MEDIA & MARKET ISSUE Vol.319

주요미디어 & 마켓이슈

Media & Market issue
2021.07

Published by
Trend strategy team

nasmedia

INDEX

주요 미디어 & 마켓 트렌드

MEDIA ISSUE

- 2021 국내 유튜브 트렌드, 실시간 스트리밍 및 능동적인 콘텐츠 소비 증가
- 카카오, 카카오톡에 정기 구독 플랫폼 '구독ON' 출시
- 네이버, 콘텐츠와 커뮤니티 기능이 결합한 '네이버 게임' 서비스 오픈

MARKET ISSUE

- 당근마켓, 지역 기반 커뮤니티·커머스 서비스 확대…하이퍼로컬 플랫폼으로 발전
- 국내 명품 수요 증가, 온라인 명품 쇼핑 플랫폼 시장 성장 가속화

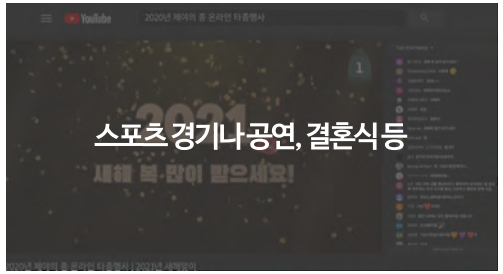
2021 국내 유튜브 트렌드, 실시간 스트리밍 및 능동적인 콘텐츠 소비 증가

Google

- 유튜브는 코로나19 이후 영상 트렌드를 소개하는 '2021 유튜브 문화 & 트렌드 리포트' 발표, 한국을 비롯해 영국, 프랑스, 독일 등 전 세계 8개 지역 트렌드 분석
- 국내에서는 실시간 스트리밍을 통해 오프라인 행사를 대체하는 사례가 증가했으며 이용자들의 능동적 소비로 인해 과거의 예능/가요가 재조명되고 참여형 콘텐츠 제작이 활발해짐

| 2021 국내 주요 유튜브 문화 & 트렌드 |

실시간 스트리밍 증가



45% ---- 최소 한 달에 한 번, 현실에서 참석 불가한 행사를 온라인으로 시청

52% ---- 최소 한 달에 한 번, 콘서트나 행사의 실시간 스트리밍 시청

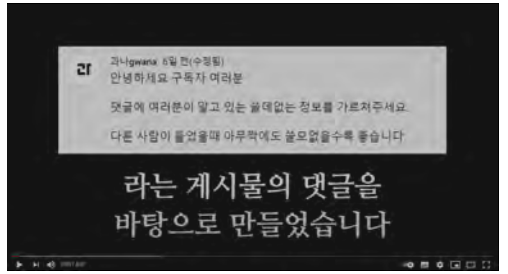
77% ---- 최소 한 달에 한 번, 무언가를 하는 방법을 배울 수 있는 영상 시청

41% ---- 동기 부여에 도움을 주는 콘텐츠 시청 경험 있음

능동적인 콘텐츠 소비 확산

64% 최소 한 달에 한 번, 수십 년 전 영상 발견 혹은 시청

과거 발매된 가요의 역주행이나 예능 프로그램 유행어 재탄생



56% 최소 한 달에 한 번, 다른 사람들과 연결되기 위해 온라인 영상 시청

시청자들의 댓글을 활용해 노래(가사), 드라마(스토리) 제작

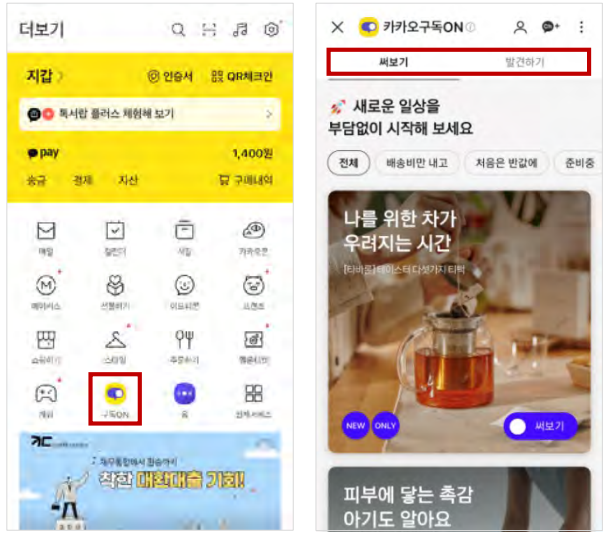
* Source : YouTube Culture & Trends, 모든 설문조사 결과는 입소스(Ipsos)를 통한 유튜브 자체 조사 결과

카카오, 카카오톡에 정기 구독 플랫폼 '구독ON' 출시

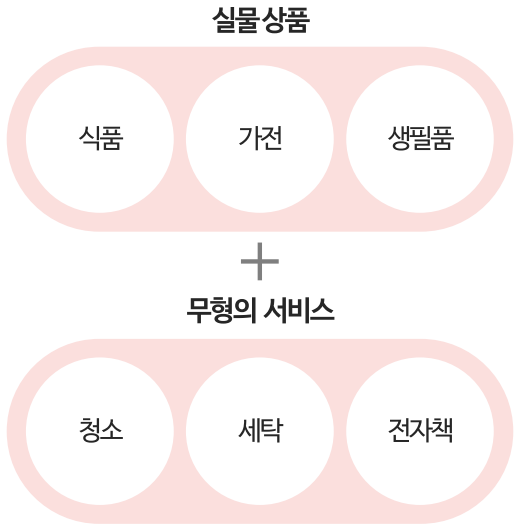
kakao

- 상품과 서비스를 정기 구독할 수 있는 정기 구독 플랫폼 '구독ON' 출시, 할인 및 무료 구독을 통한 서비스 체험이 가능하며 이용자 특성에 맞는 구독 상품 제안
- 카카오톡을 통해 이용자가 쉽고 간편하게 구독을 관리할 수 있도록 서비스 고도화 예정

| 서비스 개요 |

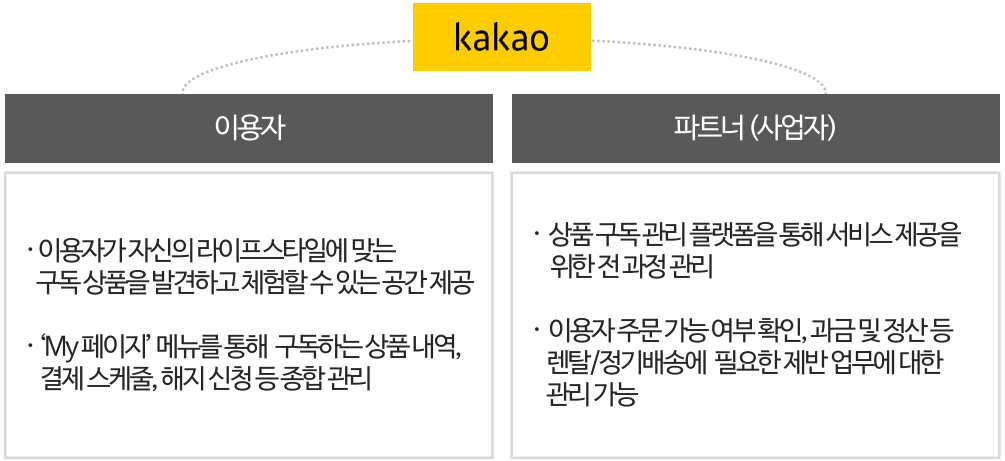


- 구독을 쉽게 관리할 수 있도록 카카오톡 내 서비스 제공
- '써보기' 탭: 할인 및 무료 구독 체험 상품 노출
- '발견하기' 탭: 이용자에게 제안하는 큐레이션 공간



- 식품, 가전, 생필품 등 실물 상품뿐 아니라 청소, 세탁 등 무형의 서비스까지 다양한 구독 상품 구비

| 구독ON 서비스 구조 |



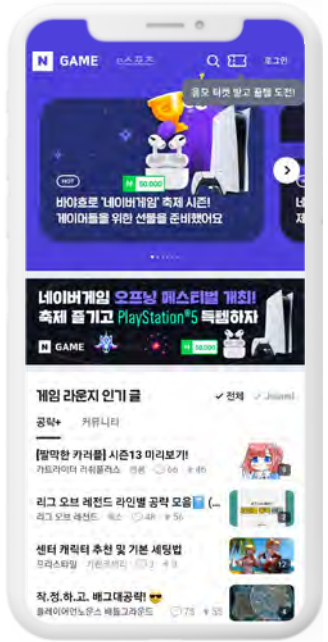
* Source : 카카오

네이버, 콘텐츠와 커뮤니티 기능이 결합된 '네이버 게임' 서비스 오픈

NAVER

- 2020년 6월부터 베타 서비스 1년 진행 후, 22일 게임 콘텐츠와 커뮤니티 기능이 결합된 게임 종합 포털 서비스 '네이버 게임' 정식 출시
- 커뮤니티를 기반으로 뉴스, 방송 등 추가적인 디지털 콘텐츠 를 제공해 지속 증가하는 게임 관련 트래픽을 자사 플랫폼으로 유도

| 네이버 게임 서비스 주요 기능 |



게임 라운지

게임사와 게임 이용자를 위한 커뮤니티
- 게임사에서 네이버 '게임 검색' 등록 시, 라운지 생성
- 네이버 검색과 연동되어, 게임 검색 결과에 라운지 노출

게임사 게임 마케팅 창구로 활용 가능
(사전예약, 이벤트, 프로모션 기능 등 지원)

이용자 게임 이용자 간 소통을 할 수 있을 뿐 아니라 공략/동영상/DB 등 필요한 정보 획득 가능

e스포츠

뉴스, 리그 일정, 라이브 중계, VOD 등 관련 정보 제공

LCK LCK CL GSL PWS BSC MSI 롤드컵

PC게임

온라인 게임 접속 기능, 이벤트, 랭킹 등 제공

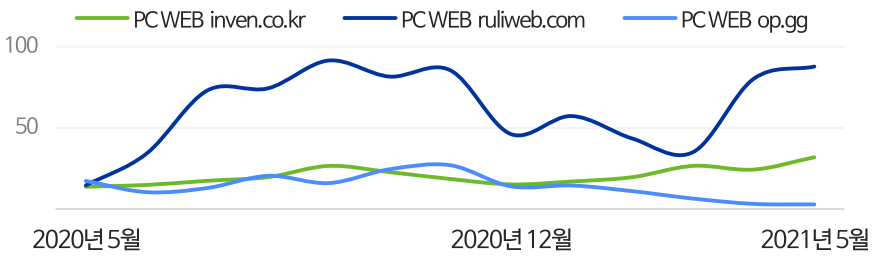
그 외 콘텐츠

오리지널 시리즈, 이번 달 출시 게임, 공식 게임 카페 등

| 주요 게임 커뮤니티 관련 서비스 |

	INVEN	RULIWEB	OP.GG
서비스 요약	국내 최대 게임 전문 웹진	게임 중심의 서브컬쳐 커뮤니티	세계 최대 게임 데이터 분석 플랫폼
순이용자수 (PC WEB)	151만	76만	23만
주 이용자	1030 남성	2030 남성	1030 남성

- 각 사이트별 평균 이용시간(분) -



* Source : 네이버, 코리안클릭(2021.05), 관련 기사

02

MARKET ISSUE

nasmedia

당근마켓, 지역 기반 커뮤니티·커머스 서비스 확대…하이퍼로컬 플랫폼으로 발전

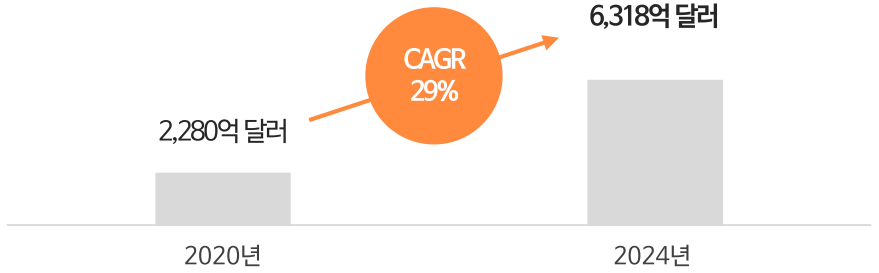
- 당근마켓은 동네 기반 중고거래 서비스로 1,500만 명의 월간 이용자를 확보, 지역 커뮤니티를 지향하며 이웃 간의 연결 뿐 아니라 지역 소상공인과 주민들 간 서비스 연결
- 코로나19의 영향으로 집과 동네, 디지털 중심으로 라이프스타일 변화. 글로벌 하이퍼로컬* 시장이 성장하고 있으며 동네 기반의 커뮤니티, 비즈니스 플랫폼이 주목받고 있음

*하이퍼로컬: '아주좁은범위의특정지역에맞춘'이라는의미로하이퍼로컬서비스는특정지역, 동네자체를경험하고소비한다는개념

| 당근마켓 주요 서비스 |

	홈 – 중고 직거래	동네생활 – 커뮤니티	내근처 – 생활 서비스
주요 서비스			
서비스 확대	당근배송(송파구 베타서비스) | 간편결제 당근페이(준비중) | 지역 생활 서비스 확대		

| 글로벌 하이퍼로컬 시장 및 주요 서비스 |



국가	미국	중국	영국
서비스명	넥스트도어	메이퇀 유쉬안	올리오
주요 서비스	동네 기반 중고거래·부동산·구인구직 등	같은 아파트 주민끼리 공동구매	이웃 간 남은 식자재 및 중고물품 거래

* Source : 관련 기사, Technavio

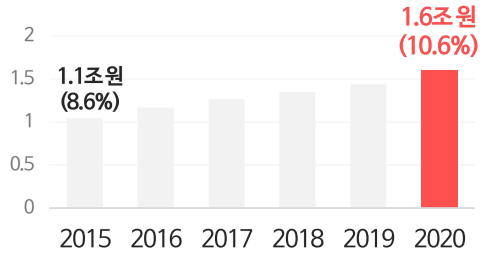
nasmedia

국내 명품 수요 증가, 온라인 명품 쇼핑 플랫폼 시장 성장 가속화

- 2020년 국내 온라인 명품 시장 규모는 1.6조 원으로 전체 국내 전체 명품 시장 규모 14.2조 원 중 약 10% 차지, 보복 심리로 인한 수요 증가와 디지털에 익숙한 MZ세대 유입 영향
- '대형 온라인 쇼핑 플랫폼'은 명품 판매를 본격화하고 '명품만 전문으로 판매하는 스타트업'은 대규모 투자 유치로 성장성 입증, 향후 제품 확보 및 차별화 서비스 제공에 집중할 전망

| 국내 온라인 명품 규모 추이 |

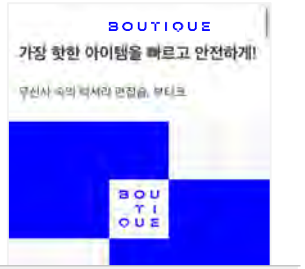
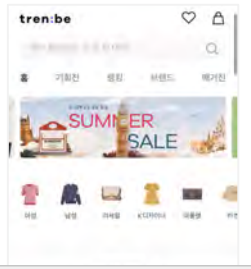
*괄호는 전체 명품 시장 중 온라인 매출 비중



국내 성장 요인

1. 코로나19로 인한 보복 소비 심리
2. MZ세대 명품 구매층으로 유입
   cf, 머스트잇 MZ세대 구매 채널 온라인 48.8%
3. 최근 4050세대, 온라인 구매도 증가
   cf, 발란 4554 비중 : 29%
4. 명품 리세일 시장 증가
   cf, 턴백, MZ세대 50% 이상 1년이내 중고 판매
   90% 중고 명품 구입(저렴해서)

| 온라인 명품 쇼핑 플랫폼 확대 |

	대형 온라인 쇼핑 플랫폼, '명품' 카테고리 확장		명품 전문 스타트업, 투자 유치 기반 사업 확대		
					
	카카오톡 선물하기 명품 카테고리 확대(6월)	**무신사 - 부티크** 럭셔리 편집숍 오픈(6월)	**머스트잇 (2011년)** 국내 병행 수입 업체 협력	**발란 (2015년)** 해외 부티크 + 국내 병행 업체	**트렌비 (2017년)** 글로벌 백화점, 디자이너숍
현황	샤넬 N°5 100주년 기념 외부채널 중 한정판 단독 판매	15개 브랜드 확보 직매입 가격 저렴 + 새벽 배송	'20년 거래액 2,500억 원 누적 투자금 280억 원	'21년 1Q, QoQ +298% 네이버 전략적 투자 유치	월 거래액 150억 원 누적 투자금 400억 원
2021 계획	- 명품 브랜드 협업 지속 - 선물 통한 관계형 커머스 지향	- 올해 100개 브랜드 확보 - 해외 신진 브랜드 제안	- 마케팅 역량 강화 - 커뮤니케이션 채널 확대	- 2천여 개 파트너 확보 - 최저가 비교 서비스 도입	- 자체 개발 검색엔진 '트렌봇' 고도화 - 해외거점 통해 해외 진출

* Source : 유로모니터, 관련 기사

nasmedia

이 달의 단신 소식

구분	이슈
주요 매체	• **네이버, 중소상공인(SME) 전용 '플레이스 광고' 6월 28일 출시…고객 접점 확대 수요** : 하루 최소 50원, 최대 2만 원으로 네이버 플레이스 및 네이버 지도에 노출되는 광고 상품을 베타 서비스로 출시, 지역과 키워드 기반 광고 가능 • **구글 "콘텐츠 앱 수수료 일정 기간 15%로 감면"** : 영상·오디오·도서 등 콘텐츠 분야에 한해 일시적으로 앱 수수료를 15%로 감면하는 방안 발표, 국내 서비스 중 네이버·카카오의 웹툰 서비스 등이 해당 • **페이스북·인스타그램, 크리에이터 수익 활동 적극 장려** : 자사 플랫폼에 더 많은 크리에이터를 확보하기 위해 2023년까지 유료 온라인 행사, 팬 구독, 곧 출시될 뉴스 상품 등에 수수료를 부과하지 않기로 발표 • **트위터 플릿에 풀스크린 광고 생긴다** : 인스타그램 스토리와 유사한 기능인 플릿에 풀스크린 광고 도입, 일부 광고주 대상으로 상품 테스트 중
유통/커머스	• **카카오, 9월 1일 카카오커머스 흡수합병…네이버·쿠팡 추격 페달** : 자회사 카카오커머스 다시 흡수합병, 네이버와 쿠팡이 선점한 전자상거래 업계에서 영향력을 확대하기 위한 조치로 해석됨 • **이마트, 3.4조에 이베이코리아 인수…쿠팡 제치고 이커머스 2위로** : 신세계그룹 이마트가 이베이코리아 지분 80% 인수, 양사의 합산 거래액은 25조 원으로 쿠팡(21조 원)을 제치고 네이버쇼핑(27조 원)에 이은 2위 사업자로 등극 • **페이스북, SNS 쇼핑 사업 확장…이커머스 경쟁력 확보하나** : 페이스북, 인스타그램에 이어 이커머스 서비스 '숍스(Shops)'를 왓츠앱과 페이스북 마켓 플레이스로 확장, 이와 함께 인공지능 기술을 접목한 검색 기능 추가
게임/콘텐츠	• **지스타2021, 온-오프라인 행사로 11월 17일 개최 확정** : 온라인 중심으로 진행된 작년과 달리 올해는 오프라인 전시 재개, 오프라인 동시 참관객 수 제한 상황 대응을 위한 전시 일자 및 운영 공간 확대 검토 중 • **네이버, '왓패드 웹툰 스튜디오' 설립…글로벌 IP 사업 시너지 가속** : 글로벌 영상 사업에 시너지를 내기 위해 웹툰 스튜디오와 왓패드 스튜디오 통합, 왓패드 인수 이후 글로벌 지식재산(IP) 비즈니스 확대가 목적 • **쿠팡플레이, 도쿄올림픽 온라인 단독 중계권 확보** : 국가대표 축구 경기, 코파아메라카 등 최근 스포츠 콘텐츠 지속 강화하고 있는 쿠팡플레이가 7월 23일 개막하는 도쿄올림픽을 온라인으로 단독 중계 예정
광고 시장	• **아침 7시~밤 10시까지, TV·IPTV·DMB·옥외스크린서 주류광고 '금지'** : 그동안은 TV방송에 대해서만 주류 광고가 금지되었으나, 앞으로는 데이터방송, IPTV, DMB, 옥외스크린, 교통시설 및 교통수단에도 동일한 규제 적용 예정

nasmedia

나스리포트를 통해 배포된 다양한 보고서는
나스미디어 홈페이지에서도 확인하실 수 있습니다.

홈페이지에서 확인하기

커넥트전략실 트렌드전략팀

nasmedia

나스미디어 보고서 활용 안내

이 보고서는 나스미디어에서 작성해 무료로 배포하는 보고서입니다.
단, 해당 보고서를 인용 또는 활용 시에는 아래 사항을 꼭 유의해주시기 바랍니다.

보고서 인용 및 활용 시 주의 사항

1. 본 보고서를 인용 및 활용 시에는 사전 동의를 득해야 합니다.
2. 본 보고서의 텍스트 내용을 임의로 가공해서 기사글이나 본문에 재인용하는 것을 금지합니다.
3. 본 보고서 전문을 웹에 게시하거나 상업적으로 활용할 수 없습니다.

출처 표기 시 유의 사항

1. 본 보고서를 PDF 파일 혹은 이미지 스크린샷 형태로 인용할 경우 아래와 같은 표기법을 지켜주시기 바랍니다.
   출처: (한글) 나스미디어, (영문) nasmedia
2. 본 보고서에서 활용한 외부기관자료의 데이터를(정량적 수치) 인용할 경우
   보고서 내에 표기되어 있는 원본 자료 출처를 명시해주시기 바랍니다.
   예시: 나스미디어 보고서에서 확인한 '통계청' 데이터 재인용의 경우, 출처는 '통계청'로 기재 (나스미디어 X)

Copyright ⓒ NASMEDIA Co., LTD. All Rights Reserved

nasmedia