

# MEDIA & MARKET ISSUE

Vol.371

주요 미디어 & 마켓 이슈

Media & Market issue  
2025.11

Published by  
Trend Design team

**kt** nasmedia

# INDEX

주요 미디어 & 마켓 트렌드

## MEDIA ISSUE

- 네이버, 2025년 3분기 매출 3조원 돌파... 2026년 AI 신사업 확장에 투자
- 네이버, 통합 AI 에이전트 '에이전트N' 공개... 쇼핑·검색·광고 고도화할 계획
- 카카오, 2개 분기 연속 사상 최대 영업이익 경신... AI로 성장 지속

## MARKET ISSUE

- 메타·유튜브, 쇼핑 기능 확장을 위해 국내 커머스 플랫폼 제휴 가속화
- 국내 주요 커머스 플랫폼, 어필리에이트 수익 공유 모델 도입 활발

01

# MEDIA ISSUE

# 네이버, 2025년 3분기 매출 3조원 돌파...2026년 AI 신사업 확장에 투자

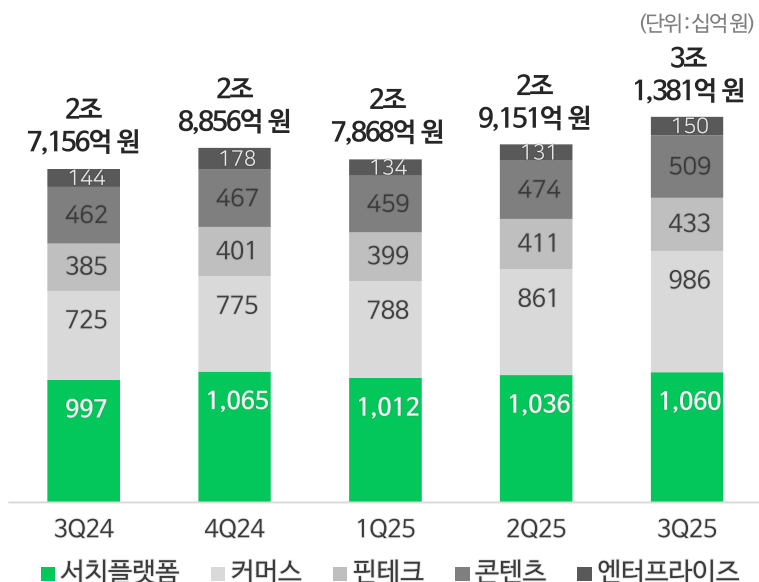
NAVER

- 2025년 3분기 매출 3조 1,381억 원(YoY +15.6%), 영업이익 5,706억 원(YoY +8.6%), 전체 플랫폼 광고·커머스·핀테크 등 주요 사업 부문이 AI 접목 효과로 견조한 성장 지속
- 네이버는 2026년 피지컬 AI 기술 경쟁력 강화를 위해 최신 그래픽처리장치(GPU) 투자를 대폭 늘릴 방침, 향후 전 세계 로봇틱스 시장의 30% 이상 점유율 확보 목표

\* 네이버 플랫폼 광고 매출: 검색, 디스플레이, 커머스, 금융광고, 웹툰광고를 통합한 전체 네이버 플랫폼 광고 매출

## | 2025년 3분기 네이버 부문별 매출 현황 |

2025년 3분기 - 매출 3조 1,381억 원 / 영업이익 5,706억 원



## 사업 부문별 주요 이슈 및 향후 계획

| 사업 부문    | 주요 이슈                                                                                                                                                    | 향후 계획                                                                                              |
|----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 서치플랫폼 광고 | 네이버 플랫폼 광고 매출* YoY 10.5%<br>- AI를 활용한 광고 최적화 확대 및 ADVoost 쇼핑 캠페인 효과로 커머스 광고가 전체 성장 견인<br>- ADVoost 일반 광고 대비 100%p 높은 전환 성과 기록, 퍼포먼스 광고 주수 전년 대비 2배 이상 증가 | - 광고 노출 최적화 방안 모색 및 AI 광고 효율 증대<br>- AI 브리핑 답변의 본문 내 광고와 콘텐츠가 자연스럽게 융화되는 차별화된 이용자 검색 경험 제공         |
| 서치플랫폼 검색 | AI 브리핑을 통한 네이버 UGC 노출 선순환 구조 구축<br>- 통합검색 쿼리 대비 AI 브리핑 커버리지 15% 확대(9월 기준)<br>- 연관 질문 클릭 수 출시 직후인 4월 대비 5배 이상 확대<br>- 홈페이지 일평균 이용자 수 1,000만 명 돌파          | - 답변의 본문과 관련 질문 영역에 개인화 테스트 예정(11월)<br>- 쇼핑, 지역성 쿼리에 대해 자연스럽게 비즈니스 연결 강화 및 수익 창출 기회 검토             |
| 커머스      | 3분기 커머스 매출 9,855억 원<br>- 네이버플러스 스토어 내 발견·탐색 및 AI 추천 고도화 등으로 스마트스토어 거래액 YoY +12.3%<br>- 스마트스토어 거래액 확대 및 수수료 개편 효과 등으로 전체 매출 YoY +35.9%                    | - 사용자의 의도와 맥락을 이해해 쇼핑을 대신 수행하는 쇼핑 AI 에이전트 출시 예정(2026년 1분기)<br>- N배송 커버리지 확대 및 멤버십 혜택 강화 등 성장 기회 모색 |

\* Source : 네이버

# 네이버, 통합 AI 에이전트 '에이전트N' 공개...쇼핑·검색·광고 고도화 할 계획

NAVER

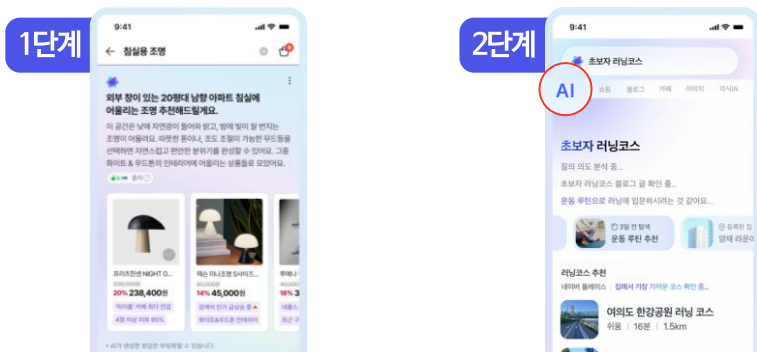
- 네이버는 DAN25를 통해 온 서비스 AI\* 전략에 에이전트를 더한 '에이전트N' 발표, 에이전트N은 네이버 서비스 전반의 데이터와 기술 인프라를 통합해 여러 영역에 순차 도입 예정
- 2026년 상반기 AI 쇼핑 서비스 '쇼핑 에이전트'와 대화형 AI 검색 'AI 탭'을 출시할 계획이며, 광고에서는 ADVoost\*에 에이전트N을 접목해 외부 커버리지 확대 및 AI 자동화를 추진할 전망

\* 온서비스 AI: 기존의 검색, 광고, 쇼핑 등 모든 서비스 위에 생성형 AI를 직접 탑재하여 사용자 경험을 고도화하는 전략  
\* ADVoost: 네이버의 AI 광고 솔루션으로 AI가 광고를 최적화해 성과를 극대화, 쇼핑·검색·디스플레이 등 다양한 캠페인에 적용

## | 에이전트N이 가져올 검색 및 광고 경험 변화 |

### 쇼핑·검색 경험

사용자가 검색어 입력하면, 맥락을 이해하고 다음 행동 실행



#### 쇼핑 에이전트 출시 예정 ('26년 1분기)

취향, 예산, 검색이력, 리뷰 데이터 통합해  
사용자에게 최고의 선택을 제안하고  
탐색에서 구매까지 자연스럽게 연결

#### 통합 검색에 AI 탭 추가 예정 ('26년 상반기)

생성형 AI가 사용자의 의도를 정확히 이해해  
콘텐츠, 상품, 서비스로 연결하며,  
검색 경험을 정보 획득에서 실행으로 확장

### Agent N

[정의]  
사용자의 명령을 이해하고  
서비스 실행까지 연결해주는  
맞춤형 통합 AI 에이전트

#### [핵심요소]

- ① 사용자에 대한 입체적 이해
- ② 자연스러운 사용 경험
- ③ 실행까지 연결된 생태계

#### [목표]

개인부터 기업까지 아우르는  
초개인화 생태계로 확장

### 광고 경험

애드부스트에 접목되어 파트너를 위한 최적의 솔루션 제안하고 실행



#### 옥외광고

(빌보드, 엘리베이터, 영화관, 테이블오더, 이동매체 등)

#### 광고 커버리지 외부로 확대

'25년 11월 SNS(인스타그램/페이스북) 추가 및  
'26년 동영상(유튜브), 버티컬(크리테오) 확장 예정,  
ADVoost 스크린 통합 옥외광고 집행도 가능

#### 사용자 및 광고주를 위한 광고 최적화

For User) 대화 속에 정보 형태로 광고 노출,  
사용자 성향/상황에 따라 광고 소재 실시간 변동  
For Business) 목적만 설정하면 AI가 캠페인 완성

\* Source : 네이버, 관련 기사

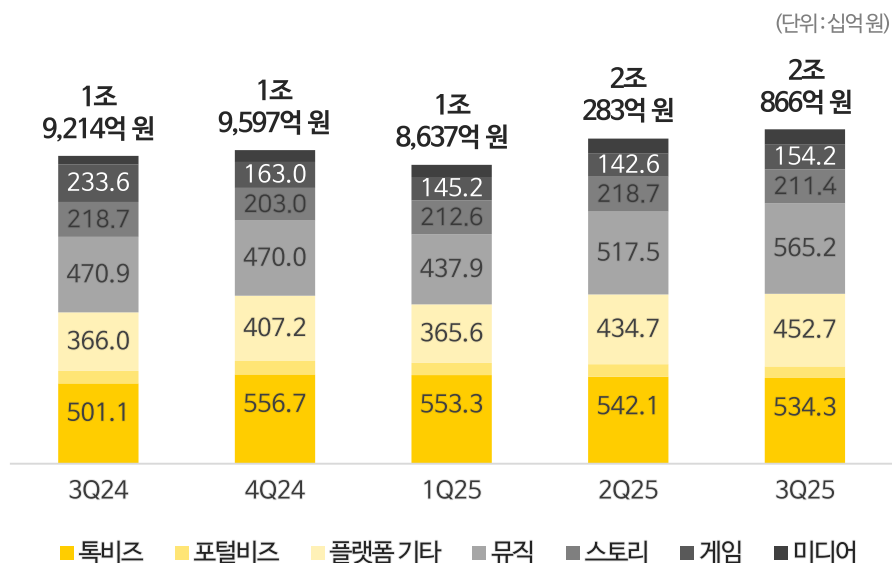
# 카카오, 2개 분기 연속 사상 최대 영업이익 경신... AI로 성장 지속

kakao

- 2025년 3분기 매출액은 2조 866억 원으로 전년 대비 9% 증가, 영업이익은 59% 증가한 2,080억 원 달성, 플랫폼 비즈니스의 견조한 성장과 비용 효율화, 계열사 실적 개선이 성과로 연결
- 2026년 카카오는 B2C 서비스 포트폴리오를 바탕으로 AI 비즈니스 기반을 넓히고, 다양한 산업 파트너와 협업을 통해 AI 시대 이용자 니즈에 맞는 생태계 구축 목표

## | 2025년 3분기 카카오 부문별 매출 현황 |

2025년 2분기 - 매출 2조 866억 원 / 영업이익 2,080억 원



## 사업 부문별 주요 이슈 및 향후 계획

| 사업 부문        | 주요 이슈                                                                                                                          | 향후 계획                                                                                                                                                       |
|--------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 특비즈<br>광고형   | 광고 매출 YoY +11%, QoQ +1%<br>- 비즈니스메시지 고성장 지속 및 광고 지면 상품성 개선<br>- 비즈니스메시지 YoY +22%, 역대 최대 분기 매출 경신<br>- DA 광고 성장률 5개 분기만에 회복세 돌입 | 카카오톡 채류 시간 증대를 통한 광고 기회 모색<br>- 개편 후 이용자 채류 시간 26분으로 반등, 중대 노력 지속<br>- 채팅탭 외 카카오톡 탭 전반에 걸쳐 채류 시간 증가<br>- 비즈니스메시지 고성장세 유지 예측                                 |
| 특비즈<br>거래형   | 커머스 매출 YoY -0.1%, QoQ -17%<br>- 커머스 통합 거래액: 2.5조 원 (YoY +4%)<br>- 선물하기 내 자기구매 거래액 YoY +40%<br>전체 성장률 방어                        | - 4분기, 연말 시즌 효과와 함께 3분기 이연 거래가 반영돼 거래액과 매출 성장률 가속화 예상<br>- 단독 상품 라인업과 인기 브랜드 프로모션 강화                                                                        |
| 서비스<br>개편/출시 | 카카오톡 친구탭 개편 포함 서비스 개선 진행<br>- 이용자 피드백을 수렴해 4분기 중 친구탭 개편 예정<br>- 카카오톡 대화방 맞춤형 폴더 기능 지속 강화,<br>AI 요약 서비스 확대 적용 등 편의기능 단계적 적용     | 그룹 외부의 다양한 톨과 에이전트를 연결하는 AI 생태계를 빠르게 구축해 나갈 계획<br>- AI와 대화만으로도 이용자가 원하는 목적을 달성하고 실행까지 완결할 수 있는 에이전트 AI 구현<br>- 맥락 속에서 이용자의 의도를 파악할 수 있는 '카나나서치' 2026년 공개 예정 |

\* Source : 카카오

# MARKET ISSUE

# 메타·유튜브, 쇼핑 기능 확장을 위해 국내 커머스 플랫폼 제휴가속화

- 메타와 유튜브는 커머스 시장 영향력을 확대하기 위해 상품력과 유통망, 고객 데이터를 보유한 국내 패션, 리빙, 식품 등 다양한 분야의 커머스 플랫폼과 제휴 활발
- 메타는 제휴사 구매 데이터를 활용한 협력광고 운영을 통해 퍼포먼스 마케팅 역량 강화, 유튜브는 크리에이터 콘텐츠 기반의 발견형 커머스 생태계를 구축하며 쇼핑 기능 대폭 강화

## | 메타·유튜브, 국내 커머스 플랫폼 제휴 현황 및 효과 |

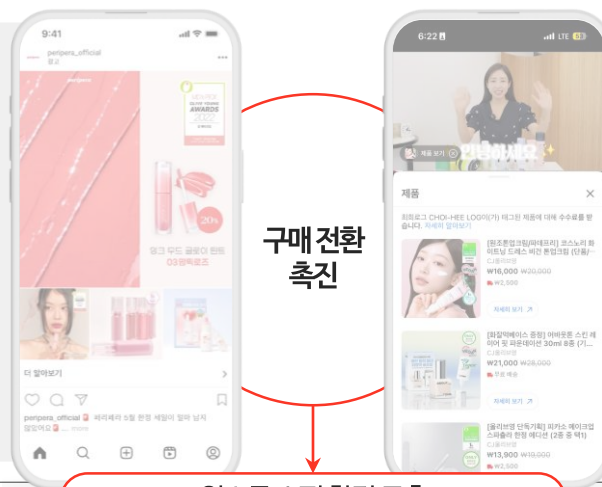
### ∞ Meta 협력 광고

커머스 플랫폼의 판매 데이터를 기반으로 브랜드의 제품 광고를 메타 플랫폼에 집행하고 구매 전환을 유도하는 광고 솔루션

추가 제휴사 **A B L Y** (10월) **WCONCEPT** (11월)

기존 제휴사 **OLIVE YOUNG** **Gmarket** **AUCTION** **SSG.COM**  
**11** **MUSINSA** **29CM** **오늘의집** **Kurly** **coupang**  
(12월 15일 종료)

광고 X 커머스 “퍼포먼스 광고 극대화”  
협력광고를 통한 개인화된 상품 노출 → 높은 구매 전환율 유도



구매 전환  
촉진

원스톱 쇼핑 환경 구축

이용자 체류 시간을 매출로 연결

### YouTube Shopping 쇼핑 제휴 프로그램

크리에이터가 자신의 콘텐츠에 제휴된 파트너사의 상품을 태그하고, 시청자가 태그를 통해 구매 시 수수료를 수익으로 얻는 프로그램

추가 제휴사 **A B L Y** **4910** (10월)  
**Kurly** **Queenit** **오늘의집** (11월)

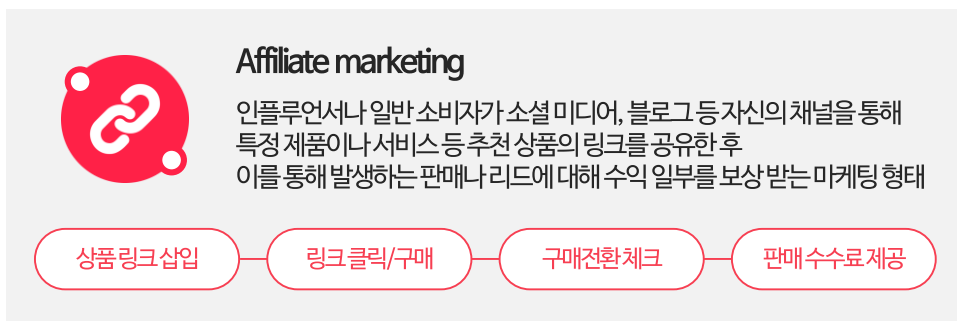
기존 제휴사 **coupang** **OLIVE YOUNG** **ZIGZAG**

콘텐츠 X 커머스 “발견형 쇼핑 강화”  
제품이 태그된 영상 증가 → 콘텐츠 기반 직접적인 상품 판매 유도

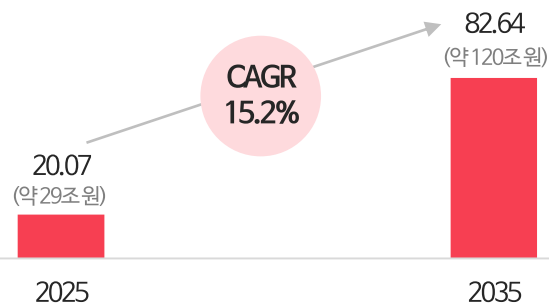
# 국내 주요 커머스 플랫폼, 어필리에이트 수익 공유 모델 도입 활발

- 전세계적으로 어필리에이트 마케팅 시장이 고성장함에 따라 2025년 국내 주요 커머스 플랫폼도 어필리에이트 마케팅 프로그램을 잇달아 도입
- 커머스 플랫폼은 크리에이터 기반 상품 추천과 구매 트래킹을 강화하며 어필리에이트 마케팅을 단순한 홍보 수단이 아닌 이커머스 생태계 확장의 핵심 전략으로 활용 중

## | 어필리에이트 마케팅 정의 및 시장 규모 |



(단위: 십억 달러)



## | 국내 커머스 플랫폼 어필리에이트 마케팅 프로그램 운영 현황 |

| 플랫폼<br>프로그램명     | 쿠팡<br>쿠팡 파트너스                    | 네이버<br>쇼핑커넥트                    | W컨셉샵<br>W 크리에이터                             | CJ올리브영<br>쇼핑 큐레이터                    | 지그재그<br>크리에이터 라운지                    |
|------------------|----------------------------------|---------------------------------|---------------------------------------------|--------------------------------------|--------------------------------------|
| 출시일              | 2018년 7월                         | 2025년 7월                        | 2025년 7월                                    | 2025년 8월                             | 2025년 10월                            |
| 구매 발생시<br>수수료 배분 | 최대 3%<br>수수료 제공                  | 최소 1.8%부터<br>판매자가 지정한<br>수수료 제공 | 기본 5%<br>+추가 15%<br>프로모션                    | 최대 7% 보상                             | 최대 13%<br>리워드 지급                     |
| 특징               | 링크를 통해 다른<br>상품을 구매해도<br>수익으로 인정 | 베타테스트 기간<br>52만 개 상품 연동         | 방문자가 전용<br>링크로 유입되어<br>24시간 내 구매<br>완료 시 제공 | 추천 제품이 아닌<br>연관된 다른 상품<br>구매 시 3% 수익 | 크리에이터 링크를<br>통한 누적 상품<br>주문 10만 8천 건 |

\* Source : 비즈니스리서치 인사이트, 관련 기사

# 이달의단신 소식

| 구분      | 이슈                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|---------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 디지털 미디어 | <ul style="list-style-type: none"> <li> <b>네이버-스포티파이, 전략적 파트너십 체결...음악·팟캐스트 콘텐츠 연계</b><br/>                     :네이버의 다양한 서비스와 스포티파이가 보유한 오디오 콘텐츠를 연계해 사용자 취향에 맞는 콘텐츠를 쉽게 발견·감상할 수 있도록 협력할 예정, 세부 내용은 추후 순차 공개할 계획                 </li> <li> <b>카카오, AI 에이전트 서비스 '카나나' 웹 버전 11월 12일 출시</b><br/>                     :웹 버전 카나나는 URL을 통해 이용 가능하며, 첫 화면에서는 개인 AI 메이트 '나나'와 다양한 대화를 주고받을 수 있고 화면 왼쪽 리스트를 통해 타로·사주 등 스페셜 AI 메이트와 대화 가능                 </li> <li> <b>유튜브, 모바일에 쇼츠 시청 타이머 도입</b><br/>                     :사용자는 설정에서 쇼츠 피드 스크롤 가능 시간을 일일 제한으로 설정 가능하며 설정 시간에 도달 시 알림 표시, 2025년 말에는 쇼츠 피드 제한을 통합해 자녀 보호 기능을 확대할 계획                 </li> <li> <b>메타 스레드, 팟캐스트 지원 시작...오디오 콘텐츠 강화</b><br/>                     :사용자는 프로필에 팟캐스트 링크를 추가해 오디오 미리 보기를 제공할 수 있으며, 현재는 스포티파이만 지원되며 추후 애플 팟캐스트도 추가될 예정                 </li> </ul> |
| AI      | <ul style="list-style-type: none"> <li> <b>구글, 'AI 모드'에 콘서트 티켓 구매·뷰티 예약 대행 기능 추가</b><br/>                     :지난 8월 레스토랑 예약 대행 기능을 선보인 후 새로운 기능 추가 진행, 해당 기능은 미국 구글 서치랩 실험 프로그램에 참여한 사용자에게 우선 적용                 </li> <li> <b>오픈 AI, 웹브라우저 '챗GPT 아틀라스' 출시...macOS에서만 우선 이용 가능</b><br/>                     :이는 챗GPT가 브라우저 안으로 들어가 웹 탐색·작업을 AI가 도와주는 새로운 웹 브라우저, 추후 윈도우 버전도 출시할 예정이며 아틀라스 출시로 AI 브라우저 시장 경쟁 격화될 전망                 </li> <li> <b>오픈 AI의 AI 영상 SNS '소라', 안드로이드 버전 출시...초대 코드 없이 한국에서도 이용 가능</b><br/>                     :소라는 사용자가 입력한 프롬프트를 기반으로 영상을 자동 생성하고 공유할 수 있는 AI 앱, '카메오' 기능을 통해 본인/지인 얼굴을 등장시키는 AI 콘텐츠도 만들 수 있어 큰 인기를 얻고 있음                 </li> </ul>                                                                                                                                                    |
| OTT     | <ul style="list-style-type: none"> <li> <b>티빙, 라이브 서비스 전면 개편...습관형 OTT 지향</b><br/>                     :이용자가 라이브 서비스를 직관적으로 탐색할 수 있도록 UX/UI를 변경하고, 라이브 채널의 종류와 수를 확대해 약 200개 채널 시청 가능하도록 개편                 </li> <li> <b>쿠팡플레이, 스포츠 패스에 이어 국내외 콘텐츠 유료 패스 5종 출시</b><br/>                     :파라마운트플러스·소니픽처스를 비롯해 중국 콘텐츠 'MOA', 일본 콘텐츠 '제이플러스', 문화/교육 장르 'EBS'와 협업해 라이브러리를 대폭 강화 및 수익성 개선                 </li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |

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)