



이마트
5000원 이하
초저가 상품 승부수
L1

metro®

Life

비건식품
맛·품질 장벽에
기업들 손댄다
L2



모델부터 편집까지 AI로... 첨단기술로 광고에 혁신 입히다

금융권에 부는 '애드테크' 바람

#삼성증권이 TV 등을 통해 송출하고 있는 광고 '썬의 한 수-작전명 엠팝(mPOP)', 광고 제작에는 생성형 인공지능(AI)이 활용됐다. 실사 또는 사람이 작업한 콘텐츠 없이 모든 영상을 AI 프로그램으로 제작한 것이 특징이다. 이번 광고는 지난 6월 삼성증권 유튜브를 통해 공개한 영상을 기반으로 제작됐다. 두 영상을 합쳐 총 300만회의 유튜브 조회수를 기록하며 높은 관심을 얻고 있다.

#KB국민은행은 자사 앱 KB스타뱅킹을 소개하는 유튜브 광고에서 생성형 AI와 기술을 적극 활용했다. 16종의 금융 서비스를 각각 시각화한 세로형 광고 영상도 유튜브를 통해 공개했다. 퇴직연금 상품 관련 신문 광고에도 AI 생성 이미지를 도입했다.

금융권 애드테크(광고+기술)분야에 새로운 바람이 불고 있다. 광고와 마케팅 분야에 AI 기술을 본격적으로 활용하면서다. 하지만, AI콘텐츠를 두고 찬반으로 나뉜 시장 반응은 뜨겁다. 가성비는 좋지만, 소비자 거부감 등은 해결해야 할 과제로 꼽힌다.

◆금융권 광고·마케팅까지 파고든 AI

18일 증권업계에 따르면 금융권에서 인공지능(AI)을 가장 잘 활용하는 곳은 삼성증권이다. 삼성증권이 가장 최근 선보인 작품은 '썬의 한 수 - 작전명 엠팝(mPOP)'이다.

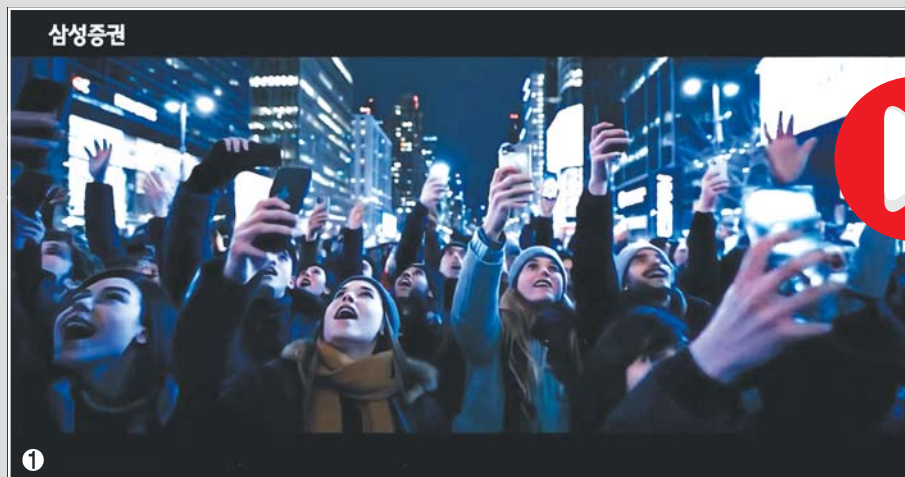
이 광고 영상은 마치 블록버스터 재난 영화 예고편처럼 긴박한 분위기를 연출하며, 세상에 다친 위기를 삼성증권 모바일 앱 엠팝(mPOP)에서 해결할 수 있다는 메시지를 담고 있다. 이번 광고 캠페인은 기존 광고 기획의 틀을 깨고 "AI 기술을 적극 활용해 혁신적이고 새로운 시도를 하겠다"는 삼성증권의 의지를 담아 기획됐다. 제작 과정 또한 일반적인 모델 섭외나 촬영 방식을 벗어나, 100% AI를 기반으로 구현됐다. 모티브 영상과 이번 광고 영상을 합쳐 총 300만회의 조회수를 기록했다.

기존에도 삼성증권은 AI를 활용한 다양한 시도를 유튜브 콘텐츠 등에서 선보여 왔다. 100만뷰를 넘어선 트로트 뮤직비디오 '우상향 인생'은 AI 작곡 톨로 음원과 가수의 음성을 구현해냈으며, 지난 1월 설 연휴 서학개미를 위한 해외주식 콘텐츠 시리즈도 AI를 활용해 제작했다. 그 결과 삼성증권은 유튜브 채널 구독자 수 239만명을 돌파한 상태다. 삼성증권은 이번 광고 외에도 다양한 방식으로 AI를 활용한 콘텐츠를 공개하고 있다.

방일남 삼성증권 미디어전략팀장은 "당사가 생성형 AI 등 첨단 기술을 적극 활용하고, 드라마, 뮤직비디오, 서바이벌 예능 등 다양한 시도를 하는 궁극적인 목적은 리서치 리포트의 깊이 있는 투자 정보를 쉽고 친근하게 전달해 투자 대중화에 기여하기



생성형 AI · AI Contents
금융권 광고·마케팅 분야



#애드테크 #생성형 AI #AI 애니메이션 #AI 광고
①모델, 촬영방식 등 AI 기술로 제작한 삼성증권 광고 '썬의 한 수 - 작전명 엠팝(mPOP)' 화면 캡처.
②미래에셋증권이 생성형 인공지능 기술로 제작한 애니메이션 '동물원정대'.

광고·마케팅 분야, AI기술 본격 도입 소비자에 몰입감 있는 콘텐츠 제공해

삼성증권 AI로 유튜브 콘텐츠 제작 엠팝 광고영상, 300만 조회수 기록
미래에셋증권 AI 애니메이션 선배 **우리금융그룹** 스토리텔링에 AI 접목

제작비용 절감 효과에 AI활용 확산 AI 모델에 거부감 느끼는 소비자도 명확한 시스템 구축, 리스크 관리 필요

위험"이라며 "앞으로도 MZ 및 알파 세대 등 디지털 네이티브 세대와 깊이 공감할 수 있는 형식으로 리서치 콘텐츠를 끊임없이 제작해 금융 정보의 새로운 패러다임을 선도할 것"이라고 전했다.

AI 콘텐츠로 고객과 신뢰를 쌓고 올바른 투자문화를 만들어 나가는 곳도 있다.

미래에셋증권은 지난 13일 생성형 AI 기술로 제작한 애니메이션 '동물원정대'를 공식 유튜브 채널 등을 통해 공개했다.

'동물원정대: 희망의 나무를 찾아서'란 제목의 이 애니메이션 시리즈는 회색으로

변해버린 도시를 되돌리기 위해 각자 다른 성향을 지닌 동물들이 힘을 합쳐 모험에 나서는 이야기를 담고 있다. 미래에셋증권 관계자는 "단순한 모험담을 넘어 팀워크와 미래를 향한 가치관이라는 메시지를 담으면서 미래에셋증권의 투자 원칙을 자연스럽게 녹여냈다"고 말했다. 그러면서 "제작 과정 전반에 생성형 AI 기술을 도입, 캐릭터 개발과 스토리 구성, 시각 연출의 창의성과 효율성을 높이는 동시에 비용도 기존 방식 대비 약 90% 절감했다"고 전했다. 지난 8일 4분 분량의 첫 에피소드가 업로드된 이 애니메이션 제작에는 '케이팝, 데몬 헌터스'와 '킹 오브 킹스' 등의 제작에 참여한 스태프들의 모교인 청강문화산업대학교 산학협력 방식으로 참여한 것으로 알려졌다. 동물원정대는 내달 5일까지 매주 금요일마다 미래에셋증권 스마트머니 채널을 통해 새 에피소드가 공개되며, 추후 동화책으로도 제작될 예정이다.

KB금융 등 다른 금융사들도 광고 마케팅 분야에 AI를 도입하고 있다.

우리금융그룹은 브랜드 캠페인 '언제나.우리를맨앞에'에서 생성형 AI를 스토리텔링에 접목했다. 브랜드 앰버서더인 아이유가 신문 속 인물로 등장하는 장면은 AI 이미지 생성 기술을 활용해 과거와 현재

를 연결한다. 단순히 인공지능 기술을 도입한 것을 넘어, 브랜드의 전통성과 미래 비전을 동시에 보여주는 정서적 메시지를 담아냈다는 점에서 주목받았다.

우리카드는 '카드의정석2' 캠페인에 생성형 AI 기능을 전면 도입했다. 카드의 할인 혜택과 파격적인 디자인을 강조하기 위해, 광고 역시 키치하고 과감한 연출을 시도했다. 눈을 동그랗게 뜬 맹수와 놀라는 아기의 표정 등 실제 촬영으로는 구현하기 어려운 장면들을 AI로 제작했고, 음악과 효과음 역시 자체 제작 AI를 활용해 구현했다.

보험사들도 광고 캠페인에 AI를 도입하고 있다. 캐롯손해보험은 지난 4일 AI 기반의 신규 디지털 광고 캠페인 '캐롯 디지털 유니버스'를 공개했다. 이번 캠페인은 광고 영상의 기획부터 이미지, 성우 음성, 영상 효과에 이르기까지 제작 전반을 AI 기술로 구현해, 고객에게 한층 정교하고 몰입감 있는 콘텐츠를 선보인 것이 특징이다.

◆가성비 굿 vs 소비자 거부감

기업 입장에서 시간은 비용과 획기적으로 절감할 수 있는 AI 광고를 외면하기 어렵다. 광고 업계도 적극적으로 AI 기술 개발에 뛰어들고 있다. 미국 소프트웨어 개발 기업 어도비는 29일(현지시간) 콘텐츠 플랫폼 젠스튜디오에 광고 제작을 위한 AI 기능을 추가했다고 밝혔다. 어도비 측은 기존 영상을 다양한 광고 형식에 맞게 자동으로 재구성하거나, 정지된 이미지로 짧은 영상을 생성할 수 있다고 설명했다. 국내 데이터 플랫폼 기업 아이지이에이웍스도 지난 9일 'AI 전속모델 상품'을 출시하고 30종에 이르는 AI 모델을 선보였다.

문제는 거부감을 느끼는 소비자들이다. 서울우유가 배우 박은빈의 아역 시절 모습을 AI로 재현했을 당시에 일부 누리꾼들은 "너무 똑같아서 무섭다" "기괴하다" 등의 반응을 보였다.

국내만의 문제도 아니다. 게스의 광고 모델이 AI로 생성된 인물이라는 사실이 알려지자 소비자들은 SNS를 중심으로 비판을 쏟아냈다. 일각에서는 현실의 모델들이 다양성과 대표성을 확대하기 위해 노력하고 있는 상황에서, 실존하지 않는 AI 모델이 대형 잡지에 등장한 것은 부적절하다는 지적이 나왔다.

한국 딜로이트 그룹은 '생성형 AI 활용서: 6대 산업별 생성형 AI 도입 가치 분석' 보고서에서 "생성형 AI 도입은 산업 전반의 성장 기회를 넓히지만, 명확한 거버넌스와 철저한 리스크 관리가 필수"라고 강조했다. 정창모 한국 딜로이트 AI 통합 서비스(One AI) 그룹 수석위원은 "기업의 미래 경쟁력은 AI를 얼마나 전략적으로 통합·활용하느냐에 달렸다"고 말했다.

/신하은 기자 godhe@metroseoul.co.kr

메트로 한줄뉴스



▲부활 신호탄 쏜 '월드컵 스타' 조규성... 홍명보 대표팀도 '방긋'
▲'첫 도움' 손흥민 MLS 적응 완료... 데뷔골도 시간문제

/사진 뉴시스

▲8연패 빠진 롯데, 선두 LG와 격돌... 중위권은 혼돈의 순위 다툼
▲'케이팝 데몬 헌터스' OST, '빌보드 200' 3주 연속 2위

▲뮤지컬 '데스노트' 2년 만에 돌아온다...조형균·김민석
▲2025 서울국제공연예술제... '엄함과 마찰' 주제로 10월 개막