

MEDIA & MARKET ISSUE Vol.339

주요 미디어 & 마켓 이슈

Media & Market issue
2023.03

Published by
Trend strategy team

nasmedia

INDEX

주요 미디어 & 마켓 트렌드

MEDIA ISSUE

- 네이버·카카오 2023 주요 사업(1) 커뮤니티 기능 강화
- 네이버·카카오 2023 주요 사업(2) 커머스 사업 영역 확장
- 네이버·카카오 2023 주요 사업(3) 초거대 AI 엔진 출시 예고

MARKET ISSUE

- 스마트TV의 보급과 동영상 콘텐츠 시청 행태 변화에 따른 CTV 광고 성장
- 택배·모빌리티·배달앱 사업자 기반 물류 산업 패러다임 전환

01

MEDIA ISSUE

nasmedia

네이버·카카오 2023 주요사업(1) 커뮤니티 기능 강화

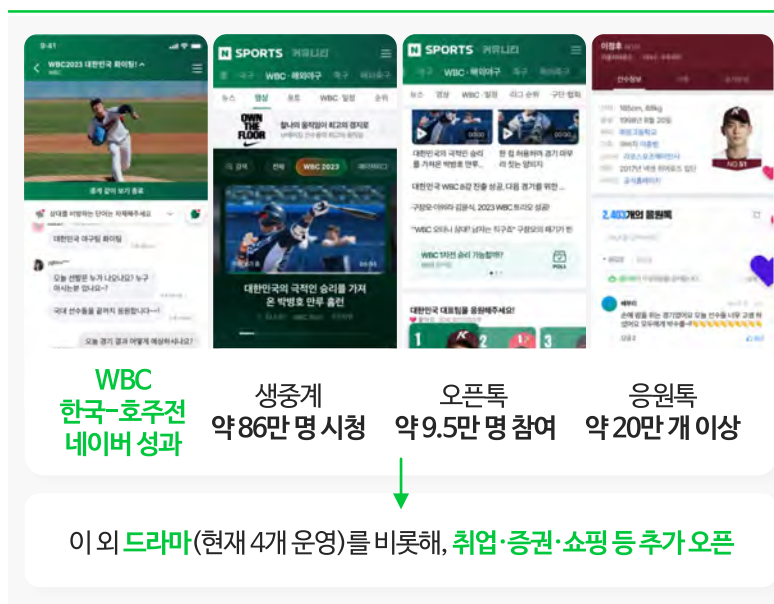
NAVER

kakao

- 네이버는 월드컵에 이어 WBC 생중계권을 확보하며 대형 스포츠 이벤트를 기반으로 오픈톡 활성화, 다양한 카테고리를 추가 오픈하며 이용자 유입을 지속해 나갈 계획
- 카카오톡은 지속적으로 프로필 영역의 상호 작용 기능 확대, 메인 화면 내 메뉴 배치를 조정하는 등 카카오톡 내 커뮤니케이션 기능을 강화하며 이용자 체류 시간을 증대할 예정

| 네이버·카카오 커뮤니티 서비스 강화 |

NAVER 스포츠 이벤트 기반 오픈톡 활성화



공통 지향점

플랫폼
체류 시간 증가

관심사 기반
맞춤형 광고 연계

kakao 카카오톡 커뮤니케이션 기능 강화



* Source : 관련 기사

네이버·카카오 2023 주요 사업(2) 커머스사업 영역 확장

NAVER

kakao

- 네이버는 '정기구독', '도착보장'에 이어, 스마트스토어를 기반으로 렌탈 계약·결제·관리 등 모든 기능을 제공하는 렌탈 전용 서비스를 오픈하며 이커머스 생태계 주도권 강화
- 카카오는 소비 트렌드 및 선물하기 이용자니즈를 반영해 '호텔 예약 상품권' 및 '예약 선물 기능'을 신규 도입, 선물하기 시장 내 경쟁 우위를 확보하며 새로운 수익 모델 발굴 지속

| 네이버·카카오 커머스 사업 영역 확장 |

NAVER 네이버쇼핑 렌탈 출시



1. 서비스 특징

:정수기·안마의자 등 렌탈 상품의
계약·정기결제·통합 관리 등 솔루션 제공

2. 기대효과

브랜드	온라인 고객 접점 확대
소비자	탐색/결제 편의성, 포인트 적립 혜택
네이버	비즈니스 모델 확장 및 상품 DB 확보

[네이버쇼핑 - 기술 솔루션 도입 현황]

— 21년 8월 도입 — 22년 12월 도입 — 23년 2월 →

정기구독

2022년 기준
거래액 YoY 8배 증가

도착보장

도입 후 직전 월 대비
거래액 2배 증가

네이버쇼핑
렌탈

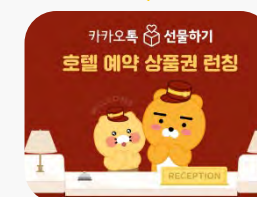
공통 지향점

판매 브랜드/상품
카테고리 확장

브랜드 D2C
생태계 강화

kakao 카카오톡 선물하기 신규 기능 도입

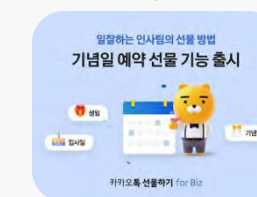
생일이나 다양한 기념일에
가족·친구와 함께
호강스를 즐기는 문화 반영



카카오톡 선물하기
호텔 예약 상품권 출시

수도권 및 주요 도시의
4~5성급 호텔 25여 곳 입점

자사 임직원 생일·입사 or
거래처 창립기념일 등에
선물 보내는 기업 고객 증가



카카오톡 선물하기 for Biz
기념일 예약 선물 기능 출시

연락처 당 최대 3개 기념일 등록,
날짜/선물/메시지 등 발송 예약

* Source: 관련 기사

네이버·카카오 2023 주요 사업(3) 초거대 AI 모델 출시 예고

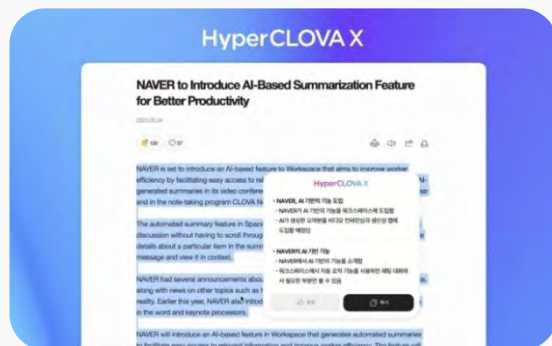
NAVER

kakao

- 네이버와 카카오는 각각 AI 언어 모델 ‘하이퍼클로바’, ‘KoGPT’를 대규모 인프라·데이터·알고리즘 기반으로 고도화 진행
- 올해 2-3분기 중 한국어 특화 AI 언어 모델로 업데이트 할 예정이며, 이후 기술 상용화 및 자사 서비스 탑재 등에 초점을 맞춰 초대규모 AI 생태계를 구축할 계획

| 네이버·카카오 자체 AI 모델 고도화 |

NAVER ‘하이퍼클로바X’ 7월 공개 예정



고객이 자체 보유한 데이터를 하이퍼클로바와 결합해 사용자 니즈에 맞는 응답을 즉각 제공할 수 있도록 업그레이드한 초대규모 AI

하이퍼클로바X 기반 검색 서비스 ‘서치 GPT’를 올해 상반기 출시 예정,
이외 개별 고객들의 맞춤형 AI 비즈니스 창출 기회 제공

공통 지향점

한국어 특화 모델
기술 상용화 기대

챗봇 AI 탑재로
신규 서비스 제공

kakao ‘KoGPT 3.5’ 버전 상반기 공개 예정



제시된 한국어를 이해해 사용자 의도에 맞춘 문장 생성하는 AI ‘GPT-3’ 기반 한국어 특화 ‘KoGPT’ API 공개(‘21) 후, 업그레이드

KoGPT 3.5 기반 챗봇 서비스는 카카오톡에 서비스화 할 예정,
이외 이미지 생성 AI ‘칼로’, 헬스케어 AI 등 ‘버티컬 AI’ 서비스 집중

* Source : 네이버, 카카오, 관련 기사

MARKET ISSUE

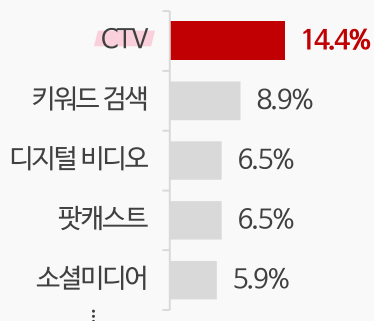
스마트TV의 보급과 동영상 콘텐츠 시청 행태 변화에 따른 CTV 광고 성장

- CTV* 광고 규모는 2023년 글로벌 광고 시장 내 40%를 차지할 것으로 예상, 국내에서도 특정 콘텐츠를 원하는 시간에 TV로 시청하는 행태가 늘어남에 따라 CTV 광고의 영향력 증가
- 나스미디어는 대형 퍼블리셔의 170여 개의 채널을 바탕으로 CTV 광고 플랫폼 '애드패커CTV' 출시, 오디언스의 활동 이력 및 관심사 기반 맞춤형 TV 광고 집행 가능

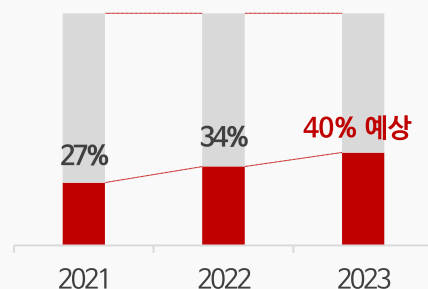
* CTV (Connected TV): 스마트TV, 셋톱박스, 인터넷TV 등을 포함하는 인터넷에 연결된 TV
**FAST (Free Ad Streaming TV): 광고 기반 무료 스트리밍 TV, 24시간 내내 하나의 콘텐츠만 송출

| CTV 광고 시장 현황 및 국내 동영상 콘텐츠 시청 행태 |

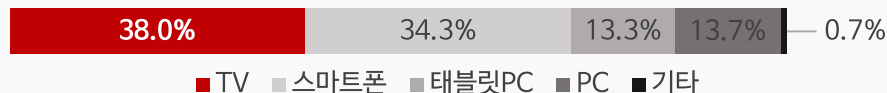
글로벌 기준, 2022년 대비 2023년
광고비 지출 증가 매체 - CTV



글로벌 기준, 디지털 광고 시장 내
CTV 점유율 증가



국내 넷플릭스 시청 디바이스 - 1위 TV



| 나스미디어 'Adpacker CTV' 광고 상품 특징 |

Adpacker CTV 광고 상품 **adpacker video** [소개서 보러가기](#)

* 광고 노출 방식 - 15초 논스킵 광고

IPTV 채널 - 프로그램 고지 후, 첫 광고 구간을 제외한 7구좌 내 랜덤 노출 (15초)

콘텐츠A

광고

콘텐츠B

FAST 채널** - 채널 내 콘텐츠 시청 중 8~10분마다 중간 광고 송출 (15초)

프로그램A

광고

프로그램A

* 특징

- 1) 대형 퍼블리셔 연동: Fast Channel(삼성 TV PLUS, LG Channel) 및 IPTV(SK, LGU+) 170여 개 채널
- 2) 정교한 타겟팅: 다양한 타겟팅 지원, 향후 나스 DMP 및 외부 DMP 연동 등 타겟팅 고도화 예정
지원 타겟팅 → 채널 카테고리/ 관심사/ 시간, 요일/ 데모 (타겟 설정 시 일부 제한)
- 3) 높은 광고 효과: 논스킵 광고로 주목도 증가 및 평균 90%대의 높은 VTR 효율

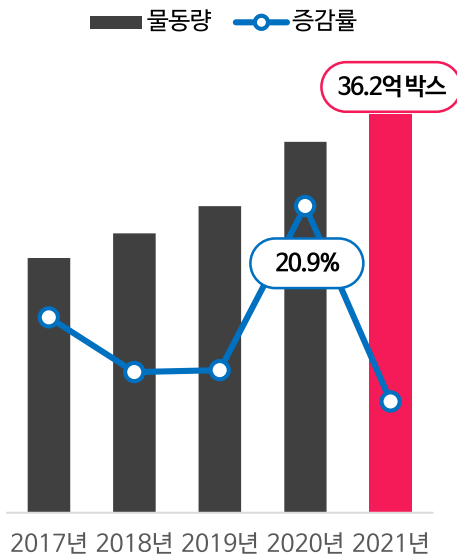
* Source : iab 2023 Outlook Survey, Advertiser Perceptions(2023. 02), 오픈서베이, 관련 기사

택배 · 모빌리티 · 배달앱 사업자 기반 물류산업 패러다임 전환

- 국내 택배 물동량이 지속 증가함에 따라, 택배 · 모빌리티 · 배달앱 사업자들은 각사의 빅데이터 및 IT 기술을 기반으로 새로운 물류 사업 영역으로 진출
- 대표적으로 IT 기반 모빌리티 기업이 마들 마일 시장에 진출하며, 기존의 낙후된 시스템 및 비효율적인 운영 방식을 개선하며 시장 내 영향력을 확대해나갈 전망

| 택배 · 모빌리티 · 배달앱 사업자, 물류 사업 전략 |

〈국내 시장 택배 물동량 추이〉



마들 마일 (시장 규모 30조 원)

원자재나 완성품을 생산지에서
물류창고, 판매처까지 이동하는 중간물류

배송 영역

모빌리티 사업자, 화물 중개 사업 진출해 화물의 디지털 전환 주도



물류 스타트업 'YLP' 자회사로 인수, 운송 데이터 기반 플랫폼 출시(2월)
화물마당의 지분 49% 인수, 중간 물류 시장 간접 진출



라스트 마일 (시장 규모 7.5조 원)

주문한 물품이 배송지를 떠나
고객에게 직접 배송되기 바로 직전의
마지막 거리 내지 순간을 위한 배송

배송 시간

택배 사업자, 배송 시간대별 통합 서비스 제공



CJ대한통운, 통합 브랜드 '오네' 출시
다양한 배송 시간대 별 서비스(내일·새벽·당일·일요일 등) 제공

배송 품목

배달앱 사업자, 쿠팡커머스를 넘어 커머스 자체로 확대



'배민스토어'를 통해 뷰티·패션·잡화 등 일상 상품 배달
편의점에서 판매하는 안전 상비약 판매 위한 '규제 샌드박스' 신청

이달의단신 소식

구분	이슈
디지털 미디어	- 네이버 프리미엄콘텐츠, 출시 1년 만에 월 콘텐츠 거래액 10배 달성 :출시 이후 1년만에 구독자 170% 성장하며 네이버는 유료 콘텐츠 시장의 가능성 확인, 서비스 고도화를 통해 유료 콘텐츠 비즈니스를 확대해 나갈 계획 - 페이스북-인스타그램, 유료 서비스 ‘메타 베리파이드 (Meta Verified)’ 출시...월 2만원에 ‘본인 인증’ :메타 베리파이드는 신분증으로 계정 확인 뒤 ‘블루배지’를 부여, 서비스 전반에 걸친 신뢰성과 보안을 강화하기 위한 목적으로 도입 (호주와 뉴질랜드 우선 출시) - 구글, 안드로이드용 새 광고 도구 테스트 시작 :구글은 안드로이드의 ‘프라이버시 샌드박스’ 베타 버전 출시, 모바일 이용자에게 더 많은 프라이버시를 제공하는 새로운 광고 스택으로, 앱 개발자 및 광고주 대상 테스트 방법 안내
생성 AI	- 오픈AI, 챗GPT-4 버전 공개...텍스트 넘어 이미지 인식 가능 :최대 2만 5천 개 단어의 텍스트를 읽고 분석, 생성 가능할 뿐 아니라 이미지도 인식할 수 있는 멀티모달 AI, 장기적으로 음성/영상 등 다양한 유형의 미디어를 다루는 시스템 구축/배포 계획 - 구글, 유튜브에 생성형 AI 도입 예정...가상 배경·이미지 만든다 :앞으로 몇 달 내 유튜브 크리에이터는 AI 생성 기능을 통해 동영상에서 가상으로 옷을 착용하고, SF 배경을 만드는 등 콘텐츠 제작에 활용 가능해질 것 - 메타, 챗GPT ‘라마’ 공개...컴퓨팅 파워 최소화한 저비용 AI 언어 모델 : ‘라마 (LLaMA: Large Language Model Meta AI)’는 운영 비용이 적고, 저성능에도 잘 구현되는 것이 특징, 이를 통해 텍스트 생성·대화·요약 등 복잡한 작업을 도울 것으로 예상 - 스냅챗, 오픈AI GPT 기반 챗봇 ‘마이AI (My AI)’ 출시 :챗GPT와 동일하게 오픈AI의 GPT 기술 기반 서비스로 친구 생일선물 추천 및 여행 일정 계획, 시 쓰기 (창작) 등 친구처럼 자연스럽게 친근한 소통에 집중 - 마이크로소프트 (MS), 검색엔진 ‘빙’의 AI 챗봇 서비스에 광고 도입할 전망 :외신에 따르면 MS는 광고 대행사와 Bing 챗봇 서비스 수익화 방안 논의 및 광고주 대상 홍보 진행 중, AI 챗봇의 광고는 대화에 맞는 광고가 노출되는 방식 예상이나 정확한 방식은 미정
유통	- 햇반 포함 CJ제일제당 브랜드스토어, 네이버 도착보장 입점 :네이버 도착보장 서비스는 물류데이터 플랫폼 중심 도착일 예측과 배송망 기반 빠른 배송 제공, 최근 네이버 도착보장관에 특별 구성 및 할인가가 적용된 CJ제일제당의 햇반 신규 입점 11번가, 산지 직배송 ‘신선밥상’ 서비스 시작 :검증된 생산자와 파트너십을 맺고 품질이 보장된 프리미엄 식재료를 산지에서 고객에게 직배송해주는 서비스, 현재 시범 서비스 중으로 상반기 중 공식 전문관 형태로 공개할 예정

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)