

MEDIA & MARKET ISSUE

Vol.373

주요 미디어 & 마켓이슈

Media & Market issue
2026.01

Published by
Media Insight team

kt nasmedia

INDEX

주요미디어 & 마켓 트렌드

MEDIA ISSUE

- 2025년 넷플릭스 1위 고착, 티빙·쿠팡플레이 2위권 경쟁 격화
- OTT, 실시간 콘텐츠 확대 및 편성 전략 고도화…TV 핵심 기능 흡수
- 당근, '카페' 기능 테스트…관심사 기반 지역 커뮤니티 확장

MARKET ISSUE

- 일상 전반을 아우르는 '올인원 멤버십'으로 진화하는 네이버 플러스 멤버십
- CES 2026, 일상 생활 속으로 들어온 AI 및 휴머노이드 로봇 시대 예고

01

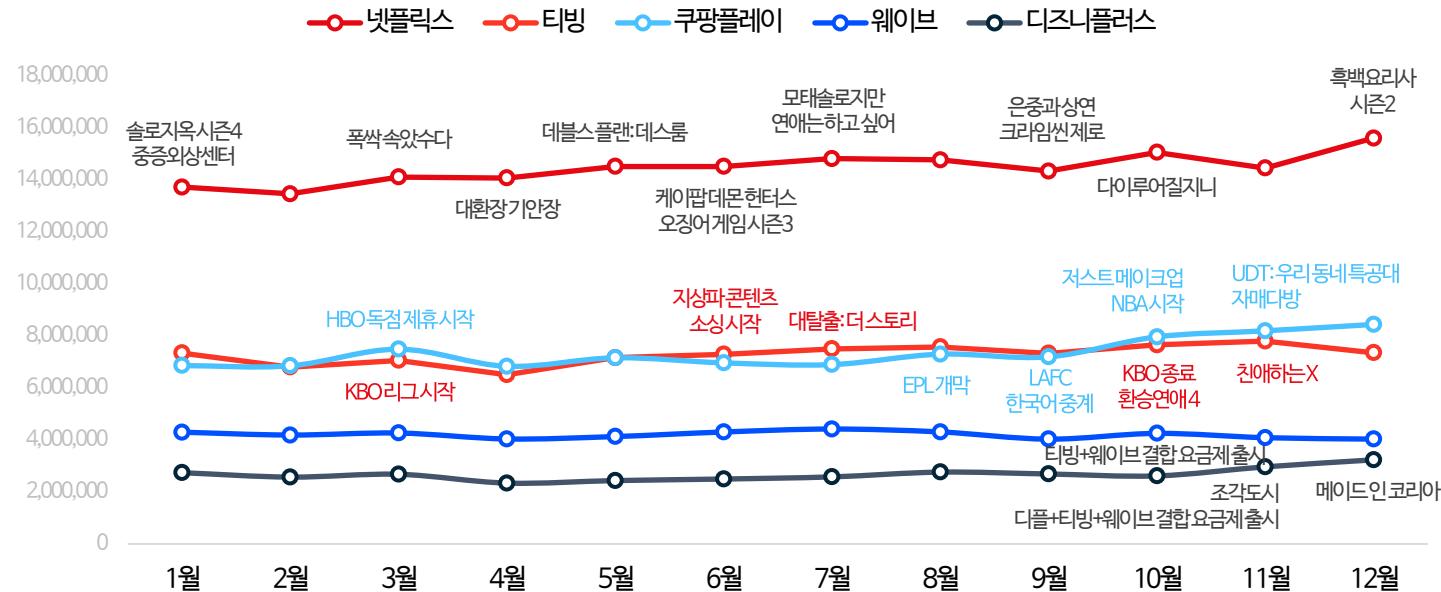
MEDIA ISSUE

2025년 넷플릭스 1위 고착, 티빙·쿠팡플레이 2위권 경쟁 격화

OTT 기획

- 넷플릭스는 2025년 12월 월간 활성 이용자 1,559만 명으로 연중 최대치 기록, 티빙·쿠팡플레이는 스포츠 중계 및 콘텐츠 공개에 따라 2위권이 반복적으로 교차하는 양상을 보임
- 2026년 OTT는 단기 유입보다 반복 접속을 유도해 안정적인 이용자 지표 확보가 핵심 과제로 부상, 이용자 시청 루틴을 고정하기 위한 전략 전개가 강화될 전망

| 2025년 국내 주요 OTT 월간 활성 이용자 수 추이 |



| 2026년 OTT 주요 계획 |

- 실시간 콘텐츠 시청 경험 강화**
티빙과 쿠팡플레이의 스포츠 중계 경쟁은 지속 예정, 넷플릭스도 WWE로 한국 첫 스포츠 생중계 시작
- OTT 콘텐츠 편성 전략 고도화**
콘텐츠 공개 전략 및 생중계 콘텐츠 편성을 기반으로 정기적으로 정해진 시간에 접속할 수 있도록 유도
- 광고 상품 고도화**
콘텐츠 증대를 통한 광고 인벤토리 추가 확보는 물론 넷플릭스는 실시간 콘텐츠 대상 맞춤형 광고 테스트

* Source : 모바일인덱스, 관련 기사

OTT, 실시간 콘텐츠 확대 및 편성 전략 고도화…TV 핵심 기능 흡수

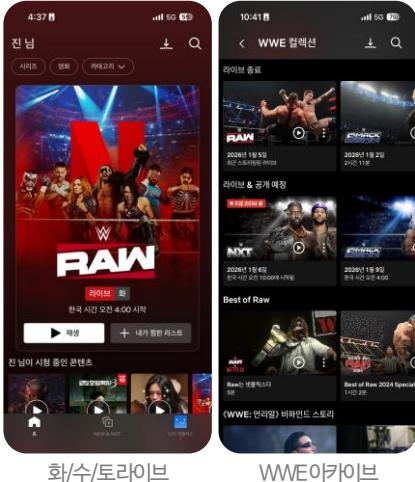
OTT 기획

- 주요 OTT 3사는 오리지널 콘텐츠 경쟁을 넘어 실시간 콘텐츠 포트폴리오 확대와 편성 운영 고도화에 나서며, 이용자의 일상적 시청을 유도할 수 있는 계기 확장에 집중
- OTT는 TV가 담당해온 실시간성·데일리 접속·시간표 기반 편성 모델을 서비스 내에 결합하며, VOD 중심 라이브러리형 서비스에서 채널형 미디어로 전환하는 흐름

| OTT별 TV 핵심 기능 흡수 현황 |



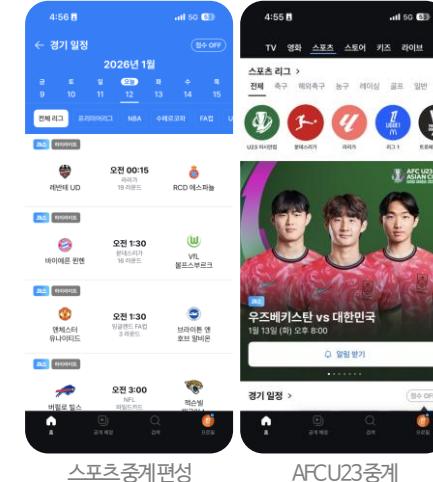
실시간성 - WWE 중계 계약, 글로벌 본방사수 경험 통합



데일리 접속 - 뉴스 콘텐츠 통합, 데일리 뉴스 플랫폼 지향



편성 전략 - 스포츠 편성 밀도 확대, 채널형 경험 고도화



2026년 프로레슬링 'WWE' 한국 포함 글로벌 생중계

- 주간 핵심 프로그램 한국 해설 :로우(화), NXT(수), 스맥다운(토) 영어 생중계로 시청 가능하며, 종료 후 한국 해설 다시 보기 제공
- WWE 부가 콘텐츠 제공 :요금제에 별도 추가 비용 없이 프리미엄 라이브 이벤트 및 아카이브 VOD 시청 가능
- 지역 맞춤형 광고 테스트(미국) :25년 11월 WWE 일부에 동적 광고 삽입 테스트 시작

화수/토라이브

WWE아카이브

뉴스 서비스 사용성 극대화한 뉴스홈 전면 개편

- 뉴스 채널 통합 제공 :지상파·종편·경제 채널 구비, 실시간 인기 뉴스 최상단 배치해 직관적으로 화면 구성
- 스낵 컬처형 뉴스 콘텐츠 강화 :주요 뉴스 소초 및 인기 뉴스 클립, 에피소드형 VOD 콘텐츠 등 다양한 뉴스 콘텐츠 통합 제공
- MBC 콘텐츠 협력 :MBC 뉴스 & 시사 특별관 오픈해 콘텐츠 접근성 강화

개편된 뉴스홈 화면

스낵 컬처형 콘텐츠

스포츠 중계권 지속 강화 U23 아시안컵 생중계

- 전체 경기 생중계 :국가 대표 경기를 포함해 전체 경기 생중계 제공, 스포츠 패스가입 시 시청 가능
- 부가 콘텐츠 제공 :하이라이트 영상 뿐만 아니라 관전 포인트 설명하는 스페셜 콘텐츠 '프리뷰' 제공
- 이외 다양한 스포츠 중계 :EPL, NBA 등 스포츠 시즌으로 이용자 추이 증가

* Source : 넷플릭스, 티빙, 쿠팡플레이, 관련 기사

당근, '카페' 기능 테스트...관심사기반 지역 커뮤니티 확장

당근

- 당근은 동네생활 탭 내에 온라인 소통 중심의 '카페' 기능 추가, 오프라인 중심의 '모임' 대비 노출 범위 확장 및 정보 공유 기능 강화
- 해당 기능은 서울과 경기 일부 지역에서 테스트 중이며, 중고거래를 넘어 동네 생활 전반을 아우르는 커뮤니티로 진화

| 목적에 따른 모임 vs 카페 분리 |

모임	카페
오프라인 만남 및 일정 관리	핵심 목적
직접 만나서 활동 공유	활동 방식
가까운 동네 이웃 중심	노출 범위
운동(러닝, 등산), 독서, 맛집 탐방 등	주제

서비스 목적에 맞는 사용자 경험(UX) 고도화로 이용 편의성 증대

| 커뮤니티 강화 기대 효과 |



동네생활 탭 카페 추가

체류 시간 및 리텐션 증가

관심사기반의 카페 활동이나 오프라인 모임 목적으로
지속적인 앱 방문 유도

지역 커뮤니티 주도권 선점

폐쇄적인 구조의 기존 카페를 대체하여
누구나 참여 가능한 오픈형 동네 커뮤니티 지위 확보

수익 모델 다각화

생활 밀착형 데이터 확보로 로컬 광고 주와의 접점 강화
지역 광고나 당근페이 결제 등 비즈니스 모델(BM) 정교화

* Source : 당근, 관련 기사

MARKET ISSUE

일상 전반을 아우르는 ‘올인원 멤버십’으로 진화하는 네이버 플러스 멤버십

- 네이버 플러스 멤버십이 콘텐츠와 엔터테인먼트, 식료품과 이동까지 생활 전반을 포괄하는 ‘올인원 멤버십’으로 확장되며 네이버 커머스 전략의 핵심 축으로 자리매김함
- 2026년에는 멤버십 혜택을 확장하는 동시에 가격 경쟁력을 유지하는 전략을 전개하며 네이버 플러스 멤버십 이용자를 지속 확보할 것으로 예상

| 네이버 플러스 멤버십 카테고리별 제휴 현황 |

N + 멤버십

“일상 전반을 아우르는 제휴로 멤버십 활용 범위 확장”

커머스	엔터테인먼트	모빌리티
Kurly 컬리N마트 2만원 이상 주문시 무료 배송	NETFLIX 광고형 스탠다드 이용권 무료 제공 Spotify 프리미엄 베이직 무료 제공 (광고 없는 음악 감상)	socar 네이버 예약 시 대여 요금 50% 할인 Uber 우버 원(Uber One) 12개월 무료 (우버 택시 이용 시 최대 1만 원 혜택 및 10% 적립)

| 네이버 플러스 멤버십 2026년 주요 전략 및 향후 전망 |

멤버십 혜택 강화를 통한 커머스 경쟁력 확보 주력

2026년 새해 매일매일 최대 9만원 쿠폰팩 혜택
네이버플러스 쿠폰팩



- 오늘배송·새벽배송·희망일배송 등 배송 옵션 세분화와 N배송 확대
- 빠른 배송·신선식품 장보기 경험 강화를 위한 프로모션 진행

N배송 상품 거래액 YoY ▲76%
(2025년 12월 기준)

N배송 주문 건수 YoY ▲85%
(2024년 대비 2025년 기준)

생활건강 및 스포츠레저 카테고리 거래액 ▲2배
(2024년 대비 2025년 기준)

지속적인 제휴 확장
: 신규 파트너 발굴을 통한 혜택 범위 확대

가격 경쟁력 유지
: 구독료 인상 없이 이용자 저변을 넓히는 전략 전개

개인화 서비스 제공
: 육아, 펫 바우처 등 맞춤형 바우처 기반 개인화 경험 강화

* Source : 네이버, 관련 기사

CES 2026, 일상 생활 속으로 들어온 AI 및 휴머노이드 로봇 시대 예고

- CES 2026은 1월 6일~9일 '혁신가들의 등장'을 주제로 개최, 160여 개국 4,500여 개 기업과 15만 명이 참여하였으며 한국은 900여 개사가 참가
- CES 2026에서는 가정과 공장, 물류 현장에 바로 투입 가능한 휴머노이드 로봇이 대거 등장, AI가 소프트웨어를 넘어 실생활에서 직접 작업을 수행하는 '피지컬 AI' 시대 현실화

* 피지컬 AI: 화면 속 답변을 넘어 로봇·기계가 실제 공간에서 움직이며 일을 수행하도록 설계된 AI

| CES 2026 개요 |



행사 개요

- 일시: 2026년 1월 6일~9일
- 장소: 미국 라스베이거스
- 주제: 혁신가들의 등장 (Innovators Show Up)

참여업체

160 개국·4,500개 기업 참가
한국 기업·기관은 약 900개가 참가하여
미국, 중국에 이어 세 번째로 참가업체가 많은 국가

관람객

약 15만 명



| CES 2026 주요 기술 트렌드 |

1. AI와 로보틱스가 결합된 피지컬 AI* 고도화

상용화 단계에 진입한 휴머노이드 로봇:
집안 일을 하거나 산업 현장에서 일하는 휴머노이드 로봇 등장

AI에이전트 적용:

맥락을 이해하고 비즈니스 흐름 전체를 자동화하는
에이전트 AI가 가전과 로봇에 탑재

2. 모빌리티: SDV(소프트웨어 중심 차량)와 자율주행의 심화

자율주행의 진화:
엔비디아의 칩을 활용한 고도화된 자율주행 솔루션 발표

이동 공간의 재정의:
운전석이 사무실이나 휴식 공간으로 변화



3. 차세대 디스플레이 등장

디스플레이 혁신:
삼성의 130인치 초대형 Micro RGB TV와
LG의 9mm 두께 '월페이퍼' OLED TV 등
초프리미엄 제품 공개

4. 온디바이스 기반 일상 속 시화산

고도화된 스마트 홈:
가전끼리 유기적으로 연결되는 고도화된 시가전 소개

보안을 강화한 온디바이스 AI:
기기 자체에서 데이터를 처리하여 프라이버시 보호 및
보안을 강화한 기술이스마트폰과 PC, 자동차에 적용

* Source : CES, 삼성KPMG, 관련기사

이달의 단신 소식

구분	이슈
디지털 미디어	<ul style="list-style-type: none">네이버, 미국용 텍스트 기반 SNS '씽스북' 1월 중 베타 오픈 예정…취향 기록 플랫폼 출시 : '씽스북'은 책·영화·게임 등 취미 활동을 기록하는 캐주얼 블로그형 SNS이며, 네이버는 씽스북을 통해 UGC 기반 취향·경험 데이터를 축적해 AI 학습 경쟁력을 강화할 계획카카오, '카톡 솟恫 챌린지' 진행…공식 크리에이터 공개 모집 : 이번 챌린지는 창작자 발굴과 성장을 지원하기 위해 기획, 콘텐츠 제작에 관심 있는 이용자라면 누구나 지원할 수 있으며 일상·브이로그·도전기 등 장르와 카테고리 제한 없이 참여 가능틱톡, 미니 드라마 시장 진출…앱내 시청 섹션 틱톡 미니스 공개 : 틱톡은 앱을 벗어나지 않고 콘텐츠를 볼 수 있는 미니 프로그램 형태로 '틱톡 미니스'를 추가, 마이크로 드라마를 프리미엄 과금 모델과 결합해 체류 시간 확대를 노리는 전략티빙, 프로필 시청 등급 설정 도입…연령 제한 5단계로 세분화 : 티빙은 프로필별 시청 제한 기능을 고도화해 전체·7세·12세·15세·19세 이상 등 5단계 등급을 선택할 수 있도록 개편, 설정 등급에 따라 콘텐츠가 자동 필터링되어 연령에 맞춘 시청 환경 관리
이커머스	<ul style="list-style-type: none">네이버, 브랜드 커넥트에 공동구매 기능 베타 도입…판매자-크리에이터 협업 올인원화 : 네이버는 브랜드 커넥트를 통해 공동구매 제안부터 조건 협의, 상품 등록, 실적 집계, 정산까지 전 과정을 한 번에 처리할 수 있도록 지원하여 협업 커머스 운영 효율을 강화지그재그, 직진배송 거래액 30% 증가…뷰티 165% 성장으로 확산 가속 : 카카오 스타일은 당일·새벽 배송 확대와 상품군 다각화로 직진배송 이용이 늘며, 빠른 배송에 대한 수요가 전국 단위로 확산되는 흐름SSG닷컴, 새 유료 멤버십 '쓱세븐클럽' 출시…월 2,900원에 7% 고정 적립 제공 : SSG닷컴은 1월 7일부터 쓱 배송 결제액의 7%를 SSG머니로 적립해 주는 멤버십을 도입, 3월 티빙 제휴까지 예고하며 멤버십 기반 락인 전략을 강화할 계획
AI	<ul style="list-style-type: none">오픈AI, 챗GPT 출시…검사 결과 이해·진료 준비·식단·운동 루틴 조언 제공 : 오픈AI는 건강 정보와 외부 웰니스 앱 데이터를 바탕으로 일상 건강 관리 지원 기능을 추가하고, 건강 대화·연결 앱·파일을 일반 채팅과 분리 저장하는 구조를 도입아마존의 AI 비서 '알렉사+', 웹 서비스 '알렉사닷컴'으로 출시…모바일·웹으로 서비스 접점 확장 : 아마존은 음성 인식 기반 하드웨어 제어에 집중했던 알렉사 생태계를 소프트웨어 플랫폼으로 확장하며 생성형 AI 경쟁 대열에 합류할 것으로 보임구글, 쇼핑 디지털 공용어 'UCP' 공개…제미나이에서 제품 검색 후 바로 결제 가능 : UCP(유니버설 쿠머스 프로토콜)은 쇼핑 에이전트·시스템 간 실시간 연동 위한 오픈 표준, UCP 도입 유통사는 제미나이에서 상품 제안부터 결제까지 앱 이동 없는 구매 흐름 제공 가능해짐

나스리포트를 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)