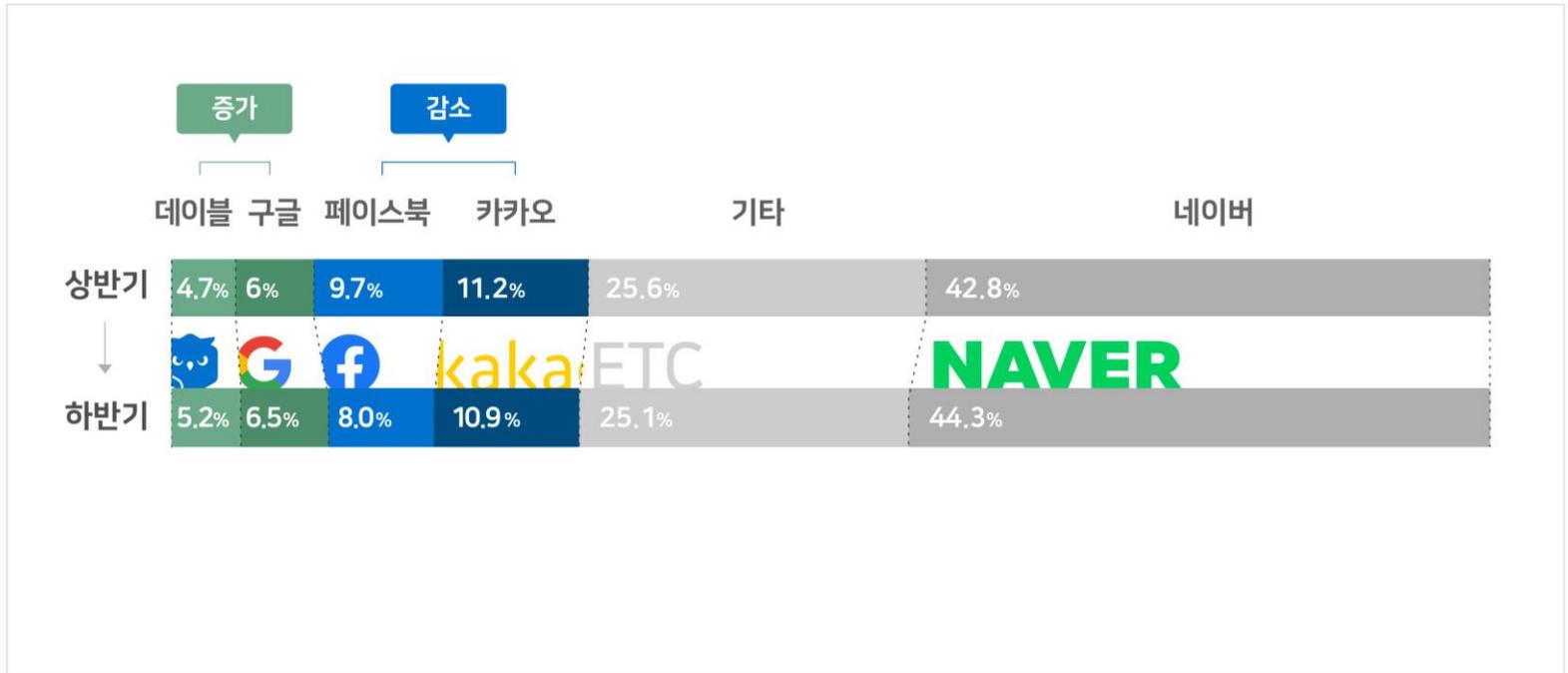


상·하반기 모두 네이버가 40% 이상 차지하며 언론사 사이트 유입경로 1위 기록

- 상반기 대비 하반기 네이버, 구글, 데이블을 통한 유입 비율 증가
- 반면 페이스북, 카카오, 기타 경로를 통한 유입 비율은 감소

유입경로 비율 변화

*Direct 및 Unknown 제외



Part 3.

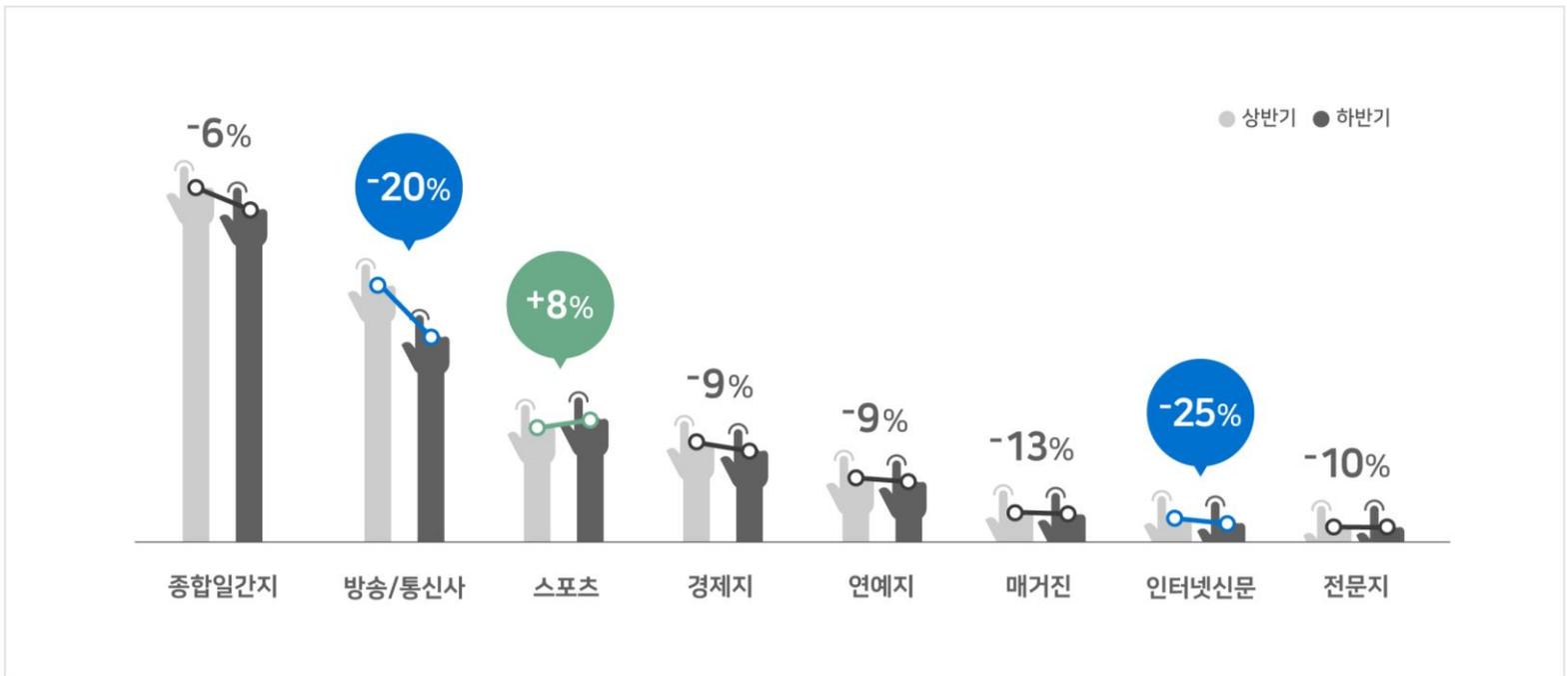
미디어 카테고리별 상반기 대비 하반기
콘텐츠 소비 트렌드 비교

종합일간지 > 방송/통신사 > 스포츠 순으로 콘텐츠 소비량 높아

- 스포츠는 미디어 카테고리 중 유일하게 상반기 대비 하반기 콘텐츠 소비량 증가
- 인터넷 신문, 방송/통신사는 상반기 대비 하반기 콘텐츠 소비량이 20% 이상 하락

미디어 카테고리별 콘텐츠 소비량

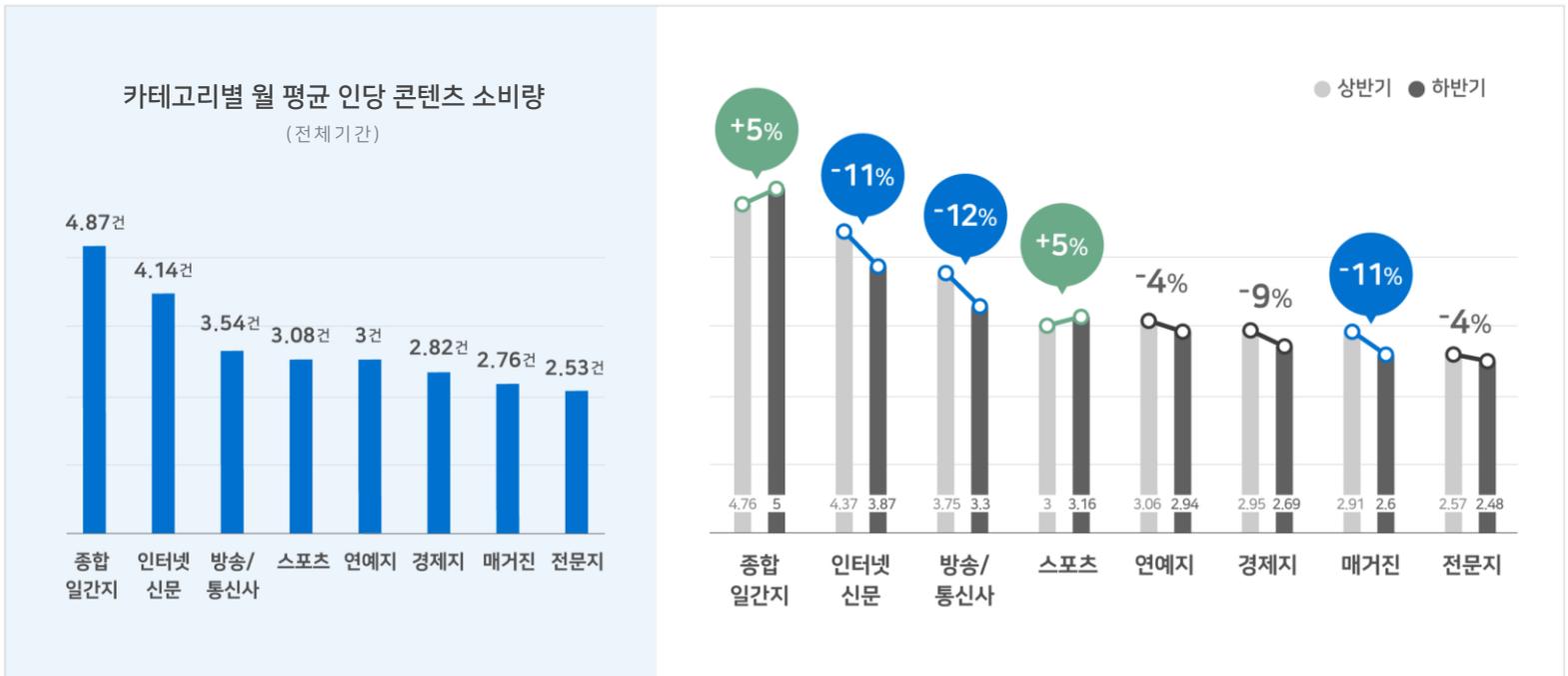
*전문지 콘텐츠 소비량 기준



종합일간지 > 인터넷 신문 > 방송/통신사 순으로 월 평균 인당 콘텐츠 소비량 높아

- 종합일간지, 스포츠는 상반기 대비 하반기 월 평균 인당 콘텐츠 소비량 증가
- 방송/통신사, 인터넷 신문, 매거진은 상반기 대비 하반기 월 평균 인당 콘텐츠 소비량 10% 이상 하락

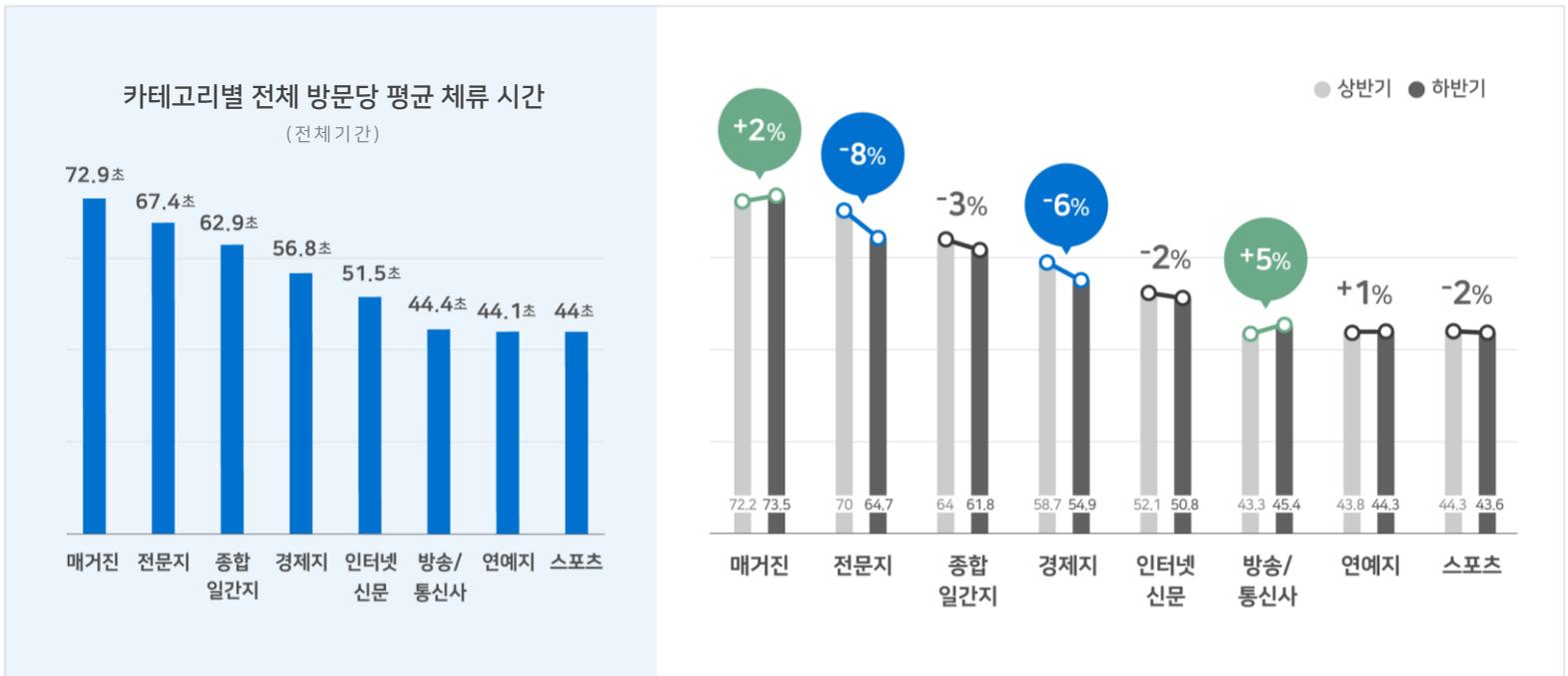
미디어 카테고리별 월 평균 인당 콘텐츠 소비량



매거진 > 전문지 > 종합일간지 순으로 방문 당 평균 체류시간 높아

- 방송/통신사, 매거진, 연예지는 상반기 대비 하반기 방문 당 평균 체류시간 증가
- 전문지, 경제지, 종합일간지 등은 상반기 대비 하반기 방문 당 평균 체류시간은 감소

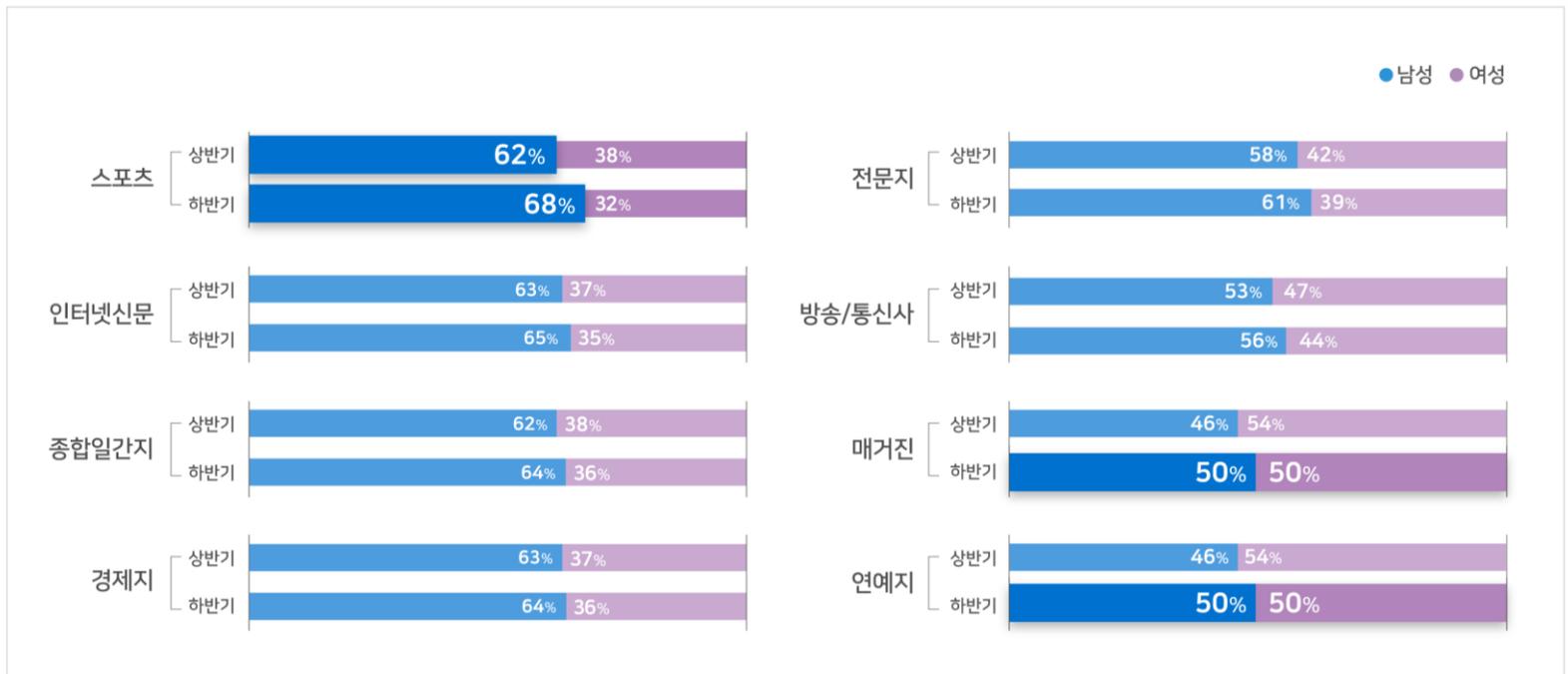
미디어 카테고리별 방문당 평균 체류 시간



상반기 대비 하반기 모든 미디어 카테고리에서 남성의 콘텐츠 소비 비율 증가

- 스포츠는 상반기 대비 하반기 남성의 콘텐츠 소비 비율이 6% 증가
- 매거진, 연예지의 경우 상반기에는 여성의 콘텐츠 소비 비율이 높았으나 하반기에는 남녀 동일

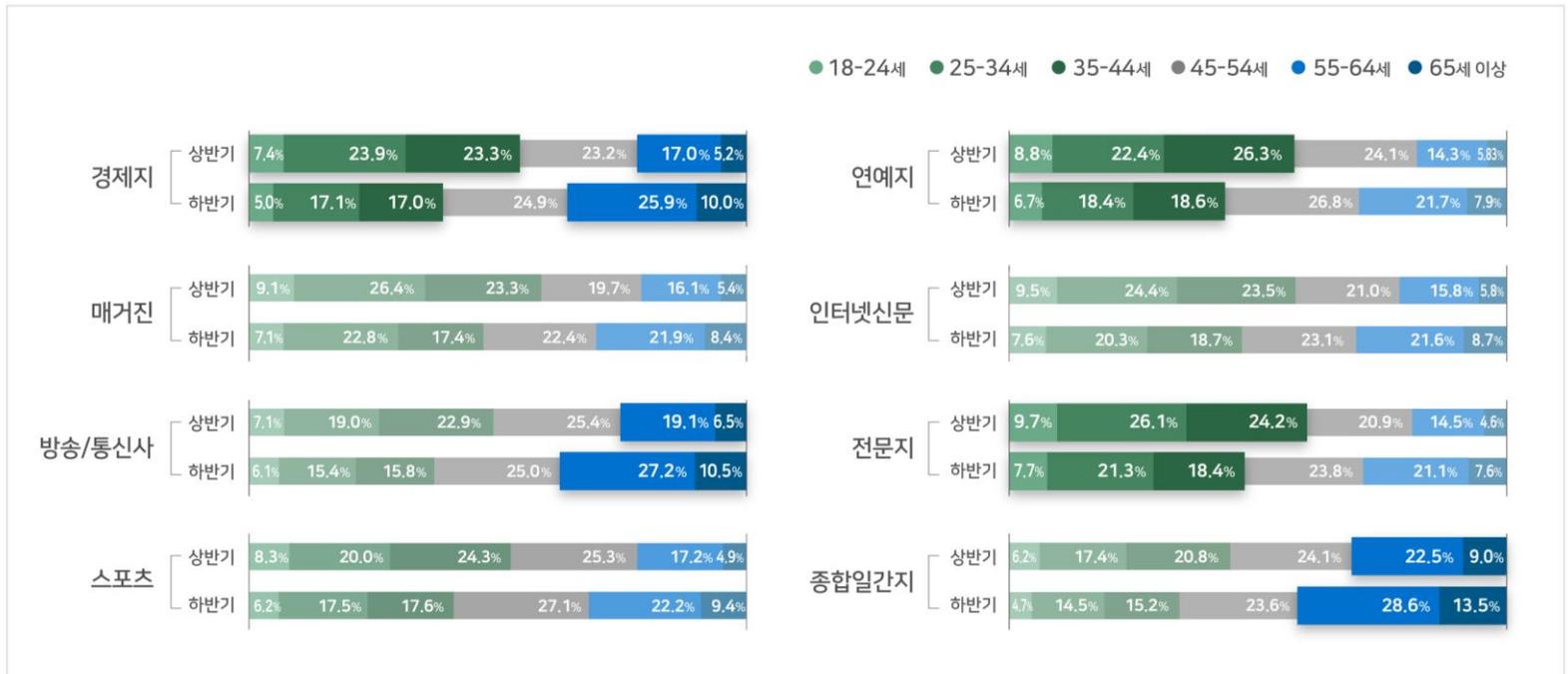
미디어 카테고리별 성별에 따른 콘텐츠 소비 비율 변화



상반기 대비 하반기 모든 미디어 카테고리에서 55세 이상 연령층의 콘텐츠 소비 비율 증가

- 경제지, 방송/통신사, 종합일간지에서 55세 이상 연령층의 콘텐츠 소비 비율이 10% 이상 증가
- 경제지, 연예지, 전문지에서 44세 미만 연령층의 콘텐츠 소비 비율이 큰 폭으로 하락

미디어 카테고리별 연령에 따른 콘텐츠 소비 비율 변화



개인화 콘텐츠 추천 솔루션 - 데이블 뉴스

아시아 No.1 콘텐츠 디스커버리 플랫폼 데이블은 세계적인 수준의 빅데이터 처리 및 개인화 기술을 통해, 미디어가 품질 높은 개인 맞춤형 콘텐츠 추천 서비스를 이용할 수 있도록 '데이블 뉴스'를 제공하고 있습니다.

'데이블 뉴스'는 개인의 콘텐츠 소비 행태를 분석하여 사용자가 가장 관심있을 만한 콘텐츠를 추천합니다.

'데이블 뉴스'를 미디어에 적용하면,

- 사용자가 관심있을 만한 콘텐츠를 추천하여, 사용자의 체류시간 및 인당 페이지뷰가 증가합니다.
- 사용자에 맞춘 다양한 뉴스를 추천하므로 발행 후 노출되지 못하고 사장되는 콘텐츠가 줄어듭니다.
- 사용자에게 긍정적인 사이트 이용 경험을 제공함으로써 재방문률이 증가합니다.

지금 데이블 매체사로 등록하여 트래픽 상승과
광고 수익 향상의 기회를 얻으세요.

Contact Us