

MEDIA & MARKET ISSUE

Vol.366

주요 미디어 & 마켓 이슈

Media & Market issue
2025.06

Published by
Trend Design team

kt nasmedia

INDEX

주요 미디어 & 마켓 트렌드

MEDIA ISSUE

- 카카오, 대화형 AI 메이트 서비스 '카나나' CBT 시작...AI 신사업 본격화
- 유튜브, 쇼핑 제휴 프로그램에 올리브영 및 지그재그 추가...쇼핑 경쟁력 강화
- 주요 스트리밍 플랫폼, 유료 콘텐츠 및 구독 요금제 개편을 통한 수익 다각화

MARKET ISSUE

- 티빙X배달의민족 통합 멤버십 상품 출시, 푸드테크·OTT 사업자 첫 협업 사례
- 2025 KBO 리그, 역대 최소 경기 500만 관중 돌파...프로야구 마케팅도 성황

01

MEDIA ISSUE

카카오, 대화형 AI메이트 서비스 ‘카나나’ CBT 시작…AI 신사업 본격화

kakao

- 카카오는 5월 8일 대화형 AI 서비스 앱 ‘카나나’를 출시하며 CBT 시작, 기존 AI 서비스가 1:1 대화 중심인 것과 달리 카나나는 개인뿐만 아니라 그룹 대화에서도 AI 서비스 이용 가능
- 카나나는 이용자의 의견을 토대로 서비스를 개선해 하반기에 정식 출시할 계획이며, AI메이트 로컬*과 오픈AI와 협력한 AI 에이전트도 연내 선보이며 AI 사업을 본격화할 전망

*AI메이트 로컬: 카카오톡에 적용되는 기능이며, 이용자의 요청에 맞는 다양한 장소를 추천해주는 AI 서비스

| 카나나 특징 및 제공 서비스 |

kanana

카카오의 AI 서비스로 별도 앱 형태로 출시

서비스 방향성

나를 이해하는 초개인화 AI 서비스

특징

개인 및 그룹 대화 맥락을 분석해
주요 정보를 기억하고, 이용자에게 최적화된 답변을 제시

1:1 대화를 통해 요청을 처리하는 기존 AI 서비스와 달리
‘그룹’ 대화에서도 적절한 답변을 제시해 관계 형성 도움

사용 현황

여성보다 남성 이용자의 비중이 높은 편
일상 대화, 일반적인 검색, 주식/환율 확인, 일정 등록 등 활용

서비스 타임라인

이용자 피드백 수렴해 약 3주마다 정기 업데이트 진행
라이프 에이전트 관련 전문 기능 추가해 하반기 정식 출시 예정

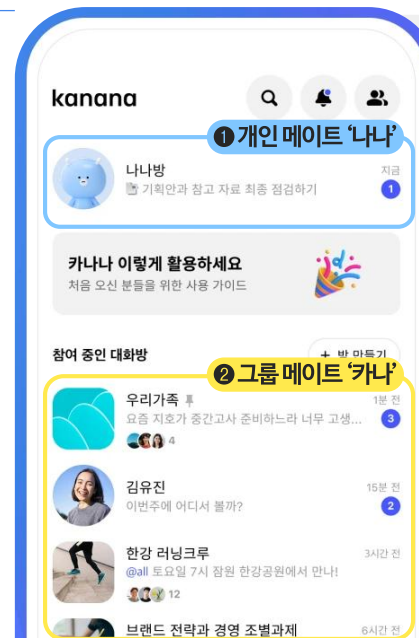


2025년 1월 30일
사내 테스트 시작

5월 8일
CBT 시작

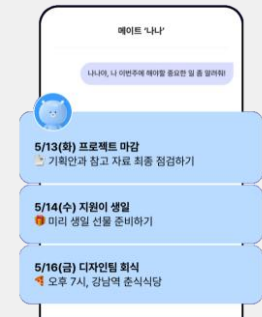
6월 10일
1차 업데이트

하반기
정식 출시 예정



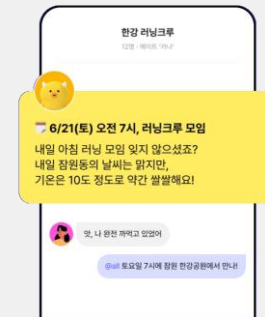
채팅방에서 이용자를 돕는 ‘AI 메이트’로 개인 메이트와 그룹 메이트로 구성

① 개인 메이트 ‘나나’



개인 및 그룹방 모두에 존재
이용자 정보를 기억해 개인화된 답변 제공
#단독이대화 #그룹대화도기억 #리마인드

② 그룹 메이트 ‘카나’



모든 그룹방에서 대화내용 요약,
모임 일정 및 장소정하기 등 기능 수행
#일정정리 #팁들도움 #의견취합 #리마인드

* Source : 카카오

유튜브, 쇼핑 제휴 프로그램에 올리브영 및 지그재그 추가...쇼핑 경쟁력 강화

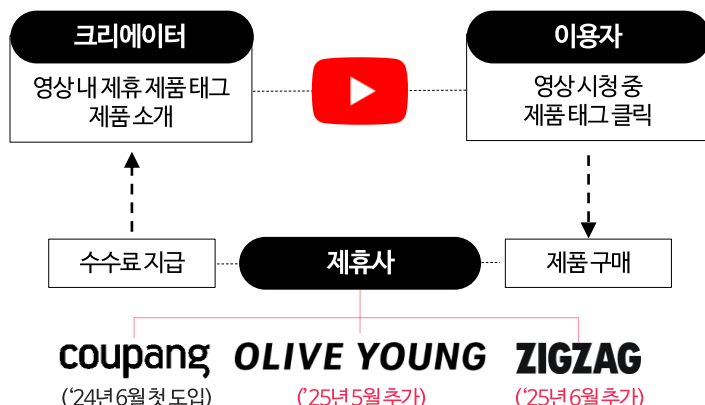
Google

- 유튜브는 2024년 6월 미국 외 국가 중 처음으로 한국 이커머스사 쿠팡과 제휴해 쇼핑 제휴 프로그램 도입, 2025년 상반기 빅세일 시즌을 맞아 올리브영과 지그재그를 신규 제휴사로 추가
- 콘텐츠를 통해 제품을 발견하고 구매로 이어지는 흐름에 대응해, 이용자에게는 몰입감 높은 쇼핑 경험을 선사하고 크리에이터와 판매자에게는 수익 창출 기회 제공

| 유튜브 쇼핑 제휴 프로그램 |

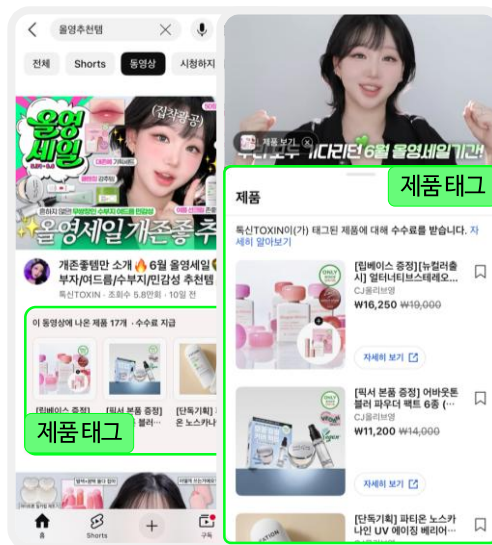
YouTube Shopping
유튜브 쇼핑 제휴 프로그램
(24년 6월 도입)

크리에이터가 다양한 유튜브 영상 콘텐츠에 제휴사 상품을 태그해 시청자들이 영상 시청 중 바로 구매할 수 있도록 하는 프로그램
YPP 자격 요건을 충족한 크리에이터 기준 상품 연동 가능

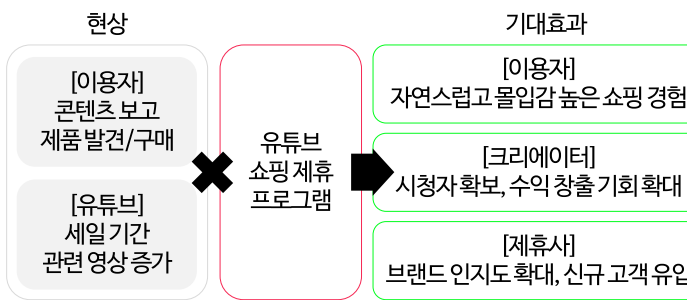
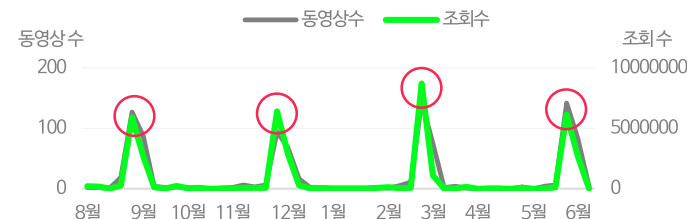


| 올리브영 제휴 예시 및 기대효과 |

OLIVE YOUNG



유튜브 내 '올영세일' 관련 영상 주간 조회수 추이
→ 봄/여름/가을/겨울 빅세일 기간 관련 영상 및 조회수 급증

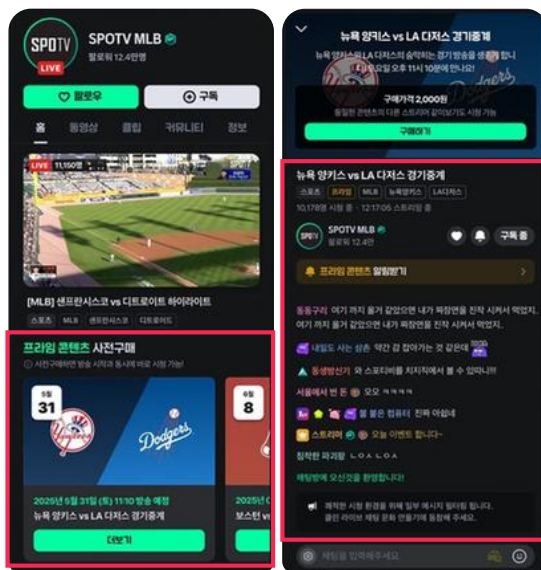


* Source : 관련 기사, 썸트렌드비즈

주요 스트리밍 플랫폼, 유료 콘텐츠 및 구독 요금제 개편을 통한 수익 다각화

- 치지직은 스포츠, 공연 실황 등 다양한 주제의 프리미엄 방송을 유료 구매하여 시청할 수 있는 '프라임 콘텐츠' 출시, 실시간 시청 경험에 중시되는 IP를 프라임 콘텐츠로 제공할 예정
- SOOP은 구독 요금제를 등급별로 세분화하여 개편, 별풍선 의존도를 낮추고 안정적인 수익원을 확보해 비즈니스 모델 다변화 기대

| 치지직 프라임 콘텐츠 출시(5/30) |



프라임 콘텐츠란

다양한 주제의 프리미엄 방송을 구매 후 시청할 수 있는 기능
실시간 시청 경험에 최적화된 다양한 장르의 콘텐츠 제공

상세제공가능

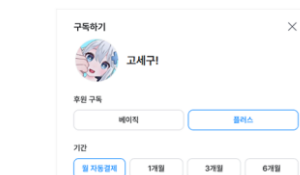
사용자는 원하는 콘텐츠 회차별로 구매 가능
회차별로 콘텐츠 구매시 방송 종료 직후 다시보기 제공

스트리머는 프라임 콘텐츠를 개인 방송 소재로 활용 가능
사용자는 선호하는 스트리머의 해설과 채팅 등을 곁들여
몰입감 있는 실시간 시청 경험 가능

향후 계획

스포츠 경기와 공연 중계 등 현장감이 중요한 콘텐츠를
중심으로 유료 라인업 확대 예정
다양한 콘텐츠를 생산하고 소비하는 플랫폼으로 도약 목표

| SOOP 구독 요금제 개편(6/5) |



구독 이용자가 응원하는 스트리머에게 일정 금액을 정기적으로 후원하면서 개인 방송 등을 광고 없이 볼 수 있는 서비스

기존 명칭	신규 명칭
구독 티어	구독 베이직
구독 티어2	구독 플러스

구독 플러스는 스트리머가 직접 구독권 판매 가격과 혜택 설정

구독 플러스 레벨	판매가격(1개월 기준)	
	PC/모바일 웹	iOS, 안드로이드 인앱
레벨1	9,500원	13,600원
레벨2	14,500원	21,000원
레벨3	19,500원	27,900원
레벨4	24,500원	33,500원
레벨5	29,500원	42,500원

MARKET ISSUE

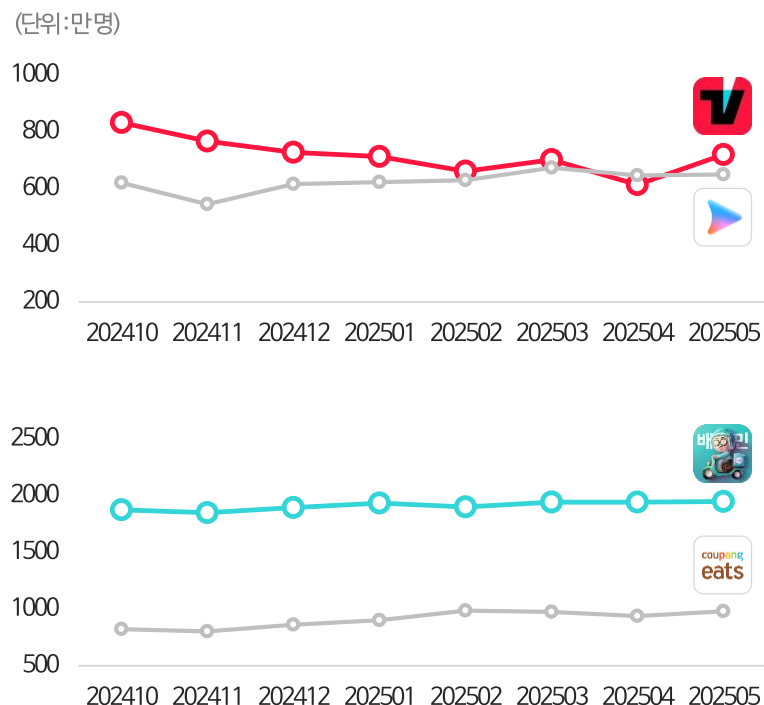
티빙 X 배달의민족 통합 멤버십 상품 출시, 푸드테크·OTT 사업자 첫 협업 사례

TVING

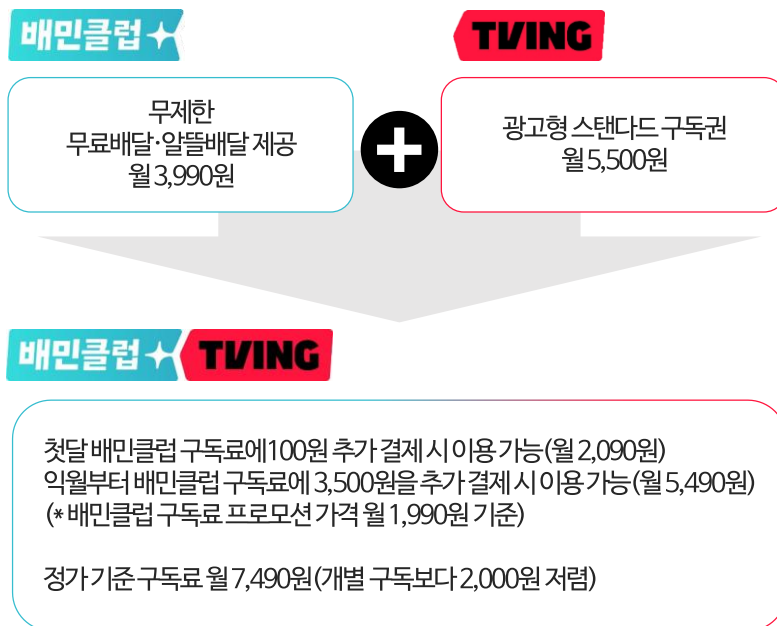
배달의민족

- 티빙과 배달의민족은 쿠팡의 와우 멤버십 전략에 대응하고자 전략적 제휴 체결, 6월 2일 양사의 핵심 서비스 혜택을 결합한 통합 멤버십 상품 출시
- 이번 제휴는 국내 OTT와 푸드테크 사업자간 첫 협업 사례로 콘텐츠와 음식, 두 가지 일상 소비 경험을 연결해 이용자 편의성과 실질 혜택을 극대화할 계획

| 티빙, 배달의민족 MAU 추이 |



| 티빙X배달의민족 통합 멤버십 상품 개요 |



| 제휴 프로모션 전개 |



티빙

콘텐츠와 배달음식을 함께 즐길 수 있는 '페어링 큐레이션' 신설



배달의민족

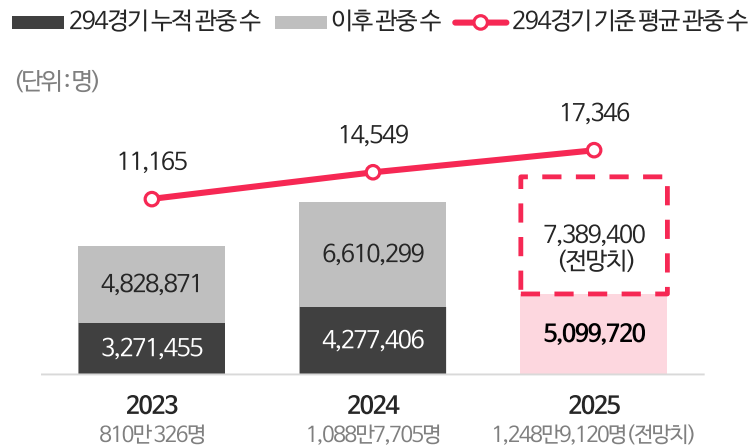
본격 순위경쟁에 돌입한 프로야구 인기에 발맞춰 마케팅 전개

* Source : 코리안클릭 (모바일 앱 기준, AOS+IOS), 각사, 관련 기사

2025 KBO 리그, 역대 최소 경기 500만 관중 돌파...프로야구 마케팅도 성황

- 2024년 천만 관중을 기록한 KBO 리그는 2025년에도 흥행을 이어가며 전년 대비 51경기 빠르게 500만 관중을 돌파, 올해 1,200만 관중을 넘어설 것으로 전망
- 야구는 시즌이 길고 구단별 팬 충성도가 높아 정기적인 관람 유도에 유리하며, 브랜드 인지도 제고와 구매 전환 효과가 뚜렷해 마케팅 콘텐츠로 활발히 활용되고 있음

| KBO 프로야구 관중 추이 |



2025시즌 294경기누적 기준 (6/3 기준)

2025 시즌 41% 진행 시점 (294경기), **500만 관중 돌파**

2024 시즌 500만 돌파 시점 (345경기) 보다 51경기 단축

| 프로야구 활용 마케팅 사례 |

콜라보 굿즈 판매

카카오프렌즈
춘식이 키링 인형과
차량용 방향제 세트 출시
→ 출시 후 당일 완판
→ '직관템'으로 각광



야구장 전용 제품 출시

도미노피자 '썹자'
한 손으로 가볍게 어디서나
먹기 간편한 1인 피자 출시
→ 섭취 편의성 확대
→ 6월 전국 매장 도입



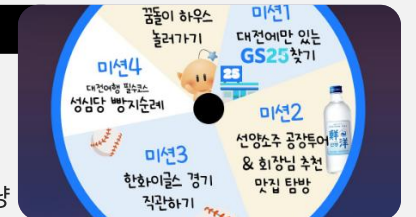
매장 및 앱 유입 유도

세븐일레븐 KBO 카드
10개 구단 및 은퇴 선수의
컬렉션 카드 한정 판매
→ 3차 물량 (250만) 완판
→ DAU 전년 대비 30% ↑



지역 연계 여행 상품

GS25 X 여행에 미치다
야구 직관 및 지역 관광지
25시간 동안 로컬 여행
→ 편의점 문화와 여행
즐기는 2030세대 겨냥



이달의 단신 소식

구분	이슈
디지털 미디어	• 네이버, AI 광고 솔루션 애드부스트 본격 도입...프리미엄 광고 전략 본격화 :네이버는네이버 모바일·PC 홈 등 대표 광고 상품의가시성과가독성을 직관적으로 재편 예정, 제휴 확대를 통해 당근마켓·다음·카카오페이·MS Bing 등 외부 플랫폼에 광고 노출 범위 확장 • 유튜브, 쇼츠에 구글 렌즈 투입...영상 속 정보 실시간 검색 가능 :유튜브는 쇼츠에 구글 렌즈를 도입해 영상 시청 중 실시간 검색 기능 추가, 사용자는 쇼츠를 일시정지한 후 상단메뉴에서 ‘렌즈’를 선택하고, 검색할대상을 지정하면 관련 정보 확인 가능 • ‘친추’ 없이도 세일 정보 전달...카카오, ‘브랜드 메시지’ 정식 출시 :카카오톡 이용자의채널 친구 추가 없이 광고 메시지를 보낼 수 있는 ‘브랜드 메시지’ 출시, 기존 기업용 광고 메시지인 ‘친구톡’과달리 이용자가과거 마케팅 수신에 동의했다면 메시지 발송 가능 • 스레드 링크 기능 강화, 크리에이터 지원 확대 :메타는 스레드의링크 기능을 대폭 개선하여 크리에이터들의콘텐츠 공유 지원, 스레드 사용자들은 프로필에 최대 5개의 링크 추가 가능
이커머스	• 틱톡 “한국 법인도 미국 틱톡숍 입점...현지 진출 지원” :틱톡, 미국 내 주 소나법인 없이 한국 법인으로도 미국 틱톡숍에 입점할 수 있는 ‘코리아-US 크로스보더 솔루션’을 소개하고 국내 브랜드의 북미 시장 진출을 지원 • 카카오톡 선물하기, ‘나에게 선물’ 탭 오픈...취향 맞춤형 추천 :변화한 라이프스타일과 취향 중심의 소비 트렌드를 반영해 카카오톡 선물하기 서비스 내에 ‘나에게 선물’ 탭 신설, 이용자 스스로가 의미 있는 선물을 고를 수 있도록 탐색 공간 확대 • 토요일에 산 옷, 일요일에 온다...무신사도 ‘주7일’ 배송 :무신사는 인기 브랜드를 대상으로 주7일 배송 서비스인 ‘무배당발’ 출시, 주문일 기준 정확한 도착 보장일 안내 및 토요일 주문 건에 대해서도 일요일에 제품을 받아볼 수 있도록 물류체계 정비 • 네이버플러스 스토어, 출시 1달 만에 443만 이용자 확보 :네이버플러스 스토어가 출시 1달 만에 사용자 수 443만 명을 확보하며 전체 점유율 11%를 차지, 네이버플러스 스토어를 가장 많이 설치한 연령은 30~40세로 전체 설치자의 56% 비중
AI	• 케이티 나스미디어, AI 유해 콘텐츠 필터링 서비스 ‘SCV’ 출시 :케이티 나스미디어가 자체 개발한 멀티모달 AI 모델을 활용해 유튜브 광고 환경에서 유해 콘텐츠를 차단하는 ‘세이프 컨텍스트 비디오(SCV)’ 서비스 출시 • 오픈AI 기업 고객 300만 돌파...2월 200만 곳에서 4개월 만에 50%증가 :챗GPT 개발사 오픈AI는 유료 기업 고객이 300만 곳을 돌파했다고 발표, 300만 곳의 기업 고객은 챗GPT 엔터프라이즈와 팀, 교육용인 에듀(Edu) 제품 사용 고객

나스리프트를 통해 배포된 다양한 보고서는
케이티 나스미디어 홈페이지에서도 확인하실 수 있습니다.

홈페이지에서 확인하기

케이티 나스미디어 보고서 활용 안내

이 보고서는 케이티 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) 케이티 나스미디어, (영문) kt nasmedia
2. 본 보고서에서 활용한 외부기관자료의 데이터를(정량적 수치) 인용할 경우
보고서 내에 표기되어 있는 원본 자료 출처를 명시해주시기 바랍니다.
예시: 케이티 나스미디어 보고서에서 확인한 '통계청' 데이터 재인용의 경우, 출처는 '통계청'로 기재 (케이티 나스미디어 X)