



글로벌 미디어&엔터테인먼트 산업 동향 및 트렌드

Deloitte Insights

“

미디어·엔터테인먼트 산업의 경쟁력은 이제 더 이상 콘텐츠 자체만으로 결정되지 않습니다. 테크 기업들은 AI 및 데이터 기반 경쟁력을 바탕으로, 미디어&엔터테인먼트 산업을 '참여·개인화 오디언스 데이터 중심 산업'으로 재편하며 새로운 시장 질서를 주도하고 있습니다. 소비자들이 플랫폼을 자유롭게 이동하며 콘텐츠·크리에이터·커뮤니티를 따라 움직이는 환경 속에서, 팬덤 기반의 참여 경험과 오디언스 인텔리전스 역량이 핵심 경쟁 요소로 부상하고 있습니다.

이에 따라 생성형 AI 역시 단순한 비용 절감 도구를 넘어, 개인화 추천·광고·팬 경험·공동창작까지 확장시키는 핵심 인프라로 자리잡고 있습니다.

미디어&엔터 기업은 기존의 제작 중심 모델에서 벗어나, 팬 여정을 지속적으로 연결·운영하며 데이터를 기반으로 관계와 수익을 확대하는 구조로 전환해야 합니다.

”

박형곤 파트너

통신·미디어·엔터테인먼트 산업 리더 |
컨설팅 부문



'테크 미디어'시대로의 전환

콘텐츠 품질과 흥행 개념의 변화

테크 미디어 중심의 시대가 열리며 콘텐츠에 대한 선호도가 '제작품질'보다 '참여경험'에 의해 결정되는 구조로 산업 패러다임이 바뀌고 있음

전통적 미디어	»»	테크 미디어
제작 품질	흥행 요인	참여 경험
방송 채널	접점	알고리즘
시청률	성과지표	체류시간, 팬덤
제작 경쟁	경쟁방식	참여 경쟁
단일 플랫폼 소비	소비구조	멀티 플랫폼 소비
대규모 제작비 투자	핵심투자요소	개인화/발견/커뮤니티
대형 제작비 TV/영화 제작 방영/개봉 광고·흥행 수익	수익화 프로세스 사례	숏폼·크리에이터 AI 추천 알고리즘 팬 참여·커뮤니티 데이터 축적 광고·구독·커머스 수익

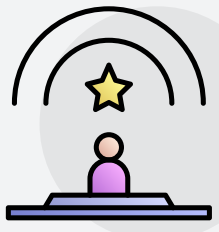


상세한 내용은 리포트 전문에서 확인하세요!

팬(fan), 미디어&엔터테인먼트 산업의 핵심으로 부상



팬과 팬덤은 단순 시청자가 아니라
지속적으로 연결되는 '생태계'로 변모



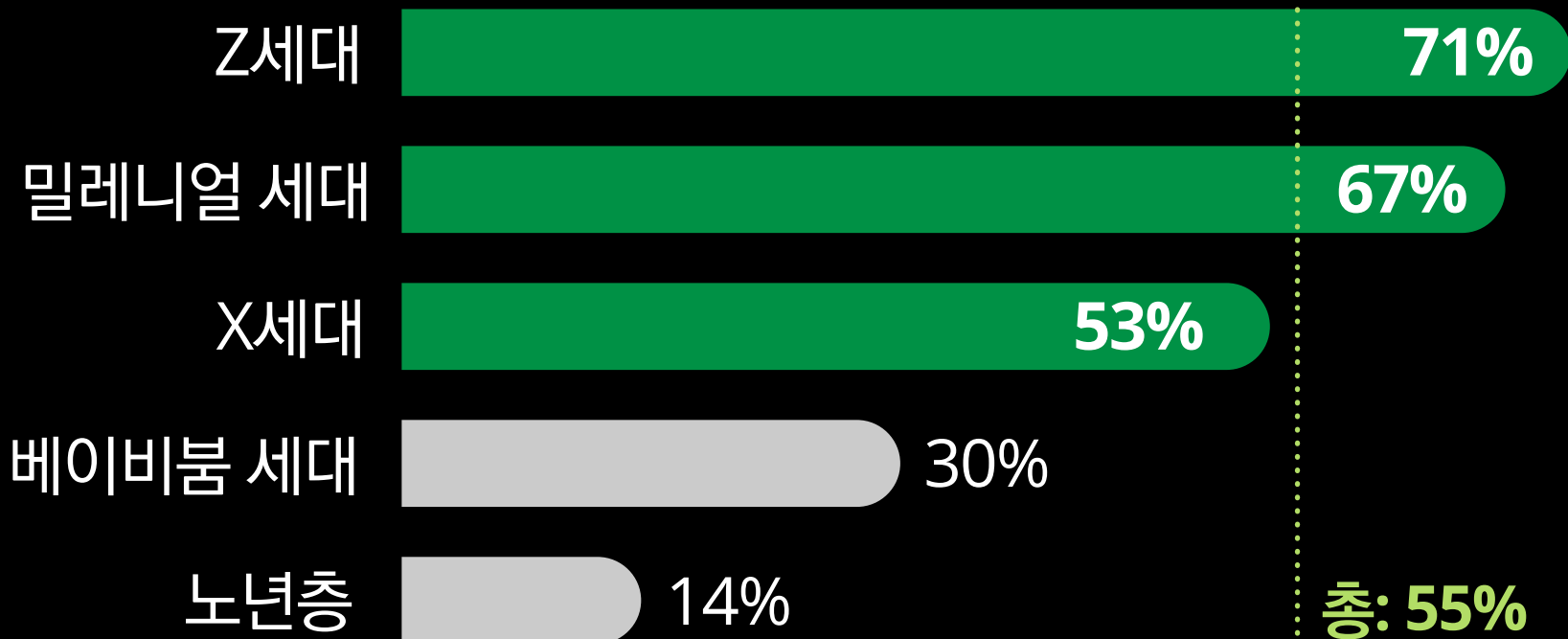
팬은 미디어와 엔터테인먼트를 지속적이고
다채널적인 여정으로 경험



스트리밍 서비스, 선형 TV, 소셜 채널, 굿즈,
라이브 이벤트 등 다양한 플랫폼 전반의
경험을 통해 팬덤에 참여

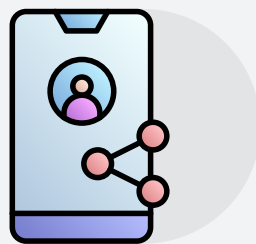
다양한 플랫폼을 통해 팬덤에 참여하는 비중

(스트리밍, 소셜미디어, 커머스, 라이브 이벤트 등)

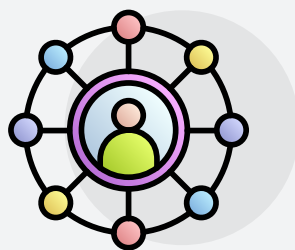


출처: 딜로이트(2026), 디지털 미디어 트렌드 / 표본 수: 2,977

팬덤을 형성하고 더 강화시키는 수단, 소셜미디어



제작사와 OTT 기업은 마케팅 및 프로모션을 위해 소셜 미디어 적극 활용
(소셜미디어는 이용자가 가장 오래 머무는 공간)



소셜미디어는 특정 콘텐츠, 아티스트 팬덤을 강화하고 팬들과의 관계를 지속하기 위한 접점

소셜미디어 관련 콘텐츠 소비행태에 동의한다고 답한 비율

주로 소셜미디어 플랫폼을 통해 정보를 얻는다

소셜미디어를 통해 정보 습득 후, 다른 경로에서 콘텐츠를 소비한다

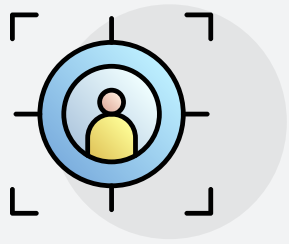


출처: 딜로이트(2026), 디지털 미디어 트렌드 / 표본 수: 2,977

통합된 '팬 경험' 플랫폼 구축의 중요성

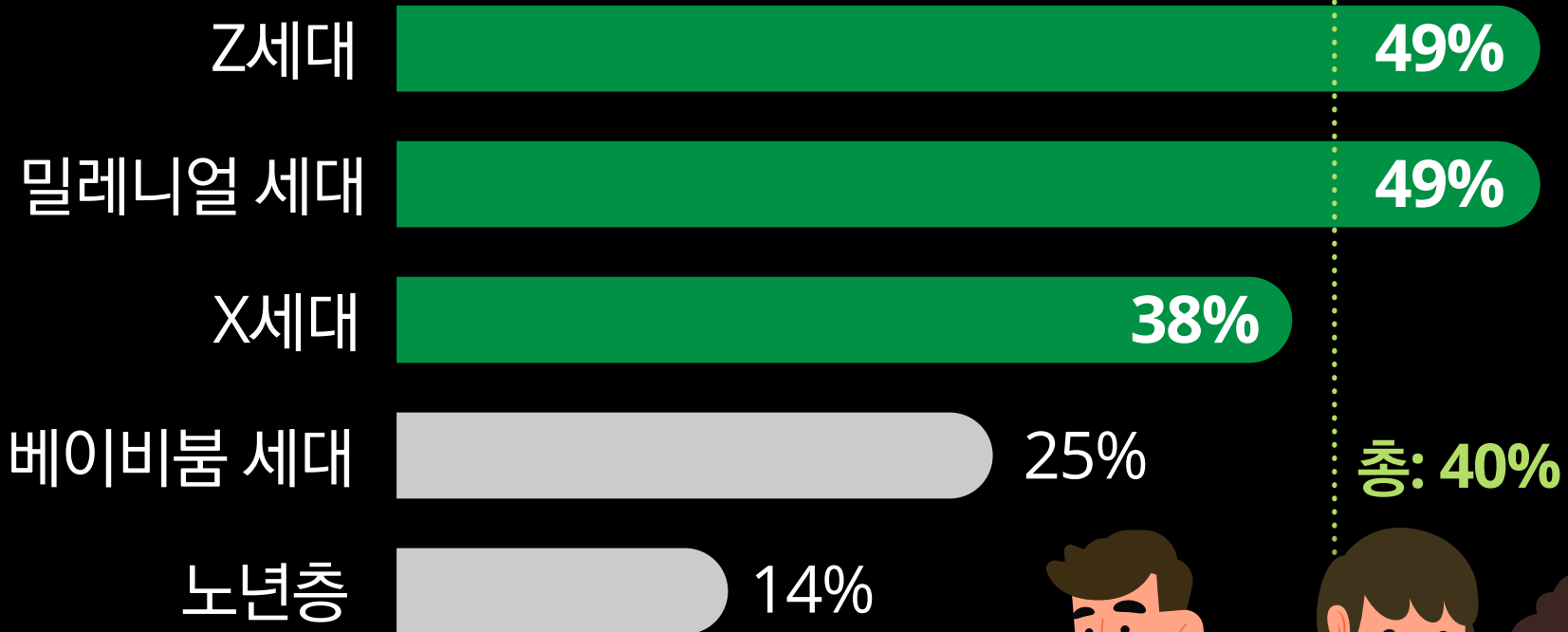


MZ 세대는 통합된 팬 경험을 제공하는 플랫폼을 선호하며, 팬덤 관련 비즈니스와 유기적 연결 가능



통합 플랫폼은 체류 시간·콘텐츠 경험을 확장하고, 팬 커뮤니티로 새로운 팬을 유기적으로 유입

가장 좋아하는 팬 관련 콘텐츠를 하나의 통합된 플랫폼에서 보기를 희망하는 비율



출처: 딜로이트(2026), 디지털 미디어 트렌드 /
표본 수: 2,977

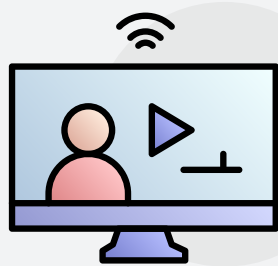
소비자를 '팬'으로 만드는 전략

크로스 플랫폼 오디언스 인텔리전스

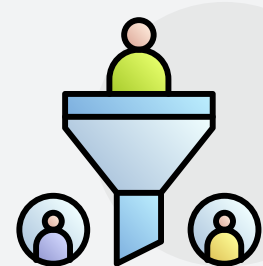
Cross-Platform Audience Intelligence

여러 플랫폼에 흩어진 사용자 데이터를 통합·분석하여
고객 행동, 관심사, 소비 패턴을 입체적으로 이해하는 역량

핵심변화



소비자는 다양한
플랫폼에서 콘텐츠 향유



AI 기반 추천·광고·
구독 유지 경쟁 심화

크로스 플랫폼 오디언스 인텔리전스 확보 전략

Unified Audience Graph 구축

- ✔ OTT·SNS·게임·커머스·오프라인 데이터를 통합
- ✔ Single Customer View(SCV)* 구현

Metadata Intelligence 고도화

- ✔ 콘텐츠 장르·감정·배우·팬덤·میم 데이터 구조화
- ✔ IP 확장 가능성 탐색

AI 기반 행동 분석

- ✔ 시청·검색·클릭·공유·구매 행동 실시간 분석
- ✔ 개인맞춤형 콘텐츠 추천
- ✔ 이탈률 예측 및 광고 최적화

Ecosystem Partnership 확대

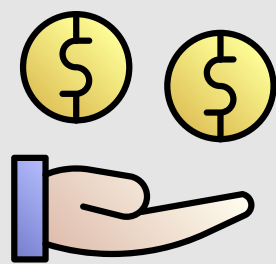
- ✔ 통신사·광고 플랫폼·커머스·게임사 데이터 연계
- ✔ 개인 정보 데이터 보호 관련 파트너십 확대

* 온/오프라인·모바일 앱·멤버십·구매 이력·상담 이력·마케팅 반응 데이터 등을 하나로 연결해 '한 명의 고객을 하나의 프로필'로 통합 관리

수익성 높은 '팬덤' 구축 전략

생성형 AI 활용으로 창작 비용 절감과 차별화

대표사례



비용절감

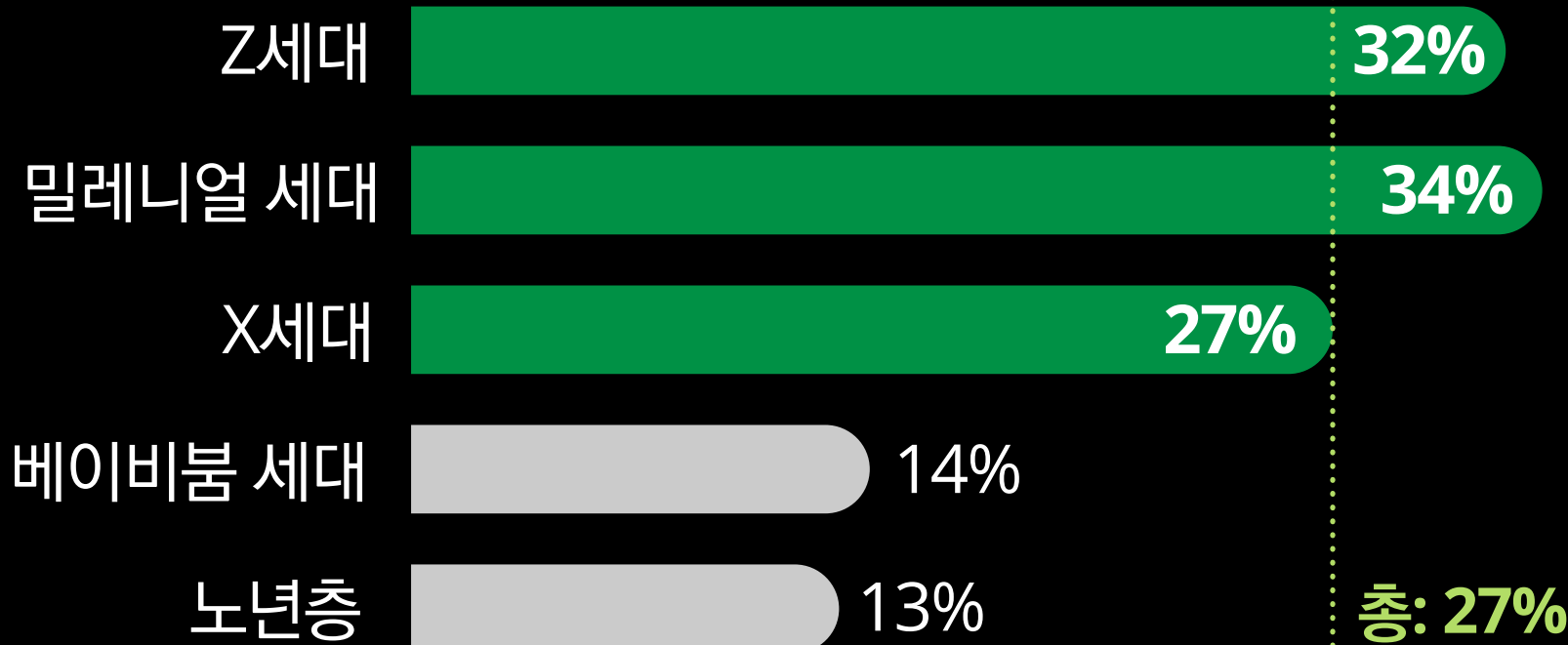
- ✓ 콘텐츠 제작 자동화
- ✓ 마케팅 크리에이티브 자동 생성
- ✓ 고객 지원·운영 자동화(AI 챗봇)
- ✓ 콘텐츠 기획·성과 예측 최적화



차별화

- ✓ 초개인화 콘텐츠 추천
- ✓ AI 기반 인터랙티브 콘텐츠
- ✓ AI 팬덤 경험 강화
- ✓ AI 기반 IP 확장

생성형 AI에 의해 만들어진 개인화된 팬덤 경험을 원한다고 응답한 비율



출처: 딜로이트(2026), 디지털 미디어 트렌드 / 표본 수: 2,977

미디어/엔터테인먼트 기업들의 전략적 질문



어떻게 **팬덤**을 구축하고
차별화된 **경험**을 제공할 것인가?



미디어 생태계 전반에서
핵심 오디언스를 파악하고 있는가?



오디언스 이해와 수익를 위한
데이터 투자는 충분한가?



생성형 AI 공동 창작은
새로운 수익원이 될 수 있을까?



AI 콘텐츠 피로감의 시대,
소비자 이탈에 어떻게 대응할 것인가?

조사 방법론

- 본 내용은 Deloitte의 Media and Entertainment Outlook 2026과 Digital Media Trends 2026의 내용을 기반으로 작성
- Digital Media Trends 2026의 설문조사는 본 인사이트는 2025년 10~11월 동안 미국 소비자 3,575명을 대상으로 실시한 온라인 설문조사 기반
- 본 보고서에서 사용하는 세대 구분은 다음과 같다(본 조사는 독립 리서치 기관이 수행):
Z세대(1997~2011년생), 밀레니얼 세대(1983~1996년생),
X세대(1966~1982년생), 베이비붐 세대(1947~1965년생),
시니어 세대(1946년 이전 출생)
- 모든 데이터는 미국 인구조사(Census) 기준에 맞춰
가중치를 적용하여 미국 소비자를 대표할 수 있도록 구성

한국 딜로이트 그룹 전문가

통신·미디어·엔터테인먼트

한국 딜로이트 그룹은 통신·미디어·엔터테인먼트 분야에서 기업들의 전략적 과제와 혁신을 함께해왔습니다. 또한 디지털 고객경험(DCX) 및 마케팅/홍보 분야에서도 한국 주요기업들과의 여러 컨설팅 프로젝트를 진행해왔습니다. 딜로이트는 다양한 배경을 가진 구성원들의 전문성을 바탕으로 심도있는 인사이트를 제공하고 있습니다.

박형곤 파트너

통신·미디어·엔터테인먼트 산업 리더 |
컨설팅 부문

☎ 02 6676 3684

@ hypark@deloitte.com

구나경 파트너

통신·미디어·엔터테인먼트 산업 |
컨설팅 부문

☎ 02 6676 3888

@ nkoo@deloitte.com

디지털 마케팅 및 커머스

한국 딜로이트 그룹은 국내외 수많은 선도 기업을 대상으로 디지털 마케팅 전략 수립(PPLAN), 전략 실행(DO), 성과 측정 및 개선(SEE) 전 과정을 아우르는 혁신적 컨설팅 서비스를 제공하고 있습니다.

데이터, 크리에이티브, 테크놀로지가 유기적으로 작동할 수 있도록 지원하며, 고객 여정 분석을 기반으로 한 맞춤형 전략 설계, 마케팅·세일즈·서비스의 디지털 전환 실행, 그리고 테크놀로지 기반 성과 관리까지 End-to-End 통합 솔루션을 제시합니다. 전문가로 구성된 디지털 마케팅 본부는 고객 특성과 산업별 니즈를 반영해 차별화된 고객 경험과 지속가능한 성장 전략을 설계하며, 마케팅·세일즈·서비스 전반의 디지털 전환을 지원하고, 복잡한 환경 속에서도 실질적인 성과를 이끌어내는 실행 중심의 솔루션을 제시합니다.

이대의 파트너

Customer 본부장 |
컨설팅 부문

☎ 02 6138 5507

@ charliedlee@deloitte.com

김정민 파트너

Transformation Strategy |
컨설팅 부문

☎ 02 6676 3379

@ jungminkim@deloitte.com

김환 수석위원

Transformation Strategy |
컨설팅 부문

☎ 02 6676 3425

@ hwkim1@deloitte.com



앱스토어, 구글플레이/카카오톡에서 '딜로이트 인사이트'를 검색해보세요.
더욱 다양한 소식을 만나보실 수 있습니다.

Deloitte.

Insights

성장전략부문 대표
손재호 Partner
jaehoson@deloitte.com

딜로이트 인사이트 편집장
박경은 Director
kyungepark@deloitte.com

Contact us
krinsightsend@deloitte.com

연구원
양원석 Manager
wonsukyang@deloitte.com

디자이너
박근령 Senior Consultant
keunrpark@deloitte.com

Deloitte refers to one or more of Deloitte Touche Tohmatsu Limited (“DTTL”), its global network of member firms, and their related entities (collectively, the “Deloitte organization”). DTTL (also referred to as “Deloitte Global”) and each of its member firms and related entities are legally separate and independent entities, which cannot obligate or bind each other in respect of third parties. DTTL and each DTTL member firm and related entity is liable only for its own acts and omissions, and not those of each other. DTTL does not provide services to clients. Please see www.deloitte.com/about to learn more.

Deloitte Asia Pacific Limited is a company limited by guarantee and a member firm of DTTL. Members of Deloitte Asia Pacific Limited and their related entities, each of which are separate and independent legal entities, provide services from more than 100 cities across the region, including Auckland, Bangkok, Beijing, Hanoi, Hong Kong, Jakarta, Kuala Lumpur, Manila, Melbourne, Osaka, Seoul, Shanghai, Singapore, Sydney, Taipei and Tokyo.

This communication contains general information only, and none of Deloitte Touche Tohmatsu Limited (“DTTL”), its global network of member firms or their related entities (collectively, the “Deloitte organization”) is, by means of this communication, rendering professional advice or services. Before making any decision or taking any action that may affect your finances or your business, you should consult a qualified professional adviser.

No representations, warranties or undertakings (express or implied) are given as to the accuracy or completeness of the information in this communication, and none of DTTL, its member firms, related entities, employees or agents shall be liable or responsible for any loss or damage whatsoever arising directly or indirectly in connection with any person relying on this communication. DTTL and each of its member firms, and their related entities, are legally separate and independent entities.

본 보고서는 저작권법에 따라 보호받는 저작물로서 저작권은 딜로이트 안진회계법인(“저작권자”)에 있습니다. 본 보고서의 내용은 비영리 목적으로만 이용이 가능하고, 내용의 전부 또는 일부에 대한 상업적 활용 기타 영리목적 이용시 저작권자의 사전 허락이 필요합니다. 또한 본 보고서의 이용시, 출처를 저작권자로 명시해야 하고 저작권자의 사전 허락없이 그 내용을 변경할 수 없습니다.