

# MEDIA & MARKET ISSUE Vol.349

주요 미디어 & 마켓 이슈

Media & Market issue  
2024.01

Published by  
Trend strategy team

nasmedia

# INDEX

주요 미디어 & 마켓 트렌드

## MEDIA ISSUE

- ‘치지직’ 베타테스트 시작, 아프리카TV와 트위치 이용자 흡수 경쟁 본격화
- 스포츠 중계 역량 강화에 나선 티빙, KBO 리그 중계권 우선 협상 대상자 선정
- 성장하는 크리에이터 이코노미, 주요 SNS 크리에이터 후원 시스템·구독 모델 도입

## MARKET ISSUE

- 유통업계, 온·오프라인 경계 허무는 사업 진출을 통해 확장된 고객 경험 제공
- 100주년 맞은 CES 2024, AI가 모든 영역에 적용되는 ‘온디바이스 AI’ 시대 예고

01

# MEDIA ISSUE

nasmedia

# ‘치지직’ 베타 테스트 시작, 아프리카TV와 트위치 이용자 흡수 경쟁 본격화

- 트위치 한국 철수 발표 이후 네이버 치지직과 아프리카TV의 이용자 유치 경쟁 활발, 트위치의 기존 구독 기간·방송 시간·계정 등을 연동하며 적극적으로 스트리머 이적 지원
- 치지직은 안정성 강화, 아프리카TV는 리브랜딩을 과제로 서비스 보완 및 개편을 준비 중이며 치지직은 2023년 12월, 개인방송 앱 점유율 3위에 오르며 본격적인 경쟁 구도 형성

\*클로바그린아이(CLOVA Green Eye): 유해 콘텐츠 차단을 위해 네이버 서비스 전반에 적용되는 네이버 자체 AI 필터링 기술

## | 트위치 철수 앞둔 스트리밍 플랫폼 시장 현황 |

### 치지직 vs. 아프리카TV, 트위치 스트리머·이용자 유치 정책 발표

풀HD급 화질, 네이버 서비스와 연동 편의성



#### “안정성 강화”

연령 제한 기능·클로바그린아이\* 적용 등 모니터링 및 사후 조치 강화  
요리·음악·토크 등 분야로 베타 테스터 규모 확대

- ‘구독 기간 이어가기’로 스트리머·시청자 대상 트위치 구독 승계 프로그램 도입
- 구독자 이모티콘 등 트위치의 기존 기능 연동



스트리밍 시장 전통 강자, 대대적 개편 예고



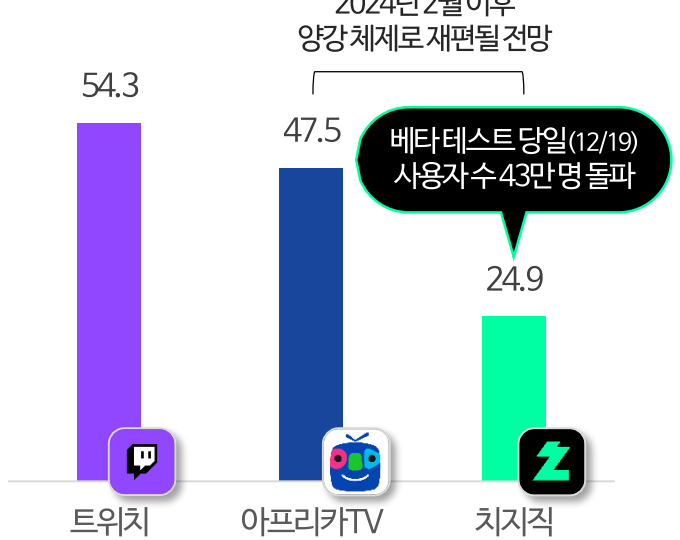
#### “리브랜딩”

글로벌 라이브 스트리밍 플랫폼 ‘SOOP(숲)’ 베타 버전 출시 예정(2분기)  
국내 서비스명 ‘숲’으로 변경 예정(3분기)

- 트위치와의 계정 연동 기능 도입
- 트위치에서 전환한 스트리머에게 트위치 방송 시간 최대 400시간 인정

### 2023년 12월 개인방송 상위 앱 사용자 수 점유율

(단위: %, 중복 포함)



\* Source : 아이지에이웍스, 관련 기사

# 스포츠 중계 역량 강화에 나선 티빙, KBO 리그 중계권 우선 협상대상자 선정

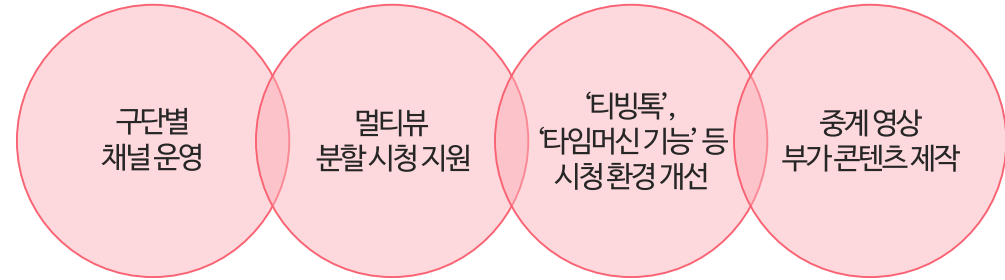


- 티빙이 KBO 리그 중계권 우선 협상대상자로 선정, 협상이 최종 마무리되면 티빙은 2024년부터 3년간 KBO 리그 유무선 중계 방송 및 제3자 재판매 권리 보유
- OTT 사업자가 지속적으로 스포츠 중계권 유치에 나서는 배경으로는 스포츠 콘텐츠 통해 신규 이용자를 영입하고, 이들을 고정 이용자로 만드는 락인 전략으로 풀이

## | 2024 OTT 주요 스포츠 중계권 확보 현황 |

<b>TVING</b>	· UFC, 독일 분데스리가, AFC 챔피언스리그 생중계 · 2023 카타르 아시안컵 주요 경기 생중계 · 2024~2026년 국내 KBO 리그 온라인 중계권 우선협상대상자 선정
<b>coupang play</b>	· MLB 월드투어 서울 시리즈 2024 독점 중계 · 2023 카타르 아시안컵 조별 리그부터 결승전까지 생중계
<b>SPOTV NOW</b>	· 프리미어리그 전 경기, 사우디아라비아 프로축구 경기 중계 · 포뮬러 E 멕시코 시티 E-PRIX 생중계 · 2024 DP월드투어 생중계
<b>apple tv+</b>	· 미국 프로 축구 리그 10년 간 독점 중계
<b>NETFLIX</b>	· 자체 이벤트 골프 대회·테니스 대회 개최·중계

## | 티빙의 KBO 리그 중계 방송 계획 및 기대효과 |



- 1. 부가콘텐츠 유료 판매**  
· 실시간 스트리밍은 무료 시청, 화질·광고·저장 등의 추가 옵션은 유료 제공을 검토할 것으로 관측
- 2. 스포츠 팬 유입 기대**  
· OTT 시장 주도권 확보 및 프로 야구 팬 유입을 통한 정체된 구독자 규모 확대  
· 지난 5년간 누적 시청자 수 8억 명, 하이라이트 VOD 조회 수 70억 회 기록 (네이버 컨소시엄 기준)
- 3. 합병 협상 우위 선점**  
· 웨이브와 합병 시 월간 이용자 수 우위 확보로 유리한 입장 선점

\* Source : 관련 기사

# 성장하는 크리에이터 이코노미, 플랫폼사 크리에이터 후원 시스템·구독 모델 도입

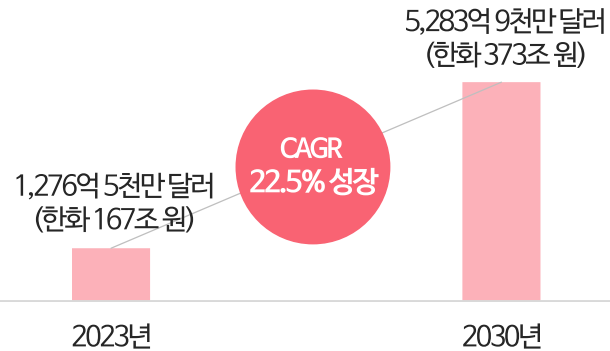
- 크리에이터 이코노미 규모가 지속적으로 확대됨에 따라 플랫폼사는 우수한 크리에이터를 확보하기 위한 수익 모델을 도입
- 플랫폼내 크리에이터가 많아질수록 생태계 확장과 이용자 락인 효과를 노릴 수 있으며, 광고 수익에도 긍정적인 영향을 미쳐 크리에이터 지원은 지속 증가할 것으로 전망

## | 크리에이터 이코노미 정의 및 글로벌 시장 규모 예측 |



### 크리에이터 이코노미 (Creator Economy)

크리에이터가 자신의 창작물을 기반으로 수익을 창출하는 비즈니스 생태계 또는 산업 전반  
이용자가 지불하는 비용을 통해 콘텐츠를 생산할 수 있는 시스템을 뜻함



## | 주요 SNS 사업자별 크리에이터·구독 모델 도입 현황 |

### YouTube

2023년 - 쇼츠 광고 도입  
수익의 일정 부분 크리에이터 배분

2020년 - 채널 멤버십 도입  
멤버십 전용 영상 및 배지, 채팅에 사용할 수 있는 맞춤 이모티콘 제공

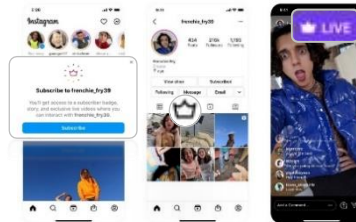
2017년 - 슈퍼챗 도입  
라이브 방송 시청자가 유튜버에게 일정 금액과 응원 메시지 전달

### Instagram

릴스 기프트' 기능 도입 (2023. 12)  
팔로우 여부와 관계없이 가상 선물 가능



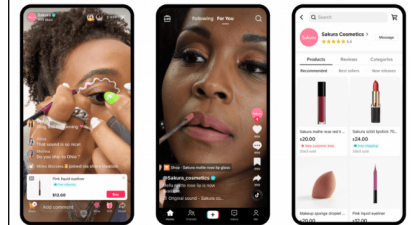
구독 서비스 테스트 론칭 (2023.12)  
유료 구독자 대상 독점 콘텐츠 제공



### TikTok

'이펙트 크리에이터 리워드' 한국 도입 (2023. 10)  
AR 필터 공유 플랫폼 '이펙트 하우스'에서 골드배지를 획득한 크리에이터의 필터가 20만 건 이상 사용되면 보상 지급

'틱톡샵' 한국 도입 검토 (미정)  
틱톡과 커머스를 연계해 크리에이터가 수익화할 수 있는 '틱톡샵' 국내 도입 검토



\* Source : 코히런트 마켓 인사이트, 관련 기사

02

# MARKET ISSUE

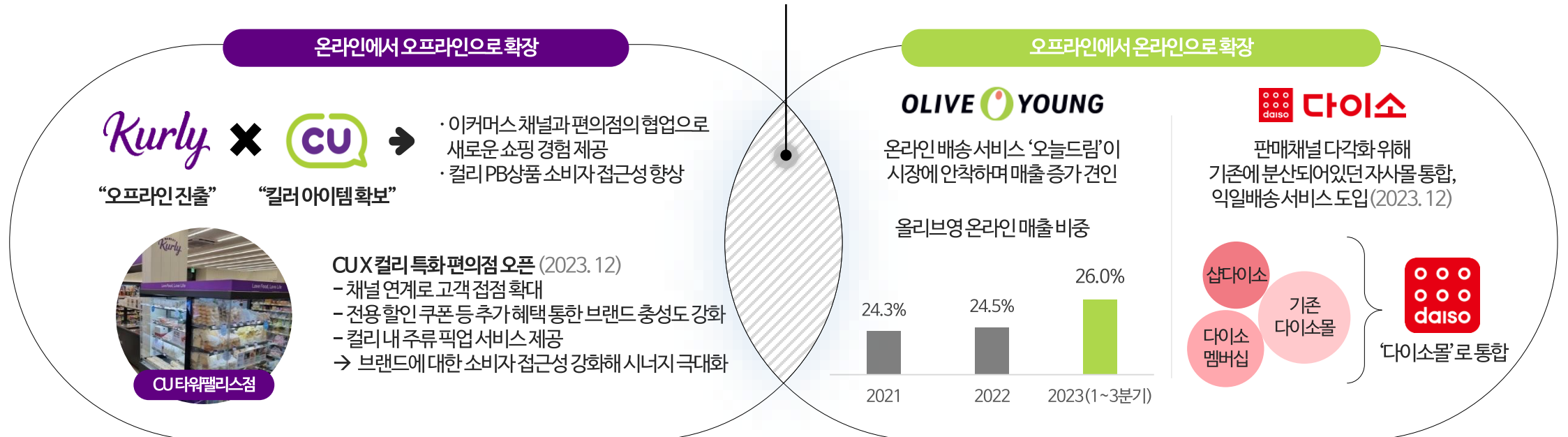
nasmedia

# 유통업계, 온·오프라인 경계 허무는 사업 진출을 통해 확장된 고객 경험 제공

- 컬리와CU가 협업해 'CU X 컬리 특화 편의점' 오픈, 컬리 PB상품의 소비자 접근성을 높여 온라인에서의 고객 경험 및 신뢰도 확보의 한계를 오프라인 판로 확대로 보완
- 올리브영은 '오늘드림'을 통해 온라인 매출 비중을 확대 중이며, 다이소는 분산되어있던 자사몰을 '다이소몰'로 통합하고 익일배송 서비스를 도입하는 등 이커머스 사업 영역을 강화

## | 유통업계 온·오프라인 채널 확장 전략 비교 |

온·오프라인 경계 흐려지는 '빅블러' 현상 가속화



\* Source : 관련 기사



# 100주년 맞은 CES 2024, AI가 모든 영역에 적용되는 ‘온디바이스 AI’ 시대 예고

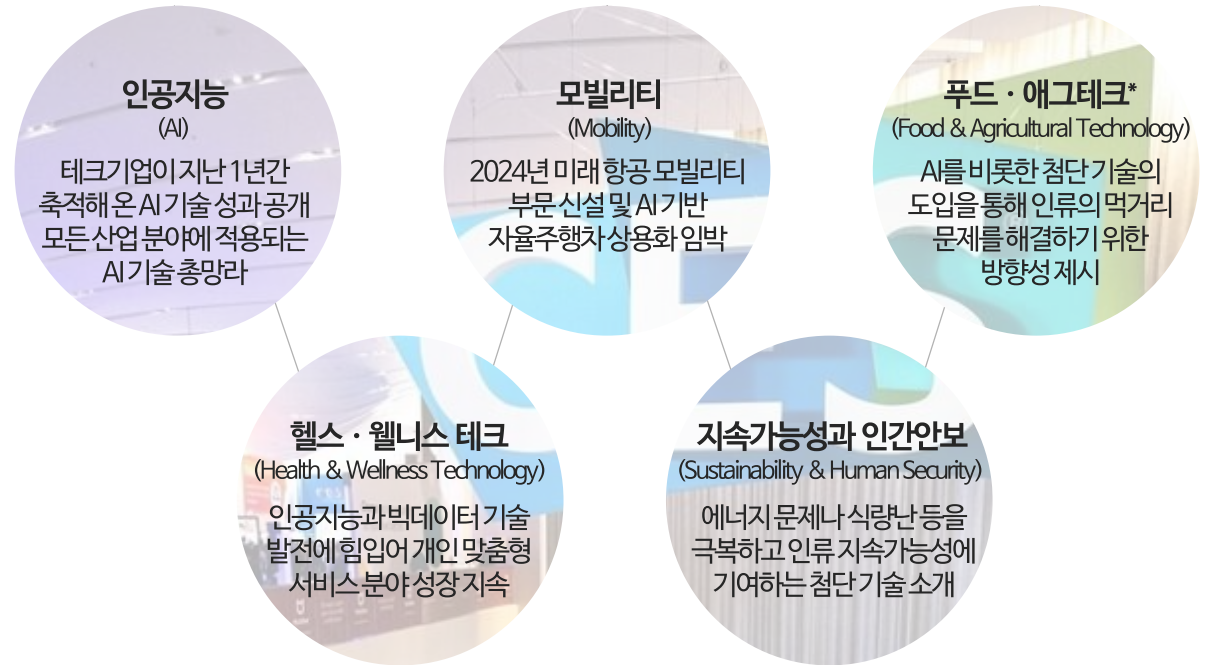
- 올해로 100주년을 맞은 CES 2024는 ‘All Together, All On’이라는 주제로 1월 9일부터 4일간 진행, 이번 전시회에서는 국내 참가기업과 통합한국관이 역대 최대 규모 기록
- 이번 CES 2024에서는 AI를 비롯한 다양한 기술을 활용한 신제품이 공개되었으며, 기후변화와 식량난 등 글로벌 미래 과제를 해결하기 위한 혁신적인 트렌드 제시

\*애그테크(AgTech): 농업(Agriculture)과 첨단기술(Technology)을 결합한 합성어, 전통 농업에 생명공학·인공지능(AI)·사물인터넷등 다양한 기술을 융합하는 것

## | CES 2024 개요 및 참가 기록 |

주제	All Together, All On 모두를 위한 모든 기술의 활성화 : 모든 기술과 산업이 모여 인류 문제를 해결하자는 의미
전시기간	2024년 1월 9일~1월 12일 (현지시간기준)
참가기업수	4,300여개 (2023년대비 34% 증가) : 한국은 총 772개 기업 참가, 미국과 중국에 이어 3번째 규모
참관객수	13만 5천여명 (2023년대비 17% 증가)
참가국가	150여개국
기술카테고리수	41개 : 5G/IoT, 로봇틱스, 오토모티브, 블록체인, 헬스/웰니스 등

## | CES 2024 주요 테마 |



\* Source : CTA, 삼성KPMG, 관련 기사

# 이달의 단신 소식

구분	이슈
디지털 미디어	<ul style="list-style-type: none"> <li> <b>구글, 맞춤형 광고용 ‘쿠키’ 일부 중단 추진...광고업계 대변화 예고</b>                      : 2024년 1월, 구글은 전체 크롬 사용자의 1%가 생성하는 쿠키를 대상으로 일부 중단을 추진, 추후 대상을 확대해 연말까지 완전히 중단할 예정                 </li> <li> <b>메타, 스레드 유럽 출시...“인스타 계정 없이 이용”</b>                      : 메타는 유럽 내 개인정보보호법 등의 규제 이슈로 출시가 지연됐던 ‘스레드’를 2023년 12월 유럽의 대부분 국가에 출시, 유럽 이용자들은 인스타그램 계정 없이도 서비스 이용이 가능                 </li> <li> <b>네이버 카페 출시 20주년...10대 사용자 증가</b>                      : 2023년 12월 15일 네이버 카페는 출시 20주년을 맞이, 카페 누적 개설 1,200만 개 및 가입자 10억 명을 돌파했으며 팬데믹 이후 10대 이용자의 활동성이 2019년대비 3배 증가했음을 발표                 </li> <li> <b>인스타그램 스토리에 프로필 공유 기능 추가 예정</b>                      : 메타는 인스타그램 스토리에서 다른 이용자의 프로필을 공유할 수 있는 기능을 2024년 초 공개할 예정으로, 이를 통해 사용자 간의 협업 및 비즈니스 노출 활성화가 가능할 것으로 기대                 </li> </ul>
커머스	<ul style="list-style-type: none"> <li> <b>PB 상품 ‘전성시대’...고물가 시대에 소비자 눈높이 맞춰 진화</b>                      : 고물가 상황이 지속되며 가성비비를 앞세운 PB 제품군의 인기 증가, 대형마트·편의점·이커머스 업계 내 다양한 라이프스타일 트렌드를 반영한 PB 상품 출시 활발 및 상품 영역 확대                 </li> <li> <b>이커머스 업체들, 명품 부문 강화</b>                      : SSG닷컴·쿠팡 등 주요 이커머스 업체들은 성장이 정체된 가운데 럭셔리 라인업을 확대, 이는 잠재력이 높은 온라인 럭셔리 시장을 공략해 입지를 넓히려는 전략으로 풀이                 </li> <li> <b>‘알리익스프레스’·‘테무’, 2023년 한국인 사용자 수 가장 많이 증가</b>                      : 와이즈앱에 따르면, 2023년 1월부터 11월까지 테무와 알리익스프레스의 월평균 사용자 수 증가 폭은 각각 354만 명, 371만 명으로 2023년 한국인 사용자 수 최다 증가를 기록                 </li> </ul>
금융	<ul style="list-style-type: none"> <li> <b>네이버페이 앱 개편...증권·부동산 서비스 추가</b>                      : 네이버페이는 결제와 자산관리를 넘어 증권·부동산 서비스까지 담은 종합 금융 플랫폼으로서 네이버페이 모바일 앱 새롭게 개편, 앱 하단에 증권·부동산 탭 추가하는 등 UI·UX 최적화                 </li> <li> <b>핀테크 업체들의 ‘주담대 갈아타기’ 서비스, 2024년 1월 9일 오픈...접속자 증가하며 높은 관심</b>                      : 네이버페이와 카카오뱅크, 토스 등 주요 핀테크 사업자들의 대환대출 서비스가 주택담보대출로까지 확대, 서비스 오픈 당일 네이버페이 트래픽 평소 대비 2배 이상 증가하며 접속 증가                 </li> </ul>

나스리포트를 통해 배포된 다양한 보고서는  
나스미디어 홈페이지에서도 확인하실 수 있습니다.

[홈페이지에서 확인하기](#)

# 나스미디어 보고서 활용 안내

이 보고서는 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)나스미디어, (영문) nasmedia
2. 본 보고서에서 활용한 외부기관자료의 데이터를(정량적 수치) 인용할 경우  
보고서 내에 표기되어 있는 원본 자료 출처를 명시해주시기 바랍니다.  
예시: 나스미디어 보고서에서 확인한 '통계청' 데이터 재인용의 경우, 출처는 '통계청'로 기재 (나스미디어 X)