

TikTok

what's

next

Gaming

트렌드
보고서



새로운 형식의 엔터테인먼트로 레벨업!

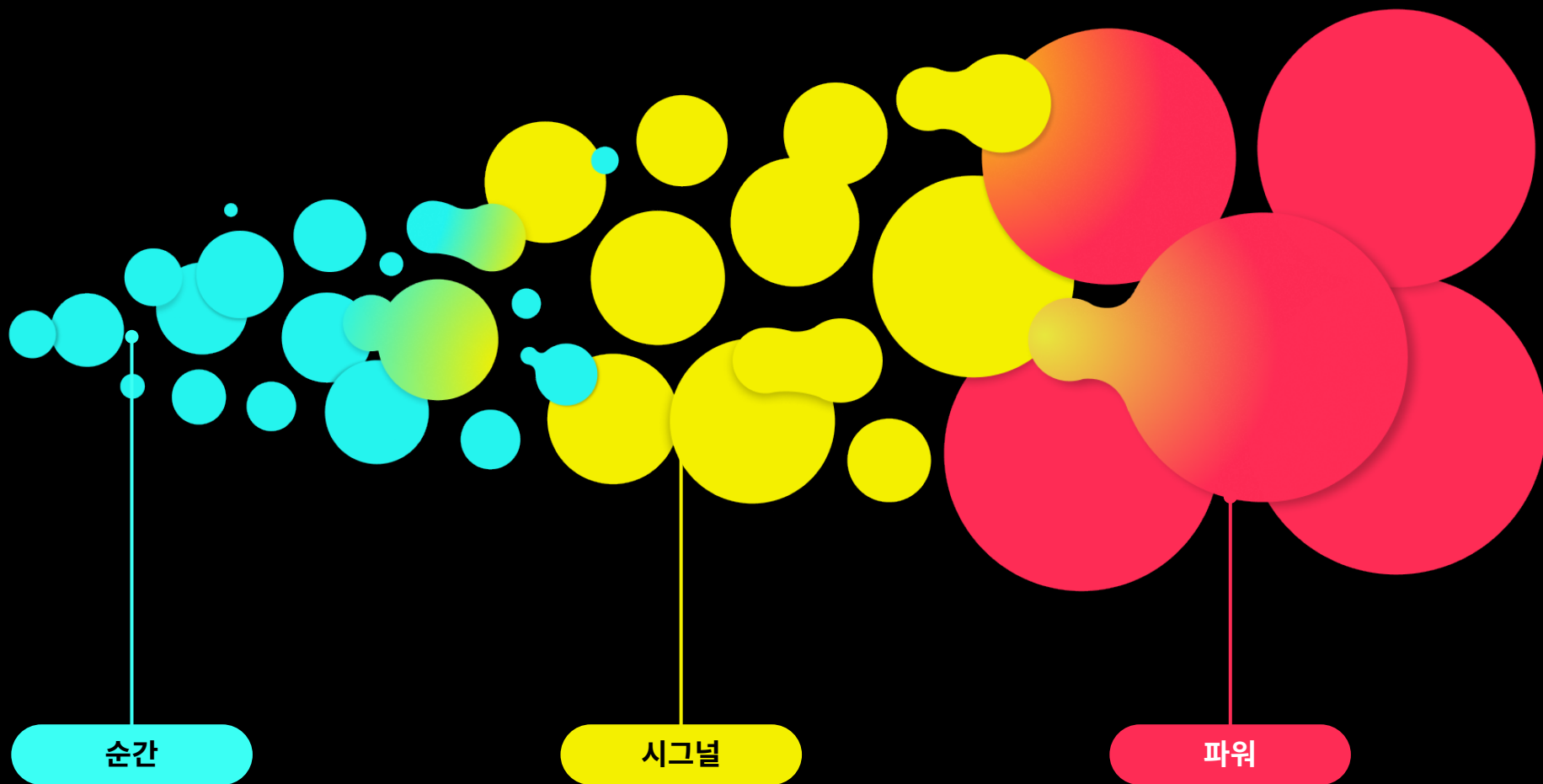
엔터테인먼트로서 게임은 단순한 게임플레이 그 이상입니다. 플레이어들은 종합적 게임 축제의 장인 TikTok에서 사용자 제작 콘텐츠, 다양한 커뮤니티, 팬덤 문화 등을 통해 게임을 즐깁니다.



트렌드 방법론

본격적으로 트렌드를 알아보기 전에 답해야 할 중요한 질문이 있습니다. 우리에게 "트렌드"는 어떤 의미일까요? 이 단어는 대개 인기 동영상 및 오디오 클립과 연관되어 사용됩니다. 하지만 TikTok은 플랫폼에서 일어나는 글로벌 문화와 창의성에 대해 보다 포괄적으로 이해하기 위해 다양한 속도와 규모로 트렌드를 추적합니다.

TikTok 문화의 속도



순간

빠른 입소문과 흡입력을 갖게 하는 크리에이티브

여기에는 모두가 갑자기 사용하고 있는 인기 TikTok 사운드, 해시태그, 형식 등이 포함됩니다.

지속 기간:
며칠에서 몇 주

시그널

새로운 행동과 관심사를 드러내는 새로운 콘텐츠 패턴

특정 카테고리 또는 업계 내에서의 행동 변화를 말합니다.

지속 기간:
수개월에서 몇 년

파워

지속적인, 대규모의 행동 변화

커뮤니티 형성 방식, 사람들이 신제품을 발견하는 장소, 크리에이터가 영향력을 행사하는 방법 등의 주요한 문화적 변화를 말합니다.

지속 기간:
최대 여러 해

TikTok 트렌드에 대해 더 자세히 알고 싶으신가요?



→ 문화를 형성하는 행동과 사고방식에 대해서는 [What's Next 2023년 트렌드 보고서](#)를 읽어 보세요.

→ TikTok 크리에이티브 센터의 [트렌드 대시보드](#)를 확인해 보세요.

→ [TikTok 크리에이티브 센터](#)의 [트렌드 허브](#)에서 [트렌드 문서](#) 및 [트렌드 스토리](#)를 확인해 보세요.



게임에 참여하세요!



이번 **What's Next** 트렌드 리포트에서는 TikTok 게임 문화의 새로운 행동 패턴 및 변화를 알아보고 더불어 브랜드가 TikTok 플랫폼에서 성공적인 게임 콘텐츠를 제작할 수 있는 방법을 살펴봅니다.

무슨 일이 일어나고 있나요?

게임은 이미 주류 엔터테인먼트로 자리 잡았습니다. **2022년 한 해에만 비디오 게임 관련 콘텐츠의 조회수가 3조 회를 넘어섰고** TikTok의 게이머 커뮤니티는 게임 문화의 규칙을 다시 써내려 가고 있습니다.

다음 단계는 무엇인가요?

TikTok의 게임 엔터테인먼트는 더욱 강한 커뮤니티 유대감과 정체성을 고취하여 사용자가 좋아하는 게임의 가치와 재미를 높여 줍니다.

리포트에서 다음과 같은 내용을 확인해보세요:



- TikTok의 게임 문화를 주도하는 **트렌드 파워**
 1. 실행에 옮기는 엔터테인먼트
 2. 즐거움을 위한 공간 마련
 3. 커뮤니티에서 떠오른 아이디어
- 각 트렌드 파워를 뒷받침하는 **게임 트렌드 시그널**
- 브랜드를 위한 인사이트 및 크리에이티브 팁

3가지 게임 트렌드 파워

실행에 옮기는 엔터테인먼트

공감대를 형성하는 의견과 신선한 스토리텔링 형식을 통해 오디언스는 행동에 나서고 새로운 것을 시도해 보고자 하는 영감을 얻습니다

핵심 트렌드 시그널

#GameEdit(게임편집)의 장
게임에 활력 불어넣기

즐거움을 위한 공간 마련

사람들은 점점 바빠지는 삶 속에서 고대하던 즐거움과 휴식을 찾기 위해 TikTok을 방문합니다

핵심 트렌드 시그널

유쾌한 상상
하나로 정의되지 않는 게이머

커뮤니티에서 떠오른 아이디어

사용자는 TikTok에서 자신을 온전히 드러냅니다. TikTok 플랫폼의 마법은 참여도가 높고 창의적인 커뮤니티에서 확인할 수 있습니다

핵심 트렌드 시그널

리플레이되는 게임의 가치
라이프스타일로서의 게임

트렌드 파워

실행에 옮기는 엔터테인먼트

무슨 일이 일어나고 있나요? 공감대를 형성하는 콘텐츠와 신선한 스토리텔링 형식을 통해 TikTok 크리에이터는 오디언스가 행동에 나서고 새로운 것을 시도해 볼 수 있는 영감을 불어넣습니다.

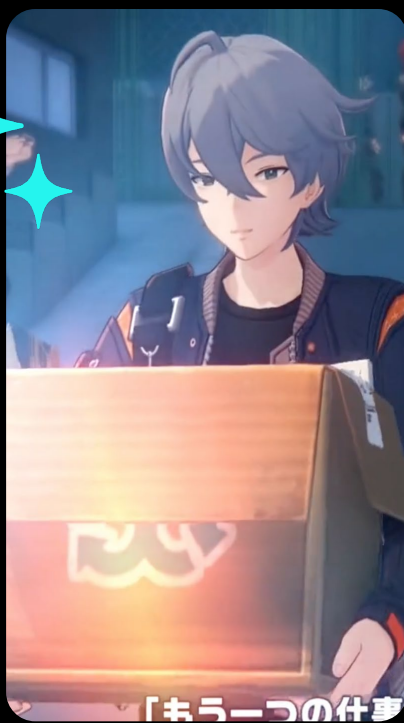
이것이 무엇을 뜻하나요? TikTok의 게임 오디언스는 그저 수동적으로 콘텐츠를 소비하려고 하지 않습니다. 팬 편집 콘텐츠 및 애니메이션부터 코스프레에 이르기까지, 게이머는 서로에게 영감을 주며 자신만의 특별한 방식으로 게임에 활력을 불어넣습니다.

NICE

3명 중 1명

TikTok 사용자 3명 중 1명은 TikTok 크리에이터가 공유한 콘텐츠를 시청한 후에 해당 제품 또는 브랜드에 관한 추가 정보를 검색했다고 말합니다!

TikTok에서 주목해야 할 트렌드 시그널



1. #GameEdit(게임편집)의 장

TikTok의 열렬한 팬덤은 비디오 게임부터 TV 프로그램, 스포츠 등 자신이 좋아하는 엔터테인먼트 콘텐츠를 수동적으로 소비하는 데 만족하지 않습니다. 오히려 TikTok의 게이머는 자신의 크리에이티브 능력을 활용해 좋아하는 캐릭터와 게임의 인지도와 관심을 높이는 매력적인 팬 편집 영상을 공유합니다.

78% 브랜드가 다양한 방식으로 콘텐츠를 제작하는 것이 좋다고 생각하는 글로벌 TikTok 사용자의 비율²

브랜드를 위한 시사점: 자체 콘텐츠를 제작하고 커뮤니티에서 재미있게 즐길 수 있는 추가 소재와 영상을 공개해 팬 편집의 힘을 빌려보세요.

관련 해시태그

#GameEdit(게임편집)
(4억 9,130만 조회수)

#GenshinEdit(원신편집)
(41억 조회수)

#RocketLeagueClips(로켓리그클립)
(61억 조회수)

2. 게임에 활력 불어넣기

TikTok 플랫폼의 무한한 크리에이티브 잠재력은 게임 내 세상과 현실 세계 사이의 경계를 무너뜨립니다. 음성 필터와 AR 효과 등의 TikTok 인앱 기능을 통해 사용자는 특수 장비 없이도 게임에 더 몰입할 수 있습니다. 더 많은 참여를 유도하기 위해 브랜드는 마스코트와 가상 캐릭터를 브랜드 계정의 얼굴로 삼아 재미있는 오가닉 콘텐츠를 제작하고 있습니다.

78% TikTok에서 최고의 브랜드는 사용자가 재미있게 동영상을 제작 및 공유할 수 있게 도와주는 브랜드라고 생각하는 글로벌 TikTok 사용자의 비율²

브랜드를 위한 시사점: 게임 커뮤니티가 브랜드를 대신해 재미있는 효과나 챌린지로 행동을 취하고 관심도를 높일 수 있도록 영감을 제공해보세요.



관련 해시태그

#Cosplay(코스프레)
(1,662억 조회수)

#Mascot(마스코트)
(16억 조회수)

#NPCinRealLife(실제삶속의NPC)
(1억 2,350만 조회수)

출처 1: Material에서 실시한 TikTok Marketing Science 커머스를 촉진하는 글로벌 크리에이터 연구, 2022
출처 2: Flamingo에서 실시한 TikTok Marketing Science 글로벌 커뮤니티 및 자기표현 연구, 2021

트렌드 파워

즐거움을 위한 공간 마련

무슨 일이 일어나고 있나요? 사람들은 점점 바빠지는 삶 속에서 필요한 즐거움과 휴식을 찾기 위해 TikTok을 방문합니다.

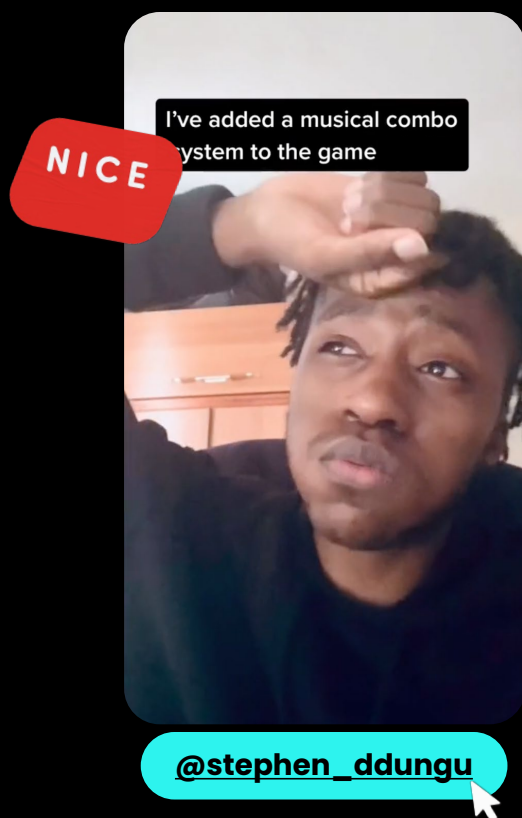
이것이 무엇을 뜻하나요? 게임은 소중한 현실 도피처가 되어 줍니다. TikTok의 게이머는 게이머로서 공감할 수 있는, 그리고 즐거움을 강조하는 콘텐츠와 유머에 반응합니다.

41%

기분 전환 또는 선물/리워드 등의 즐거움을 위해 지출할 의향이 있는 TikTok 사용자의 비율¹



TikTok에서 주목해야 할 트렌드 시그널



1. 유쾌한 상상

TikTok에서는 게이머와 개발자가 자유롭게 의견과 아이디어를 공유하는 것을 쉽게 찾아볼 수 있습니다. 개발자는 기능 및 기술 사양이 담긴 장황한 목록을 강조하는 대신 커뮤니티의 아이디어를 경청하고 활용할 때 오디언스와 더욱 밀접한 관계를 구축할 수 있습니다. 게임 크리에이터와 브랜드는 모두 진지하기 보다 유쾌하고 재미있는 콘텐츠로 성공을 거두고 있습니다.

1.4

타 플랫폼 사용자 대비, 글로벌 TikTok 사용자 중 크리에이터의 브랜드 동영상에 담긴 유머를 보고 구매 의향이 생긴다고 응답한 사용자의 수는 **1.4배** 높습니다.²

브랜드를 위한 시사점: 실제 게임에 적용되지 않더라도 새로운 아이디어 및 작업을 현실화하기 전 테스트해보는 장으로 TikTok을 활용해보세요.

관련 해시태그

#IndieDev(인디개발)
(10억 조회수)

#GameDev(게임개발)
(47억 조회수)

#EasterEgg(이스터에그)
(59억 조회수)



2. 하나로 정의되지 않는 게이머

TikTok은 "게이머"가 되기 위한 옳고 그른 방법이 없다는 것을 보여주며 다양한 오디언스에게 소속감과 즐거움을 선사합니다. 하드코어 RPG 팬에서부터 그저 스트레스를 풀려는 #cozygamer(소소한게이머), 완벽한 게임용 키보드 조작에 몰두하는 #keeptok, 게임으로 가족과 소통하려는 부모에 이르기까지, TikTok에는 여러분을 위한 오디언스가 이미 존재합니다.

75%

TikTok에서 공통의 관심사를 가진 사람들의 네트워크에 속해 있다고 느끼는 글로벌 TikTok 사용자의 비율³

브랜드를 위한 시사점: TikTok의 다양한 크리에이터와 파트너십을 맺고 새로운 오디언스에게 게임을 선보이세요.

관련 해시태그

#CozyGamer(소소한게이머)
(6억 8,700만 조회수)

#GamerMom(게임하는엄마)
(1억 6,900만 조회수)

#WomenInGaming(게임분야의여성들)
(8억 3,000만 조회수)

출처 1: Material에서 실시한 TikTok Marketing Science 글로벌 전자상거래 연구, 2022

출처 2: Hotspex에서 실시한 TikTok Marketing Science 나와 같은 글로벌 크리에이터 연구, 2021

출처 3: Flamingo에서 실시한 TikTok Marketing Science 글로벌 커뮤니티 및 자기표현 연구, 2021

트렌드 파워

커뮤니티에서 떠오른 아이디어

무슨 일이 일어나고 있나요? 우리는 TikTok에서 나의 여러 모습을 온전히 드러냅니다. TikTok의 마법은 열정적인 하위 문화에서 확인할 수 있습니다.

이것이 무엇을 뜻하나요? TikTok의 게임 문화는 단절되어 있지 않습니다. TikTok의 게임 커뮤니티는 다양한 열정을 가진 게이머들이 만나 좋아하는 게임과 관련된 콘텐츠를 얻기 위해 적극적으로 아이디어를 교환하는 열린 공간입니다.



70%

사용하는 다른 사이트 및 앱에 비해 TikTok에서 상호 작용하는 사람들과 더 깊은 유대감을 느낀다고 응답한 TikTok 사용자 비율¹

TikTok에서 주목해야 할 트렌드 시그널

1. 리플레이되는 게임의 가치



@grant_wisler

과거에는 플레이어가 게임 스토리의 끝에 도달하고 나면 게임에서 추가적인 즐거움을 얻을 수 있는 유일한 방법은 업데이트 및 새로운 레벨, 또는 사용자 지정 옵션을 제공하는 유료 확장 팩을 기다리는 것뿐이었습니다. 하지만 이제 게이머들은 TikTok에서 커뮤니티 챌린지 등을 통해 취향대로 게임을 가지고 놀며 계속해서 게임의 즐거움을 누릴 수 있습니다.

77%

브랜드가 사람들이 참여할 수 있는 챌린지, 트렌드 또는 밈을 만드는 것을 좋아한다고 응답한 글로벌 TikTok 사용자 비율¹

브랜드를 위한 시사점: TikTok에서 브랜드의 게임을 위해 형성된 커뮤니티에 집중하고 게이머가 가지고 놀 수 있는 챌린지를 소개해보세요.

관련 해시태그

#SpeedRun(스피드런)
(53억 조회수)

#Nuzlocke(너즐록)
(2억 8,700만 조회수)

#100BabyChallenge(100명의아기챌린지)
(1억 6,600만 조회수)

2. 라이프스타일로서의 게임

게임은 그저 일상적 활동이 아닌, 넓은 범위의 라이프스타일이 되었습니다. 사용자는 화면 너머 크리에이터의 독특한 게임 방식, 장비 세팅, 개인적 스토리 등에 많은 관심을 가지고 있습니다. 더불어 라이프스타일로서의 게임은 패션, 인테리어, 식음료 등 다양한 관심사와의 크로스오버를 가능케합니다.

76%

TikTok의 콘텐츠가 사람들의 실제 일상생활을 엿보는 기회를 제공한다고 생각하는 글로벌 TikTok 사용자 비율¹

브랜드를 위한 시사점: 게임에 대한 관심은 폭넓은 분야로 뻗어 나갈 수 있으므로 다른 인기 커뮤니티 및 하위 문화와의 크로스오버를 통해 브랜드의 새로운 모습을 보여주세요.

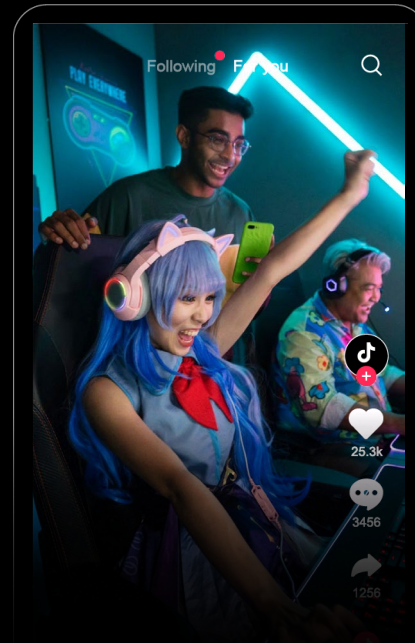
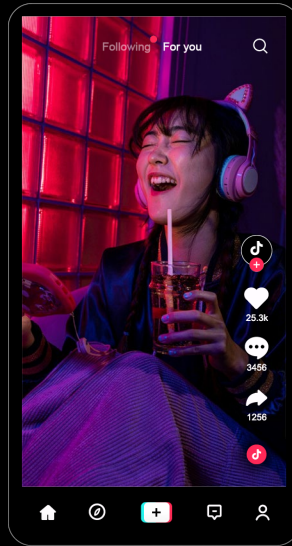
관련 해시태그

#GamingSetup(게임장비세팅)
(130억 조회수)

#GamingLife(게임생활)
(85억 조회수)

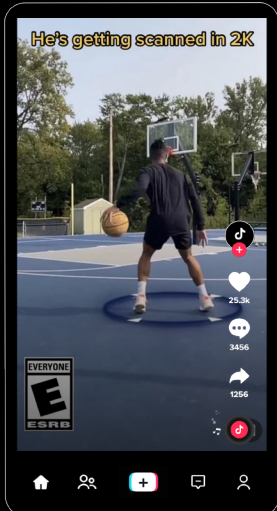
#HappyPlace(행복한공간)
(12억 조회수)

다음 팁을 활용해 전략을 업그레이드하세요!



실행에 옮기는 엔터테인먼트

다음과 같은 크리에이티브 파워 플레이 시도해 보기



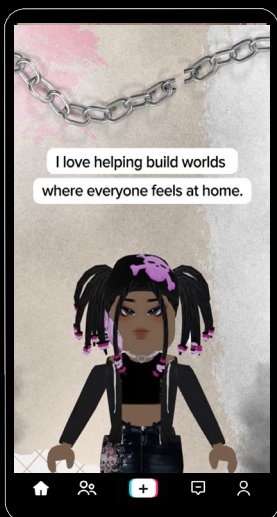
- 게임 영상을 재가공하여 자체 편집 콘텐츠를 제작해 오디언스를 끌어들이세요. 인기 있는 **CapCut 템플릿**을 활용해 TikTok 플랫폼에 자연스럽게 스며드는 방식으로 새로운 캐릭터와 게임 업데이트를 강조하세요.

- 사용자가 좋아하는 게임에 활력을 불어넣을 수 있도록 **브랜드드 미션**을 통해 게임 커뮤니티에게 영감을 주세요. 브랜드드 미션을 통해 게이머는 **브랜드 해시태그 챌린지***에 참여하거나 **브랜드 이펙트**를 사용해 열정을 선보이고 브랜드를 대신해 게임의 인지도를 높일 수 있습니다.

NBA 2K가 어떻게 **브랜드 해시태그 챌린지**를 통해 게임에 활력을 불어넣고 게이머가 게임을 홍보하도록 유도했는지 확인해 보세요.

즐거움을 위한 공간 마련

다음과 같은 크리에이티브 파워 플레이 시도해 보기



- **투표 스티커**를 이용해 크리에이티브 아이디어와 잠재적 게임 업데이트에 대한 플레이어의 의견을 듣고 이와 관련된 대화를 시작하여 플레이어의 목소리를 들어주세요.

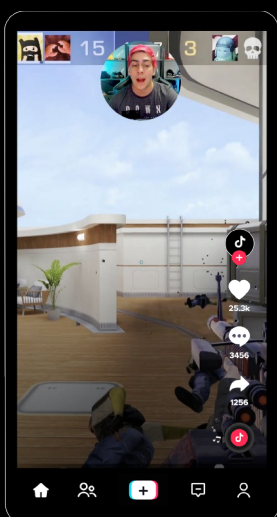
- 다양한 오디언스에게 게임을 소개하기 위해 협업할 가장 적합한 크리에이터를 찾으려면 오디언스 인구 통계, 동영상 주제 등을 기준으로 빠르게 필터링할 수 있는 **TikTok Creator Marketplace**에서 검색을 시작하세요.

- 오디언스가 새롭고 재미있는 방식으로 게임 콘텐츠를 만들고 즐거운 순간을 공유할 수 있게 해주는 **브랜드 이펙트**를 제작해보세요.

다양한 오디언스가 환영 받는, 모두가 즐길 수 있는 게임을 위해 **Roblox**가 어떻게 크리에이터와 협업했는지 알아보세요.

커뮤니티에서 떠오른 아이디어

다음과 같은 크리에이티브 파워 플레이 시도해 보기



- 게임에 관심 있는 사용자에게 직접 도달할 수 있게 도와주는 **관심사 타겟팅** 도구를 이용해 적합한 커뮤니티를 대상으로 광고를 게재하세요. 특정 해시태그 및 인기 크리에이터와의 상호 작용을 토대로 오디언스를 정할 수도 있습니다.

- **TikTok 펄스** 캠페인을 통해 특정 카테고리의 인기 콘텐츠 옆에 동영상을 배치하여 관련 콘텐츠(게임 & 패션 동영상, 게임 & 요리 동영상 등)로 새로운 커뮤니티에 진입하세요.

- **스파크 애즈**를 사용해 브랜드드 크리에이터 콘텐츠를 홍보하고 게임 커뮤니티의 다양한 구성원들이 게임을 즐기는 방식을 보여주세요.

Axlebolt가 어떻게 특정 오디언스 타겟을 설정하고 커뮤니티의 도움을 받아 인지도를 높이고 게임 설치를 유도했는지 알아보세요.

*브랜드 해시태그 챌린지는 이제 브랜드드 미션을 통해 활용 가능합니다. [여기에서 자세히 알아보세요.](#)