

MEDIA & MARKET ISSUE Vol. 311

주요 미디어 & 마켓 이슈

Media & Market issue
2020.11

Published by
Trend strategy team

nasmedia

INDEX

주요 미디어 & 마켓 트렌드

MEDIA ISSUE

- 네이버, 3분기 역대 최대 매출 달성...커머스·핀테크 성장 가속화
- 카카오, 3분기 매출 1조원 돌파...특비즈·유료 콘텐츠 사업이 매출 견인
- 3분기 실적으로 본 글로벌 주요 매체 - 구글, 페이스북
- 국내 '숏폼' 시장 주도한 틱톡, 커머스 및 신규 기능 미국내 테스트 중

MARKET ISSUE

- 네이버페이, 오프라인 결제 시장 진출...간편결제 경쟁력 강화
- 쿠팡, OTT/라이브커머스 등 신사업 확장...종합 플랫폼 도약을 위한 발판 마련
- 네이버-CJ 사업 제휴...콘텐츠, 물류 분야 글로벌 경쟁력 강화 목적
- 카카오뱅크 미니&미니 카드 출시...10대 이용자 금융 서비스 경험 선점
- [지난이슈 다시 보기](#)

네이버, 3분기 역대 최대 매출 달성...커머스·핀테크 성장가속화

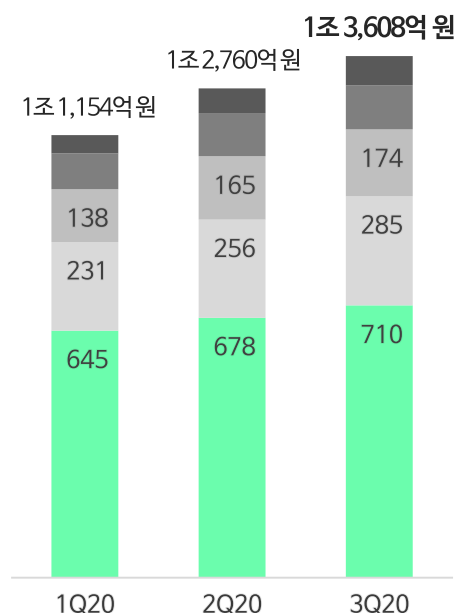
NAVER

- 3분기 매출은 전년 대비 약 24% 증가한 1조 3,608억 원(라인제외*) 기록, 서치플랫폼·커머스 사업의 호조세와 핀테크·콘텐츠·클라우드 사업의 성장이 가속화되며 역대 최대 매출 달성
- 4분기는 신사업 분야(커머스·핀테크·클라우드·콘텐츠)에 집중해 사업 포트폴리오 다변화 예정, 또한 CJ 및 야후재팬 등 파트너사와의 시너지를 통해 중장기 성장을 위한 발판 마련

*라인-일본 야후재팬 경영 통합으로 3분기부터 라인 실적 제외 (라인 매출 포함 시, 2조 598억 원)

| 3분기 네이버 부문별 매출 현황 |

(단위:십억원)



중장기사업 방향 반영, 3분기부터 매출 구분 변경

■ 클라우드	클라우드, 워크, 클로바
■ 콘텐츠	웹툰(+라인망가) 뮤직, V, 스노우
■ 핀테크	페이서비스, 디지털금융
■ 커머스	쇼핑 관련 검색/디스플레이 중개 수수료, 플러스멤버십
■ 서치플랫폼	검색(쇼핑 제외) 디스플레이(쇼핑, 웹툰 제외)

사업 부문별 주요 이슈 및 향후 계획

사업 부문	주요 이슈	향후 계획
커머스	온라인 쇼핑 수요 및 판매자 증가세 지속 - 스마트스토어 거래액 YoY +72% - 플러스멤버십 가입자 160만명 돌파 (9월)	쇼핑라이브, CJ대한통운과의 물류 파트너십 강화 등을 통해 쇼핑 생태계 확대 예정
핀테크	커머스 성장으로 네이버페이 동반 성장 네이버페이 거래액 6.8조 원 (YoY +62%)	중소상공인(SME) 대상 핀테크 본격화 예정 오프라인 QR 결제, SME 사업자대출 출시 (4Q)
서치플랫폼	성과형 광고 성장, 전체 광고 매출 회복세 돌입 검색 YoY +4% / 디스플레이 YoY +26%	성과형 광고 강세 지속, 효율 제고 노력 예정
클라우드	비대면 환경으로 클라우드 수요 및 매출 증가 클라우드 플랫폼 매출 YoY +156%	향후 B2B 기술·서비스를 클라우드 기반으로 상품화, 버티컬 특화 솔루션 구축 예정
콘텐츠	웹툰의 빠른 성장세를 필두로 글로벌 사업 확대 - 웹툰 글로벌 거래액 YoY +40% - 네이버Z의 글로벌 엔터테인먼트 IP 사업 확대	CJ ENM·스튜디오드래곤과의 협력으로 글로벌 경쟁력을 갖춘 콘텐츠 선보일 예정

* Source : 네이버

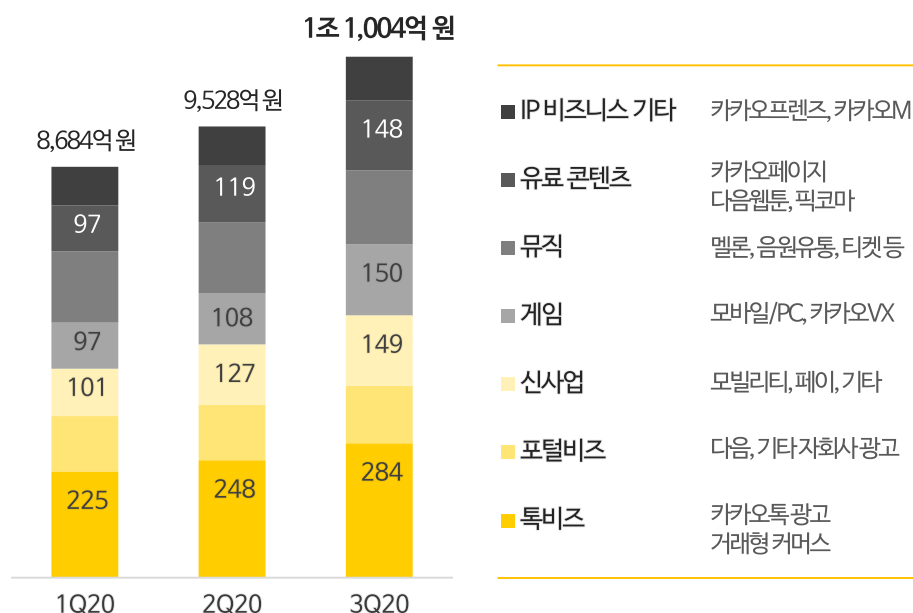
카카오, 3분기 매출 1조원 돌파...특비즈·유료 콘텐츠 사업이 매출 견인

kakao

- 3분기 매출은 전년 대비 약 41% 증가한 1조 1,004억 원 기록, 특비즈 및 글로벌 유료 콘텐츠 사업의 빠른 성장과 신사업(페이, 모빌리티) 부문의 실적 개선으로 역대 최대 매출 달성
- 4분기는 빠른 성장세를 보이는 특비즈 부문에 주력해 매출 증대 예정, 이 외 금융·콘텐츠(카카오M)·B2B(카카오워크) 등 사업 영역을 지속 확장해 종합 생활 플랫폼으로서 경쟁력 강화

| 3분기 카카오 부문별 매출 현황 |

(단위:십억 원)



사업 부문별 주요 이슈 및 향후 계획		
주요 사업 부문	주요 이슈	향후 계획
특비즈	카카오톡 기반 광고·커머스 생태계 대폭 확대 - 비즈보드 누적 광고주 1만 2천 곳 돌파 (9월) - 커머스 전체 거래액 YoY +68% : 선물하기 +54%, 톡스토어 x4배, 메이커스 x2배	비즈보드 노출 인벤토리 추가로 매출 증대, 샵(#)탭 내 뉴스, FUN 카테고리 추가 노출 입점사 다양화로 커머스 생태계 지속 확대 예정
신사업	금융 서비스와 모빌리티 수요 증가로 고성장 - 카카오페이 거래액 17.9조 원 (YoY +38%) : 비송금 거래액 x2배, 결제 거래액 +72% - 가맹택시 T블루 1만 3천 대로 확대	타 금융 서비스 연계로 서비스 영역 확대, 대중교통 결제 기능 추가, 카카오페이포인트 도입 대리, 주차 등으로 모빌리티 서비스 확대 예정
게임	신규 모바일 게임 '가디언 테일즈' 흥행 모바일 YoY +98% / PC YoY +13%	진성 이용자 확보 노력, 글로벌 시장 공략 준비
유료 콘텐츠	일본을 중심으로 글로벌 거래액 성장 가속화 - 픽코마 거래액 1,300억 원 (YoY +247%) - 카카오페이지 거래액 1,487억 원 (YoY +83%)	K-콘텐츠 수요가 높은 대만·태국·중국 진출, 글로벌 IP 사업자로서의 역할 확대 예정

* Source : 카카오

3분기 실적으로 살펴본 글로벌 주요 매체 - 구글, 페이스북

Google

FACEBOOK

- 3분기 구글과 페이스북 매출은 각 462억 달러(약 52조 원), 215억 달러(약 24조 원)로, 전년 대비 각 14%, 22% 증가하며 양사 모두 역대 최대 매출 달성
- 구글은 유튜브 광고 매출이 역대 최고치인 약 50억 달러(약 6조 원)를 기록하며 전체 매출 견인. 4분기는 지속적으로 높은 성장세를 보인 클라우드 부문에 집중해 시장 내 입지 강화 예정
- 페이스북은 디지털 전환 가속화로 패밀리 앱 이용자 및 비즈니스, 광고주 증가세 지속. 4분기 역시 중소기업(SMB) 지원 솔루션 확대 등을 통해 패밀리 앱 서비스 활용 증대 유도 예정

| 3분기 구글·페이스북 매출 현황(글로벌 기준) |

Google	
461억 7,300만 달러(약 52조 원) (YoY +14%)	
광고	8월 전체 광고주 지출 회복세 돌입, 유튜브 광고는 역대 최대 매출 기록 - 검색 및 기타 광고 매출 YoY 6% - 유튜브 광고 매출 YoY +32%, DR 외 브랜딩 광고도 매출 회복세
유튜브	유튜브 유료 멤버십 가입 증가 - 유튜브 프리미엄: 가입자 3천만 명 이상 돌파 - 유튜브TV: 유료 가입자 3백만 명 이상 돌파
검색·쇼핑	구글 내 쇼핑 경험 개선을 위한 쇼핑 관련 검색 기능 업데이트 가격 비교, 할인 알림(pricetracking) 등 기능 추가 (글로벌)
클라우드	생산성 서비스 '구글 워크스페이스' (기존 G 스위트) 수요 및 이용 지속 증가 구글 미트 일간 회의 참여자 2.4억 명, 일간 비디오 콜 시간 75억 분 기록
디지털 전환이 가속화됨에 따라 빠르게 성장하고 있는 클라우드 부문 집중 투자 예정 (4분기부터 클라우드 부문 매출 별도 발표 예정)	

매출

사업 부문별
주요 이슈

향후 계획

FACEBOOK	
214억 7,000만 달러(약 24조 2천억 원) (YoY +22%)	
광고	전세계적인 디지털 전환 가속화가 지속되며, 광고 매출 성장 - 전체 활성 광고주 1천만 이상 기록, 중소기업(SMB) 광고주 대폭 증가 - 이커머스/유통/CPG 업종 광고주 지출 강세
패밀리 앱	거리두기 영향으로 패밀리 앱 이용 지속 증가 - 패밀리 앱 일간 활동 유저(DAP) 약 25.4억 명 (YoY +15%) - 패밀리 앱 월간 이용 비즈니스 약 2억 개
메시징·커머스	패밀리 앱 서비스를 통합하는 크로스 플랫폼 형태 서비스 적용 인스타그램에 페이스북 메신저 기능 도입, 샵스-왓츠앱 통합 등 (글로벌)
콘텐츠	숏폼 톨 '릴스' 서비스 제공 확대(50개국 이상) 클라우드 게임 서비스 테스트 시작(미국 주요 지역 대상으로 베타 테스트)
중소기업(SMB) 비즈니스 및 광고주 지원책 확대 예정, iOS 14 업데이트로 인한 맞춤형 광고 타격 등 관련 이슈 지속 모니터링	

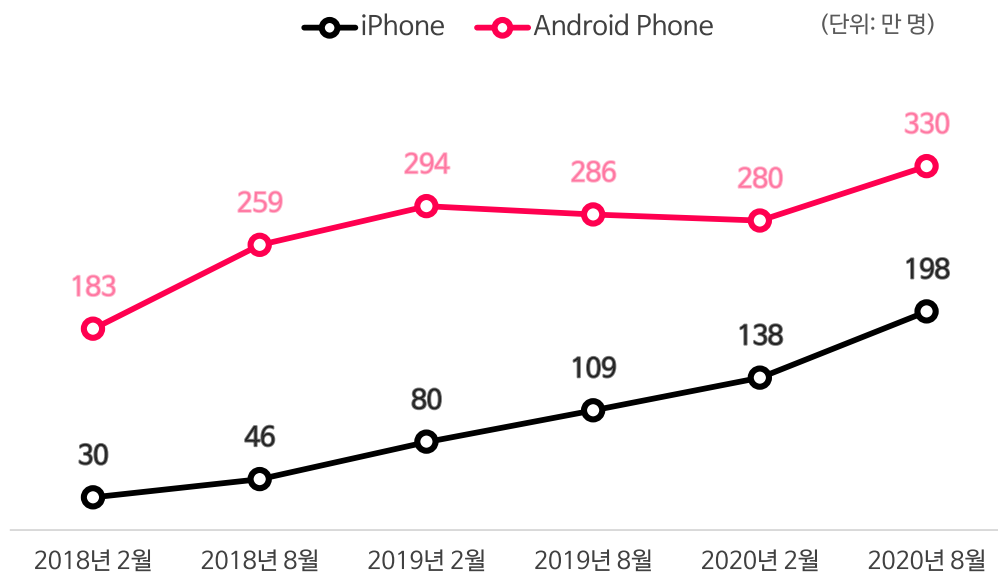
* Source: 구글, 페이스북

국내 '숏폼' 시장 주도한 틱톡, 커머스 및 신규기능 미국내 테스트 중

TikTok

- 숏폼(Short-form) 콘텐츠 대중화 및 해시태그(#) 챌린지의 화제성을 기반으로 국내 틱톡 MAU는 지속 증가하며 이용자 저변을 확대해 나가고 있음
- 최근 글로벌 전자상거래 업체 '쇼피파이(Shopify)'와 파트너십을 체결한 틱톡은 플랫폼 내 인플루언서의 영향력과 해시태그 등 차별성을 강점으로 한 커머스 사업 진출 예정
- 동영상 친화적인 MZ세대의 신규 유입 및 체류시간 확보를 위해 HOW-TO 영상 콘텐츠 공유를 독려할 'Learn' 메뉴를 신규 개발해 미국내 우선 테스트 진행 중

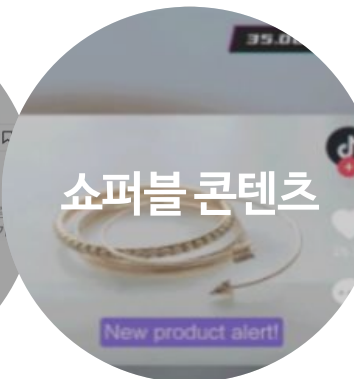
| 국내 틱톡 실 사용자수(Active Users) 추이 |



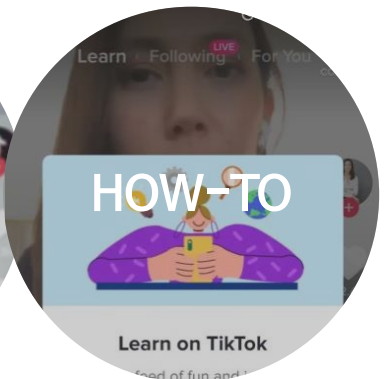
| 주요 경쟁력을 기반으로 다양한 신규 서비스 제공 계획 |



해시태그 챌린지 기반
자발적 참여와 흥미를 유발하는
다양한 마케팅 퍼포먼스 기회 마련



'쇼피파이'와 파트너십 체결
제품 홍보 및 판매 연동 서비스
미국내 우선 적용(10/28)



Learn 메뉴 테스트 시행
자사 플랫폼 내 HOW-TO 영상
제작 및 공유 활성화 도모

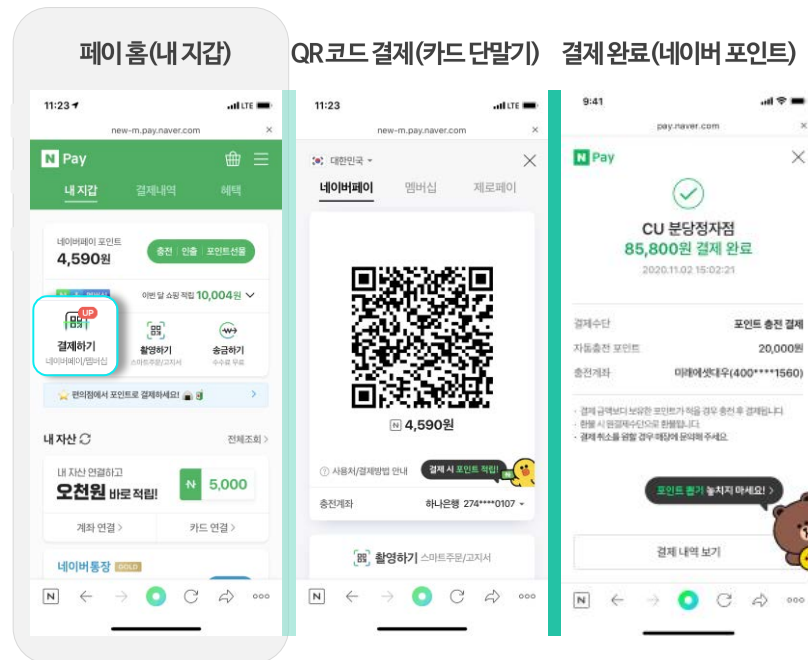
* Source : 앱애니, 관련 기사

MARKET ISSUE

네이버페이, 오프라인 결제 시장 진출...간편결제 경쟁력 강화

- 네이버는 금융 계좌를 연결한 선불 충전 금액 및 네이버 포인트를 활용한 오프라인 QR코드 결제 서비스 시작, 신용카드 연동 결제 방식은 내년에 도입 예정
- 오프라인 간편결제 시장 점유율 선두인 삼성페이와 온라인 간편결제 시장 강자인 네이버, 카카오의 온/오프라인 경쟁이 본격화될 것으로 전망

| 네이버 오프라인 결제 프로세스 |



전국 7만 개
가맹점 사용 가능
(BC카드 제휴)

네이버 충전금액,
네이버 포인트
사용 가능

| 대표 간편결제 사업자 비교 |

	 Pay	 kakaopay	 SAMSUNG Pay
	네이버페이	카카오페이	삼성페이
가입자 수	2,800만 명	3,500만 명	1,900만 명
가맹점 수	온라인 48만, 오프라인 7만	50만(추정)	신용카드 사용 가능한 모든 곳
거래액	20년 2분기 6조 원 (거래액 중심)	20년 2분기 15조 원 (결제액 중심)	현재까지 누적 결제금액 80조 원
거래 방법	네이버 QR 코드	카카오 QR 코드	삼성 스마트폰 단말기 등록 카드

* Source : 네이버, 관련 기사

쿠팡, OTT·라이브커머스 등 신사업 확장...종합 플랫폼 도약을 위한 발판 마련

- 소셜 커머스로 설립된 쿠팡은 로켓배송, 간편결제, 멤버십 등으로 유저를 확보하여 국내 연간 거래액 1~2위 수준의 커머스 플랫폼으로 성장
- 종합 플랫폼으로서의 도약 및 경쟁력 확보를 위해 동영상 콘텐츠·중고거래·3PL 물류운송 등 다양한 방면의 사업을 추진

| 쿠팡의 사업다각화 |

| 쿠팡 주요 사업 추이 |

현재 사업 중	신규 사업 추진
온라인 쇼핑: 쿠팡 - 빠른 배송 - 저렴한 가격 - 로켓와우 멤버십(가입자 200만 명)	콘텐츠 사업: 쿠팡 비디오, 쿠팡 와우플레이 등 - 동영상 온라인 스트리밍 OTT - 라이브 커머스 - 음악·영화·비디오 제작 및 배포
핀테크: 쿠팡페이 - 별도 과징 없이 바로 결제 - 가입자 1,000만 명	배달대행, 물류운송, 중고차: 쿠팡 - 자동차 및 중고차 감정업 - 보험 중개업 등
쿠팡이츠: 음식배달 - 배달원 한집배달로 경쟁사 대비 빠른 배달 - 출시 후 1년간 MAU 339% 상승	
풀필먼트: 로켓제휴, 택배사업 - 600만개의 상품을 32개 풀필먼트센터에 보관 - AI를 활용한 수요 예측으로 재고 부담 감소	중고거래: C2C 거래 - 반품 제품을 등급 지정 후 중고 판매 중(B2C) - 유저간 중고거래 진행 예정('21년 상반기)

	2010년	7월	소셜커머스 쿠팡 설립
	2014년	3월	익일 배송 서비스 '로켓배송' 런칭
	2018년	10월	유료 회원제 서비스 '로켓와우' 멤버십 런칭
	2019년	4월	음식 배달 서비스 '쿠팡이츠' 런칭
	2020년	7월	OTT 서비스 출시 준비... 싱가포르 OTT 업체 훅(Hooq) 인수
	2020년	8월	쿠팡페이 분사, 전자결제서비스 확장 계획
	2020년	9월	'쿠팡와우 플레이', '쿠팡 스트리밍', '쿠팡 플레이', '쿠팡 티비' 상표권 등록
	2020년	9월	가구 익일 배송 서비스 '로켓설치' 확대
	2021년	상반기 (예정)	중고거래 서비스 출시 예정

* Source : 관련 기사

네이버-CJ 사업 제휴...콘텐츠, 물류 분야 글로벌 경쟁력 강화 목적

- 네이버와 CJ 그룹 계열사 간 총 6,000억 원의 상호 지분 투자로 전략적 파트너십 체결
- 콘텐츠 분야에서 네이버와 CJ ENM, 스튜디오 드래곤의 IP, 콘텐츠 제작 능력, 플랫폼 등을 결합해 프리미엄 콘텐츠 제작 및 글로벌 유통, 멤버십 결합 상품 출시 등의 시너지 효과 기대
- 물류 배송 분야에서는 네이버와 CJ대한통운의 파트너십을 통해 스마트 물류 체계 구축, 양사의 커머스 플랫폼과 물류 인프라의 경쟁력을 높일 계획

| 네이버-CJ 전략적 사업 제휴 |



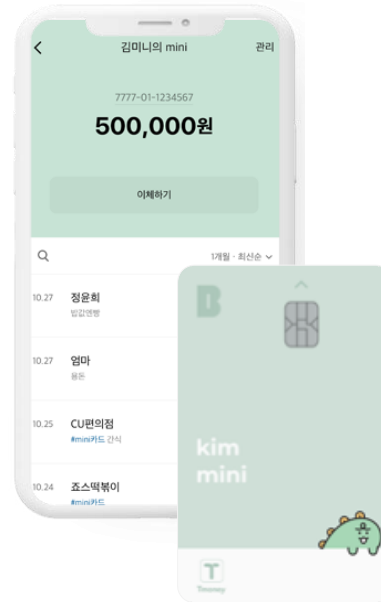
* Source : 네이버, 관련 기사

카카오뱅크 미니&미니카드 출시...10대 이용자 금융 서비스 경험 선점

- 카카오뱅크는 만 14세~18세 청소년 대상의 전용 금융 서비스인 카카오뱅크 미니 출시, 10대의 주체적 금융 서비스 경험 제공
- 비대면 계좌 개설 및 모바일 앱 이용 편의 등 기존 청소년의 금융 거래 불편 사항을 해소한 서비스로 출시 52시간만에 12만명 가입 돌파

| 카카오뱅크 미니&미니카드 출시 |

카카오뱅크 미니 서비스 개요	
대상	만 14세~18세 청소년
계좌	선불전자지급 수단 (은행 계좌 개설, 연결 X)
한도	최대 50만원 보유, 1일 30만원, 1개월 최대 200만원
특징	· 미니카드 발급 - 온오프라인 결제 지원 · 전국 모든 ATM 수수료 면제 · 청소년 전용 교통카드 기능 · 청소년 이용(Clean) 가맹점에서만 이용 가능 · 부모 소득공제 합산 가능



편의성

본인 명의 휴대폰 인증 통한 **비대면 계좌** 개설
간편 이체 및 온오프라인 결제, ATM 입·출금 지원

이용 주체성

부모 동의 절차 및 부모 대상 지출 내역 공유 없음
모바일 앱을 통해 거래 내역 및 실시간 잔액 조회 가능

디자인

니니즈 캐릭터를 활용한 카드 디자인
간편이체 과정의 메시지 카드 문구 및 디자인

* Source : 카카오뱅크, 관련 기사

지난이슈다시보기

MEDIA ISSUE	적용 사항				
네이버, 유료 회원제 서비스 ‘네이버플러스 멤버십’ 출시 (6월) → 디지털 콘텐츠 이용 정책 일부 변경	[이용 정책 일부 변경] 디지털 콘텐츠 혜택 중 이용자 수요가 높은 웹툰·영화 콘텐츠 관련 혜택 강화(10월 27일~) : 자주 이용하는 콘텐츠 서비스를 중점적으로 이용하고자 하는 멤버십 가입자의 수요 반영 <table border="1"> <thead> <tr> <th>변경 전 (5개 서비스 중 4개 선택)</th><th>변경 후 (매달 원하는 서비스 1개 선택)</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td> - 바이브 300회 듣기 - 웹툰·시리즈 쿠키 20개 - 시리즈온 영화/방송 캐시 3,300원 - 클라우드 100GB 이용권 - 오디오클럽 오디오북 대여 할인권 </td><td> 웹툰·시리즈 쿠키 49개 시리즈온 영화 무료 쿠폰 1장 기존 콘텐츠 혜택 (모두 제공) </td></tr> </tbody> </table>	변경 전 (5개 서비스 중 4개 선택)	변경 후 (매달 원하는 서비스 1개 선택)	- 바이브 300회 듣기 - 웹툰·시리즈 쿠키 20개 - 시리즈온 영화/방송 캐시 3,300원 - 클라우드 100GB 이용권 - 오디오클럽 오디오북 대여 할인권	웹툰·시리즈 쿠키 49개 시리즈온 영화 무료 쿠폰 1장 기존 콘텐츠 혜택 (모두 제공)
변경 전 (5개 서비스 중 4개 선택)	변경 후 (매달 원하는 서비스 1개 선택)				
- 바이브 300회 듣기 - 웹툰·시리즈 쿠키 20개 - 시리즈온 영화/방송 캐시 3,300원 - 클라우드 100GB 이용권 - 오디오클럽 오디오북 대여 할인권	웹툰·시리즈 쿠키 49개 시리즈온 영화 무료 쿠폰 1장 기존 콘텐츠 혜택 (모두 제공)				
성장하는 국내 라이브커머스 시장, 주요 사업자 플랫폼 운영 현황 → 블라인드, 라이브커머스 서비스 개시	[블라인드, 라이브커머스 서비스 개시] 9월, 네이버 쇼핑·잠라이브와 파트너십을 맺고 라이브커머스 서비스 개시 서비스 요약: - 라이브 시청부터 제품 구매까지 블라인드 앱에서 가능 - 직장인 퇴근 시간을 고려해 매일 저녁 시간에 라이브 진행 서비스 특징: - 치약/의류/차량용품 등 주로 직장인 타겟 생활용품 판매 - 구매력이 높은 직장인 유저에게 브랜드 도달 가능 추가로, 블라인드 유저 전용 폐쇄물 쇼핑물 오픈해 이커머스 시장 본격 진출  				

이달의단신 소식

구분	이슈
네이버 카카오	• 네이버, PC·모바일 검색 결과 동일하게 개편 : 네이버 서비스 활용 환경이 모바일이 PC 대비 지속적으로 3배 이상 높게 나타나는 등, 모바일에서의 경험을 PC에서도 확대하기 위해 적용 • 네이버 "플러스 멤버십 가입자 160만명 돌파...연말 200만 목표" :네이버의 첫 유료 회원제 서비스 '네이버 플러스 멤버십'이 출시 4개월여 만에 회원 160만명을 확보, 연말까지 200만명 가입자를 목표로 꾸준히 성장시킬 계획 • 카카오, 라이브 커머스 '카카오쇼핑라이브' 오픈 :방송 횟수 확대를 통한 다양한 브랜드의 라이브 커머스를 선보일 예정, 다음애포 쇼핑탭, 카카오톡 샵탭에서도 고객들의 접근성을 강화
구글 유튜브	• 유튜브, 미디어 신뢰도 조사에서 5위 기록 :유튜브가 미디어 신뢰도 조사에서 유수의 언론매체들을 제치고 높은 순위를 기록, KBS(17.7%), MBC(10.6%), JTBC (7.9%), TV조선(6.7%), 유튜브(5.48%) 순 • 내년부터 '뒷광고' 광고주·유튜버 모두 처벌...올해는 계도 집중 :광고라는 사실을 알리지 않고 '상품 후기'로 위장한 콘텐츠를 올리는 등 부당광고를 한 '사업자'는 관련 매출액이나 수입액의 2% 이하 또는 5억원 이하의 과징금 부여 • 구글플레이, 올해 신용카드 매출 2조 돌파...앱마켓 지배력 폭풍 확장 :올해 1~9월 국내 3대 앱마켓의 전체 신용카드 매출액은 2조6356억 원, 이중 구글의 '구글플레이' 매출이 2조696억원으로 78.5%를 차지
SNS	• 페이스북 클라우드 게임 출시 :페이스북이 스마트폰 애플리케이션이나 웹페이지에서 무료로 게임을 즐길 수 있는 클라우드 게임 서비스를 미국에서 출시, 서비스 대상 지역과 게임을 확대해 나갈 계획 • 트위터, 3분기 매출 9.3억달러..전년 동기 대비 14% 증가 :3분기 매출액 9억 3600만 달러(전년 동기 대비 14% 증가), 광고 매출만 보면 8억 800만 달러(전년 동기 대비 15% 증가) 기록
동영상	• 퀴비, 12월 서비스 종료 :4월 출시한 숏폼 OTT 서비스 퀴비 6개월만에 서비스를 종료, 넷플릭스, 유튜브 등 기존 플랫폼과의 경쟁에서 차별화를 하지 못한 것이 가장 큰 실패 요인으로 지목

나스리포트를 통해 배포된 다양한 보고서는
나스미디어 홈페이지에서도 확인하실 수 있습니다.

[홈페이지에서 확인하기](#)