

MEDIA & MARKET ISSUE Vol.380

주요미디어 & 마켓이슈

Media & Market issue
2026.08

Published by
Media Insight team

kt nasmedia

INDEX

주요 미디어 & 마켓 트렌드

MEDIA ISSUE

- 네이버, 역대 최대 매출 달성...AI 브리핑 광고로 AI 수익화 시작
- 카카오, 분기 최대 실적 경신...에이전틱 AI 생태계 구축 본격화
- 유튜브 YPP 개편, 광고 수익 기준 강화·수익 기회 다변화

MARKET ISSUE

- 네이버·카카오, AI로 생활 밀착형 서비스 강화
- AI 생성 콘텐츠의 투명성 규제 확산, 구글·메타 AI 활용 광고 표시 강화

01

MEDIA ISSUE

네이버, 역대 최대 매출 달성...AI 브리핑 광고로 AI 수익화 시작

NAVER

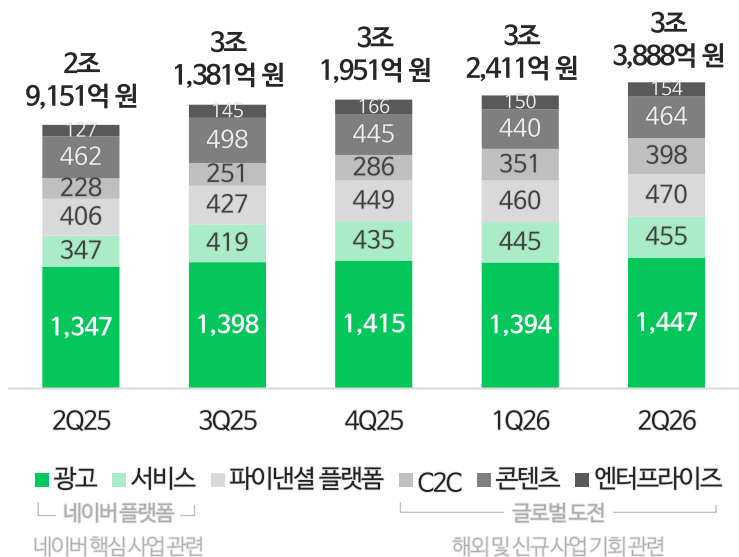
- 2026년 2분기 매출 3조 3,888억 원(YoY +16.2%)으로 분기 역대 최대 실적을 경신한 가운데 광고 매출내 AI 기여도 60% 이상, AI 탭 MAU 1,000만명 달성 등 AI 사업 성장세 지속
- ‘AI 브리핑 광고’ 도입 후 기존 검색광고 대비 클릭률 30% 이상 및 구매 전환율 3배 이상 기록, 향후 엔비디아 협력 ‘AI 팩토리’ 인프라 사업으로 2027년 상반기부터 B2B 매출 창출 전망

*AI팩토리: 엔비디아, 브룩필드 등 글로벌 기업과 협력하여 추진하는 초대형 AI 컴퓨팅 인프라 구축 사업으로 확보한 컴퓨팅 자원을 클라우드 형태로 외부 고객에게 제공하여 수익을 창출하는 비즈니스 모델

| 2026년 2분기 네이버 부문별 매출 현황 |

2026년 2분기 - 매출 3조 3,888억 원 / 영업이익 5,203억 원

(단위:십억 원)



사업 부문별 주요 이슈 및 향후 계획

사업 부문	주요 이슈	향후 계획
네이버플랫폼 광고	광고(SA, DA, 커머스광고 등) 매출 YoY +7.5% - AI 기반 광고 고도화·AI 탭 확산으로 AI 광고 매출 기여도 60% 이상·AI 탭 MAU 1천만명 달성 - AI 브리핑 광고 7월 말 정식 출시 : 기존 검색광고 대비 클릭률 30% ↑, 구매 전환율 3배 ↑ 기록 : 3분기부터 실적 기여 본격화 기대	AI·오프라인 데이터 활용으로 광고 사업 고도화 추진해 향후 AI 기반 광고 매출 기여도가 확대될 것으로 기대 - Npay 데이터 연계 광고 상품 출시 : 오프라인 방문·구매 데이터 기반의 맞춤형 광고 상품 출시 및 수익화 추진 - AI 검색광고 수익화 : 4분기 중 AI 탭 내시 광고 확대, 에이전트 기반 광고·거래 연계 강화
네이버플랫폼 서비스	서비스(쇼핑, 멤버십, 플레이스 등) 매출 YoY +31.3% 네이버플러스 스토어 앱·N배송 강화로 커머스 성장 가속 : 스마트스토어 거래액 YoY +15.5%, 앱 거래액 YoY +35% 이상 : N배송 거래액 YoY +76%, 전체 거래 비중 20% 이상(6월 기준)	배송 경쟁력 강화·데이터 기반 물류 고도화로 커머스 성장 가속화 - 하반기 N배송 확대 및 데이터 기반 물류 시스템·인프라 투자 강화 - 10월 중 멤버십 이용자 대상으로 빠른 반송·새벽배송 도입 예정
AI	AI 탭 이용자 확대 및 서비스 활용 성과 가시화 : 주간재방문율 테스트 초기 대비 2배 이상 상승 : 쇼핑·로컬 콘텐츠 CTR 40% 이상으로 실제 구매·예약성과 확인 엔비디아와 AI 팩토리* 사업 본격 추진 : AI 인프라 구축을 통한 컴퓨팅 사업 확대, 2027년 상반기 매출 기대 : 엔비디아와 협력해 초기 투자 부담 낮추고 사업 확장 추진	검색·커머스·결제·오프라인 데이터를 연결하는 실행형 AI로 이용자·사업자 대상 AI 서비스 확대할 계획 - 3분기 중 부동산·웹 브라우저 에이전트 추가, 연내 건강 에이전트 출시 예정 - 사업자 대상 AI 플랫폼 지원 및 고도화 : Npay 커넥트 데이터 활용해 매출·상권 분석 및 마케팅 지원 : CRM·매장 운영 등 AI 솔루션으로 서비스 영역 확대

* Source : 네이버

카카오, 분기 최대 실적 경신...에이전틱 AI 생태계 구축 본격화

kakao

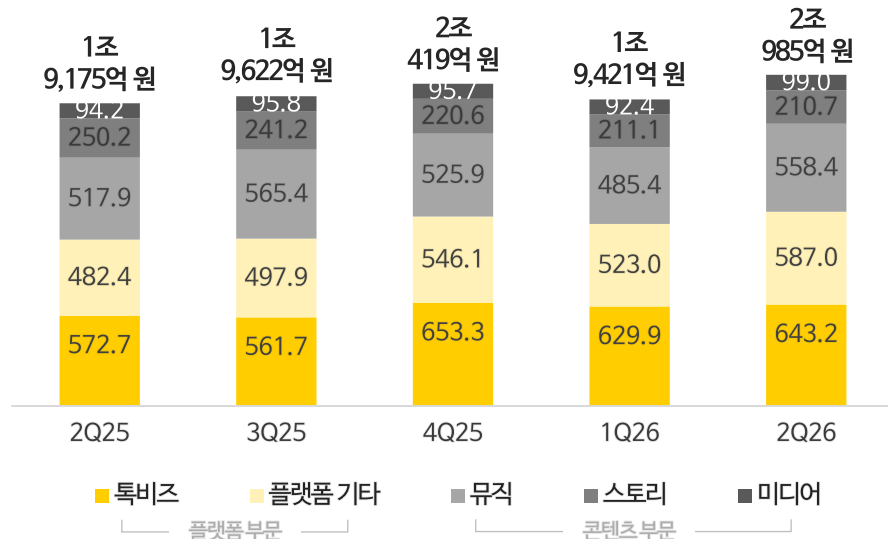
- 2026년 2분기 매출 2조 985억 원 (YoY +9%) 및 영업이익 2,770억 원 (YoY +36%) 기록, 특비즈 광고주 수요 확대와 커머스 통합 거래액 2.7조 원 달성으로 성장 견조
- 카나나인 카카오톡* 이용자 재방문율이 80%에 근접한 가운데 향후 쿠팡이츠 주문 연동 등 에이전틱 AI 기능 강화해 연내 카카오톡 AI 서비스 1,000만 명 MAU 확보 목표

*카나나인 카카오톡: 카카오톡 대화 맥락을 이해해 필요한 정보를 먼저 제안하고 실행까지 돕는 카카오톡의 AI 비서

| 2026년 2분기 카카오 부문별 매출 현황 |

2026년 2분기 - 매출 2조 985억 원 / 영업이익 2,770억 원

(단위: 십억 원)



* 포털비즈 연결 실적에서 제외

사업 부문별 주요 이슈 및 향후 계획

사업 부문	주요 이슈	향후 계획
특비즈 광고	광고 매출 3,999억 원, YoY +14% - 비즈니스 메시지 YoY +20% : 금융 광고주 중심 견조한 수요 증가·메시지 활용도 확대 - 특 DA YoY +28%, 비즈보드 외 DA 매출 45% 기록 : 피드형 서비스 기반 광고 상품 출시로 신규 광고주 유입·기존 광고주 집행 확대	AI 기반 광고 도입·검색 광고 시장으로 영역 확대 - AI 탐색 기반 이용자 관심사·구매 의도 파악을 통해 신규 모델 발굴 - AI 기반 검색 광고 도입으로 광고 수익 구조 다변화 기존 광고 성장세 유지하며 광고 포트폴리오 확대 - 소식 서비스 고도화·숏폼 콘텐츠 생태계 확대로 피드형 광고 성장 추진
특비즈 커머스	커머스 매출 2,432억 원, YoY +10% - 커머스 통합 거래액 2.7조 원 (YoY +9%) - 선물하기 거래액 YoY +9%, 톡스토어 거래액 YoY +7% : 가정의달 수요 대응 카테고리 강화·프로모션 확대로 성장 견조	하반기 카카오톡 내 신규 에이전트 AI 순차 공개 : 첫 파트너십으로 쿠팡이츠와 카나나인 카카오톡 연동해 카카오톡 내에서 주문·결제 기능 지원 : 이후 커머스·예약·여행 등 일상 영역으로 에이전트 확장
AI	챗GPT 포 카카오, 누적 가입자 1,300만 명 달성 - 이용자당 일평균 메시지 6건·체류 시간 8분 카나나인 카카오톡, 이용자 반응·재방문율 개선 - 긍정 평가 비중 최대 90% 이상, 재방문율 80% 근접	AI 대중화 기반 마련 후 수익화 본격화 : 연내 카카오톡 AI 서비스 MAU 1,000만 명 확보 목표 : 2027년부터 거래 수수료·구독·광고 등 AI 수익화 추진, 2028년 특비즈 내 AI 매출 비중 두 자릿수 목표

* Source : 카카오

유튜브 YPP 개편, 광고 수익 기준 강화·수익 기회 다변화

YouTube

- 유튜브는 2027년 2월부터 적용되는 YPP 주요 개편 내용 발표, 신규 YPP 신청 크리에이터의 광고·Premium 수익 배분 기준을 강화하는 한편 팬덤·커머스 수익화의 기준은 유지
- 쇼핑·브랜드 딜·트렌드 성과에 대한 신규 인센티브를 도입하며, 크리에이터의 수익 기준을 조회수뿐 아니라 커머스·브랜드 협업·트렌드 영향력까지 확장

| 유튜브 수익화 기준 및 보상 구조 변경 (2027년 2월 적용 예정) |

STEP 1.

팬덤·커머스 수익화

기준 유지

필수요건
(공통)

v

500

명구독자

v

3

개 유효한공개업로드
(최근 90일)

성과요건
(1개 충족)

3,000

시간
유효공개영상신청시간(최근12개월)

또는

300만

회
유효공개Shorts조회수(최근90일)

멤버십·팬후원(Super Chat, Super Thanks 등)
쇼핑(자체 상품 판매 등)

STEP 2.

광고·Premium 수익화

기준 강화 | 신규신청자대상

필수요건
(공통)

v

1,000

명구독자

성과요건
(1개 충족)

4,000

시간
유효공개영상신청시간(최근12개월)

또는

1,000만

회
유효공개Shorts조회수(최근90일)

광고수익+Youtube Premium 수익배분

NEW

Shorts 수익화 개편

신규 도입

Shorts 수익배분 유지요건

v

1,000만

회이상유지
유효공개Shorts 조회수(최근90일)
|※ 기준미달시Shorts 수익배분 중단·재달성시재개

성과형 인센티브 도입

유튜브 쇼핑
보너스

브랜드 딜
인센티브

트렌드 주도 및 성장
수익 부스트

Shorts 수익배분 기준 미달 채널을 위한 신규 수익 기회 제공
세부 지급 조건·규모 추후 공개

성과요건
(1개 충족)

3,000시간

유효공개영상시청시간(최근 12개월)
또는

300만회

유효공개Shorts조회수(최근 90일)

멤버십·팬 후원(Super Chat, Super Thanks 등)
쇼핑(자체 상품 판매 등)

* Source : [유튜브 공식 블로그](#), [유튜브 고객센터](#)

MARKET ISSUE

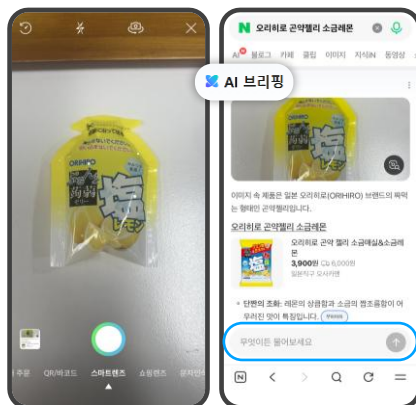
네이버·카카오, AI로 생활 밀착형 서비스 강화

- 네이버는 파파고·스마트렌즈·네이버페이 등 생활 밀접 서비스에 AI 브리핑을 확대, 이미지·부동산·경제 정보 탐색을 자사 서비스와 연결함으로써 사용자 중심의 생활 편의 가치 극대화
- 카카오페이는 AI 금융 에이전트를 출시, 개인 맞춤형 금융 정보 제공을 시작으로 향후 자산관리·투자 영역까지 서비스 확대 예정

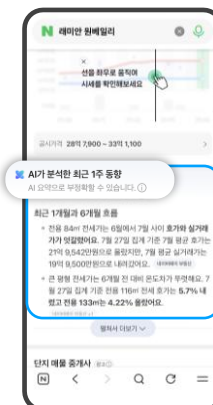
| 네이버 AI 브리핑, 생활 밀접 서비스로 확대 |



상품 이미지 번역 후 관련 정보 제공
스마트스토어, 블로그 등 연결해
번역된 내용에 대한 추가 탐색 흐름 구축

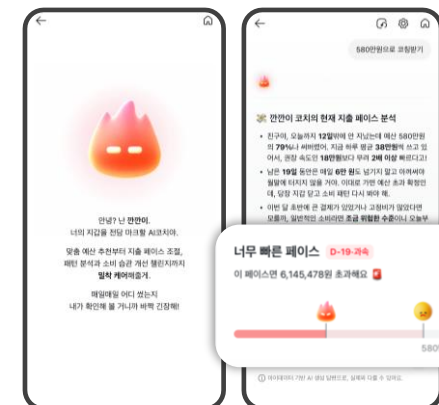


촬영 및 이미지 업로드 시 AI 브리핑 연결
사진 설명 및 구매처 등 제공,
AI 탭을 통해 추가 질의 가능



8월 내 AI 탭 내
부동산 에이전트
탑재 예정

부동산·경제 지표 검색에 AI 브리핑 추가
일부 아파트 단지 검색 시 시장 흐름과
주요 이슈 정리한 AI 브리핑 노출



AI 금융 에이전트 '시코치' 베타 출시
마이데이터 소비 내역 분석해
이용자별 맞춤형 금융 코칭 제공

| 카카오페이, AI 에이전트 출시 |

향후 AI 서비스를
카카오페이 증권으로 확대,
소비 분석 - 자산관리 -
투자까지 연결해 제공 예정

* Source : 네이버, 카카오, 관련 기사

AI 생성 콘텐츠의 투명성 규제 확산, 구글·메타 AI 활용 광고 표시 강화

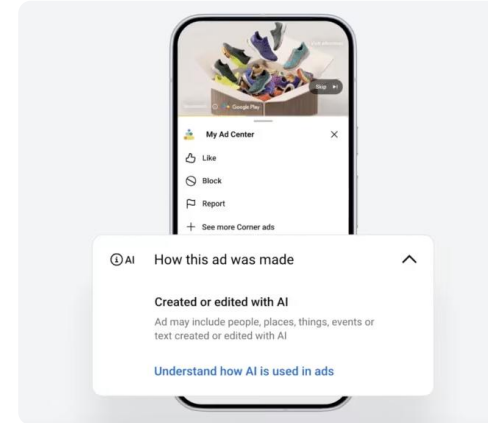
- 전 세계적으로 AI 생성 콘텐츠의 표시·탐지 및 광고 내 AI 사용 사실 공개 기준이 구체화되는 가운데, EU는 8월 2일부터 AI법 제50조의 투명성 의무 등 주요 규정 적용 본격화
- 구글·메타는 자사 AI 활용 광고의 자동 표시에서 나아가, 외부 AI로 제작·편집된 광고까지 식별·표시 범위를 확대하며 광고 투명성 강화

| 주요국 AI 콘텐츠·광고 투명성 규제 |

국가	관련 규제	핵심 내용
	유럽연합(EU) AI법 제 50조 특정 시스템의 투명성 의무 2026.08.02 적용	· AI 생성·조작 콘텐츠에 표시·탐지 의무 · 딥페이크·공익 관련 시안은 AI 생성 사실 공개 · 구글, 메타, 오픈AI, 앤트로픽 등 행동강령 서명
	캘리포니아 AI 투명성법 2026.01 적용	· AI 생성 이미지·영상·음성에 출처정보 삽입 · 이용자가 확인할 수 있는 AI 탐지 도구 제공
	뉴욕시 가상 인물 광고 공개 의무 2026.06 시행	· AI 가상 인물이 등장하는 광고에 AI 사용 사실을 명확하게 표시
	인도 정보기술 규칙 개정 합성 생성 정보 관련 의무 2026.02 시행	· AI 생성·변형 콘텐츠에 표시·출처정보 적용 · 대형 플랫폼의 AI 콘텐츠 확인·표시 책임 강화
	한국 인공지능기본법 제 31조 인공지능 투명성 확보 의무 2026.01.22 시행	· AI 제품·서비스 이용 사실 사전 고지 · AI 생성 결과물에 생성 사실 표시 · 시행령 제 23조에서 구체적 표시 방법 규정
	한국 공정거래위원회 「추천·보증 등에 관한 표시·광고 심사지침」 2026.06.01 시행	· AI 가상 인물의 추천·보증 광고 시 가상 인물임을 표시하도록 규정

| 구글·메타, AI 활용 광고의 투명성 표시 강화 |

Google AI 광고 정보 표시 기능 도입

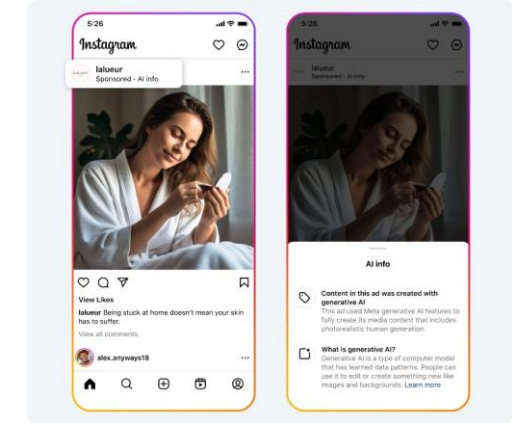


대상 구글 검색, 유튜브, 디스커버 광고

식별 자사 AI - 메타데이터 기반 자동 표시
외부 AI - 캠페인 관리자에서 직접 라벨 추가

표시 미국, 인도, EU 타깃 광고는 AI 라벨 실제 노출

Meta AI 광고 라벨 적용 범위 확대



대상 메타 플랫폼 내 광고

식별 자사 AI - 생성 및 유의미 편집 시 자동 표시
외부 AI - 업계 표준 신호 기반 자동 탐지/표시

표시 지역별 규제에 따라 상이하게 라벨 노출

* Source : 구글, 메타, 관련 기사

이달의단신 소식

구분	이슈
디지털 미디어	KT나스미디어, 국내 최초 넷플릭스 광고 API 연동 미디어 플래닝 서비스 출시 :KT나스미디어가 넷플릭스 공식 광고 API를 ‘리믹스’에 연동, 넷플릭스 퍼스트파티 데이터를 활용해 광고 도달 규모와 예산 효율을 사전 예측할 수 있는 미디어 플래닝 서비스 제공 네이버, 네이버TV 14년 만에 서비스 종료…콘텐츠 ‘클립’으로 이전 :네이버가 9월 30일 네이버TV 서비스를 종료하고 기존 콘텐츠와 창작자 프로필을 ‘클립’으로 이전, 클립과 치지직 중심으로 동영상 콘텐츠 역량 집중 카나나인 카카오맵, 휴가 계획을 편리하게 세울 수 있는 기능 업데이트 :카나나인 카카오맵은 카카오의 AI 서비스인 카나나를 카카오맵에 연계한 서비스로, 단순 여행지 추천을 넘어 특정 지역과 여행지 입력 시 이동 동선을 고려한 세부 여행 코스까지 구성 에브리타임, ‘쇼핑’ 탭 신설…대학생 대상 커뮤니티 커머스 강화 :에브리타임 운영사 비누랩스가 기존 ‘혜택’ 탭을 ‘쇼핑’으로 개편하고 인기 상품을 추천하는 큐레이션 기능 도입, IT부터 패션까지 상품군을 확대하며 커뮤니티 기반 커머스 사업 본격화
AI	구글, 24시간 업무 수행형 AI 에이전트 ‘제미니AI 스파크’ 국내 출시 :구글이 이용자 대신 24시간 디지털 업무를 수행하는 개인 AI 에이전트 ‘제미니AI 스파크’를 국내 출시, 구글 AI 프로 이상 플랜 이용자에게 순차 제공 AI 글라스, 메타·삼성전자 이어 애플 가세…‘삼파전’ 전망 :애플이 2027년 AI 스마트 글라스 출시를 추진, 메타가 시장을 선점한 가운데 삼성전자도 올가을 ‘인텔리전트 아이웨어’ 출시를 앞두고면서 AI 글라스 시장 삼파전 구도 형성 전망 생성형 AI, 쇼핑 유입 채널로 부상…카페24, 2분기 생성형 AI 경유 방문 72% 증가 :카페24 D2C 쇼핑몰의 생성형 AI 경유 방문이 2분기 85만 건으로 전년 대비 72% 증가, 구매 전환율 1.7배·주문 건수 195% 증가하며 생성형 AI가 새로운 쇼핑 유입 경로로 부상
OTT	넷플릭스, 상반기 시청 970억 시간…역대 최고치 기록 :넷플릭스가 올해 상반기 전 세계 시청 시간 970억 시간을 넘어서며 반기 기준 역대 최고치를 기록한 가운데 ‘참교육’이 가장 많이 시청한 프로그램에서 전 세계 6위 차지 티빙, 2분기 첫 흑자 전환…KBO·오리지널 콘텐츠 흥행으로 수익성 개선 :티빙이 KBO와 오리지널 콘텐츠 흥행에 따른 가입자·광고 매출 증가로 출범 이후 첫 분기 흑자를 기록, 하반기 티빙·웨이브 합병 논의 본격화 예정 웨이브, 국내 OTT 최초 오디오 모드 ‘듣품’ 출시 :웨이브가 드라마·예능·뉴스·교양 등 영상 콘텐츠를 화면 없이 들을 수 있는 오디오 모드 ‘듣품’ 출시, 콘텐츠 소비 환경 확대와 함께 ‘일상의 플랫폼’ 도약 추진

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'으로 기재 (케이티 나스미디어 X)