

#### Press Contacts

임성연 이사  
한국어도비시스템즈  
(02)530-8094  
[sulim@adobe.com](mailto:sulim@adobe.com)

공인희 과장/ 김보현 대리  
샤우트 웨거너 에드스트롬  
(02)6250-9844, 010-8890-0091  
[Adobe\\_pr@shoutwe.com](mailto:Adobe_pr@shoutwe.com)

# 어도비, 최신 모바일 트렌드 분석한 '2014 모바일 벤치마크 리포트' 발표

아이폰 화면 크기가 브라우저 시장 점유율에 영향 미쳐  
와이파이(Wi-Fi)가 모바일 웹 접속에서 무선데이터 추월

서울 — 2014년 9월 10일 — 한국어도비시스템즈(<http://www.adobe.com/kr/>)는 와이파이(Wi-Fi)와 무선데이터 이용률, 화면 크기와 브라우저 시장 점유율의 상관관계, 스마트폰과 태블릿에서의 소셜 네트워크 역할, 디바이스별 콘텐츠 공유 등 최신 모바일 트렌드를 분석한 '2014 모바일 벤치마크 리포트(2014 Mobile Benchmark Report)'를 발표했다. 이번 어도비 디지털 인덱스(Adobe Digital Index) 보고서의 핵심은 차세대 아이폰이 모바일 브라우저 시장 점유율에서의 하락세를 뒤집기 위해서는 화면 사이즈가 커져야 한다는 것과 핀터레스트(Pinterest)가 모바일 유입이 가장 높은 소셜 네트워크(The most Mobile Social Network)로 부상했다는 것, 텀블러(Tumblr)를 통한 모바일 유입이 방문 1회 당 가장 높은 매출을 일으킨다는 것, 마지막으로 아이비콘(iBeacons)이 주류가 되어가고 있다는 것이다.

어도비의 모바일 벤치마크 리포트는 모바일 트렌드에 대한 가장 포괄적인 분석을 제공하며, [어도비 마케팅 클라우드\(Adobe Marketing Cloud\)](#)와 [어도비 디지털 퍼블리싱 스위트\(Adobe Digital Publishing Suite\)](#)를 통해 집계된 1만개 이상의 웹사이트와 7억 여 개의 모바일 앱 세션들에 대한 180억 회의 방문 데이터를 토대로 하고 있다. 이와 함께 백 명 이상의 미국 주요 기업 마케팅 담당자와 3천 여 명의 모바일 사용자들과의 인터뷰 조사를 기초로 했다.

존 멜러(John Mellor) 어도비 마케팅 클라우드 전략 및 비즈니스 개발 부문 부사장은 “모바일 지형도는 지속적으로 진화하고 있으며, 테크놀로지 혁신과 고객 기대에 발맞추기 위해서는 어느 디지털 마케팅 전략에서도 모바일이 선두와 중심에 있어야 한다”며, “주요 기업들은 모바일 고객들을 잡기 위한 다투므로 엄청난 경쟁에 직면하고 있다. 2015년은 여러 디바이스에 고도로 개인화된 콘텐츠를 제공해야만 하는 마케터들에게 판도가 바뀌는 해가 될 것이다”라고 밝혔다.

보고서 주요 결과는 다음과 같다.

- **모바일 브라우저(Mobile browsers):** 크롬 모바일(Chrome Mobile)의 시장 점유율이 5.7% 상승해 34.6%가 된 반면, 사파리 모바일(Safari Mobile)은 59.1%로 2.6% 하락했다. 애플 아이폰(iPhone)과 아이패드(iPad)는 각각 54%와 80%의 점유율로 여전히 최고의 모바일 웹 방문 수를 이끌고 있다. 삼성은 스마트폰에서의 브라우징(24%)과 태블릿에서의 브라우징(7%) 모두에서 2위를 차지했다. 아마존은 태블릿을 통한 모바일 브라우징에서 5%의 점유율을 기록해 3위를 차지했다.
- **화면 크기(Screen size)와 모바일 브라우징(Mobile browsing):** 대화면 폰 없이는, 애플의 모바일 브라우저 점유율이 더욱 하락할 것으로 예상된다. 대화면 폰은 그 어느 때보다도 많은 웹 트래픽을 이끌었다. 4인치 이상(four-inch or larger)의

## 어도비, 최신 모바일 트렌드 분석한 '2014 모바일 벤치마크 리포트' 발표

대화면 폰에서의 웹 브라우징은 연간 132% 성장한 반면, 4인치 이하(four-inch or less)의 작은 폰들에서의 브라우징은 전년 대비 11% 감소했다. 이와 함께, 태블릿 브라우징의 성장은 차츰 둔화되어 연간 1.8%의 미미한 증가세만을 보였다.

- 디바이스별 소셜 네트워크(Social networks across devices):** 소셜 네트워크를 통해 리테일 사이트로 유입된 전체 방문 수 중 36%가 태블릿과 스마트폰을 통해 이뤄졌다. 핀터레스트(Pinterest)는 모바일 브라우저를 통해 64%의 유입을 이끌어 내며 가장 모바일 유입이 높은 소셜 네트워크로 나타났다. 텀블러는 모바일 디바이스를 통한 방문 횟수당 가장 높은 매출을 이끄는 것으로 드러났다. 이는 페이스북보다 39% 높은 수치이다. 이와 함께, 소셜 네트워크로부터 유입된 방문자의 이탈률(Bounce Rates)은 데스크톱(53%)보다 모바일 디바이스(61%)에서 높게 나타났다.
- 컨텐츠 접속(Access) 및 점유율(Sharing):** 보다 많은 사용자들이 Wi-Fi를 통해 웹에 접속하는 편을 택했다. 이제 스마트폰 브라우징의 50% 이상과 태블릿 브라우징의 93%가 무선 데이터망 대신 Wi-Fi를 이용한다. 더불어, 모바일 사용자들은 그 어느 때보다도 많이 문자 메시지를 통해 디지털 매거진 콘텐츠를 공유하고 있다. 애플 아이메시지(iMessage)를 통한 공유는 연간 259%로 가장 강력한 증가세를 보인다. 페이스북을 통한 콘텐츠 공유는 42.6% 하락했다.
- 아이비콘(iBeacons)과 지역 타겟팅(Geo targeting):** 함께 진행된 모바일 조사에서, 아이비콘과 지역 타겟팅이 주류가 되어가고 있다는 것으로 드러났다. 모바일 마케팅 담당자들 중 18%가 아이비콘을 이용하는 것으로 나타났으며 2015년에는 그 수가 2배에 달할 것으로 예상된다. 마케팅 담당자들의 절반에 가까운 49%가 모바일 사용자들 대상 커뮤니케이션을 위해 GPS 위치를 활용한다. 모바일 사용자들의 33%는 매장 내 쇼핑(In-store Shopping)을 보조하는 데 모바일을 활용한다.

### Helpful Links

- [2014 모바일 벤치마크 리포트\(2014 Mobile Benchmark Report\)](#)
- [주요 결과](#)에 대한 CMO.com 기사
- 블로그 포스트: "[마케팅 담당자, '모바일 엘리트'를 공략하라\(Marketers - Meet the 'Mobile Elite'\)](#)"
- 블로그 포스트: "[아이비콘-21세기 마케팅 담당자를 위한 등대\(iBeacons - A Lighthouse for the 21st Century Marketer\)](#)"
- [모바일 소비자 조사\(Mobile Consumer Survey\)](#)
- [모바일 마케팅 담당자 조사\(Mobile Marketer Survey\)](#)
- [다른 어도비 디지털 인덱스\(Adobe Digital Index\) 리포트들](#)

### 어도비 디지털 인덱스(Adobe Digital Index)에 대하여

어도비 디지털 인덱스는 디지털 마케팅과 더불어 다양한 업계의 마케팅 및 e 커머스 담당 임원들이 관심을 가질 만한 주제들에 대한 조사를 발표한다. 조사는 기업의 웹사이트에서 일어나는 활동을 분석하고 활용 가능한 데이터를 얻기 위해 어도비 마케팅 클라우드를 사용하는 전 세계 5천 여 기업들로부터 집계된 익명의, 선택된 데이터 분석을 기초로 한 것이다. 비디오 벤치마크 리포트와 기타 리포트, 인사이트 등은 [여기](#)에서 확인할 수 있다.

### 어도비시스템즈에 대하여

어도비는 사용자의 디지털 경험을 통해 세상을 바꾼다. 자세한 정보는 <http://www.adobe.com/kr/> 에서 찾을 수 있다.

###