

MEDIA & MARKET ISSUE Vol.338

주요미디어 & 마켓이슈

Media & Market issue
2023.02

Published by
Trend strategy team

nasmedia

INDEX

주요 미디어 & 마켓 트렌드

MEDIA ISSUE

- 네이버, 2022년 연간 매출 8조 원 돌파...AI·커머스 등 신사업 기대
- 카카오, 2022년 연간 매출 7조 원 달성...커뮤니케이션 기능 강화 집중
- 유튜브, '쇼츠'에도 광고 수익 배분...숏폼 콘텐츠 경쟁력 확보

MARKET ISSUE

- ChatGPT 글로벌 관심 증대...MS·구글·네이버 등 빅테크 기업의 AI 시장 진출 확대
- 간편결제 서비스 '애플페이' 국내 진출 공식화
- 2022 방송통신광고비 조사 - 2023년 국내 총 광고비 약 7.2% 증가 예상

01

MEDIA ISSUE

nasmedia

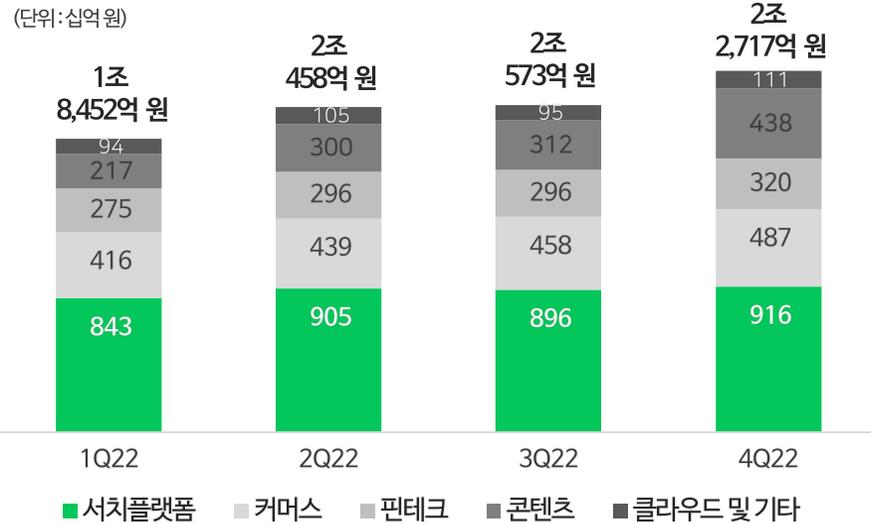
네이버, 2022년 연간 매출 8조 원 돌파...AI·커머스 등 신사업 기대



- 2022년 4분기 콘텐츠 및 핀테크 성장을 기반으로 2022년 연간 매출은 8조 2,201억 원을 기록하며 전년 대비 20.6% 증가, 영업이익은 전년 대비 1.6% 감소한 1조 3,047억 원 기록
- 2023년 상반기 내 업그레이드 된 검색 경험을 제공하는 AI 서비스 '서치 GPT' 출시 및 북미 C2C(개인 간 거래) 플랫폼 '포시마크' 흑자 전환 등 새로운 성장 동력을 확보해 나갈 전망

| 2022년 4분기 네이버 부문별 매출 현황 |

2022년 - 매출 8조 2,201억 원 / 영업이익 1조 3,047억 원



주요 사업 부문별 이슈 및 향후 계획

사업 부문	주요 이슈	향후 계획
서치플랫폼	쇼핑·플레이스·블로그 등 검색 광고와 연계 가능한 자체 서비스 및 최신 기술 접목 영향 서치플랫폼 2022년 전체 매출 YoY 7.9% 성장	- 검색 품질 향상 및 신규 광고 지면 발굴 계획 - 생성형 AI 기반 서비스 '서치 GPT' 출시 예정
커머스	커머스 통합 거래액 YoY +13.7% - 브랜드 스토어, 여행/예약, 크림 서비스 고성장 멤버십 가입자 수 성장으로 거래액 증가 - 멤버십 유료 이용자 구독료 매출액, YoY 24.7%	- 주요 마트와 1시간 내 배송 서비스 제휴 확대 - 북미 C2C 플랫폼 '포시마크'에 쇼핑렌즈, 라이브커머스 등 네이버 기술 활용 강화
핀테크	오프라인 결제액 6,800억 원 달성 YoY +68% 대형 브랜드 및 버티컬 결제처 확대 및 예약결제 증가 개인대출비교서비스 업계 내 4위 안착 11월 30일 출시 후 한 달여 만에 높은 성장 잠재력 보임	- 신용대출비교 서비스 고도화 - 제휴 금융사 네트워크 및 금융 상품 확대
콘텐츠	글로벌 웹툰 통합 거래액 4,033억 원 달성 글로벌 웹툰 매출 YoY +79.7% 일본 통합 유료 이용자 YoY 25% 증가	- 오리지널 콘텐츠 유동 확대 및 수익화 개선 - 상반기 내 e북재팬-라인망가 연동 작업 완료

* Source: 네이버

카카오, 2022년 연간 매출 7조 원 달성...커뮤니케이션 기능 강화 집중

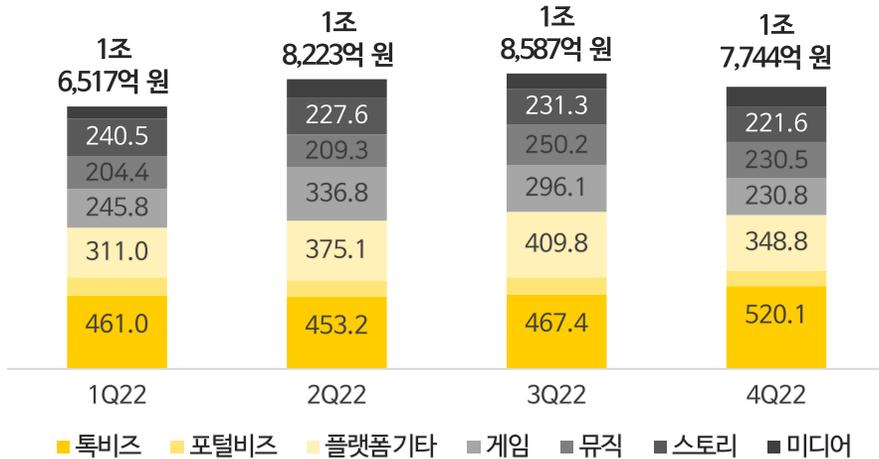


- 2022년 매출은 7조 1,071억 원으로 전년 대비 16% 증가했으며 영업이익은 5,805억 원으로 전년 대비 2% 감소, 플랫폼 및 콘텐츠 부문이 성장하며 역대 매출 달성
- 2023년 카카오는 카카오톡의 개편을 통해 채팅탭 중심의 커뮤니케이션을 세분화할 예정이며, 한국어 특화 AI 모델 'KoGPT' 활용한 신규 서비스를 출시해 수익원 확보에 적극 나설 전망

| 2022년 4분기 카카오 부문별 매출 현황 |

2022년 매출 7조 1,071억 원 / 영업이익 5,805억 원

(단위: 십억 원)



주요 사업 부문별 이슈 및 향후 계획

사업 부문	주요 이슈	향후 계획
특비즈 광고형	광고비 예산 축소와 광고 중단 이슈에도 성장 - 특비즈 광고형 부문 YoY +3% - 비즈보드 성장 둔화 불구 특채널 견조하게 성장	- 비즈보드 CPT 및 메시지 광고에 동영상 상품 활용으로 브랜딩 경쟁력 증대 - 중소형 광고주향 특 광고 상품 활용성 개선 - 텍스트어 플랫폼 및 비즈니스 도구 연계 강화
특비즈 거래형	선물하기 직매입 상품 확대 및 럭셔리 부문 성장 - 특비즈 거래형 부문 YoY +17% - 선물하기 배송 상품 거래액 YoY +7%, 성장 견인 - 럭셔리 카테고리 자기 구매율 48% 차지	- 소비력 높은 중장년층 선호하는 식품 카테고리의 프리미엄 라인업 확대 - 특채널 + 텍스트어 결합한 광고형 커머스 비즈니스 모델 출시 예정 (구매 데이터 기반 타겟팅, 원스톱 구매 연결)
콘텐츠	IP 유통 매출 성장 및 제작 작품 수 확대로 증가 (스토리) 일본 연간 거래액 +29%, 시장 성장 견인 한국 IP 라인업 전체 중 85% 차지, 저변 확대 (미디어) 영화 '헌트' 북미 성공 및 텐트폴 IP 확보 (소방서연경찰서/경성크리쳐 시즌 2 제작)	- 카카오엔터 1조 2,000억 원 투자 유치 보유 IP 포트폴리오 및 사업 역량 집약해 부가가치 창출 및 글로벌 진출 기반 마련

* Source: 카카오

유튜브, '쇼츠'에도 광고 수익 배분...숏폼 콘텐츠 경쟁력 확보



- 1020세대 젊은 층을 중심으로 유튜브내 숏폼 플랫폼 '쇼츠' 이용량 지속 증가, 유튜브는 2023년 2월부터 YPP*를 통한 광고 수익 배분 범위를 일반 동영상에서 쇼츠까지 확대
- 숏폼 플랫폼에서 '조회수에 따른 광고 수익'을 창작자에게 배분하는 최초의 사례로, 유튜브내 신규 크리에이터 유입 및 양질의 콘텐츠 생산 증대 기대

* YPP: YouTube 파트너 프로그램, 유튜브 크리에이터가 광고 수익을 얻기 위해 필수적으로 맺어야 하는 파트너십

| 유튜브 쇼츠 이용 현황 |

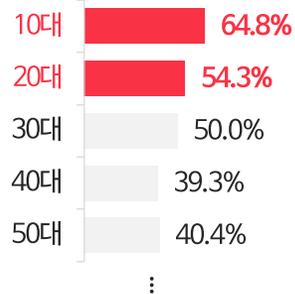
글로벌 기준 유튜브 쇼츠 일평균 조회수
2022년 1분기 300억 회에서 4분기 500억 회로 성장

국내 유튜브 이용자의 '쇼츠' 소비 증가

* 유튜브 주이용 메뉴 (1~3순위)
'쇼츠(Shorts)' 응답 비율



연령별 이용 비율



| 유튜브 쇼츠 광고 수익 배분 - 주요 내용 |

구분	주요내용	쇼츠 광고 예시
시행일	2023년 2월 1일	
YPP 기준	YPP 자격 요건 업데이트 - 쇼츠 항목 추가 필수 구독자 1,000명 + or 영상 시청 시간 4,000 시간 (최근 12개월간) 또는 쇼츠 조회수 1,000만 회 (최근 90일간)	
광고 방식	쇼츠 영상 사이에 광고 삽입	
수익 배분	최종 수익(쇼츠 광고로 발생한 수익 - 음악 라이선스 비용)의 45%	
기대효과	- 쇼츠의 수익화로 더 많은 크리에이터 유입 - 유튜브내 오리지널 숏폼 콘텐츠 생산 및 소비 활성화 - 광고주에게도 새로운 마케팅 기회 제공	

* Source: 나스미디어 2023 NPR, 관련 기사

02

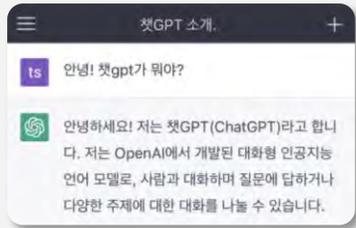
MARKET ISSUE

ChatGPT 글로벌 관심 증대...MS·구글·네이버 등 빅테크기업의 AI 시장 진출 확대

- 대화형 AI 서비스 'ChatGPT'는 2022년 11월 베타 출시 이후 단 2개월 만에 글로벌 MAU 1억 명을 돌파, 국내외 빅테크 기업들은 생성형 AI* 시장 진출 계획을 발표하며 시장 확장 중
- ChatGPT를 기존 자사 서비스에 도입한 마이크로소프트를 시작으로 구글·네이버·카카오 등이 자체 생성형 AI 모델을 공개, 2023년 내 AI 관련 비즈니스 모델 변화 가속화 예상

* 생성형(Generative) AI: 텍스트·오디오·이미지 등 기존 콘텐츠를 활용해 유사한 콘텐츠를 새로 만들어내는 기술
 ** GPT(Generative Pre-trained Transformer)-3.5: 딥러닝을 통해 스스로 언어를 생성하고 추론하는 능력을 보유한 시 기반 언어 모델

| ChatGPT 정의 및 주요 특징 |



(ChatGPT 실행 화면)

ChatGPT 란?

- 질문 의도에 맞는 결과를 제공하는 대화형 AI 서비스
- 'OpenAI'에서 개발한 AI 모델 GPT-3.5** 활용
- 자료 수집 및 요약·코딩·창작 등 다양한 콘텐츠 생성

| 주요 글로벌 IT 기업 - 생성형 AI 도입 현황 |

기업명	국가	서비스명	AI 모델	주요 특징
MS	미국	ChatGPT	GPT-3.5	- OpenAI에 지속적인 투자 및 파트너십 체결 - 검색엔진 '빙', 협업툴 '팀즈' 등에 ChatGPT 도입 - 100억 달러(한화약 12조 원) 추가 투자
구글	미국	바드(Bard)	람다	- 인공지능 챗봇 '바드(Bard)' 공식 출시 (2월 6일) - AI 스타트업 '앤스로픽'에 4억 달러 투자
네이버	한국	서치GPT	하이퍼클로바	- 상반기 '서치GPT' 출시, 새로운 검색 경험 제공 예정 - 다양한 예시 콘텐츠 및 출처 표기 등 차별화 계획
카카오	한국	출시 예정	KoGPT	- 한국어 특화 AI 챗봇, 2023년 내 출시 예정 - 카카오 생태계와 접목해 버티컬 방식으로 활용 계획
바이두	중국	어니봇 (ERNIE Bot)	어니	- ChatGPT 유사 AI 챗봇 3월 출시 예정 - 독립형 앱 출시 후 기존 검색엔진과 통합 예정

| ChatGPT 타임라인 |

- '20년: AI 모델 GPT-3.5 출시
- '22년: ChatGPT 베타 출시
- '23년: 유료 버전 (ChatGPT Plus) 출시

| 글로벌 MAU 1억 명 달성 소요 기간 | 55



* Source: UBS, 관련 기사

간편결제 서비스 '애플페이' 국내 진출 공식화

- 2014년 출시된 애플페이는 결제 단말기 이슈(국내MST*방식, 해외NFC*방식 위주)로 국내 도입이 불발되어왔으나, 최근 현대카드가 애플페이와 국내 도입을 추진하며 출시 공식화
- 국내 Z세대의 81.7%는 애플페이를 사용할 의향이 있으며 현재 아이폰을 사용하지 않는 Z세대 또한 애플페이를 긍정적으로 인식, 향후 간편결제 및 스마트폰 시장 내 영향력 입증 전망

*MST: 마그네틱 보안전송 기술, 삼성페이 지원
*NFC: 근거리 무선 통특정 대역의 주파수를 사용해 10cm 안팎의 짧은 거리에서 데이터를 주고받는 기술

| 애플페이 국내 진출 준비 현황 |



국내 도입 타임라인

'22년 9월 현대카드, 1년간 배타적 사용권 계약 체결
'23년 2월 금융위, 애플페이 국내 사용 최종 승인
현대카드, 배타적 사용권 포기

국내 예상 사용처
NFC 단말기 보유 가맹점
: 편의점·대형마트·백화점 등 (확대 예정)

등록 가능 카드
: 해외 결제 가능한 현대카드
(우선 도입, 타사도 추후 가능 예상)

10%
현, NFC 단말기 설치 비율
국내 신용카드 가맹점
약 290만 곳 중 10%

* 대중교통 이용 불가
* 가맹점, 단말기 설치 시 이용 가능

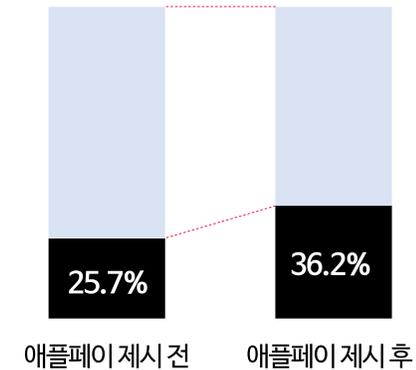
| 애플페이 관련 국내 소비자 인식 |

Z세대 애플페이 이용 의향



Z세대 삼성 스마트폰 사용자 구매 의향 변화

■ 삼성 ■ 애플

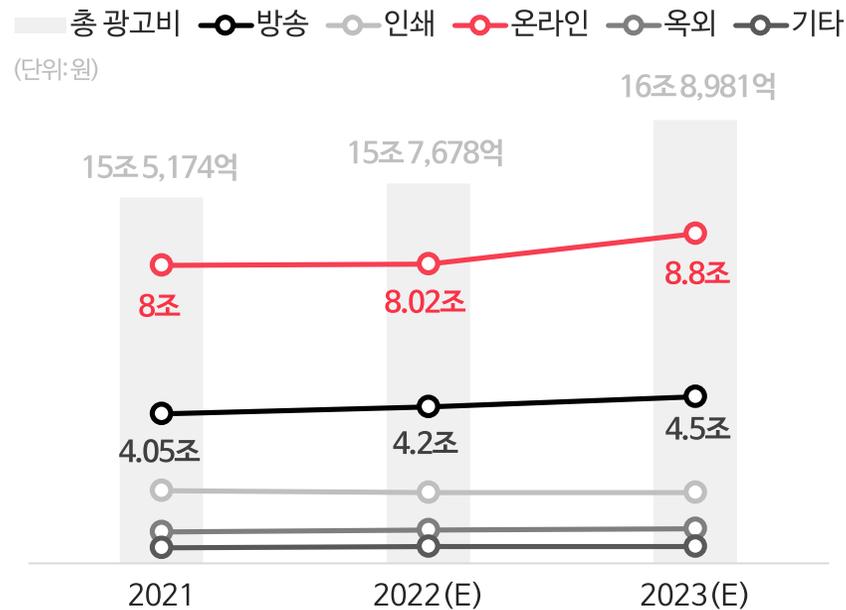


* Source: STATISTA, 관련 기사, 비누랩스

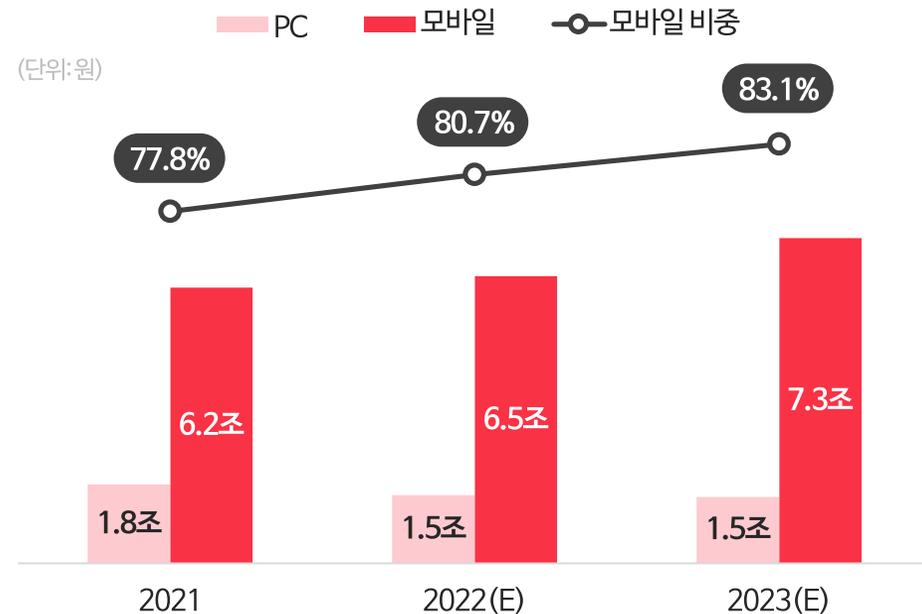
2022 방송통신광고비 조사 - 2023년 국내 총 광고비 약 7.2% 증가 예상

- 코바코 조사에 따르면 2022년 국내 총 광고비는 전년대비 1.6% 증가한 약 15.8조 원으로 추정되며, 2023년에는 7.2% 성장한 약 16.9조 원 전망
- 2023년 온라인 광고 시장 규모는 약 8.8조 원으로 전체 광고 시장 내 52.3% 점유할 것으로 예측되며, 특히 모바일 광고비는 약 13.4% 증가하며 광고 시장 성장을 견인할 것으로 기대

| 2021-2023년 매체별 국내 총 광고비 현황 |



| 2021-2023년 온라인 광고비 시장 규모 |



* Source : 2022 방송통신광고비 조사(코바코)

이달의 단신 소식

구분	이슈
디지털 미디어	<ul style="list-style-type: none"> 유튜브, 국내 음원 스트리밍 시장 내 영향력 확대 :유튜브뮤직의 평균 MAU(국내 안드로이드 사용자 기준)는 488만 2,466명으로 2년 사이 170% 급증한 수치, 유튜브 프리미엄 멤버십과 음악의 다양성을 경쟁력으로 성장세 지속 메타, 작년 4분기 매출 4% 감소...시장 예상치는 상회 :메타의 2022년 4분기 매출은 약 39조 6천억 원, 일일 활성 이용자 수(DAU)는 20억 명을 돌파했으며 2023년에는 효율적 경영과 조직 운영 강화에 집중할 전망 틱톡, 2023년 국내 콘텐츠 트렌드 리포트 발표 :국내 주요 인기 카테고리 '먹방', '스포츠', '웹툰', '뷰티'가 선정되었으며, '일상 공유', '정보 공유'의 목적으로 틱톡을 활용하고 조금 더 긴 영상을 소비하는 이용자 증가 광고업계, 새 학기와 결혼·이사철 맞아 훈풍 :한국방송광고진흥공사에 따르면, 새 학기 및 혼수 제품 관련 신규 광고 캠페인 집행 등의 이유로 올해 2월 광고 경기 전망 지수 전월 대비 소폭 상승한 101.4를 기록
OTT	<ul style="list-style-type: none"> 넷플릭스, 2022년 4분기 실적 공개...4분기 신규 가입자 766만 명 증가 :넷플릭스는 매출 및 영업이익, 가입자 증가율이 예상치를 상회하며 글로벌 회원 2억 3,100만 명 기록, 광고요금제 출시와 '웬즈데이', '해리와메건' 등의 콘텐츠가 가입자 증가 견인 애플TV+, 영국 프리미어리그 중계권 입찰 준비중 :애플TV+가 2025년 이후 만료되는 스카이스포츠와 BT스포츠 채널이 갖고 있는 프리미어리그 중계권 입찰을 준비 중, 유명 리그의 중계권 입찰에 들어가며 스포츠 콘텐츠 확장 시도 OTT 리얼리티 열풍, 올해도 제작 비중 늘어날 전망 :리얼리티 콘텐츠의 경우 타깃층이 명확하고 상대적으로 적은 제작비로 구독자를 확장하는 데 유리, 올해 국내외 OTT에서 다채로운 소재의 한국 리얼리티 콘텐츠 제작할 예정
유통	<ul style="list-style-type: none"> 실내 마스크 의무 착용 해제 영향, 흡소핑 편성 변화...뷰티 방송 전면애 :올해 야외 활동 증가, 실내 마스크 의무 착용 해제 등 라이프링 영향으로 뷰티, 패션, 여행 상품의 방송 편성이 증가했으며 판매 호조를 보이는 추세 시몬스·무인양품 경험하러 여행간다...콘셉트 팝업스토어 유행 :기업이 홍보 목적으로 브랜드의 철학과 제품을 경험할 수 있도록 만든 팝업스토어가 신혼여행지로 주목받으며 마케팅을 넘어 지역 관광 활성화 도모 온라인쇼핑 연간 거래액 200조 원 돌파, 역대 최고치 :통계청에 따르면 지난해 온라인 쇼핑 거래액은 206조 4,916억 원으로 '음·식료품'이 가장 큰 규모 차지, 사회적 거리두기 해제에도 온라인 장보기는 지속적으로 증가하며 15.9% 성장

나스리포트를 통해 배포된 다양한 보고서는
나스미디어 홈페이지에서도 확인하실 수 있습니다.

[홈페이지에서 확인하기](#)

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)