

MEDIA & MARKET ISSUE Vol.375

주요미디어 & 마켓이슈

Media & Market issue
2026.03

Published by
Media Insight team

kt nasmedia

INDEX

주요 미디어 & 마켓 트렌드

MEDIA ISSUE

- 네이버, 검색대신 대화로 쇼핑하는 '쇼핑 시에이전트' 베타 서비스 출시
- 스포츠 생중계 강화하는 스트리밍 플랫폼...빅이벤트 온라인 중계권 확보 활발
- AI 서비스 광고 도입 본격화...사업자별 수익화 전략 다변화

MARKET ISSUE

- 티빙, SSG닷컴과 제휴 멤버십 출시...이용자 소비 점점 확장
- 유튜브 '프리미엄 라이트' 요금제 한국 출시...음원 플랫폼 이용자 확보 경쟁 본격화

01

MEDIA ISSUE

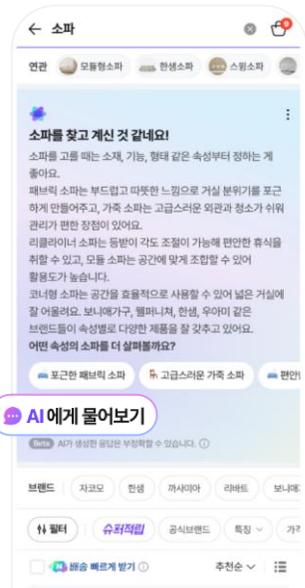
네이버, 검색대신 대화로 쇼핑하는 ‘쇼핑 시에이전트’ 베타서비스 출시



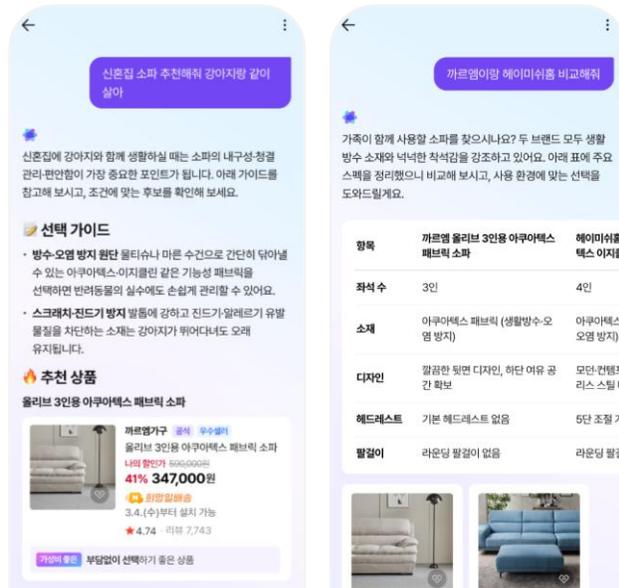
- 네이버는 2월 네이버플러스 스토어 앱에 ‘쇼핑 시에이전트’ 도입, 시에이전트는 사용자의 쇼핑 이력과 탐색 조건을 기반으로 구매 가이드 제시 및 대화형 쇼핑 탐색 지원
- ‘쇼핑 시에이전트’는 디지털·리빙·생활 카테고리에 서비스 선적용 후 2026년 상반기 내에 뷰티와 식품 카테고리로 영역 확대 및 에이전트 기능 고도화 예정

| 쇼핑 시 에이전트를 활용한 탐색 프로세스 |

쇼핑 시 에이전트가 요약한 쇼핑 탐색 가이드 제시

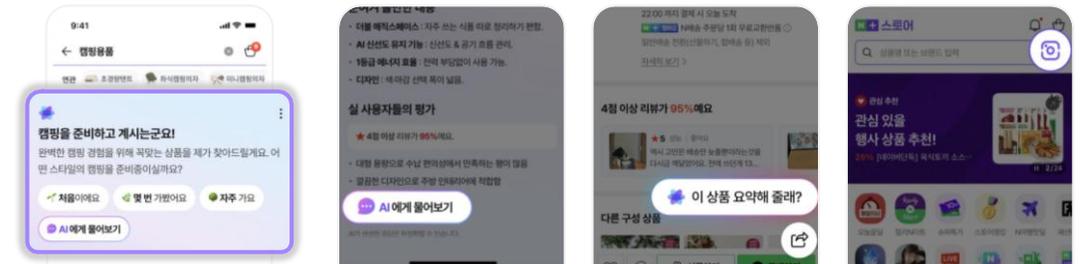


시에이전트와 대화를 통해 더 상세한 쇼핑 탐색 가능



| 쇼핑 시 에이전트 특징 및 향후 계획 |

- 1 검색창 상단에 구매 포인트 정리
- 2 대화로 하는 쇼핑
- 3 상세 페이지 요약 기능
- 4 이미지 탐색 기능



쇼핑 시 에이전트 향후 계획

- **쇼핑 시 에이전트 지원 카테고리 확장**
: 디지털·리빙·생활 카테고리에 쇼핑 시 에이전트 기능 제공 중, 2026년 상반기 내 뷰티·식품 등 적용 카테고리 확대 계획
- **쇼핑 시 에이전트 기능 고도화**
: 향후 쇼핑 시 에이전트가 쇼핑 여정 전반을 지원할 수 있도록 기능 고도화

실시간 쇼핑 트렌드 분석

연관 상품 자동 추천

장바구니 담기

* Source : 네이버, 관련 기사

스포츠 생중계 강화하는 스트리밍 플랫폼...빅이벤트 온라인 중계권 확보 활발



- 네이버는 2026 동계올림픽 온라인 독점 중계권 확보, 치지직 생중계 - 스포츠 클립 - 네이버 스포츠 특집 페이지를 연계하여 경기 시청 및 콘텐츠 재소비까지 이어지는 이용 흐름 구축
- 네이버와 SOOP은 패럴림픽 생중계권을 추가로 확보, 스트리밍 플랫폼은 높은 접근성을 강점으로 빅이벤트 생중계 플랫폼으로 포지셔닝 중

* DAU (Daily Active User) : 일간 활성 이용자수

| 네이버 치지직 2026 동계올림픽 생중계 성과 |

치지직 신규이용자유입 확대
전 종목 생중계와 현장 중계 운영을 바탕으로 스포츠라이브 존재감 확대

개막주간신규설치 14.9만 건
남자쇼트트랙 결승 시청자수 461만 명

클립으로 화제성 재확산
하이라이트·현장 반응 스포츠 공급을 통해 경기 직후 관심 재확산

클립 누적 재생 1억 7,000만 회
올림픽 관련 클립 4,000건 이상 업로드

네이버 스포츠 탐색 연동
경기 정보 탐색부터 경기 시청, 오픈톡 참여까지 이어지는 선순환 구조 형성

올림픽 정보 제공하는 특집 페이지 운영
올림픽 응원 오픈톡 98만 명 참여

| 스트리밍 플랫폼 2026 스포츠 중계권 확보 현황 |



2026년 스트리밍 플랫폼 중계 예정 스포츠 이벤트

	2026 FIFA 북중미 월드컵 EWC(Esports World Cup) LCK(League of Legends Champions Korea)
	KBO 글로벌 중계 LCK(League of Legends Champions Korea) 당구, 유소년 야구, 럭비, 리크로스 등 스포츠 영역 중계 확대

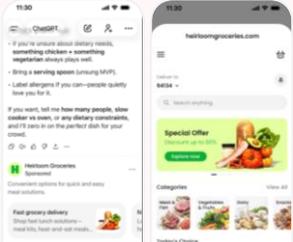
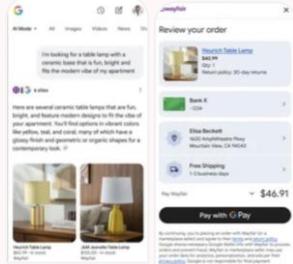
* Source : 네이버, 관련 기사

AI서비스 광고 도입 본격화...사업자별 수익화 전략 다변화

- 오픈AI와 구글은 미국에서 각사의 AI서비스에 광고 테스트 시작, 광고는 대화 흐름을 해치지 않는 형태로 노출되며 향후 구매·예약기능 적용 예정
- 글로벌 AI서비스사는 광고 도입에 이견을 보이고 있는 반면, 국내 기업 '네이버'는 AI서비스내 단순 노출이 아닌 탐색과 구매를 돕는 정보형 요소로 광고를 활용하는 방안 검토 중

* UCP(Universal Commerce Protocol) : AI 에이전트가 상품 탐색부터 결제까지 수행할 수 있도록 돕는 개방형 커머스 프로토콜

| AI 서비스 광고 도입 현황 |

	OpenAI / ChatGPT	Google / AI Mode
광고 도입 시점	2026년 2월 9일(테스트 시작일 기준)	2025년 광고 테스트 시작, 2026년 2월 '다이렉트 오피' 공개
광고 도입 국가/대상	미국 Free 및 Go 구독 플랜을 이용하는 로그인한 성인 사용자 대상	미국 AI 모드 신규 광고 포맷과 UCP* 통합 기능 미국에 우선 적용
광고 노출 방식	<ul style="list-style-type: none"> · 현재 대화 맥락 기반으로 광고 매칭 · AI가 이해한 대화 흐름 속에 광고주 콘텐츠를 배치하는 방식 · 2026년 3월, 파일럿 광고 애드테크 파트너로 '크리테오' 선정 	<ul style="list-style-type: none"> · '다이렉트 오피' 모델 도입, AI가 답변을 제시하는 과정에서 즉시 할인·번들·로열티 혜택을 보여주는 방식 적용 · AI 대화 흐름 속에서 즉시 구매로 이어지는 성과형 포맷으로 진화 
향후 계획	<ul style="list-style-type: none"> · 광고 프로그램을 발전시켜 추가적인 형식, 목표, 구매 모델 지원 · ChatGPT에서 기업이 소비자화 상호작용할 수 있는 방식 구축 	<ul style="list-style-type: none"> · 제품을 보여주는 것을 넘어, AI가 사용자를 대신해 예약을 하거나 구매를 대행하는 '에이전트 기능'과 광고를 밀접하게 결합할 계획

| 주요 AI 서비스사 광고 도입 관련 이슈 |

NAVER 광고 도입 검토

AI 검색에 광고를 접목하여 수익화하는 것을 목표로, 사용자 탐색 흐름을 방해하지 않고 콘텐츠에 자연스럽게 광고 노출하는 방안 검토 (2026년 하반기 테스트 예정)

ANTHROPIC 광고 미적용

클라우드 개발사 '앤트로픽'은 광고 없는 상태를 유지할 예정 생각하고 작업하는데 집중할 수 있는 명확한 공간을 제공하기 위해 AI가 생성하는 콘텐츠 어디에도 광고를 노출하지 않겠다는 입장

perplexity 광고 도입 철회

2024년 11월 광고 테스트 시작, 2026년 2월 광고 테스트 중단, 광고가 아닌 구독을 통한 수익 창출에 집중할 계획

* Source : 오픈AI, 구글, 관련 기사

02

MARKET ISSUE

티빙, SSG닷컴과 제휴 멤버십 출시...이용자 소비 접점 확장

- 티빙과 SSG닷컴은 프로야구 개막 직전 제휴 멤버십을 출시하며, 장보기 중심 혜택에 콘텐츠 시청 가치를 결합해 야구 팬덤을 포함한 신규 이용자 유입 확대 추진
- 티빙은 이번 제휴의 중심을 콘텐츠 소비 접점 확대에 두고, 차별화된 스포츠 중계를 포함한 다양한 콘텐츠를 기반으로 이용자 경험 확장을 도모할 계획

| 티빙 X SSG닷컴 멤버십 제휴 |

SSG7CLUB X TVING 쓱세븐클럽 티빙형 출시(3월6일)

장보기 적립

SSG 장보기 할 때마다 7% 적립
신세계몰/백화점몰 할인 쿠폰팩

+

콘텐츠 혜택

OTT '티빙' 광고형 이용권 제공
야구, 드라마, 예능 등 시청 가능

- | | | | |
|---|---|---|---|
| 혜택 | 장보기 특화 멤버십 '쓱세븐클럽'에 티빙 콘텐츠 혜택 결합 | | |
| 가격 | 월 3,900원(쓱세븐클럽 기본형 2,900원 + 1,000원 추가)
VS 티빙 광고형 스탠다드(5,500원) 단독 구독 대비 1,600원 저렴 | | |
| 기대 효과 | <table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50%; vertical-align: top;"> 티빙 측면)
구독료 부담 줄여 진입 장벽 완화
티빙 이용자의 경험 경계 확장 </td> <td style="width: 50%; vertical-align: top;"> SSG닷컴 측면)
SSG랜더스 팬덤 등 야구 팬 관심 유도
채널 혜택 극대화 기반 거래액 증대 </td> </tr> </table> | 티빙 측면)
구독료 부담 줄여 진입 장벽 완화
티빙 이용자의 경험 경계 확장 | SSG닷컴 측면)
SSG랜더스 팬덤 등 야구 팬 관심 유도
채널 혜택 극대화 기반 거래액 증대 |
| 티빙 측면)
구독료 부담 줄여 진입 장벽 완화
티빙 이용자의 경험 경계 확장 | SSG닷컴 측면)
SSG랜더스 팬덤 등 야구 팬 관심 유도
채널 혜택 극대화 기반 거래액 증대 | | |

| 티빙 콘텐츠 제공 현황 |

1/차별화된 티빙만의 스포츠 중계 → 야구를 포함한 농구, 골프 등 다양한 스포츠 팬덤 유입 유도

<p>3월 5일 ~ 3월 17일 WBC 중계</p>	<p>사상 최초 현장 생중계 '프리게임쇼' 진행 특별 호스트와 함께하는 '팬덤중계' 마련</p> <p>→ 호주전 라이브 최고 트래픽 달성 → 신규 구독자수, DAU, 시청 UV 증가 → '티빙톡' 참여자수 평소 대비 5배 이상</p>	<p>3월 28일 ~ 10월 KBO 리그 중계</p>	<p>슈퍼매치, 팬덤 중계 제공 예정</p> <p> 특별 호스트가 실시간 소통하며 경계 중계</p> <p> 티빙 자체 중계 경기 부가 콘텐츠/기능 제공</p>
----------------------------------	--	-----------------------------------	--

2/이용자 락인 가능한 다양한 콘텐츠 및 서비스 → 스포츠 경기 종료 후 시청 시간 전이 및 지속 체류 유도

<p>MBC 콘텐츠 순차 확장</p> <p>고전 콘텐츠부터 최신 콘텐츠까지</p>	<p>티빙 오리지널 콘텐츠 공개 예정</p> <p>유미의 세피톨 시즌 3 취사병 전설이 되다 로또 1등도 출근합니다</p>	<p>라이브 및 숏폼 서비스 제공</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="background-color: black; color: white; padding: 10px; border-radius: 10px; text-align: center;"> <p>라이브</p> </div> <div style="background-color: black; color: white; padding: 10px; border-radius: 10px; text-align: center;"> <p>쇼츠</p> </div> </div>
---	--	--

* Source : SSG닷컴, 티빙, 관련 기사

유튜브 '프리미엄 라이트' 요금제 한국 출시...음원 플랫폼 이용자 확보 경쟁 본격화

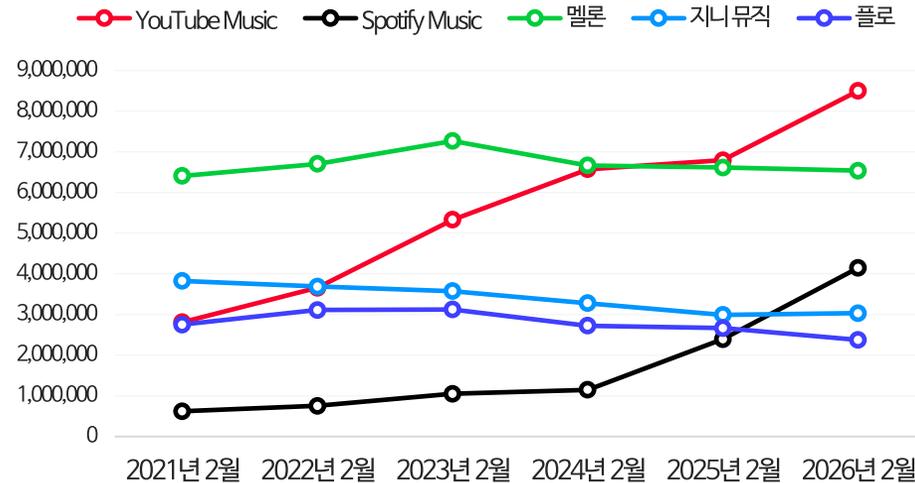
- 2026년 2월, 구글은 기존 '유튜브 프리미엄' 요금제에서 유튜브 음악을 제외한 저가형 '프리미엄 라이트' 요금제를 한국 공식 출시
- 유튜브 프리미엄 요금제 이용자의 요금제 변경에 따른 유튜브 뮤직 이용자를 흡수하고자 주요 음원 플랫폼은 제휴 확대 및 타깃 이용자 공략을 통한 차별화 전략 전개

| YouTube Premium vs. Premium Lite 구독 모델 비교 |

YouTube Premium		Premium Lite
월 14,900원	가격	월 8,500원
전체 동영상	광고 없는 영상 시청	대부분 동영상
전체 동영상	백그라운드 재생	대부분 동영상
전체 동영상	오프라인 저장 지원	대부분 동영상
포함	YouTube Music	미포함

| 음원 플랫폼 월간 활성 사용자 수 추이 |

- 프리미엄 라이트 출시 후 주요 음원 플랫폼 사용자 수는 큰 변동 없이 유지 중
- 주요 음원 플랫폼 중 스포티파이와 네이버 플러스 멤버십 제휴 영향으로 상승세
- 국내 음원 플랫폼은 이용자 확보를 위한 차별화 전략 전개 중



| 국내 음원 플랫폼 차별화 전략 |

Melón

제휴 기반 이용자 점점 확대
: T우주내 멜론 이용권 제공

genie

청소년 타깃 가격 접근성 강화
: 10대 전용 이용권 '지니 틴틴' 운영

FLO

팬덤 연계형 사업 방향 제시
: 음악 유통 인프라와 팬덤 플랫폼을 결합한 '슈퍼팬 비즈니스 생태계' 비전 발표

* Source : 유튜브, 코리안 클릭(AOS+iOS, 모바일 앱 이용자대상), 관련 기사

이달의 단신 소식

구분	이슈
디지털 미디어	<ul style="list-style-type: none"> 카카오, 카나나 인 카카오톡에 ‘에이전트 AI’ 적용 : 카카오톡 내에서 사용자의 대화 맥락과 취향을 분석해 최적의 식당 추천 뿐만 아니라, 실시간 예약과 결제까지 통합 지원하는 원스톱 비서 기능 강화 네이버, 클럽 창작자 수익 대상 확대…숏폼 → ‘텍스트+이미지’ 게시물 : ‘제3회 클럽 크리에이터스데이’를 통해 창작자 지원 방안 및 서비스 방향성 발표, 연내 ‘AI 에디터’를 출시하고 네이버 앱 내 ‘클럽탭’도 전면 개편해 성장을 지원할 계획 포털 ‘다음’ 운영사 AXZ, ‘실시간 트렌드’ 베타서비스 오픈…6년 만에 실검 부활 : 실시간 트렌드는 다음이 운영해 온 ‘시 이슈 브리핑’과 ‘투데이 버블’의 핵심 기술을 합쳐 검색어를 포함해 뉴스·카페 검색 로그, 실시간 웹문서 데이터 등을 종합 분석 구글에 ‘고정밀 지도’ 반출 결정…“조건부 허가” : 국토교통부는 ‘측량 성과 국외 반출 협의체’ 회의를 열고 구글이 신청한 1대 5,000 고정밀 지도 국외 반출 건을 심의한 결과, 엄격한 보안 조건 준수를 전제로 반출 허가 결정 의결
OTT	<ul style="list-style-type: none"> 넷플릭스, 워너브라더스 인수 철회…독자적인 콘텐츠 투자 전략에 집중할 것으로 예상 : 넷플릭스는 경쟁사인 파라마운트가 제시한 조건에 맞춰 가격을 올리는 것이 “더 이상 재정적으로 매력적이지 않다”고 판단하여 인수를 철회한다고 발표 쿠�팡플레이, K리그 중계권 2031년까지 5년 연장…중계 고도화 계획 : 중계권 연장을 통해 스포츠 독점 라인업을 강화하고, AI 기반의 실시간 하이라이트 자동 생성 및 정밀 데이터 분석 중계 시스템을 도입하여 타 플랫폼과 차별화된 스포츠 시청 환경 구축 웨이브, 국내 프로 골프 중계 도입…KLPGA·KPGA 투어 전 경기 생중계 : 웨이브는 3월 12일부터 태국에서 열리는 KLPGA 투어 ‘리쥬란 챔피언십’을 시작으로 중계 본격화, 돌비비전 기술 및 골프 전용관 운영을 통해 고품질 생중계 시청 경험을 제공할 계획
커머스	<ul style="list-style-type: none"> 네이버-컬리, ‘컬리N마트’ 출시 6개월만에 ‘거래액 7배’ : 컬리N마트는 신선식품이 반복구매를 견인하며 출시 후 월평균 거래액이 매달 50% 이상 증가, 양사는 물류 협업을 통해 새벽배송에서 당일배송까지 확대하며 장보기 사용성 강화 카카오, 롯데마트·슈퍼와 전략적 업무협약 체결…연내 온라인 장보기 서비스 시작 예정 : 두 회사는 이번 업무협약을 통해 신선식품과 배송 역량을 결합한 온라인 마트 쇼핑을 제공하고 고객 기반 확대와 커머스 경쟁력 강화를 위한 협력을 이어갈 계획 2026년 1월 온라인쇼핑 거래액 24조 원 돌파…전년 대비 8.6% 성장 : 1월 거래액은 ‘서비스 소비’ 확대가 전체 거래 증가 견인, 음식서비스 거래액은 3조 8,191억 원으로 전년 대비 10.9% 증가, 여행 및 교통서비스는 3조 2,401억 원(8.9% 증가) 기록

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: 케이티나스미디어 보고서에서 확인한 '통계청' 데이터 재인용의 경우, 출처는 '통계청'로 기재 (케이티나스미디어 X)