

2019
02 -

Vol. 290

MEDIA TREND

미디어 동향 및 마켓 이슈

Index

디지털 미디어 & 마켓 이슈

MEDIA ISSUE

- 네이버 연간 매출 5조 원 돌파, 올해는 '커머스 · 동영상'에 집중
- 2018년 거래액 20조 달성한 카카오페이, 신규 서비스 확대 나섬
- 국내 OTT 플랫폼 '옥수수 X POOQ' 합병, '유튜브'에 대항
- 나스미디어, 맞춤형 동영상 광고 상품 '애드패커 비디오' 출시

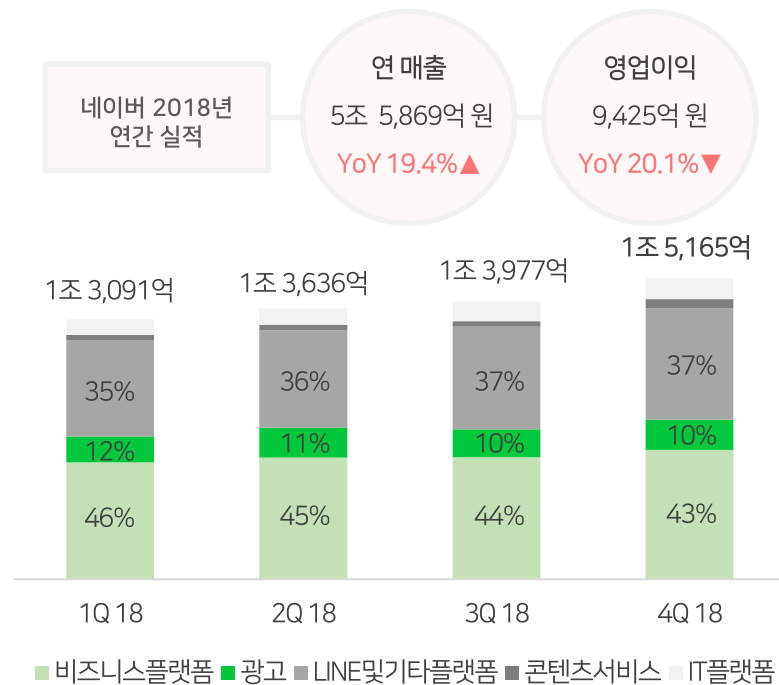
MARKET ISSUE

- 엔터테인먼트 앱 강세 속 '넷플릭스' 서비스 이용 활발
- 국내 게임 시장, '모바일 게임' 성장 및 해외 수출 약 80% 증가
- 웹드라마 선호, 뉴미디어 활용이 활발해진 카드사 광고
- 이달의 단신 소식

네이버 연간 매출 5조 원 돌파, 올해는 '커머스·동영상'에 집중

2018년 1-4분기 네이버 매출 현황

(단위: 원)



2019년 상반기 네이버 주요 사업 계획



* Source: 네이버, 관련 기사

- 2018년 네이버 연간 매출은 전년 대비 약 19.4% 성장한 5조 5,869억 원으로 사상 최초 5조 원 돌파
- 2018년 연간 영업이익은 신규 사업(핀테크, 커머스, 자율주행 등) 확장에 따른 비용 증가로 인해 전년 대비 20.1% 감소한 9,425억 원 기록
- 2019년 상반기에는 모바일 메인 개편 및 커머스 경쟁력 강화에 집중하고 네이버TV를 오픈 플랫폼으로 전환해 사용자 중심의 서비스로 발전시켜 나갈 계획

2018년 거래액 20조 달성한 카카오페이, 신규 서비스 확대 나섬

카카오페이 2018년 주요 달성 지표



카카오페이 사업 현황 및 주요 계획

2018

1월: '카카오페이카드'를 출시하며 오프라인 시장 진출
5월: 스마트폰의 QR코드·바코드 오프라인 결제 서비스
▶ 최근 스타벅스 매장 도입, 결제 가능 매장 지속 확대
11월: '카카오페이 투자' 출시(제휴사제공 투자 상품)

2019

추진 예정

직접투자
: 펀드/해외주식 등 자체 개발해 판매

글로벌 크로스보더 결제
: 환전 없이 해외에서 QR코드 결제

후불 교통카드
: 소액여신 제한 규제에 따라 서비스 검토 예정

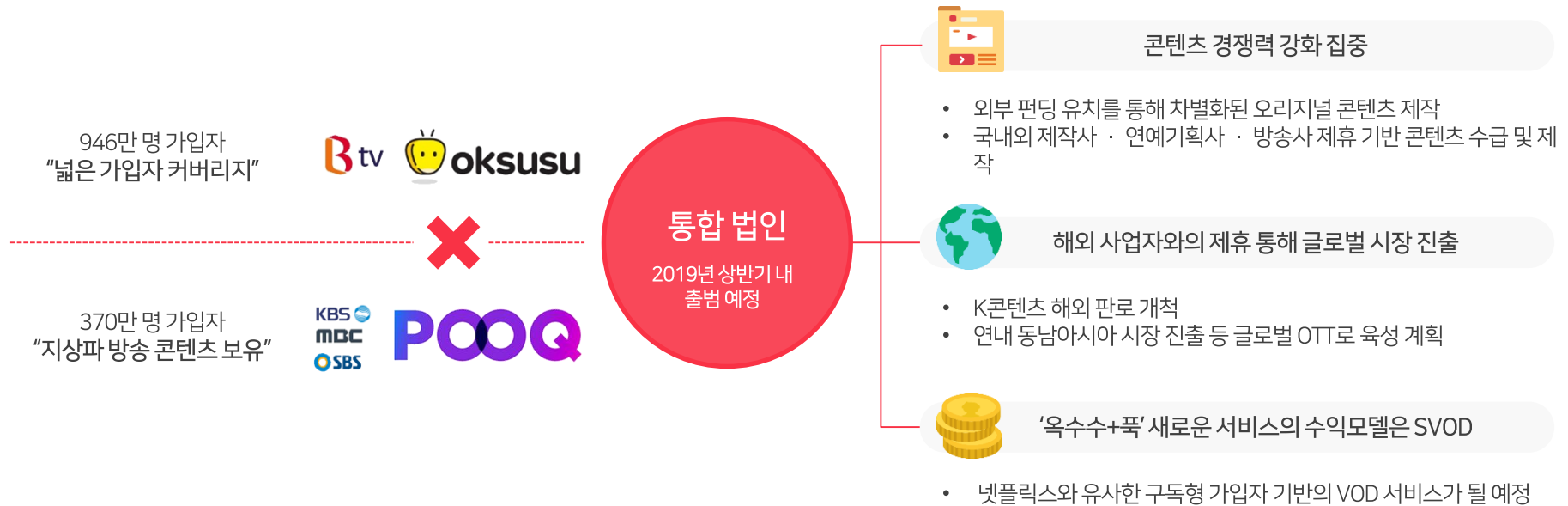
공과금 통지
: ICT 규제 샌드박스 신청 사업으로 모바일 전자고지 활성화

* Source: 카카오, 관련 기사

- 2019년 1월 기준 카카오페이 월 거래 고객은 약 1,500만 명으로 지속적인 증가세, 2018년 연간 거래액 20조 원 달성
- 카카오페이는 '카카오페이 카드' 및 'QR코드 결제' 를 제공해 오프라인 결제 시장으로 진출하고, 투자 상품을 도입하는 등 제공 서비스 범위 확대함
- 2019년에는 자체 개발한 투자·보험 상품 판매 등으로 생활 금융 서비스를 다각화하고 글로벌 결제 서비스를 제공해 해외로 진출해나갈 전망

국내 OTT 플랫폼 '옥수수 X POOQ' 합병, '유튜브'에 대항

'옥수수 X POOQ' 합병 추진



* Source : SKT Investor Briefing, 관련 기사

- SKT와 방송 3사(KBS, MBC, SBS)는 국내 동영상 스트리밍 서비스(OTT) 시장 내 미래 성장 동력 및 글로벌 경쟁력을 확보하기 위해 협력 MOU 체결(1월 3일)
- SKT '옥수수'의 가입자 커버리지와 'POOQ'이 보유한 지상파 3사의 콘텐츠 경쟁력 시너지를 통해 국내 대표 OTT로 성장해 나갈 것으로 기대
- 향후 국내외 투자를 적극적으로 유치해 콘텐츠 경쟁력을 강화하고, 해외 유통 사업을 준비하여 글로벌 시장으로 진출할 전망

나스미디어, 맞춤형 동영상 광고 상품 '애드패커 비디오' 출시

'애드패커 비디오' 상품 특징

자체 데이터 기반 오디언스 보유

나스미디어가 구축한 DMP** 기반
유니크 유저 약 3,500만 명에게 도달

폭넓은 매체 커버리지 확보

국내 동영상 전문 매체와
언론사 중심의 네트워크매체 100여 개





잠재고객에게 브랜드 도달이 가능한 '오디언스 특화 타겟팅'

				
검색 키워드	퍼스널	관심사	연관 타겟팅	콘텐츠
최근 포털에서 검색한 키워드	특정 GAID(iDFA)	활동 데이터 분석 80여개 관심사	유사 캠페인에 기반 오디언스	총 39개 콘텐츠 기준

*DSP (Demand Side Platform): 광고주의 입장에서 높은 효율의 광고 찾도록 돕는 플랫폼
**DMP(Data Management Platform): 거래할 수 있는 데이터를 관리하는 플랫폼

* Source: 애드패커 매체 소개서, 관련 기사

- 모바일 DSP* 플랫폼 애드패커는 네트워크 지면에 노출이 가능한 오디언스 타겟팅 기반 동영상 광고 상품 '애드패커 비디오(Adpacker-Video)' 출시
- '애드패커 비디오'는 국내 다수 동영상 전문 매체와의 제휴로 폭넓은 커버리지를 제공하며, 나스미디어 자체 데이터 기반의 유니크 유저 정보 활용 가능
- 자체 DMP**를 통해 오디언스의 모바일 행동 패턴(방문, 클릭, 검색 등)을 실시간으로 분석해 최적의 타겟에게 광고 노출 가능

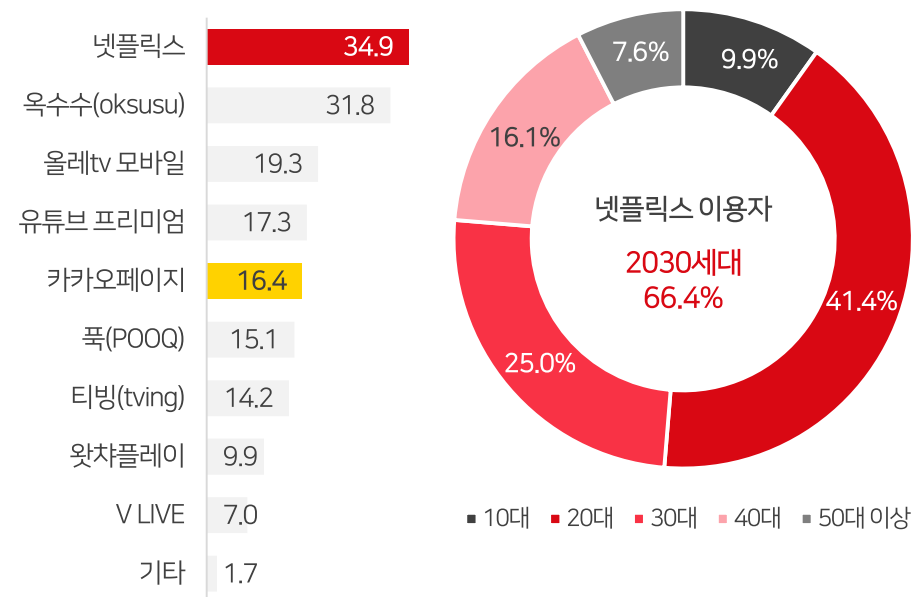
엔터테인먼트 앱 강세 속 '넷플릭스' 서비스 이용 활발

국내 소비자 지출 기준 상위 앱 TOP 10



2018년 상위 앱: 한국 iOS 및 Google Play 합산, 소비자 지출 기준

넷플릭스 이용률 및 이용자 구성 비중



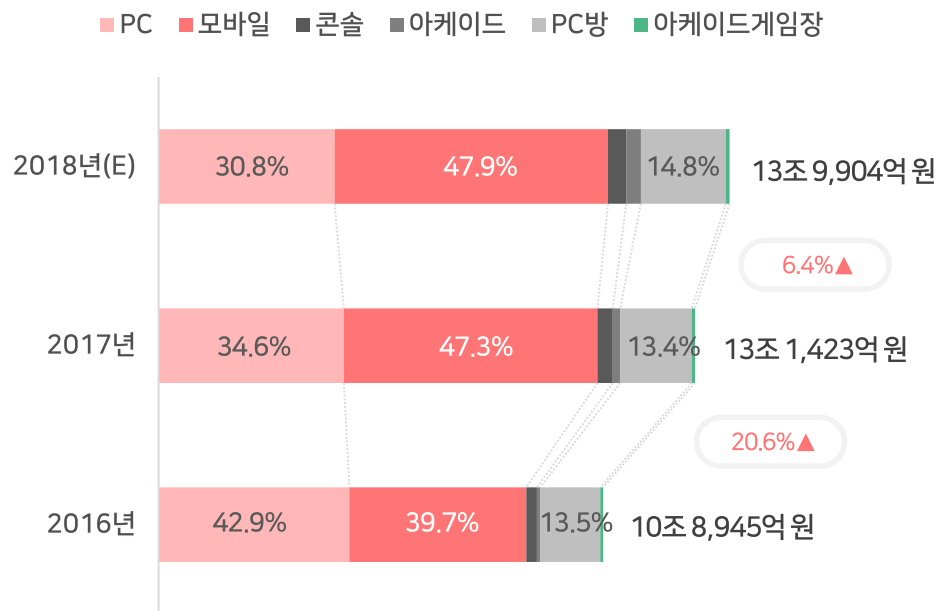
2019 NPR 유료 동영상 콘텐츠 서비스 이용자(N=872, 중복 응답) 기준

* Source : 앱애니 2019 모바일 현황 보고서, 나스미디어 2019 NPR

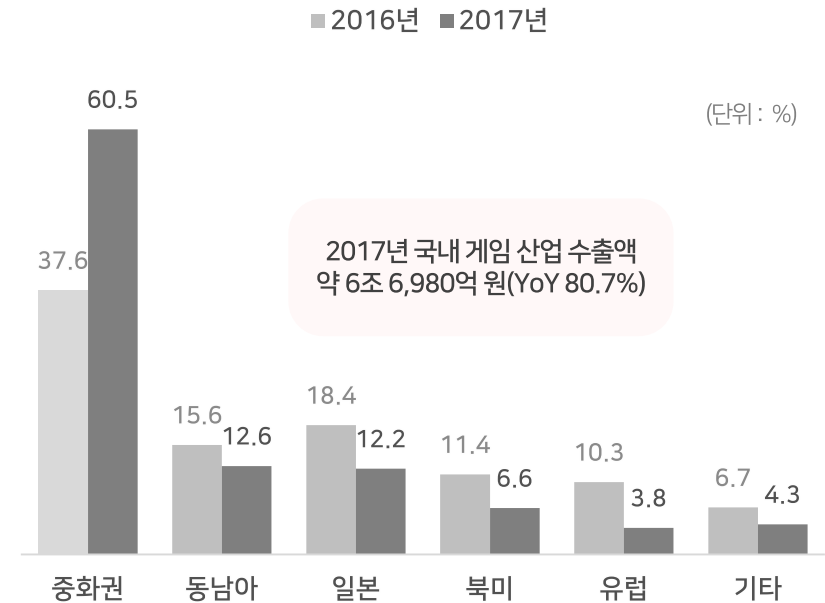
- 앱애니에 따르면, 2018년 국내 모바일 앱 이용자가 가장 많이 지출한 앱 TOP 10에 카카오페이지·넷플릭스 등 '엔터테인먼트 앱'이 절반 이상 포함됨
- 이는 동영상·음악 콘텐츠 앱 이용자의 유료 콘텐츠 결제 비율 증가에 따라 나타난 결과로, 넷플릭스의 국내 시장 점유율 확대에도 기여함
- 나스미디어 2019 NPR 조사 결과에 따르면, 유료 동영상 콘텐츠 서비스 이용자 중 34.9%가 넷플릭스를 이용하며 2030세대의 이용률이 66.4%로 높은 비율 차지

국내 게임 시장, '모바일 게임' 성장 및 해외 수출 약 80% 증가

국내 게임 시장 규모 및 분야별 비중 추이



국내 게임 수출 국가별 비중 (2016-2017년)

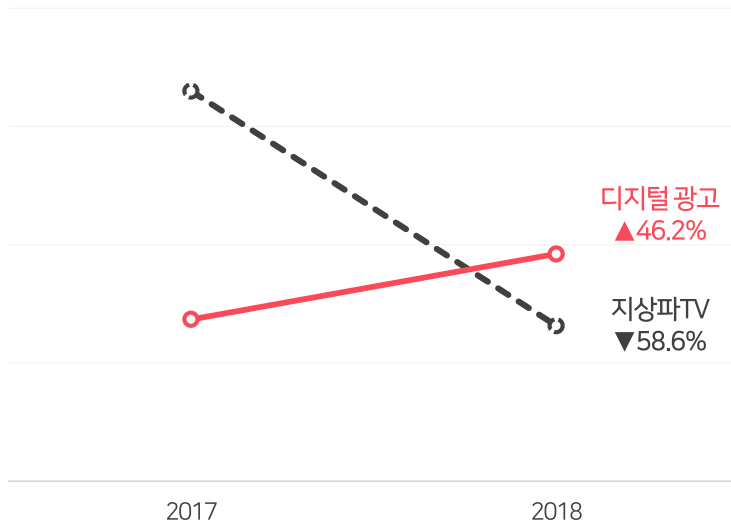


* Source : 한국콘텐츠진흥원 '2018 대한민국 게임백서'

- 2017년 한국 게임 시장 규모는 전년 대비 약 20.6% 성장한 13조 1,423억 원 기록, 2018년은 소폭 성장한 13조 9,904억 원 수준이 될 것으로 전망
- 모바일 게임 부문은 2017년 기준 점유율 약 47.3%를 기록, PC 부문을 추월하며 전체 게임 시장에서 가장 큰 비중을 차지하는 장르가 됨
- 국내 게임의 해외 수출은 2016년 대비 약 80.7% 성장해 최근 7년 새 가장 높은 성장률 달성, 수출국 비중은 중화권(60.5%) > 동남아(12.6%) > 일본(12.2%) 순


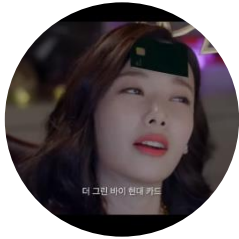

웹드라마 선호, 뉴미디어 활용이 활발해진 카드사 광고

카드사 지상파TV vs. 디지털 광고비



주요 7개 카드사: 롯데, 비씨, 국민, 삼성, 우리, 현대, 삼성

2018 카드사 뉴미디어 활용 사례

우리카드	현대카드	신한카드
'워크 앤 러브 밸런스' 웹드라마 형식	'김팀장의 이중생활' 웹드라마 형식	'젊은 수학천재의 슬픔' 유튜브 광고
		
<p>웹드라마 내용에서 자연스럽게 카드 특징 노출</p>		<p>웹용 60초, 92초 긴 동영상 타 SNS 공유 활발</p>

* Source : 닐슨 AdEX(2018년 1~12월), 관련 기사

- 2018년 주요 7개 카드사의 디지털 광고 집행 규모는 전년 대비 약 46.2% 증가한 반면, 지상파TV 광고 집행 규모는 감소함
- 최근 금융권 광고주는 사회초년생을 공략하기 위하여 젊은 세대에게 다가갈 수 있는 디지털 매체를 적극 활용하는 추세
- 광고 뿐만 아니라 웹드라마 제작이나 영상 길이 제한이 없는 유튜브 및 SNS 채널을 활용하여 젊은층의 관심과 이슈 확산을 유도

이달의 단신 소식

구분	이슈
네이버	<ul style="list-style-type: none"> 네이버TV, 채널 개설 기준 완화 "누구나" 개설할 수 있는 오픈 플랫폼으로 전환 : 누구나 네이버 TV에 동영상을 업로드 할 수 있도록 플랫폼 오픈, 크리에이터의 지속적인 유입을 위해 유튜브와 같은 보상 체계도 마련할 방침 네이버, 개인 취향 고려한 쇼핑 상품추천 `포유` 신설 : '원피스'를 입력하면 '포유 영역에 자주 방문했거나 방문 이력이 있는 쇼핑물', '선호할만한 상품군', '인기 원피스 상품'을 한 눈에 확인 가능
카카오	<ul style="list-style-type: none"> 카카오모빌리티, '카카오 T 블랙' 예약 서비스 출시 : 예약 서비스 출시를 통해 개인 고객은 물론, 공항·골프장 픽업 등 스케줄 관리가 중요한 비즈니스 영역에서의 수요가 더욱 확대될 것으로 기대 카카오M, 카카오TV 개편해 실시간 TV 출시 예고 : 모바일 유통에 용이한 10~15분 숏폼(Short-form) 콘텐츠를 실시간으로 제공해 10대~30대 젊은 층을 겨냥
페이스북 인스타그램	<ul style="list-style-type: none"> 페이스북...Z세대 겨냥 'LOL' 테스트 중 : 10대 청소년을 유인하기 위해 새로운 콘텐츠 탭 'LOL(laugh-out-loud)' 피드 비공개 테스트 중 평범한 달걀 사진, 인스타그램 최다 '좋아요' 게시물 등극 : 'World Record Egg'라는 계정으로 1월 4일 업로드 된 이 사진에는 '세계에서 가장 많은 좋아요를 받은 사진을 다같이 만들자'라는 말과 함께 업로드
게임 업종	<ul style="list-style-type: none"> 게임 AI 고도화 시도 이어져... 지능형 게임 시대 다가온다 : 게임업계는 올해 서비스 고도화를 위한 게임 AI 개발·적용 집중. 엔씨소프트, 넷마블, 넥슨, NHN엔터테인먼트가 게임 AI 전쟁에 참여 스마일게이트, 상반기 VR게임 2종 출시 예정 : VR게임에 집중하는 것은 5G 시대를 선점하기 위한 것으로, 트렌드포스는 전세계 VR시장 규모가 2020년에 700억달러 달할 것이라 전망
가전 업종	<ul style="list-style-type: none"> "세탁기·냉장고 비켜" '미세먼지 킬러' 가전 3총사 : 공기청정기 - 300만대 판매하며 1위 전망, 건조기 - 200만대 판매 예상, 공기청정 기능 탑재한 에어컨-사계절 가전으로 등극 '지상 최대 가전쇼' CES 핫 키워드는 5G·로봇·TV·AI : 2019년 CES의 주요 키워드는 5세대 이동통신(5G), 스마트, 인공지능(AI), 로봇, 자율주행, 프리미엄 가전, 헬스케어, 블록체인 등으로 압축

나스미디어의 뉴스레터(나스리포트)를 수신하면
디지털 시장과 트렌드를 분석한 다양한 리포트를 정기적으로 받아보실 수 있습니다.

신청 방법: 나스미디어 홈페이지에서 뉴스레터 신청