

MEDIA & MARKET ISSUE Vol.315

주요미디어 & 마켓이슈

Media & Market issue
2021.03

Published by
Trend strategy team

nasmedia

INDEX

주요 미디어 & 마켓 트렌드

MEDIA ISSUE

- 네이버, 급상승 검색어 서비스 종료... 더욱 개인화된 검색 서비스 제공 예정
- 카카오, 연매출 4조 원 달성... 2021년 성장 동력은 모빌리티·콘텐츠
- 트위터, 신규 서비스 예고... 유료 구독 모델 도입 및 음성 서비스 테스트 확대

MARKET ISSUE

- 제일기획, 2021년 디지털 광고비 6조 원 돌파... 시장 점유율 50% 육박 예상
- 국내 모빌리티 시장, 통합 플랫폼을 중심으로 경쟁 본격화
- KT, 빅데이터 기반 폐쇄형 커머스 'Kdeal' 출시... 신성장 사업 기대

네이버, 급상승 검색어 서비스 종료...더욱 개인화된 검색 서비스 제공 예정

NAVER

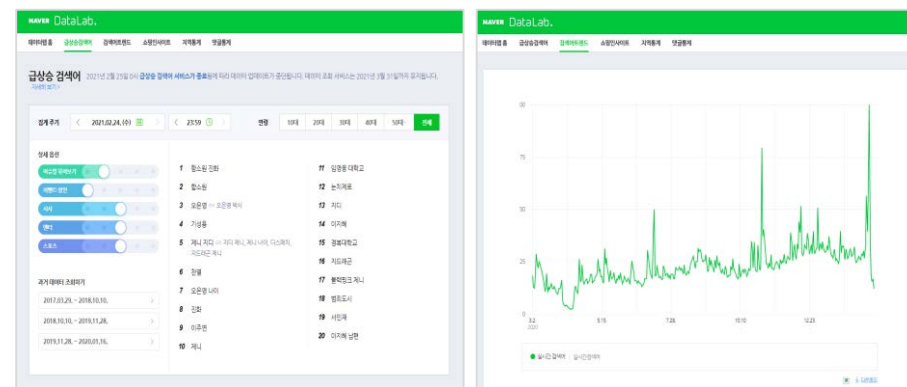
- 2005년 시작한 급상승 검색어를 16년 만인 2021년 폐지, 모바일 네이버 홈의 '검색차트'판과 주요 뉴스들을 토픽 단위로 묶어 보여주는 '뉴스토픽'도 서비스 종료
- 네이버는 데이터 통계 분석 서비스인 데이터랩을 통해 '이용자가 다양한 정보에 접근할 수 있게 한다'는 급상승 검색어 도입 취지를 이어나갈 예정

| 급상승 검색어의 역사 |



- 2021년
급상승 검색어 서비스 폐지
- 2020년
총선 기간내 2주간 서비스 일시 중단
- 2019년
AI 랭킹 시스템 'RYO' 접목,
연령, 관심사 설정이 가능한 맞춤형 서비스 개편
- 2018년
'급상승 검색어'로 서비스 명칭 변경
- 2017년
급상승 트래킹 히스토리 오픈
- 2007년
'실시간 급상승 검색어'로 명칭 변경
- 2005년
'실시간 인기 검색어' 서비스 시작

| 급상승 검색어 폐지 이후 네이버 검색 서비스 전망 |



NAVER DataLab.

검색어 트렌드와 쇼핑인사이드, 카드사용통계, 지역 통계, 댓글 통계 등
네이버 이용자 빅데이터를 분야별, 성별, 지역별, 연령대별, 기간 등으로 통계 분석해 제공

* Source : 네이버, 관련 기사

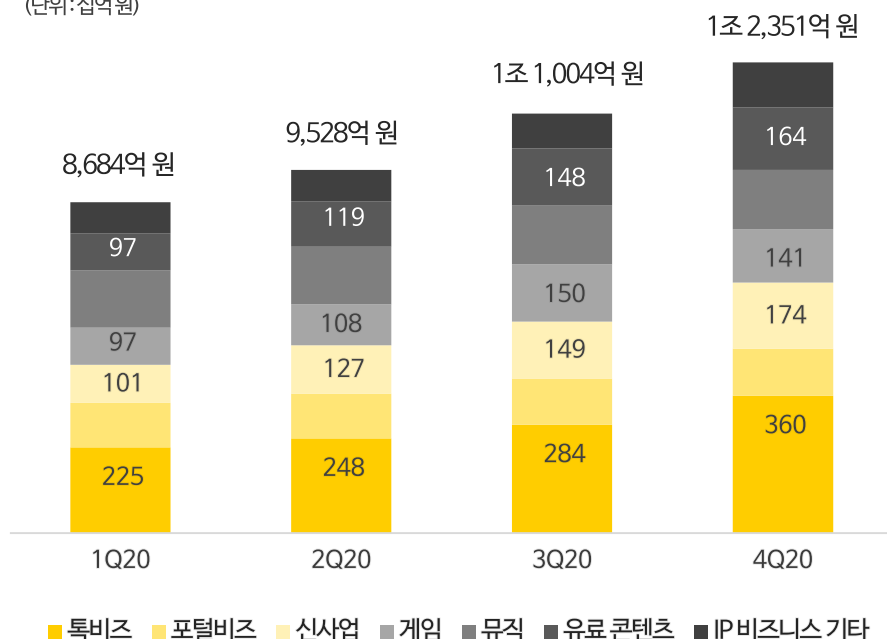
카카오, 연매출 4조 원 달성... 2021년 성장동력은 모빌리티·콘텐츠

kakao

- 2020년 매출은 전년 대비 약 35% 증가한 4조 1,567억 원 기록, 특비즈·신사업·유료 콘텐츠(카카오페이지, 픽코마 등) 부문의 4분기 매출 성장이 두드러지며 역대 최대 매출 경신
- 2021년은 카카오톡이 중심축이 되어 공격적으로 사업 확대 예정, 특히 모빌리티 사업 범위 확장과 카카오엔터테인먼트 출범으로 IP 비즈니스를 본격화하며 새로운 성장 동력 마련 시도

| 4분기 카카오 부문별 매출 현황 |

(단위:십억원)



주요 사업 부문별 이슈 및 향후 계획

사업 부문	주요 이슈	향후 계획
특비즈	비즈보드 및 커머스 플랫폼 전반 꾸준히 성장 - 비즈보드 일 평균 매출 10억 달성 (12월 기준) - 카카오톡 커머스 연간 거래액 YoY +64% :선물하기 +52% / 톡스토어 +292%	- 카카오키워드 광고 플랫폼 출시 예정 - 카카오톡 채널 내 비즈니스 도구 적용 예정, 톡채널 활성화로 비즈보드와의 시너지 기대
신사업	T블루 가맹 사업 확대 및 테크핀 사업 호조 지속 - 카카오톡 블루 가맹 1만 6천 대로 확대 (연말 기준) - 카카오톡 연간 거래액 67조원 (YoY +40%)	- 프리미엄 택시 서비스 확대, 주차 사업 확장 - 카카오톡 마이데이터 서비스 준비 - 카카오톡 증권 주식 및 보험 상품 출시 예정
게임	신작 PC 게임 '엘리온' 12월 출시	기존 게임 해외 출시 및 신작 다수 선보일 예정
유료 콘텐츠	글로벌 콘텐츠 플랫폼 거래액 대폭 성장 카카오페이지 YoY +31% / 픽코마 QoQ +12%	글로벌 플랫폼 네트워크 본격 확대 예정 미국 지역 외 중국, 동남아 주요 지역까지 플랫폼 확장
IP 비즈니스 기타	카카오M 영상제작 매출 증가, 음반 유통 호조 '23년까지 약 250개 이상 오리지널 콘텐츠 제작	카카오M·카카오페이지 합작 법인 출범 예정, 독보적인 IP 비즈니스 밸류체인 구축 시도

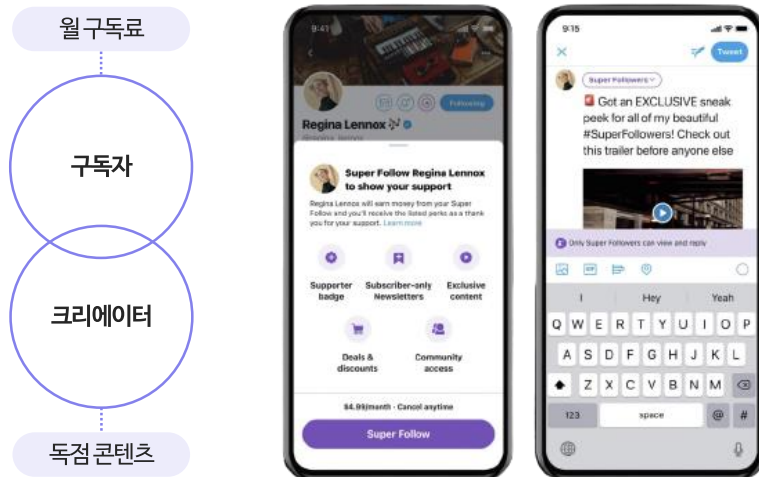
* Source : 카카오

트위터, 신규 서비스 예고… 유료 구독 모델 도입 및 음성 서비스 테스트 확대

twitter

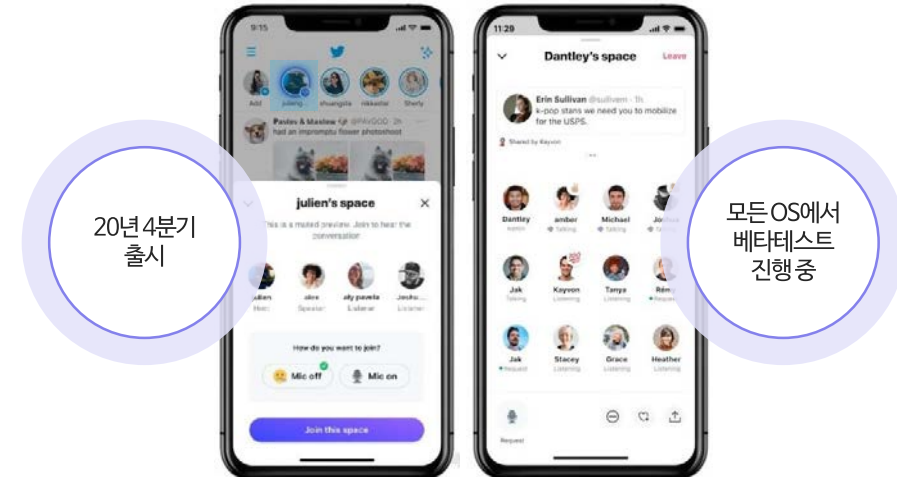
- 이용자가 특정 크리에이터나 퍼블리셔를 유료로 구독해 독점 콘텐츠를 제공 받는 모델인 ‘슈퍼 팔로우’를 연내 출시할 예정이라고 발표 (공식 출시일 및 수수료 등은 미정)
- 일부 iOS 이용자 대상으로 테스트를 진행하던 실시간 음성 기반 커뮤니티 서비스 ‘스페이스’를 안드로이드까지 확대, 클럽하우스 보다 먼저 안드로이드 시장을 선점하려는 시도
- 2021년 트위터는 여러 신규 서비스를 출시해 크리에이터 중심으로 플랫폼 영향력을 높이고, 매출을 증대시키고자 함

| 신규 구독 모델 ‘슈퍼 팔로우(Super Follows)’ |



특정 크리에이터 및 퍼블리셔를 유료로 구독하고
슈퍼 팔로워에게만 노출되는 독점 콘텐츠(트윗, 뉴스레터 등)를 제공 받는 방식

| 음성 기반 커뮤니티 서비스 ‘스페이스(Spaces)’ |



클럽하우스와 유사한 형태의 음성 기반 커뮤니티 서비스로,
타임라인 상단 ‘플릿(Fleet)’을 통해 대화 참여 가능

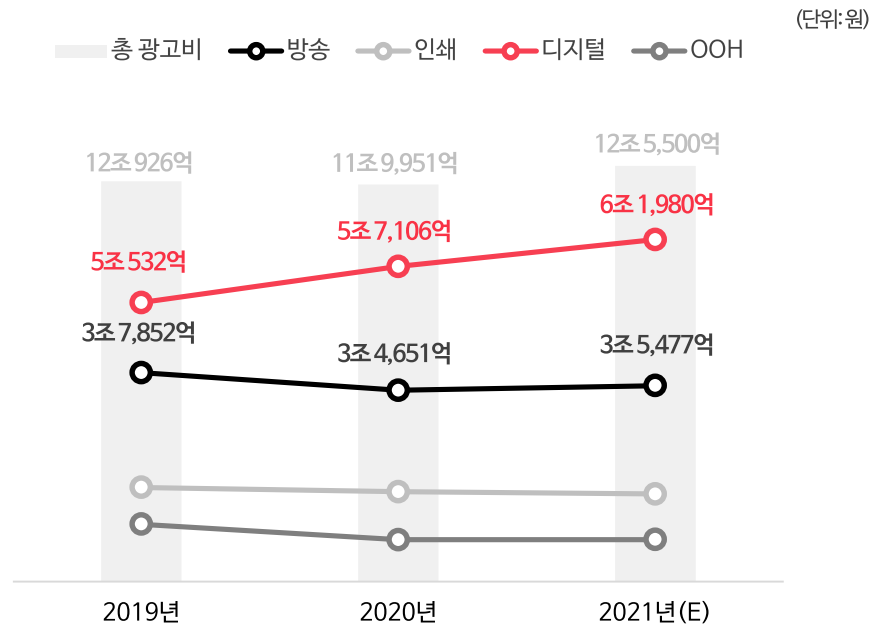
* Source : 트위터

MARKET ISSUE

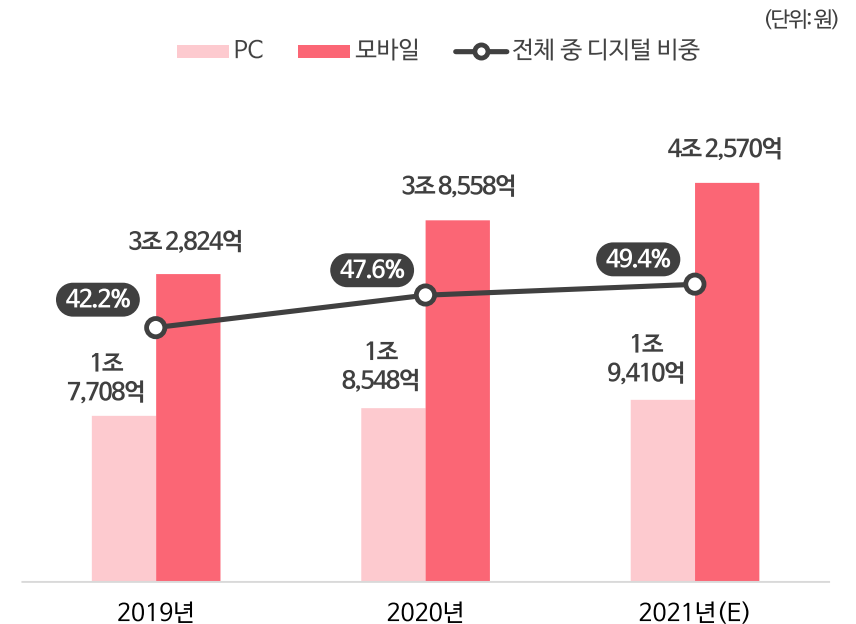
제일기획, 2021년 디지털 광고비 6조 원 돌파...시장 점유율 50% 육박 예상

- 2020년 국내 총 광고비는 전년 대비 0.8% 감소한 약 12조 원, 2021년 광고 시장은 경기 회복 기대와 소비 심리 상승에 따라 4.6% 성장한 12.6조 원을 달성할 전망
- 2020년 PC와 모바일 광고비는 각각 전년 대비 4.7%, 17.5% 증가, 재택근무·온라인 수업 등 디지털 동영상을 활용한 온라인 서비스 이용이 증가하며 동반 성장
- 2021년 디지털 광고 시장 규모(PC + 모바일)는 2020년 대비 8.5% 성장한 약 6.2조 원으로 예상되며, 전체 광고 시장 내 약 50%를 점유할 것으로 예측

| 2019-2021년 국내 총 광고비 현황 |



| 2019-2021년 디지털 광고 시장 규모 |



* Source : 제일기획

국내 모빌리티 시장, 통합 플랫폼을 중심으로 경쟁 본격화

- 국내 모빌리티 시장은 카카오모빌리티, 티맵, 쏘카 등 ‘서비스형 모빌리티(MaaS*)’ 플랫폼을 보유한 전문 업체 중심으로 점유율 확보 경쟁이 심화되고 있음
- 지난 2월 ‘카카오T’ 앱 내 기차표 조회/예매 서비스를 출시한 카카오모빌리티는 연내 자율주행/전기차 등 신규 사업을 확장하며 ‘카카오T’ 플랫폼 경쟁력을 강화해 나갈 전망

*MaaS(Mobility as a Services): 서비스로서의 모빌리티, 통합된 디지털 플랫폼에서 개인의 교통수단 내 가능한 모든 대안과 선호도를 고려하여 이동 계획, 예약, 지급결제 등 서비스 제공

| 모빌리티 플랫폼 사업자 비교 |

			
서비스명	카카오모빌리티	티맵	쏘카
월간 활성 이용자	600만 명 (카카오T 앱)	1,200만 명 (T맵 앱)	100만 명 이하 (쏘카+타다 앱)
주요 서비스	택시 호출, 대리운전, 주차, 바이크, 셔틀버스 등	택시 호출, 주차, 대중교통 등	가맹택시/대리운전(타다), 차량 공유/중고차(쏘카)
최신 이슈	대규모 글로벌 투자 유치, 기업가치 약 3.4조원 평가	우버와 합작회사 ‘우티’ 4월 정식 출시 예정	올 상반기 제주도 내 유상 자율주행 서비스 출시

| 신규 사업 확장하는 카카오모빌리티 |

-  **카카오T 기차 서비스 시작** _ 2월 1일
: 기차표 조회 및 예매 제공, 기존의 시외버스-택시 서비스와 연동
-  **카카오T 자율주행차 서비스 검토** _ 2월 17일
: 유료 자율주행 셔틀 사업 목적으로 상반기 내 자율주행차 자체 출시 예정
-  **카카오T 벤티 대형승합택시 지역 확장** _ 2월 18일
: 서울시에 이어 경기도 부천시에서 운행 시작, 연내 전국 1만 대 확대 계획
-  **전기차 충전소 시장 진출 및 전기 택시 지원 프로그램 개시** _ 3월 4일
: 카카오맵, 카카오페이 등과 연동한 충전소 서비스 신규 도입 예정
: ‘카카오T 블루’ 신규/기존 기사 대상 전기차 구매 비용 지원 프로그램 도입

* Source : 관련 기사, 오토저널(한국자동차공학회), 닐슨코리안클릭(2021년 1월 기준 MAU)

KT, 빅데이터 기반 폐쇄형 커머스 ‘Kdeal’ 출시…신성장 사업 기대

- 통신사의 폐쇄형 커머스는 빅데이터와 커머스, 광고 타겟팅 기술이 결합한 융합형 서비스로 구매 가능성이 높은 타겟 대상으로 문자 메시지 광고를 발송하여 구매를 유도하는 방식
- 이동통신 3사 중 SKT와 LG U+는 2020년에 서비스 출시, KT는 2021년 3월 나스미디어와 협업하여 Kdeal 출시
- 신규 수익원 확보 뿐 아니라 통신사 데이터 활용, 이용자 혜택 제공 및 소상공인과의 상생을 강조하며 ESG(환경, 사회, 지배구조) 경영 수단으로 활용

| 통신사 폐쇄형 커머스 진행 프로세스 |



| 통신3사 폐쇄형 커머스 |

서비스명	K deal [입점 문의]	T deal	U+ 콕
통신사	KT	SKT	LG U+
출시일	2021.03	2020.04	2020.10

* Source : 관련 기사

이달의단신 소식

구분	이슈
주요 매체	- 네이버 예약에 AI 기반 장소 추천 엔진 '에어스페이스' 적용 : 사용자가 '네이버 예약' 서비스를 활용해 숙소 예약 시 '내 예약 정보' 페이지에서 숙소 인근 맛집이나 가볼 만한 곳 등 추천 - 구글, 인앱결제 수수료 인하 검토 중... 과학기술정보방송통신위원회, 15% 이하 수준으로 인하할 것 요구 : 구글이 게임앱에만 적용되던 인앱결제 의무화를 올해 9월 말부터 모든 앱으로 확대해 '30% 수수료'를 부과하겠다고 발표해 논란이 제기돼 관련 사항 검토 중 - 카카오 선물하기, 개인 사업자와 기업용 선물 위한 플랫폼 '선물하기 포 비즈 (for Biz)' 출시 : 사업자가 사은품 지급 목적으로 선물을 대량 구입해 카카오톡으로 쉽고 빠르게 전달할 수 있는 사업용 선물 플랫폼. 1회 주문당 최대 5,000건 선물 발송 가능
SNS	- 틱톡, 미국 전자상거래 시장 내 페이스북 상대로 커머스 사업 도전장 : 인플루언서가 광고주 제품 구매 링크를 공유하면 그에 따른 수수료를 받을 수 있는 기능을 도입할 예정, 모바일 버전의 TV 홈쇼핑 '실시간 스트리밍' 쇼핑도 출시할 계획 - 틱톡-쇼피파이 글로벌 파트너십, 한국으로 확대 : 쇼피파이 판매자는 쇼피파이 내 대시보드에서 '틱톡 포 비즈니스 애드 매니저'에 접근 가능, 틱톡 채널 내 광고 캠페인을 생성·관리하고 실시간 확인 기능 지원 - 오디오 SNS '클럽하우스' 열풍... 2월 24일 기준 글로벌 1,050만 다운로드 & 한국 32만 건 : 올해 2월 7일에 소셜네트워크 앱 1위, 9일에는 전체 앱 1위 자리에 오르며 지속적으로 인기 상승, 페이스북과 트위터에서도 유사 플랫폼 '파이어사이드', '스페이스' 출시 - 싸이월드, 5월 웹·모바일 버전 동시 공개 예정... 메타버스와 가상자산 도입해 변화 예고 : 기존 미니홈피와 미니미(아바타) 등에 '메타버스' 요소를 활용하고, 콘텐츠 구매 시 사용되던 도토리를 '가상화폐'로 전환하는 등 1020대 부터 3040까지 공략할 계획
커머스	'쿠팡·네이버·SSG' 이커머스 3파전, 승부처는 배송 : 쿠팡은 풀필먼스 서비스 '로켓제휴' 명칭 '제트배송'으로 변경, 네이버는 CJ대한통운과 협력해 당일·지정일 배송 등 도입 예정, SSG은 이마트 오프라인 점포망 활용할 계획
콘텐츠	- 쿠팡 OTT '쿠팡 플레이', 손흥민 선수 출전하는 토트넘 경기 실시간 제공 : 쿠팡은 약 500만 명으로 추산되는 쿠팡 와우 멤버십 회원에게 EPL 콘텐츠 제공, 이를 통해 기존 유저 락인효과 및 신규 유저·EPL 팬 유입 기대 - 광고·영화·콘서트도 지속가능하게... '버추얼 프로덕션' 부상 : 버추얼 세트는 가상의 3D 공간을 실제 세트처럼 만든 뒤 인물·오브제·장식 미술품 등을 실시간으로 합성하는 기술, 광고 제작 시 편집 시간 단축 및 제작 비용 절감 가능
광고 시장	오전 7시 ~ 밤 10시 TV 포함 대부분 매체에서 주류 광고 금지, IPTV·옥외광고도 제한 : 보건복지부 '국민건강증진법 시행령 및 시행규칙 개정안' 입법예고, 음주폐해예방 분야 내 주류광고 금지 대상을 일부 신설·확대해 주류 광고 기준 개정

나스리포트를 통해 배포된 다양한 보고서는
나스미디어 홈페이지에서도 확인하실 수 있습니다.

[홈페이지에서 확인하기](#)