

MEDIA & MARKET ISSUE Vol.374

주요 미디어 & 마켓 이슈

Media & Market issue
2026.02

Published by
Media Insight team

kt nasmedia

INDEX

주요 미디어 & 마켓 트렌드

MEDIA ISSUE

- 네이버 2025년 역대 최고 실적 달성...커머스 부문 성장이 견인
- 카카오, 2025년 매출 8조 원 돌파...광고·커머스 사업 호조로 역대 최대치
- 넷플릭스, 2025년 광고 매출 15억 달러 돌파...2026년 수익 고도화 추진
- 네이버, 최신 트렌드 확인하고 소통하는 오픈 커뮤니티 '라운지' 정식 출시

MARKET ISSUE

- 저가형 AI 구독 요금제 한국 출시...오픈 AI, 구글이 주도하는 AI 구독 대중화
- 치지직·SOOP, LCK 독점 중계권 확보...e스포츠 팬덤 락인 경쟁

01

MEDIA ISSUE

네이버 2025년 역대 최고 실적 달성...커머스 부문 성장이 견인

NAVER

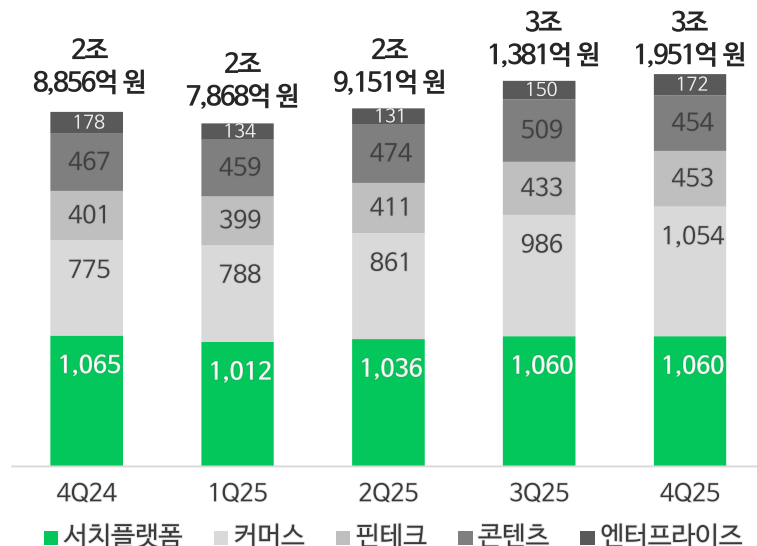
- 2025년 4분기 매출 3조 1,951억 원(YoY +10.7%), 영업이익 6,106억 원(YoY +12.7%) 기록, AI 경쟁력을 기반으로 커머스, 핀테크 사업부문이 큰 폭으로 성장
- 2026년 네이버는 쇼핑 에이전트와 AI 탭 출시 등을 통해 새로운 수익화 기회를 창출하는 동시에 콘텐츠·AI 인프라·N배송 중심으로 주요 사업 부문의 전략적 투자를 지속할 예정

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

| 2025년 4분기 네이버 부문별 매출 현황 |

2025년 4분기 - 매출 3조 1,951억 원 / 영업이익 6,106억 원

(단위:십억원)



사업 부문별 주요 이슈 및 향후 계획

사업 부문	주요 이슈	향후 계획
서치플랫폼 광고	네이버 플랫폼 광고 매출* YoY +6.7% - AI 지면 최적화로 광고 효율 증대, 광고주 플랫폼 통합으로 편의성이 강화되며 성과형 광고주 수 YoY 2배 이상 증가 - 피드와 클립 등 개인화 서비스 고도화를 통한 사용자 활동성 지표 성장이 광고 매출 확대에 연결	- AI 검색에 광고를 접목하여 수익화 하는 것을 주요 과제로 계획 : 사용자 탐색 흐름을 방해하지 않고 콘텐츠에 자연스럽게 광고를 노출하는 방안 검토 (2026년 하반기 테스트 예정)
AI	2025년 AI가 광고 매출에 기여한 비중은 55% 수준 - AI에 네이버가 보유한 콘텐츠와 데이터를 접목해 광고와 커머스 등 핵심 사업 경쟁력 강화 - AI 브리핑 확장을 통해 AI 시대의 검색 경쟁력 확인	- 쇼핑 분야를 시작으로 플레이스, 여행, 금융 등 버티컬 AI 에이전트 순차 출시 예정 (2026년 2월) - 네이버 서비스와 유기적으로 연결되는 AI 탭 출시 예정 (2026년 상반기) - 2026년 AI 브리핑 적용 범위를 현재 수준의 2배 확대 목표
커머스	2025년 4분기 커머스 매출 1조 54억 원 YoY +36% - 스마트스토어, 글로벌 C2C 사업 성장이 4분기 매출에 영향 - 네이버플러스 스토어 내 추천 고도화 등 발견·탐색 중심으로 구조를 전환하며 '25년 스마트스토어 거래액 YoY +10%	- 배송을 최우선 과제로 설정, 빠른 배송을 대폭 확대하여 3년 내 N배송 거래액 50% 달성 - 개인화 추천 강화, 멤버십 혜택 지속 확대 등 커머스 경쟁력을 끌어올리는데 역량을 집중할 계획

* Source : 네이버

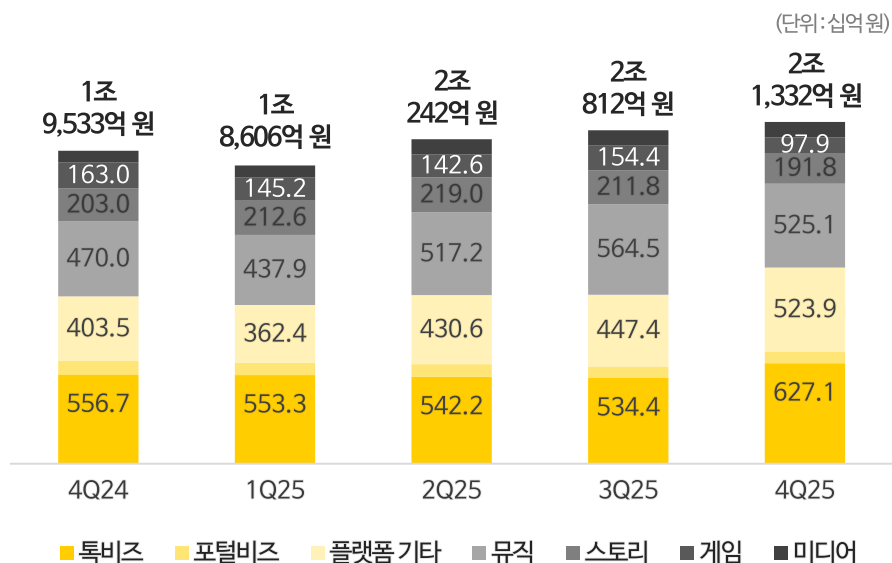
카카오, 2025년 매출 8조 원 돌파...광고·커머스사업 호조로 역대 최대치

kakao

- 2025년 4분기 매출은 2조 1,322억 원으로 전년 대비 9% 증가, 영업이익은 136% 증가한 2,034억 원, 카카오톡 개편 후 신규 광고 수요 확대 및 효율 개선 영향으로 광고 매출이 크게 성장
- 2026년 AI와 카카오톡 성장에 집중, 온디바이스 AI '카나인 카카오톡'을 정식 출시해 이용자 저변을 확대하고 구글과 협력해 안드로이드 기기에서의 사용자 경험 혁신을 주도할 계획

| 2025년 4분기 카카오 부문별 매출 현황 |

2025년 4분기 - 매출 **2조 1,332억 원** / 영업이익 **2,034억 원**



사업 부문별 주요 이슈 및 향후 계획

사업 부문	주요 이슈	향후 계획
특비즈 광고형	광고 매출 3,050억 원, YoY +18%, QoQ +16% - 비즈니스메시지 YoY +19%, 브랜드 메시지 정식 출시 후 발송량 확대 및 금융 포함 신규 업종 광고주 유입 - 독 DA YoY +18%, 독 개편 후 성장세 회복 : 피드형 광고 > 소재 다양화 및 신규 업종 수요 확대 : 소식탭 > 높은 클릭/전환 달성해 광고주 ROAS 개선 : 숏폼탭 > 중소형 커머스 광고주 유입	이용자 저변 확대 통해 체류 시간 20% 증가 달성, 수익성 기여로 전환할 계획 - 12월 이용자 체류 시간 25분 견조하게 유지 - 신규 AI 서비스(챗GPT 카카오톡, 카나인 카카오톡) 이용자, 일반 이용자 대비 체류 시간 4분 증가하며 AI 서비스 통해 정보 검색 및 탐색 체류 시간 확장 확인
특비즈 거래형	커머스 매출 YoY +8%, QoQ +21% - 커머스 통합 거래액 : 4Q 3조 원(YoY +12%), 연간 10.6조 원(YoY +6%) - 선물하기 거래액 YoY +14%, 성수기 효과 극대화 : 자기구매 이용자 수 YoY +22%, 거래액 YoY +47%	2026년 연내, AI 에이전트 커머스 구현 예정 - 상반기 최소 3개 이상 사업자와 에이전트 AI 생태계 구축 - 연말까지 카카오톡 플랫폼에 다양한 파트너 연결할 예정 - 초기 모습은 대화 맥락에서 커머스로 연결되는 형태 기대
AI	챗GPT 포 카카오, 이용자 800만 명 달성 - 콘텐츠 검색 및 생성 등 신규 형태 트래픽 패턴 형성 카나인 카카오톡, 소규모 CBT 후 가능성 확인 - CBT 이용자 중 70% 지속 이용 중, 압도적 리텐션 확보 트래픽 60% 이상 AI 선택으로 인터랙션 시작	- 카나인 카카오톡, 1분기 정식 출시 예정 - 챗GPT 포 카카오 연결 점점 구축 예정 - 구글과 전략적 파트너십 진행 예정 : 온디바이스 AI 고도화 위해 구글 안드로이드와 협력, 구글 AI 글래스에 최적화된 XR 인터페이스 구축 예정

* Source : 카카오

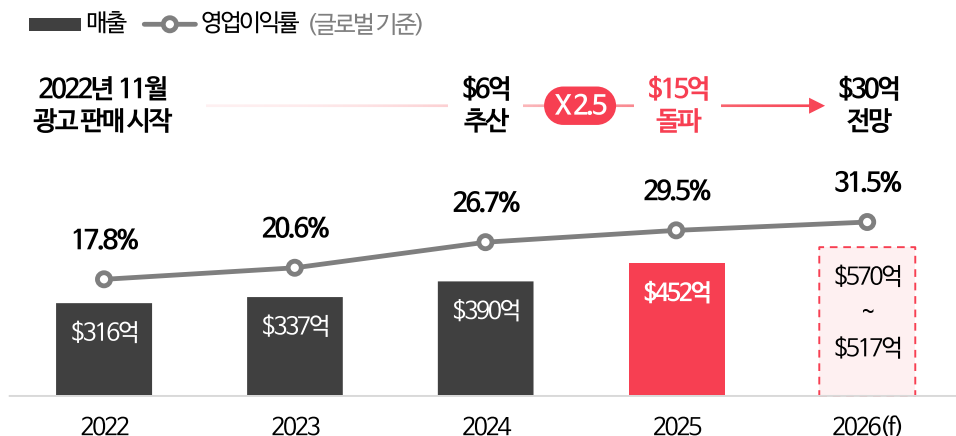
넷플릭스, 2025년 광고 매출 15억 달러 돌파...2026년 수익 고도화 추진

NETFLIX

- 넷플릭스는 광고 도입 3년 만에 매출 15억 달러(약 2.2조 원) 달성 및 광고 시청자 1,080만 명 확보, 업계 평균 대비 높은 몰입도를 바탕으로 프리미엄 광고 매체로서의 효과 입증
- 2026년에는 라이브·숏폼·팟캐스트 등 콘텐츠 카테고리 확장 및 모바일 UI 개편 통해 이용자 체류 시간을 극대화하고, 신규 광고 포맷 및 SI 도구를 도입해 광고 고도화 예정

* MAV((Monthly Active Viewers): 실제 시청자 기준을 확인하기 위한 넷플릭스 자체 지표
한 달간 넷플릭스에서 광고 요금제로 광고를 최소 1분 이상 시청한 회원 수에 넷플릭스 자체적으로 산출한 가구당 평균 시청 인원수를 곱한 값으로 산정

| 넷플릭스 글로벌 실적 및 국내 광고 성과 |



넷플릭스 한국 월간 활성 시청자 수(MAV*)	넷플릭스 한국 시청자의 광고에 대한 몰입도	단일 타이틀 스폰서십 상품 브랜드 자연 인지도 효과(한국)
광고 시청자 1,080만 명	업계 평균 대비 +19%	TV 광고 대비 X2.9

| 2026년 사업 현황 및 계획 |

1 콘텐츠 확보

- ✓ 시리즈, 예능, 영화 등 강력한 오리지널 콘텐츠 편성
- ✓ 소니, 유니버설, 파라마운트 등 외부 라이선스 파트너십을 통한 콘텐츠 다양성 확보



2 라이브 강화

- ✓ 3월 21일, BTS 컴백 공연 190개국 생중계
- ✓ 월드 베이스볼 클래식(WBC) 일본 지역 독점 중계
- ✓ 메이저 리그 베이스볼(MLB) 일부 경기 중계



3 광고 고도화

- ✓ 광고 요금제의 인당 평균 매출(ARM) 및 광고 노출 비중 개선
- ✓ 신규 광고 포맷 '인터랙티브 비디오 광고' 테스트, 2026년 2분기 출시 예정
- ✓ 넷플릭스 IP 활용한 맞춤형 광고 제작 SI 도구 구축

4 앱 UI 개편

- ✓ 실시간 투표 기능 도입(미국 오디션 쇼 '스타서치' 정식 도입) 및 강화
- ✓ 2026년 하반기 모바일 앱 UI 개편 통해 숏폼 비디오와 비디오 팟캐스트 등 신규 콘텐츠 노출 고도화

→ 이용자의 앱 체류 시간 극대화 및 광고 시장에서의 경쟁력 확보

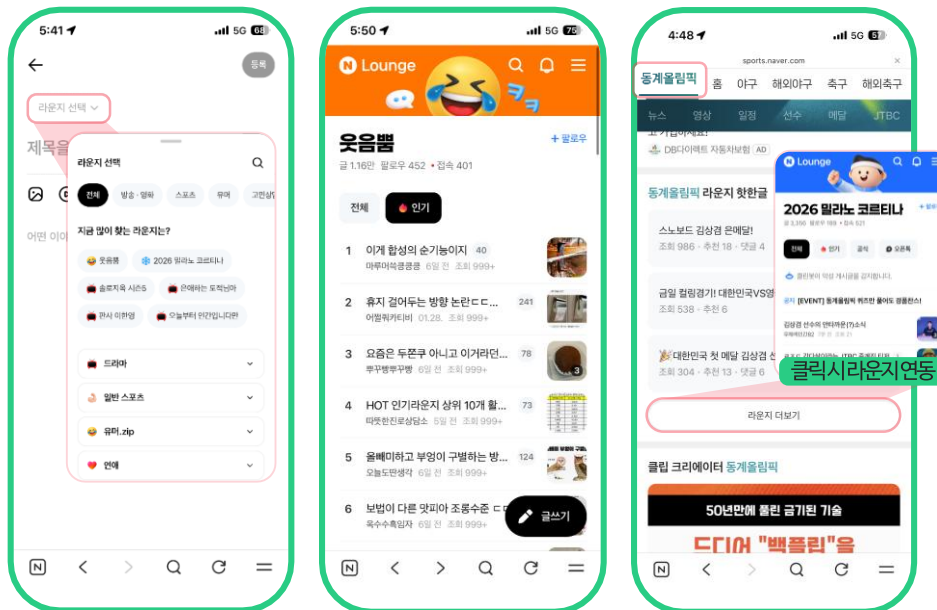
* Source : 넷플릭스, 관련 기사

네이버, 최신 트렌드 확인하고 소통하는 오픈 커뮤니티 '라운지' 정식 출시

NAVER

- '라운지'는 관심사 기반 주제를 가볍게 탐색하고 참여하도록 설계된 오픈형 커뮤니티로, 트렌드와 이슈를 빠르게 소비하는 흐름에 최적화된 서비스
- 네이버는 라운지 출시를 통해 검색·피드·지식iN 유입을 커뮤니티 참여로 전환하는 동선을 강화해 플랫폼에서의 체류 확보 및 커뮤니티 영향력 확대

| 네이버 라운지 서비스 개요 및 특징 |



(1) 자유로운 글쓰기

(2) 주제별 게시판

(3) 네이버 서비스 연동

N Lounge

실시간 상호작용을 극대화한 오픈 소셜 커뮤니티 서비스
서비스 직접 진입은 현재 바로가기 메뉴 또는 '라운지' 검색 통해 가능

주요 특징

- 1) 대규모 오픈형 커뮤니티
: 가입·승인 절차 없는 오픈형 구조로 관심 주제에 대해 즉시 참여 가능
- 2) 다양한 주제 소통 및 트렌드 파악
: 8개 카테고리 아래 425개 세부 카테고리를 운영해, 관심사별 소통 용이
- 3) 네이버 서비스와 연동
: 통합검색, 스포츠 페이지 등에서 정보를 탐색하다가 라운지 페이지로 유입 유도

예시)

통합검색 '드라마'
동계올림픽페이지

연관라운지로 연결 유도

드라마라운지
동계올림픽라운지

기대 효과

- 탐색 유입을 실시간 참여로 전환해 '라운지' 재방문율 증대
- 축적된 이용자 행동 데이터로 서비스 고도화 및 신규 수익원 창출 가능

* Source : 네이버, 관련 기사

MARKET ISSUE

저가형 AI 구독 요금제 한국 출시...오픈 AI, 구글이 주도하는 AI 구독 대중화

- 오픈AI의 저가형 AI 구독 요금제 'Chat GPT GO' 출시 국가 확대에 이어 구글은 일부 국가에 한정됐던 저가형 요금제 '구글 AI 플러스'를 35개국에 추가 출시
- 오픈AI에 이어 구글까지 저가형 요금제를 확대하면서 AI 시장의 경쟁 구도가 기술·성능 중심에서 이용자 저변을 넓히는 대중화 경쟁으로 이동

| 사업자별 저가형 AI 구독 요금제 비교 |

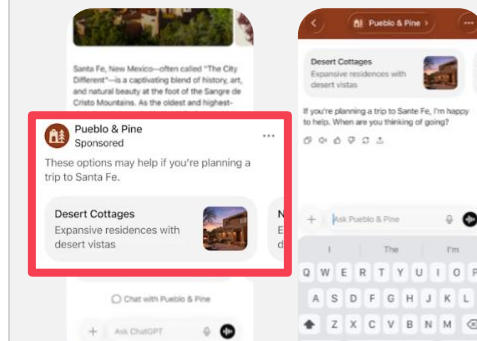
오픈 AI		구글
Chat GPT GO	요금제명	구글 AI 플러스
1만 5,000원(8달러)	월 요금	1만 1,000원(7.99달러) *신규 가입자 대상 2개월 5,500원 프로모션 진행
챗 GPT 지원 전 국가(약 170여 개국)	대상 국가	약 70여 개국
GPT-5.2 Instant	활용 모델	제미니 3 프로
메시지, 파일 업로드, 이미지 생성 한도 10배 (무료 플랜 대비)	이용 한도	매월 AI 크레딧 200개
챗봇, 글쓰기, 학습, 이미지 생성, 문제 해결 등	제공 기능	챗봇, 이미지 생성, 영상 제작, 글쓰기 등
불가	공유 여부	가족 5명

| 각 사업자별 저가형 AI 구독 요금제 특징 |

오픈 AI: 광고 추가

- Free, Go 플랜 구독자 중 만 18세 이상 이용자를 대상으로 광고 도입(2/9 미국에서 광고 테스트 시작)
- 대화와 관련된 스폰서 상품이나 서비스가 있을 경우 답변 하단에 광고 표시하는 방식 시험 예정

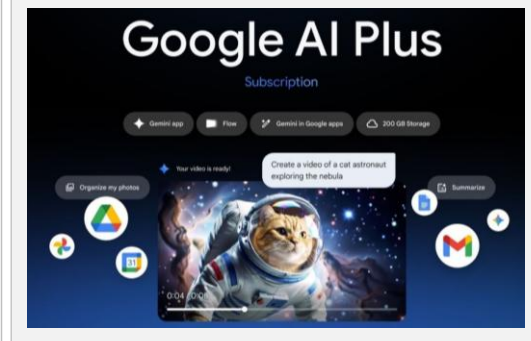
고성능 AI를 무료로 제공하기 위해
광고를 포함한 안정적인 수익 구조 구축 시도



구글: 다양한 부가서비스 제공

- '제미니 3 프로', '나노 바나나 프로', '폴로우', '노트북LM' 등 구글의 핵심 AI 기능 포함
- 검색, 클라우드, 스토리지를 결합한 번들형 중저가 요금제로 차별화

고가의 구독료에 부담을 느끼는 이용자까지
흡수하여 구글 생태계에 묶어 두는 락인 전략의 일환



* Source : 구글, 오픈 AI, 관련 기사

치지직·SOOP, LCK 독점 중계권 확보...e스포츠 팬덤 락인 경쟁

- LCK는 라이엇 게임즈가 주최·주관하는 ‘리그 오브 레전드’ e스포츠의 한국 프로 리그로, 압도적인 실시간 시청 규모와 견고한 글로벌 팬덤을 바탕으로 e스포츠 시장 선도
- 2026년부터 5년간 치지직·SOOP이 독점 중계권을 확보하며 유튜브 중심 시청 문화가 스트리밍 플랫폼으로 전환, 양사는 코스트리밍* 생태계 마련을 위해 다양한 전략을 펼칠 계획

* 코스트리밍: 대회 공식 중계방송에 음성 또는 비디오를 덧입힌 개인방송
**뷰어십(Viewership): 특정 기간 동안 콘텐츠를 시청한 전체 시청 규모를 나타내는 지표

| LCK의 영향력 및 중계 채널 변화 |



| 치지직 vs. SOOP LCK 중계 전략 및 기대 효과 |

중계 채널	치지직	SOOP
전략	1) 크리에이터 통해 LCK 접하는 트렌드 기반 ‘코스트리밍’ 생태계(같이보기) 강화 2) 온·오프라인을 연결하는 인터랙티브 이벤트 통해 팬 경험 고도화	
세부 요소	- LCK 공식 스폰서로서 경기장 네이밍 확보 : 치지직 전용 공간 및 브랜딩 좌석 조성 - 라이엇 계정 연동해 드롭스, 쇼핑 등 연계 예정 : 시청시 게임 아이템 보상 ‘시청 드롭스’ 등 제공 - LCK 방송 콘텐츠 단독 선공개 예정	- 다양한 기기에서 실시간 시청 환경 제공 : 온라인, 스마트TV, 케이블TV 지원 - 파트너십 체결한 7개 구단별 서포터즈 운영 : 전용 채팅창 스킨/이모티콘 제공 - 오프라인 뷰잉 파티 개최 예정
1월 성과	총 뷰어십** 3,317,602 명 동시 최고 165,716 명 / 평균 51,197 명	총 뷰어십** 1,253,787 명 동시 최고 60,824 명 / 평균 16,897 명
기대 효과	1) 유저 락인: 5년간 독점 중계권을 활용한 플랫폼 충성도 확보 2) 수익 다각화: 고관여 타겟 대상 광고 및 커머스 연계 극대화 3) 실시간 중계 희소성: ‘유튜브’ 이탈자 흡수를 통한 미디어 파워 강화	

* Source: 라이엇 게임즈, 치지직, SOOP, 소프트콘뷰어십, 관련 기사

이달의 단신 소식

구분	이슈
디지털 미디어	<ul style="list-style-type: none"> 구글 모회사 '알파벳', 유튜브 플랫폼 매출 첫 공개 :유튜브는 2025년 한 해 동안 광고와 구독을 합쳐 600억 달러(약 88조 원)이상의 매출 기록, 유튜브의 4분기 글로벌 광고 매출은 113억 8,000만 달러로 전년 동기 대비 8.7% 증가 메타, 2025년 4분기 온라인 광고 사업 호조...2026년 공격적인 AI 투자 기조 강화 2025년 4분기 광고 매출은 581억 3,700만 달러로 전년 대비 24% 증가하며 전체 매출의 대부분 차지, 이는 AI 기반 추천·타겟팅 기술이 광고 효율성을 높이며 실적 개선에 기여한 것으로 평가 카카오톡, 오픈채팅 내 특정 메시지 답장 기능을 '덧글' 형태로 개편 :기존 오픈채팅 메시지에 한 개의 답장을 달 수 있었던 기능을 여러 명이 '덧글'을 달고 묶어 볼 수 있는 스레드 방식으로 변경, 관심 주제에 대한 흐름을 놓치지 않고 대화를 이어갈 수 있도록 지원 코바코, 2025년 광고비 발표... 2025년 국내 총광고비 17조 2,700억 원, 온라인 광고가 60% 차지 :2025년 광고 시장은 외형적인 성장에도 매체 간 양극화 심화 양상을 보였으며, 2026년에는 디지털 중심의 구조 재편이 더욱 가속화될 것으로 전망
콘텐츠/OTT	<ul style="list-style-type: none"> 구글, 유튜브 뮤직 뺀 요금제 '유튜브 프리미엄 라이트' 한국 출시 계획 발표 :유튜브 프리미엄 라이트는 월 요금 8,500원(안드로이드, 웹 기준)에 대부분의 유튜브 동영상을 광고 없이 시청 가능하며 백그라운드 재생 기능 제공, 수주 내 국내 정식 출시 예정 쿠팡플레이, NFL '슈퍼볼' 오프닝부터 경기, 하프타임 쇼까지 전 과정 한국어 생중계 :슈퍼볼은 NFL 최강팀을 가리는 결승전으로 매년 전세계 약 1억 8천만 명이 시청하는 대규모 스포츠 축제, 쿠팡플레이는 전문 중계진과 특별 게스트 가수 '카더가든'과 함께 새로운 중계 시도 티빙이 견인한 CJ ENM의 2025년...2026년 티빙, 엠넷플러스 등 핵심 플랫폼 경쟁력 강화 집중 :티빙은 '환승연애4', '친애하는 X' 등 오리지널 콘텐츠가 주목받으면서 2025년 4분기 광고 매출이 전년 동기 대비 108.8% 증가, CJ ENM은 올해 지속 수익 창출이 가능한 IP 홀더로 나아갈 계획
커머스	<ul style="list-style-type: none"> 네이버-컬리, 컬리N마트 '당일배송' 시작...오후 3시 전에 주문 시 당일 자정 도착 :당일배송은 전날 오후 11시부터 당일 오후 3시까지 주문한 상품을 당일 자정 전에 받을 수 있는 서비스, 서울·경기 등 수도권에서 운영 후 향후 배송 지역을 넓혀 나갈 계획 신세계그룹-오픈 AI, 생성형 AI 기술 접목한 전자상거래 서비스 개발 논의...이르면 3월 중 공개 :이마트가 보유한 방대한 구매 및 소비자 데이터와 오픈AI의 생성형 AI 기술을 결합해 검색 없이도 고객 성향을 예측해 상품을 추천하고 구매까지 연결하는 '제로클릭 쇼핑'을 구현할 것으로 예상 G마켓, 레트로 광고 캠페인 'G락페'로 1020·이탈 고객 유입 :최근 그룹 H.O.T.가 25년 만에 완전체로 출연한 광고로 SNS에서 짧은 영상으로 바이럴 확산에 성공, G마켓은 젊은 고객의 구매 경험 강화 및 기존 고객 재유입을 유도하는 마케팅 확대 예정

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

홈페이지에서 확인하기

케이티 나스미디어 보고서 활용 안내

이 보고서는 **케이티 나스미디어에서 작성해 무료**로 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)