

2018
12 —

Vol. 288

MEDIA TREND

미디어 동향 및 마켓 이슈

Index

디지털 미디어 & 마켓 이슈

MEDIA ISSUE

- 네이버 · 카카오, 쇼핑 · 금융 사업 확장을 통한 글로벌 진출 준비
- 카카오, 투자 및 금융 상품 출시하며 핀테크 사업 영역 확대
- 유튜브, 경쟁력 강화를 위한 스토리(Stories) 및 콘텐츠 정책 변경
- 페이스북, 동영상 앱 '라쏘(Lasso)' 출시 및 국내 중간광고 도입

MARKET ISSUE

- 네이버 자회사 스노우, 신규 서비스로 글로벌 1020세대 이용자 확보
- 모바일 쇼핑 증가, 유통업계 미디어커머스 본격 도입
- 2019년 마케터가 알아야 할 밀레니얼-Z세대 5대 마케팅 트렌드
- 이달의 단신 소식

네이버·카카오, 쇼핑·금융 사업을 통한 글로벌 진출 준비

네이버와 카카오의 쇼핑·금융 사업 현황

NAVER

네이버페이 사내 독립기업 출범(11월 1일)

- 쇼핑과 간편결제 사업 담당
- 쇼핑과 금융을 연계하는 원스톱 서비스 출시 전망



쇼핑 사업 강화

독립적인 조직을 통한
신속한 의사결정

kakao

카카오커머스 부문 공식 분사(12월 1일)

- 선물하기, 스토어, 스타일, 장보기, 파머, 다음 쇼핑 등 담당
- 해외 직구 사업 위해 외부 투자 추진 중



글로벌 금융 플랫폼

QR코드, 바코드 기반
해외에서 결제 지원

N Pay

네이버페이-라인페이-위챗페이 연동

LINE Pay

微信支付 WeChat Pay

일본 · 중국(2019년 초), 한국(2019년)
대만 · 태국 · 인도네시아 (미정)

카카오페이-알리페이 연동

한국 · 일본(2019년 1·4분기),
중국(2019년), 동남아시아(미정)

pay

支付宝 ALIPAY

* Source: 관련 기사

- 모바일 쇼핑 시장 성장에 따라, 네이버와 카카오는 커머스 사업 조직을 독립적으로 분리하고 신규 서비스 출시 및 투자 계획을 세우며 쇼핑 사업 본격화
- 각사는 간편결제 시스템을 기반으로 중국·일본·동남아 시장에서도 결제가 가능한 서비스를 선보이며 글로벌 금융 플랫폼 시장 선점을 위한 사업 추진 예정
- 2019년, 네이버와 카카오는 쇼핑과 금융 사업에 지속적인 투자를 바탕으로 수익화 및 글로벌 진출 기회를 모색

카카오, 투자 및 금융 상품 출시하며 핀테크 사업 영역 확대

카카오의 투자 및 금융 상품



* Source : 카카오, 관련 기사

- 카카오페이는 바로투자증권 인수(9월) 후 투자 서비스를 개시(11월)하면서 결제·송금 분야에 제한되어 있던 모바일 핀테크 사업 영역 확대
- 카카오뱅크는 개인적인 banking 서비스에 소셜 기능을 강화한 '모임통장' 서비스를 출시, 비고객 유저도 쉽게 경험할 수 있도록 접근성 증대
- 카카오는 향후 신규 투자 상품 업데이트와 금융 연계 서비스를 출시하며 카카오페이와 카카오뱅크 중심의 종합금융플랫폼으로 진화해 나갈 전망

유튜브, 경쟁력 강화를 위한 스토리(Stories) 및 콘텐츠 정책 변경

일부 유저 대상 스토리(Stories) 기능 확대



구독자 1만 명 이상
창작자에게 제공

7일 간 노출 후 사라짐

미리보기, 티저(Teaser) 등
유저와 소통에 활용 가능

- ✓ 콘텐츠 주목도 및 관심 증대
- ✓ 타 플랫폼으로 이탈 방지

유튜브 오리지널 콘텐츠 배포 방식 변경



기존

유료 멤버십 '유튜브 프리미엄' 회원에게만 제공

변경

무료 이용자에게도 배포 (2019년 예정)

기대 효과

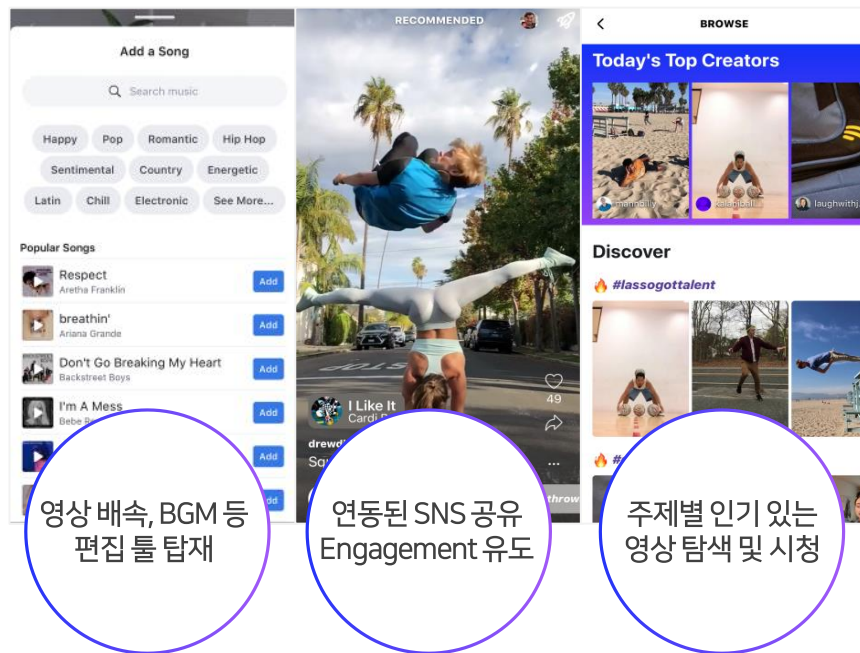
광고 효과 향상 및 플랫폼 경쟁력 확보

* Source: 구글, 관련 기사

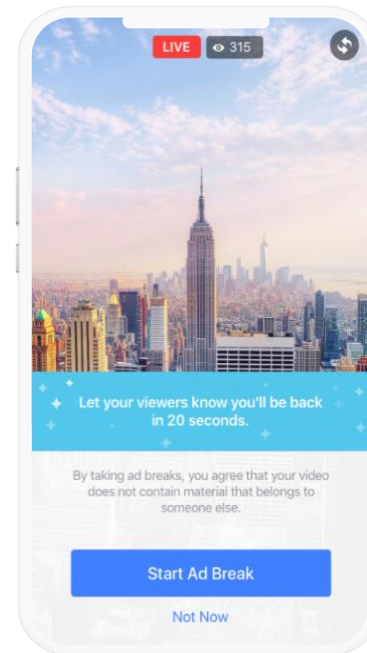
- 유튜브는 짧은 동영상 '스토리(Stories)' 공유 기능을 구독자 1만 명이 넘는 크리에이터에 한해 제공하기로 결정 (11월 30일)
- 게시 7일 후 사라지는 유튜브 스토리(Stories)는 본 콘텐츠 업로드 전 '미리보기' 형태로 활용되어 구독자들에게 새로운 흥미 유발 요소가 될 것으로 기대
- 2019년에는 유료 회원에게만 제공했던 자체 제작 콘텐츠의 배포 범위를 확대할 예정, 플랫폼 경쟁력 확보를 위한 다양한 시도 진행 전망

페이스북, 동영상 앱 '라쏘(Lasso)' 출시 및 국내 중간광고 도입

■ 쇼트 폼(Short-Form) 비디오 전용 앱 출시



■ 동영상 중간광고 'Ad Breaks' 국내 출시



중간광고 적용 조건

- 팔로워 1만명 이상 보유
- 최소 3분 이상의 동영상을 1분 이상 시청한 경우 노출

기대 효과

- 크리에이터 수익 배분을 통한 양질의 콘텐츠 경쟁력 확보

* Source : 페이스북, 관련 기사

- 페이스북은 동영상 제작 및 공유가 활발한 10대 유저를 겨냥해 음악이 접목된 쇼트 비디오 앱 '라쏘(Lasso)' 공개 (일부 국가에만 적용)
- 동영상 경쟁력 강화를 위해 올해 초 페이스북 앱 내 'Watch' 탭을 신설한 데 이어 별개의 독립적인 앱으로 '라쏘(Lasso)'를 런칭
- 페이스북은 '동영상 중간광고(Ad Breaks)'를 국내에 도입(12월 3일), 창작자 수익 배분을 통해 양질의 콘텐츠 확보에 긍정적 영향을 미칠 것으로 기대

네이버 자회사 스노우, 신규 서비스로 글로벌 1020세대 이용자 확보

네이버 자회사 '스노우' 주요 앱 서비스



신규 서비스 제페토(ZEPETO) 주요 특징



* Source: 닐슨코리아클릭, 관련 기사

- 네이버 자회사 스노우는 뷰티 카메라 앱, 라이브 퀴즈쇼 앱 등 엔터테인먼트 요소를 강화해 젊은 층을 겨냥한 서비스 출시 활발
- 올해 3월(iOS 기준) 공개한 3D 아바타 앱 '제페토(ZEPETO)'는 국내 뿐만 아니라 중국, 일본, 태국 등 글로벌 시장에서 특정 기간 다운로드 1위를 차지하는 등 성과 기록
- 네이버는 자회사 스노우에 2018년 기준 1,300억 원을 투자, 기술을 접목한 비주얼 커뮤니케이션 서비스를 강화해 글로벌 영 타깃 확보에 주력해 나갈 전망

모바일 쇼핑 증가, 유통업계 미디어커머스 본격 도입

유통업체별 미디어커머스 사례

	위메프 11월 21일 오픈	Hmall 11월 28일 오픈	TMON '17년 9월 오픈
	푸드쇼 '입덕하우스'	모바일앱 전용 생방송 '쇼핑라이브'	쇼핑 생방송 플랫폼 '티비온 라이브'
			
출연	먹방 크리에이터	유명 인플루언서, BJ, 연예인 등	쇼호스트 및 연예인 등
제품	소상공인협동조합이 선정한 식품	생활 · 리빙 · 식품 · 가전 등 상품군별 인기 상품	육아용품, 레저 및 여행 상품, 식품 등
특징	라이브 방송 중 최대 50% 할인 쿠폰 제공	쌍방향 소통이 가능한 예능 · 드라마 형식	특장점 집중 소개 및 높은 할인율 제공
효과	소상공인 상품 판로 개척 위한 홍보	TV - 모바일 시너지로 새로운 고객층 확보	주 고객층 30대 여성 확보, 생방송 중 결제액 4억 돌파

* Source : 관련 기사

- 유통업체들은 지속적인 모바일 쇼핑 비중 증가(10월 기준, 62.1%)에 따라 차별화된 혜택을 제공하는 모바일 특화 동영상 콘텐츠 강화
- 주로 크리에이터와 BJ를 기용한 모바일 쇼핑 생방송을 진행하며, 소상공인 상품 홍보 및 새로운 고객층 확보의 채널로 확장해 나갈 것으로 기대
- 2017년 9월에 시작한 티몬의 쇼핑 생방송 플랫폼 '티비온 라이브'는 최근 생방송 중 결제액 4억을 돌파하며 30대 여성에게 큰 인기를 얻음

2019년 마케터가 알아야 할 밀레니얼-Z세대 5대 마케팅 트렌드

2019 밀레니얼-Z세대 5대 마케팅 트렌드



* Source : 대학내일20대연구소

- 20대 트렌드 분석 기관 '대학내일20대연구소'는 '가치관 · 사회인식 · 관계 · 소비 · 콘텐츠' 5개의 카테고리로 나누어 2019년 밀레니얼-Z세대의 취향 변화 예측
- 밀레니얼-Z세대는 디지털 콘텐츠 생태계에서 가장 영향력 있는 미래 소비 주역으로 대두되고 있어, 해당 세대를 확보하기 위한 브랜드 마케팅 경쟁이 심화될 전망

이달의 단신 소식

구분	이슈
네이버	- 네이버 포스트, 후원 기능 도입..구독자 100명 이상 가능 : 포스트 후원 기능은 독자가 네이버 포스트에서 연재되고 있는 '시리즈'에 금전적으로 후원할 수 있는 서비스 12월 20일 개봉 영화 '그린치', 네이버 음성 검색 프로모션 진행 : 네이버 앱에서 음성으로 '메리 그린치마스'라고 입력하면, 이벤트 참여시 추첨을 통해 예매권과 오리지널 굿즈 제공
카카오	- 카카오, 3분기 매출 최대...2019년 신사업 투자 강화 : 총 매출 5,993억으로 전년 동기 대비 16% 증가, 영업이익은 투자비용 증가에 따라 전년 동기 대비 35% 감소, 내년 페이·커머스·AI 등 신사업 기대 - 카카오미니에 카카오톡 읽어주기·빠른답장 기능 추가 : 카카오는 인공지능(AI) 스피커 카카오미니에 카카오톡 메시지 읽기 기능을 추가
페이스북 인스타그램	- 페이스북, 2019년부터 전세계 15억명 쓰는 왓츠앱에도 광고 도입 : 2019년부터 왓츠앱 '스테이터스'에 광고 게재 예정, 페이스북의 광고 수익은 98%로 왓츠앱도 비슷한 수익모델 구축할 듯 - 인스타그램, 더욱 편리한 쇼핑 기능 3가지 일부 이용자에 제공 : 인스타그램은 연말 쇼핑 시즌을 맞아 쇼핑 컬렉션과 쇼핑 인 비디오, 비즈니스 프로필 구매하기 등 쇼핑 관련 기능 업데이트
동영상	- 넷플릭스, 케이블TV에 이어 IPTV 입성 : CJ헬로 '헬로TV UHD 레드', 딜라이브 '플러스 UHD OTT 박스', LG유플러스 '셋톱박스(U+tv UHD2 셋톱)' 넷플릭스 탑재 - 디즈니, 넷플릭스 대항마 '디즈니+' 내년 말 출시 : 2019년에 모든 디즈니 콘텐츠를 넷플릭스에서 철수시키고 자체 스트리밍 서비스 시작, 콘텐츠 라이브러리 확장 위해 폭스 인수
모빌리티	- 카풀 서비스 이제 곧 '6개'... 틈새시장 놓고 경쟁 격화 : 내년 초엔 최소 6개 업체가 카풀 시장에서 격돌할 것으로 전망. '여성 전용' '장거리 전용' 등 틈새시장을 노린 업체 주목 - 승차공유플랫폼, 새로운 기능 추가 및 마케팅 강화 나섬 : 타다-앱 다운로드 10만 건 돌파하며 기능 추가, '티맵 택시'-마케팅 강화 차원 요금 할인, 풀러스- 운전자용 인센티브제도 도입(주식 제공)

나스미디어의 뉴스레터(나스리포트)를 수신하면
디지털 시장과 트렌드를 분석한 다양한 리포트를 정기적으로 받아보실 수 있습니다.

신청 방법: 나스미디어 홈페이지에서 뉴스레터 신청