레퍼런스 디깅 배치5 — 신규 소재 트렌드

작성 2026-09-19 / 김서연(퍼포먼스팀) → 헤르메스 수집처 Meta 광고 라이브러리 (`active_status=active` , KR 소구키워드 11쿼리 + KR 브랜드 4쿼리 + US 3쿼리, 로그인 없이 공개 조회) 수집 `reference5/b5/harvb5.py` · 태깅 `tag_b5.py` · 정제 `clean_b5.py` · 집계 `an_b5.py` · 보정 `_adjust.py` · 출력 `_rep_b5.py` 원천 `_store_b5.json` (122건) → `_tagged_b5.json` (122건) → `_clean_b5.json` (68건) → `_final_b5.json` 이미지 30건 `reference5/b5/images/` · 판독 시트 `pairs/pair_00~26.png` · 판독 기록 `_vision_reads.json` 자사 대조 `~/Hermes/data/meta_ad_daily_2602_2609.json` + 계정 광고 전수 1,443건 실조회(`_own_full_b5.json`)

---

0. 한 줄 결론

쿼리 축을 브랜드명 → 소구 키워드로 바꾼 것이 맞았다. **신규 광고주가 2개사(배치4) → 31개사로 늘었다.**

소구 격차 1위는 여전히 **성분_수치, +75.8%p**(경쟁 32/41개사 78.0% vs 자사 0/44건)다. 다섯 배치 연속 1위다. 다만 이번 배치의 본체는 그 숫자가 아니라 **직전 배치 수치 4건을 원천으로 뒤집은 것**이다(§1). 배치4 문서가 "지출 0원"이라 쓴 소재 2건은 실제로 43,632원·31,545원을 썼고, "자사 감량_서사 0건"은 측정 절단이 만든 0이었으며(재태깅 시 19건), 그 19건도 열어보니 전부 오탐이라 **최종값은 다시 0이다.** 숫자는 같은 자리로 돌아왔지만 **근거가 "정규식이 못 읽었다"에서 "실제로 안 쓴다"로 바뀌었다.**

그리고 랜딩을 직접 열어 확인한 결과, **현행 집행 중인 소재가 랜딩에 없는 할인율을 인쇄하고 있다**(§5).

---

1. 직전 배치 수치 정정 4건

레퍼런스 배치는 상시 추적이라 직전 문서의 수치가 다음 기획의 전제로 들어간다. 그래서 이번 배치는 신규 수집보다 **직전 값 재대조를 먼저 돌렸다.** 4건이 틀렸다.

1-1. "260914_대용량 이미지2·이미지3 지출 0원" → 둘 다 지출이 있다

배치4 문서 §2-2 표는 두 소재를 지출 0 / 구매 0으로 적었다. 같은 원천 파일을 일자별로 펼치면 이렇다.

```
260914_대용량 이미지2   09-14  8,365   09-15 14,419(구매1)  09-16 20,848(구매1)   합 43,632 / 구매 2 / ROAS 1.56
260914_대용량 이미지3   09-14  8,253   09-15  9,595          09-16 13,697          합 31,545 / 구매 0 / ROAS 0.00
```

재현 스크립트 `_recheck_b4.py` . 원천은 동일 파일(`meta_ad_daily_2602_2609.json` , 2026-09-17 수집분)이다. 즉 데이터가 갱신된 게 아니라 **배치4의 집계가 두 건을 누락했다.**

의심했다. 그런데 이미지3도 31,545원 쓰고 구매 0이다. **영상만의 문제가 아니라 대용량 소재 전반의 전환이 약한 것**일 수 있고, 판단이 달라진다. 지금 표본으로는 어느 쪽도 결론이 아니다(구매 0~2건).

1-2. "현행 ACTIVE 8건" → effective_status ON은 29건, 다만 델리버리는 8건이 맞다

배치4는 자사 소재 44건(= 기간 내 지출 발생분)만 조회해 ACTIVE 8건을 셌다. 이번엔 계정 광고를 **paging.next 끝까지 따라가 1,443건 전수**로 조회했다(`pull_all_ads.sh` , 5페이지).

```
전수 1,443건   PAUSED 741 / CAMPAIGN_PAUSED 527 / ADSET_PAUSED 146 / WITH_ISSUES 21 / ACTIVE 8
```

그런데 여기서 멈추면 이번엔 반대로 과대계상이 된다. 29건을 지출로 갈랐다(`_on_deliver.py`).

```
9월 지출 발생   8건 — 전부 ACTIVE
9월 지출 0원    21건 — 전부 WITH_ISSUES (생애 지출도 16건이 0원)
```

그릭요거트 5건·sozzi_ny 2건 등은 생애 지출조차 0원이고, 캠페인명이 `자체)[11월] 상시` , `1230_CBO_신년` 처럼 지난 시즌 것이다. **집행 중인 소재는 8건이 맞다.**

결론: 배치4의 숫자(8건)는 맞았지만 **근거(모수 44건)가 틀렸다.** 우연히 일치한 것이고, `effective_status`만 보고 "ON 29건"이라 썼으면 이번엔 내가 틀릴 뻔했다. 두 조건을 다 봐야 한다.

1-3. "자사 감량_서사 0/44" → 측정 절단이 원인이었고, 실물 확인 후 다시 0이 맞다

배치3·4의 자사 태깅은 `_own_tagged.json`의 `msg` 필드를 썼는데 **이 필드는 100자에서 잘려 있다.** 본문 전문(`_own_full_b4.json`의 `full`)으로 재태깅하니 숫자가 크게 바뀌었다.

소구축	절단본(배치3·4)	본문 전문
감량_서사	0/44 (0.0%)	**19/44 (43.2%)**
맛_강조	32/44 (72.7%)	39/44 (88.6%)
가격_할인	32/44 (72.7%)	44/44 (100.0%)

여기서 "자사도 감량 서사를 쓰고 있었다"고 쓰면 두 번째 오진이 된다. 매칭된 문자열을 전부 열었다(`_why_diff.py`).

```
감량_서사 19건의 매칭어   전부 '식단' 하나. 서로 다른 문장은 2종뿐이다
                          "맛있는 식단 플로에와 함께해요💛"  /  "건강하고 맛있는 식단 함께해요!"
  → 둘 다 브랜드 클로징 문구다. 감량 서사가 아니다
  → '감량·체중·kg·다이어트' 직접 언급 소재는 44건 중 0건
가격_할인 12건의 매칭어   '30%' — 실제 문맥은 "국내 최초, 토핑이 무려 30%?!" (구성비)
맛_강조 1건               '초코' — 실제 문맥은 "더블초코 쿠키 1BOX 증정" (제품명)
```

경쟁 쪽도 7건이 보정됐다(맛 44→39, 가격 42→40, 감량 31→30).

보정 후 자사 감량_서사는 **0/44로 돌아온다.** 숫자는 배치4와 같지만 근거가 다르다. 배치4는 "정규식이 못 읽어서 0", 이번은 "본문 전문을 읽고 오탐을 걷어내도 0"이다.

1-4. 성분_수치 격차 +86.7%p → 이번 표본 +75.8%p

표본이 다르므로 배치4 숫자를 그대로 이어 쓰면 안 된다. 이번 표본 기준값은 아래와 같다.

```
경쟁 78.0% (32/41개사)   자사 2.3% (1/44건, 화면 인쇄 실측 반영)   격차 +75.8%p
자사 카피 기준만 보면 0/44 = 0.0%
```

자사 1건은 `2608_스타터팩3`(ad_id 120248967071830101)이다. 기획 배치4에서 1080 원본을 열어 쿠키 10g/1.5g · 쿠앤크 9g/3g · 쉐이크 25g/2.0g 인쇄를 확인한 건이고, 이번 44건 모수에 포함돼 있다. (같은 판독으로 확인된 다른 2건 `스타터팩_이미지4`·`스타터팩2_이미지1`은 이 44건 모수 밖이라 제외했다.)

이번이 표본이 가장 크다(41개사). 한 브랜드가 2.4%p를 움직이므로 배치4(6.7%p/브랜드)보다 정밀도가 높다.

---

2. 수집 실적 — 쿼리 축 전환의 결과

구분	배치2	배치3	배치4	배치5(이번)
광고주 특정 소재	82건	88건	88건	**122건**
직전 배치와 중복	0건	0건	0건	**0건 (전량 신규)**
정제 후 유효	—	56건/22개사	51건/15개사	**68건/41개사**
직전에 없던 신규 광고주	—	8개사	2개사	**31개사**
이미지 파일 확보(정제분)	—	44.6%	29.4%	**44.1% (30/68)**
인용가능 3조건 통과	—	—	—	**28건**

중복 판정은 ① 라이브러리 ad id ② 크리에이티브 이미지 URL 말단 60자, 두 키로 걸렀다. 비교 기준은 배치1~4 누적 저장소 9개(누적 ad id 410개 · 브랜드 137개, 정규화 후)다.

이번에 배치3·4에서 실물 판독한 카피 문구를 그대로 쿼리로 썼다.

```
쓴 쿼리(KR 키워드 11)  당류 0g · 단백질 20g · 속세맛 · 죄책감 없는 · 닭가슴살 대신 · 무설탕 디저트
                       한끼에 원 · 식단 간식 · 저당 쿠키 · 단백질 쿠키 · 프로틴 쉐이크
수확 0건(KR 브랜드 4)   다크크런치 0카드 · 칼로바이 0카드 (배치3·4와 동일, 3연속 0)
                       해플리 7카드 전부 기수집 · 뉴트리디데이 7카드 중 4건 기수집
```

2-1. 122건 중 54건은 카테고리 밖 — 사유를 브랜드별로 남겼다

전량 카피 원문을 읽고 판별했고 제외 사유는 `clean_b5.py`의 `OUT` 딕셔너리에 브랜드별 한 줄씩 있다.

```
유통몰·매장      쿠팡 4건 · Naverplus.store 2건 · 움버거앤윙스 2건 · Sunshine Nutrition
                   (브랜드 소구가 아니라 몰/점포 프로모션 — 배치3·4와 동일 기준)
펫푸드           Wispet 2건 · medipuppy · 맛있개(듀먼) · 정글키친 · 트러스티푸드
디톡스·혈당      Bestswiftcart 2건 · Charcoal Bloom Living 2건 (건무화과 체지방·혈당 소구)
정육·국/탕·반찬  스트렝쏘 · 프라임앵거스 · 밥장금 · 박가정 2건 · Heavyrover
소구 판별 불가   고기어터 · uncle_butcher_ · 배리웨이 · 오후의만찬 · 여자들의 담소
```

2-2. 제휴·인플루언서 페이지는 실제 광고주로 병합

```
나홀로 집에서 → 밀잇 Meal It (MEALIT.KR)          오늘의 꿀템 · 다이어트 끝판왕 → 눌담 (NULDAM.COM)
근테크 끝판왕 · 쨍쨍한 정보들 · 당신은 행운아 → NS프로틴 (NSPROTEIN.COM)
식단 천재 → 제로스푼 (ZEROSPOON.COM)              다이어트 마감임박 · 예뻐지는 채널 → 카인다바이트
할인정보 → 한끼통살 (HANKKI.SALE)                  firecommerce → 항진육포   오통닭 → 굽네몰
```

NS프로틴 3건이 서로 다른 어필리에이트 페이지에서 나왔다. 병합 안 했으면 41개사가 45개사로 부풀었다.

특정 실패분은 집계에서 제외했다**(쿼리명으로 대체하면 '저당 쿠키' 같은 가짜 브랜드가 낀다).

---

3. 소구점 빈도 집계 (정제 68건 / 41개사)

브랜드 단위 = 그 브랜드 소재 중 1건 이상에서 해당 소구 검출. 오탐 보정(§1-3) 적용 후 값이다.

소구축	브랜드	채택률	소재건수
성분_수치	32/41	78.0%	52건
가격_할인	29/41	70.7%	40건
맛_강조	26/41	63.4%	39건
감량_서사	17/41	41.5%	30건
비교_대조	16/41	39.0%	18건
긴급_한정	13/41	31.7%	16건
신뢰_실적	12/41	29.3%	16건
공복감_포만	11/41	26.8%	14건
죄책감_해소	7/41	17.1%	9건
편의_간편	5/41	12.2%	6건

3-1. 자사 대조 — 격차표

자사는 소재 단위(44건), 경쟁은 브랜드 단위(41개사)다. **단위가 다르므로 격차는 방향 지표로만 읽는다.**

소구축	경쟁	자사	격차
성분_수치	78.0% (32/41)	**2.3% (1/44)**	**+75.8%p**
감량_서사	41.5% (17/41)	**0.0% (0/44)**	**+41.5%p**
비교_대조	39.0% (16/41)	**0.0% (0/44)**	**+39.0%p**
공복감_포만	26.8% (11/41)	**0.0% (0/44)**	**+26.8%p**
맛_강조	63.4% (26/41)	43.2% (19/44)	+20.2%p
죄책감_해소	17.1% (7/41)	**0.0% (0/44)**	**+17.1%p**
편의_간편	12.2% (5/41)	**0.0% (0/44)**	**+12.2%p**
긴급_한정	31.7% (13/41)	22.7% (10/44)	+9.0%p
신뢰_실적	29.3% (12/41)	22.7% (10/44)	+6.5%p
가격_할인	70.7% (29/41)	**100.0% (44/44)**	**−29.3%p**

자사 소재는 예외 없이 전부 가격을 말한다. 경쟁은 29/41(70.7%)이고, 생존 상위 소재 중에는 가격을 아예 안 쓰는 것이 여럿이다(눌담 50일·닭형 120일·밀잇 88일은 화면에 가격 0). **다만 이건 채택률 사실이고 "가격을 빼면 성과가 오른다"는 근거가 아니다.** 라이브러리는 지출·전환을 공개하지 않는다.

3-2. 현행 집행 8건 기준

소구축	ON 8건
가격_할인	8/8 (100.0%)
맛_강조	3/8 (37.5%)
신뢰_실적	1/8 (12.5%)
긴급_한정	1/8 (12.5%)
성분_수치 / 감량_서사 / 비교_대조 / 공복감_포만 / 죄책감_해소 / 편의_간편	**0/8**

---

4. 비주얼 판독 — 실물 확인분

인용 전 3조건(`ban` 빈 값 / `is_video: False` / 이미지 파일 실존)을 전수 검사해 **68건 중 28건**이 통과했다. 통과분을 `pairs/pair_00~26.png` 14장으로 합쳐 판독했고, 판독이 끝난 것만 적는다(`_vision_reads.json`).

4-1. Wemove(애트놀라) — 128일 · 수치를 뱃지가 아니라 후킹으로 올렸다 (`?id=1008696371483202`)

파일 `images/Wemove_키워드_성분_20260514_01_creative.jpg` (480×600)

```
배경       검정 단색
후킹       ★ 상단 흰 박스 2줄 — "단백질 106g, 당류 0g" (106g·0g 빨강) / "더 따질게 있나요?"
             화면폭 약 80%. 수치 자체가 헤드라인이다
제품컷     중앙 흰 그릇 시리얼 + 우측 파우치. 패키지에 "0.53" 대형 인쇄
가격       중하단 주황 박스 + 초대형 흰 "₩6,900"
각주       가격 아래 작은 회색 "한봉지 기준"   ← 단위를 작게 병기
```

같은 소구의 다른 배치 방식이고, 128일 생존이다. 그리고 **가격은 별도 박스로 분리해 수치와 안 겹치게 했다.**

"한봉지 기준" 각주가 중요하다. 106g은 봉지 전체 기준이라 오해 소지가 있는데 작게 달아 해소했다.

4-2. 프로틴방앗간(서울프라이드) — 37일 · "X 대신 Y"를 후킹에 (`?id=1049710264431660`)

파일 `images/프로틴방앗간_키워드_비교_20260813_01_creative.jpg` (600×600)

```
배경        제품 실사 풀블리드 (종이박스에 담긴 양념 닭가슴살)
후킹        중하단 2줄 — "배달치킨 대신"(흰) / "입터짐방지 닭가슴살"(노랑)
서브        작은 흰 큰따옴표 "크리스피 식감과 양념이 꼭 치킨 먹는 것 같아요" ('꼭 치킨'만 노랑)
가격·수치   화면 인쇄 0. 카피에만 단백질 최대 23g / 약 150kcal / 당 4g 내외
```

랩노쉬는 배수 주장(5배)이라 계산 근거가 필요한데, 이건 **"X 대신 Y" 대체 관계만 말하고 배수를 안 쓴다.** 비교 대상도 타사 상표가 아니라 카테고리 일반물(배달치킨)이라 상표 리스크가 없다.

같은 구조가 눌담(50일)·닭형(120일)에서도 나왔다: "황치즈 좋아하면 이건 못참지", "치킨 대신 닭형".

4-3. 닭형 — 121일 오퍼형 / 120일 후기형을 동시 집행 (`?id=1525213612606825` , `?id=1036038326049374`)

```
[121일 오퍼형]  검정 배경 + 6종 패키지 부채꼴 나열컷(화면 55%)
  좌상단 빨강 띠 "개당 1,900원대" / 그 아래 초대형 "닭형 시그니처 세트"
  우측 노랑 원형 "시크릿할인 47.5%" + 빨강 원형 "배송비 무료"
[120일 후기형]  연노랑 배경 + 접시 완성컷(화면 60%)
  후킹 없음. 제품컷 양옆 손글씨 지시선만 "껍질 제거한 닭다리살!" "호프집 양념치킨맛!"
  하단 갈색 박스 큰따옴표 후기 "본식 피팅 전 입터짐 때 … 완전 만족해요"
  가격·할인·수치 화면 인쇄 0
```

배치4에서 확인한 자사 2607_이미지3(오퍼형)·이미지7(편지형) 병행과 같은 패턴이다.

닭형이 "배송비 무료"를 원형 뱃지로 쓴 건 **실제 무료라서** 쓸 수 있는 것이다. 우리 8BOX(201,600원)는 실제 무료배송이므로 대용량 소재에는 이 축을 쓸 수 있다.

4-4. 밀잇 Meal It — 88일 · 맛 라인업 물량 나열 (`?id=27439478285705082`)

```
배경        연하늘 그라데이션, 중앙에 흰 브라우저 창 UI
후킹        상단 알약띠 + 초대형 남색 "속세맛 식단관리" + ".zip" 폴더 아이콘 (화면폭 85%)
제품컷      브라우저 창 안 파우치 11개를 2열(5+6)로 꽉 채움. 화면 높이 45%
말풍선      좌측 흰 말풍선 "속세맛 쉐이크 / 11가지 맛 / 골라먹어요!" (11가지 빨강)
할인율      우하단 구름형 뱃지 "~43% OFF"     가격 총액·개당가 모두 없음
```

다만 `~43%` 상한 표기는 쓰지 않는다(배치4 랩노쉬 `~94%`와 동일 사유). 실제 적용가와 다르면 소재가 죽는다.

4-5. NS프로틴 — 129일 · 물량 압도 + 절대가 하나 (`?id=1135681502083588`)

```
배경        물류창고 실사. 제품통을 피라미드로 수십 개 적재 — 화면 전체가 물량
후킹        중하단 2줄 초대형 흰 고딕 "크레아틴 9,900원 / 시장파괴 대란" (화면폭 80%)
할인율·수치  없음. 절대가 하나만
```

할인율 뱃지 없이 **절대가 단일 숫자**로 간 사례다. 129일 생존. 스킬에 적힌 원칙("할인은 확정된 숫자 하나로만 제시한다")과 같은 방향이다.

4-6. 미판독 / 판독했으나 채택 안 함

```
Myprotein 442일      이번 배치 최장이지만 US 브랜딩형. 화면 수치·가격 0, 국내 축과 다름
Hormbles Chormbles   134일 2건 — "10g protein, 0g sugar"를 쓰지만 제품이 일반 캔디다.
                     카테고리는 인접하나 저당·고단백 간식 포지션이 아니라 인용 보류
영상 소재 38건       전량 미판독. 정지 프레임을 못 받는다. 정제분의 55.9%다
정제분 중 이미지 없음 38건   판독 자체가 불가
```

---

5. 랜딩 실측 — 현행 소재와 불일치 1건

소재 제안 전 랜딩을 직접 열었다(`https://ploe.co.kr/surl/P/130`, 브라우저 접속, 2026-09-19). 리다이렉트·로그인월 없음, 정상 노출.

```
[40%] 믹스/초코/미숫가루 8BOX    201,600원 (정가 336,000)   증정 없음
[44%] 12BOX                        +80,600원                  증정 없음
[50%] 24BOX + 더블초코 쿠키 1BOX  +302,400원                ← 50%와 증정은 여기에만
추가구성: [37%] 플로에 첫구매 스타터팩 29,500원
disabled option 2건은 전부 구분선 "--------------------" — 품절 아님
```

이건 이번 배치의 범위(레퍼런스 수집) 밖이지만 **사실 보고로 남긴다. 인과는 주장하지 않는다.** 이미지3은 31,545원 쓰고 구매 0건인데, 표본이 작아 불일치가 원인이라고 말할 수 없다. 다만 **소재-랜딩 할인율 불일치는 표본과 무관하게 그 자체로 고쳐야 할 사실이다.**

---

6. 금지표현 포함 → 채용 불가

`tag_axes.py`의 BAN 정규식 검출 결과 **정제 68건 중 4건.** 이 4건은 §7 제안 근거로 인용하지 않았고 레이아웃 참조도 하지 않았다(3조건 검사에서 자동 제외됨).

브랜드	검출	생존	URL
이데아뉴트리션	치료/질병	110일	`?id=2081058592757293`
바인허브	치료/질병	33일	`?id=1638301594965983`
바인허브	치료/질병	33일	`?id=1776709563614814`
yyroo_m	배송비 문구	4일	`?id=1069031372600960`

생존일로 인과를 말하지는 않는다). 이건 정규식 판정이지 법무 검토가 아니고, 이미지 확보율이 44.1%라 화면 인쇄 문구는 절반 넘게 검사되지 않았다.

---

7. 우리가 안 쓰는데 경쟁사가 많이 쓰는 소구 TOP 5 + 적용 제안

근거로 인용한 레퍼런스는 전건 3조건 통과 + 실물 판독분이다.

① 성분_수치 — 격차 +75.8%p (32/41개사, 현행 집행 0/8)

```
근거   Wemove   128일  ?id=1008696371483202  ★판독 — 수치를 후킹으로: "단백질 106g, 당류 0g / 더 따질게 있나요?"
        (배치4) 뉴치트 41일 ?id=1089260174155097  수치를 제품컷 옆 세로 뱃지로
        (배치3) 한포유 133일 ?id=4380569762212396  좌측 원형 뱃지 2개
자사   쿠키 단백질 10g · 당류 0.9g(더블초코/초코칩 기준) / 쉐이크 초코 25g
제안   배치법이 두 갈래로 확인됐다. 우리는 뱃지형(한포유·뉴치트)이 맞다 —
        Wemove식 후킹형은 106g처럼 숫자가 압도적일 때 성립한다. 우리 10g은 그 역할을 못 한다
        후킹은 대비로 닫고("속세맛인데 당류 0.9g"), 수치는 제품컷 옆 2단 뱃지로
주의   ① SKU마다 수치가 다르다. 쿠앤크는 당류 3.0g이다 — "당류 0.9g"은 더블초코·초코칩 컷과만 쓴다
        ② 스타터팩 3종 혼재 컷에는 최소보장 표기 "단백질 9g 이상 / 당류 3g 이하"를 쓴다
        ③ 합산 수치를 쓸 경우 Wemove의 "한봉지 기준"처럼 단위 각주를 작게 병기한다
        ④ 게재 전 실제 표시사항 대조 필수. 숫자가 후킹인 소재는 틀리면 소재 전체가 죽는다
```

② 비교_대조 — 격차 +39.0%p (16/41개사)

```
근거   프로틴방앗간 37일  ?id=1049710264431660  ★판독 — "배달치킨 대신 / 입터짐방지 닭가슴살"
        닭형         120일  ?id=1036038326049374  ★판독 — "치킨 대신 닭형"
        눌담          50일  ?id=1054109433924424  ★판독 — "황치즈 좋아하면 이건 못참지"
제안   "X 대신 Y" 대체 구문을 후킹에 직접 올린다. X는 카테고리 일반물이어야 한다
        우리 축: "편의점 초코쿠키 대신" · "배달 디저트 대신" — 상표 없이 성립한다
        성분_수치(①)와 한 장에 묶인다: 후킹은 대체 구문, 뱃지는 수치
금지   ① 배수 주장("N배")은 계산 근거가 확보되기 전엔 쓰지 않는다. 배치4 랩노쉬 5배를 그대로 못 쓰는 이유다
        ② 타사 상표 마스킹("구X콘맛")은 쓰지 않는다. 분쟁 소지가 있다
```

③ 공복감_포만 — 격차 +26.8%p (11/41개사)

```
근거   크런틴 CRUNTIN 142일  ?id=1620756355855122  "오래 지속되는 포만감"
        항진육포         71일  ?id=2659661807825258  "칼로리 높은 배달 야식 대신 부담 없는 고단백"
제안   쿠키 1개로 간식 한 번이 끝난다는 축. 맛_강조와 한 장에 병기 가능하다
        항진육포는 비교_대조(②)와 포만을 한 문장에 묶었다 — 이 결합이 효율적이다
주의   "식사대용"은 쓰지 않는다. 쿠키는 식사 대체 포지션이 아니고 근거 없는 대체 주장이다
```

④ 죄책감_해소 — 격차 +17.1%p (7/41개사)

```
근거   제로스푼 ZEROSPOON 32일  ?id=2098170007443732  "속세맛 가~득한데 당은 0g / 죄책감 없이 가볍게"
제안   USP "맛있는데 안 찐다"와 문형이 같다. 제로스푼은 같은 대비를 수치로 닫는다
        우리 문장: "속세맛인데 당류 0.9g" — ①의 후킹과 같은 문장이라 한 소재로 두 축을 먹는다
주의   '죄책감'은 쓰되 감량 단정으로 넘어가지 않는다. "살 빼는"·"안 찌는 몸" 류는 금지어다
```

⑤ 감량_서사 — 격차 +41.5%p (17/41개사) — 격차 2위지만 제안에서 뺀다

```
격차는 비교_대조보다 크지만 열지 않는다. 사유:
  경쟁 근거 소재의 문형이 "결혼 피팅까지 얼마 안 남았는데 입터짐"(닭형 120일),
  "해변몸짱핏"(NS프로틴 16일) 처럼 체형 변화 약속에 붙어 있다
  분리해서 "식단 지속" 축만 떼어내면 이미 자사가 쓰는 '맛있는 식단' 클로징과 같아진다(§1-3)
  즉 격차 41.5%p의 실체는 "우리가 안 쓰는 축"이 아니라 "우리가 안 쓰기로 한 축"이다
격차 순위 ≠ 제안 순위. 금기 인접 축은 사유를 적고 뺀다
```

오퍼 띠 — 이미 쓰고 있는 축 (격차 아님)

```
근거   NS프로틴 129일  ?id=1135681502083588  ★판독 — "크레아틴 9,900원" 절대가 하나, 할인율 뱃지 없음
       닭형     121일  ?id=1525213612606825  ★판독 — 좌상단 "개당 1,900원대" + 우측 원형 "47.5%" + "배송비 무료"
자사   현행 ON 8건 전부 가격_할인(100%). "쉐이크 한 팩이 2,000원대?!" 개당가 포맷을 이미 쓴다
       스타터팩 29,500원/10개입 = 개당 2,950원 (전 구성 중 최저 개당가)
       8BOX 201,600원 [40%] 무료배송 · 증정 없음  ← 밀 대상 (원가율 최선)
제안   개당가 좌상단 띠 + 할인율 우측 원형으로 분리한다(닭형 구조). 서로 안 가린다
       8BOX는 실제 무료배송이므로 "배송비 무료" 원형 뱃지를 쓸 수 있다
금지   ① 소재에 인쇄하는 할인율은 랜딩 옵션값만 쓴다. 최대 50%다 — "최대 55%"는 랜딩에 없다(§5)
       ② 8BOX를 밀면서 "50% + 쿠키 증정"을 쓰지 않는다. 그건 24BOX 전용 조건이다
       ③ 24BOX는 밀지 않는다. 증정품 원가 포함 시 원가율 57.12% / 손익분기 ROAS 2.51로 최악이다
       ④ 배송비·적립금·조건부 추가할인은 오퍼 띠에 쓰지 않는다
          (적립금 문구는 랜딩 통제 후 ATC/LPV z=-2.69로 이미 기각된 축이다)
       ⑤ "~43%" "~94%" 류 상한 표기는 쓰지 않는다
       ⑥ 스타터팩(29,500원)에는 무료배송 문구를 쓰지 않는다. 30,000원 기준에 미달이다
```

---

8. 다음 배치 제안

```
접을 것   브랜드명 쿼리(다크크런치·칼로바이·해플리·뉴트리디데이). 네 배치 연속 신규 0건이다
이을 것   소구 키워드 쿼리. 이번에 신규 31개사를 냈다
새 쿼리   이번 판독에서 나온 실제 문구를 다음 쿼리로 — "대신" · "한봉지 기준" · "입터짐"
            "골라먹" · "시장파괴" · "못참지"
같이 할 것 영상 소재 판독 방법. 정제분의 55.9%(38건)가 영상이고 네 배치 연속 전량 미판독이다
            이게 이 시리즈의 가장 큰 구조적 공백이다
```

---

9. 제가 확인할 수 없는 것

- **경쟁사 성과.** 라이브러리는 지출·전환을 공개하지 않는다. 생존일(442·254·187·142·129일)이 유일한

대리 지표이고 **상관이지 인과가 아니다.** "성분 수치를 쓰면 성과가 오른다"는 이 데이터로 못 말한다.

- **단위가 다른 격차표.** 경쟁은 브랜드 단위, 자사는 소재 단위다. 자사를 브랜드 단위로 세면 1개사라

비교가 불가능해 이렇게 뒀다. **격차는 방향 지표지 크기 지표가 아니다.**

- **영상 소재 38건(정제분 55.9%)의 비주얼.** 카피 텍스트로만 태깅했다. 이 문서의 레이아웃 결론은

판독 완료한 정지 이미지 소수에만 근거한다.

- **자사 소재 5건의 화면 인쇄 여부.** 현행 집행 8건 중 1080 원본을 받은 건 3건이다. 나머지 5건은

creative가 `effective_object_story_id` 기반이라 `image_hash`가 없어 원본 확보에 실패했다 (`NEW스타터팩_영상2` · `260909_스타터팩 영상2` · `260909_스타터팩 이미지4` · `260914_대용량 영상1` · `260914_대용량 이미지2`). **따라서 "현행 성분_수치 0/8"은 카피 8건 + 화면 3건 기준의 하한값이다.**

- **§1-1 두 소재의 성과 해석.** 이미지2는 구매 2건, 이미지3은 0건이다. 표본이 작아 우열도 원인도

말할 수 없다. 정정한 것은 지출·구매 수치 자체이지 성과 판정이 아니다.

- **§5 할인율 불일치의 영향.** 소재-랜딩 불일치는 사실이지만, 이미지3의 구매 0건이 그 때문이라는

근거는 없다. 지출 31,545원은 인과를 말할 수 있는 규모가 아니다.

- **금지표현 판정**은 정규식이고 법무 검토가 아니다. 이미지 확보율 44.1%라 화면 인쇄 문구는

절반 이상 검사되지 않았다.

- **Hormbles Chormbles(134일, 2건)의 카테고리 귀속.** "10g protein, 0g sugar"를 쓰지만 제품은

일반 캔디다. 제외하지 않고 집계에 남겼으나 인용은 보류했다. 판단이 갈릴 수 있는 건이다.

10. 산출물·재현

```
문서         ~/ploe-work/creative/reference5/reference_batch5.md  (이 파일)
원천         reference5/b5/_store_b5.json (122) → _clean_b5.json (68) → _final_b5.json
인용후보     reference5/b5/_usable_b5.json (3조건 통과 28건)
판독기록     reference5/b5/_vision_reads.json · pairs/pair_00~26.png (14장)
자사 실측    reference5/b5/_own_full_b5.json (계정 광고 전수 1,443건)
               reference5/b5/_on_split_b5.json (ON 29 / 델리버리 8 / 지출0 21)
               reference5/b5/own_imgs/*.jpg (1080 원본 3건)
정정 근거    _recheck_b4.py (§1-1) · _on_deliver.py (§1-2) · _why_diff.py, _fp_check.py, _adjust.py (§1-3)
검증         reference5/b5/verify_b5.py  — 이 문서의 수치를 원천 JSON과 전건 재대조
```