

MEDIA & MARKET ISSUE

Vol. 306

주요미디어 & 마켓이슈

Media & Market issue
2020.06

Published by
Trend strategy team

nasmedia

INDEX

주요 미디어 & 마켓 트렌드

MEDIA ISSUE

- 네이버, 유료 회원제 서비스 '네이버플러스 멤버십' 출시
- 네이버 통장, 6월 출시...커머스 플랫폼과 연계한 금융 서비스 진출
- 페이스북·인스타그램, 스몰 비즈니스 중심의 커머스 기능 강화
- 네이버·인스타그램, 인플루언서 수익 창출 기능 강화

MARKET ISSUE

- '중고거래' 앱 성장... 플랫폼 세분화, 전문화 진행
- 온라인만의 장점을 살린 신개념 엔터테인먼트, 온라인 라이브 콘서트

01

MEDIA ISSUE

nasmedia

네이버, 유료 회원제 서비스 '네이버플러스 멤버십' 출시



- 네이버는 6월 1일 네이버의 쇼핑 혜택과 디지털 콘텐츠 혜택을 결합한 유료 회원제 서비스 '네이버플러스 멤버십'을 출시
- 멤버십 회원은 네이버페이로 결제할 경우 최대 5%의 네이버 포인트를 추가 적립할 수 있도록 제공, 다양한 적립 혜택과 중복 적립 가능
- 결제와 포인트, 콘텐츠 혜택을 결합한 패키지 출시로 네이버 디지털 콘텐츠의 신규 유저의 유입효과도 기대됨

| 네이버플러스 멤버십 |



* Source : 관련 기사

네이버 통장, 6월 출시...커머스 플랫폼과 연계한 금융 서비스 진출

- 네이버파이낸셜은 미래에셋대우와 함께 CMA 상품 '네이버통장' 출시
- 네이버 통장은 네이버페이 및 포인트 등으로 이용자 혜택을 강화하는 동시에 네이버 쇼핑 및 페이와의 시너지를 통해 플랫폼내 이용자 락인(Lock-in) 효과
- 하반기에는 투자상품, 보험, 예·적금 등 다양한 금융 상품으로 확대할 예정이며, 네이버 플랫폼 정보와 금융 정보를 결합하여 새로운 사업 기회를 창출하는 종합 금융 플랫폼 지향

| 네이버 통장 주요 혜택 |

네이버통장
N Pay x 미래에셋대우

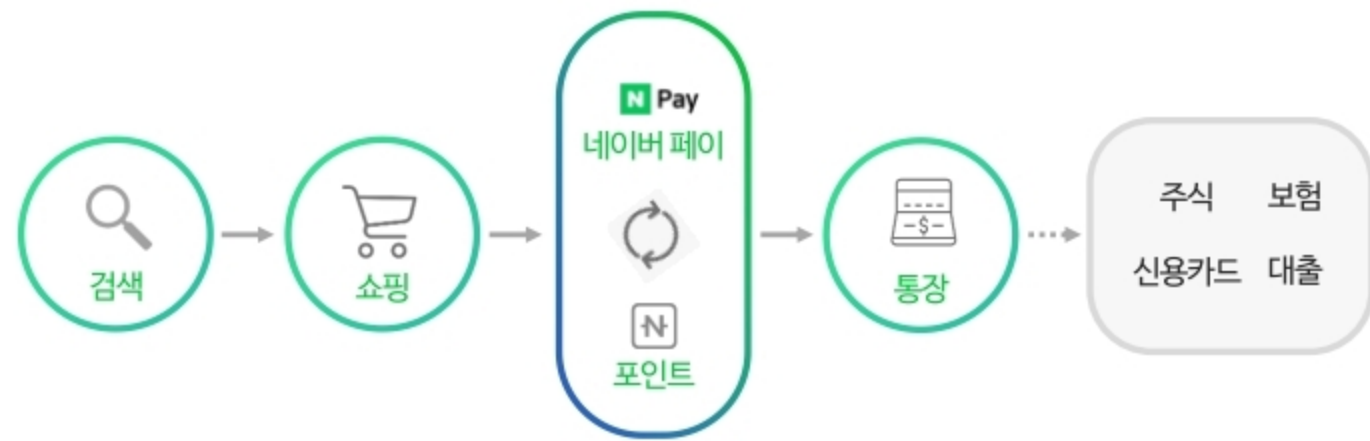
네이버 앱에서 비대면 가입

수익률 최대 3%
(100만원 한도, 네이버페이 구매 실적에 따라 차등 금리 적용)

포인트 적립 최대 3%
(네이버통장으로 포인트 충전 후 결제시)

무료 송금

| 커머스 연계한 금융 서비스 확대 |



* Source : 관련 기사

페이스북·인스타그램, 스몰 비즈니스 중심의 커머스 기능 강화



- 인스타그램은 쇼핑 태그(피드 게시물에서 구매 페이지 연결)와 체크아웃(인앱 결제, 국내 미적용) 기능에 이어 게시물에서 바로 구매 단계까지 연결되는 전환 유도 스티커 신규 출시
- 직접 구매하거나 선물 가능한 '기프트 카드', 배달 주문 페이지로 랜딩되는 '음식 주문', 특정 계정을 소개하는 '소상공인 지원' 스티커까지 스몰 비즈니스에 특화됨
- 페이스북은 확장된 '페이스북 샵(Shops)' 서비스를 기반으로 자사 플랫폼(페이스북, 인스타그램, 왓츠앱 등)을 활용한 새로운 이커머스 생태계를 조성해 나갈 계획

| 인스타그램 - 커머스 관련 신규 기능 |



1) 기프트카드

- 사용법: 스토리 스티커 or 프로필 내 버튼 생성
- 특징: 선물카드, 직접 구매하거나 타인에게 선물 가능

2) 음식 주문

- 사용법: 스토리 스티커 or 프로필 내 버튼 생성
- 특징: 배달의민족/요기요 주문 페이지로 바로 연결, 관련 이미지/동영상 소재와 노출되어 구매 유도 극대화

3) 소상공인 지원

- 사용법: 스티커 선택 후 소개를 원하는 계정 불러오기
- 특징: 프로필과 대표 게시물(최대 3개) 노출 팔로우 기반 이용자들에게 자연스럽게 흥미 및 관심 유발

| 원스톱 커머스 '페이스북 샵' 서비스 공개 |

*미국 우선 적용 후 서비스 국가 확장 예정, 국내 서비스 협력사는 '카페24'




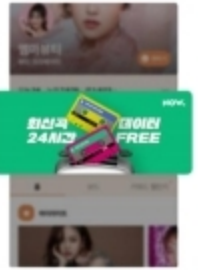

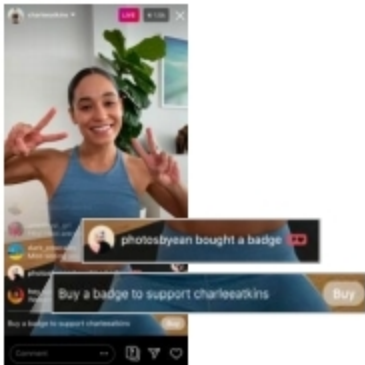
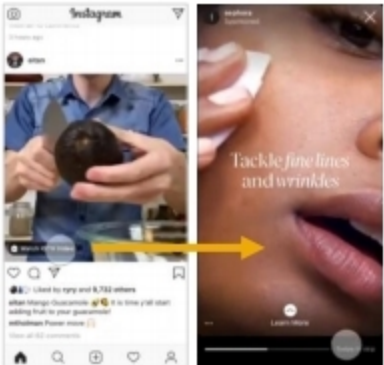
* Source : 페이스북, 인스타그램, 관련 기사

네이버·인스타그램, 인플루언서 수익 창출 기능 강화



- 네이버는 인플루언서 검색 광고 보상 도입에 이어 네이버TV 라이브 방송에 후원 기능 추가, 타 동영상 플랫폼 대비 저렴한 후원금 수수료로 인플루언서 유인
- 인스타그램 역시 라이브 방송에 후원배지 기능을 추가하고, IGTV에 광고를 도입하는 등 인플루언서 수익 창출을 위한 다양한 방안 테스트 중
- 인플루언서에게 수익 창출의 기회를 더 많이 제공함으로써 양질의 콘텐츠 생산 유도, 궁극적으로 자사 플랫폼으로 더 많은 이용자를 확보하고자 하는 목적

| 인플루언서 수익 창출 기능 강화 |

NAVER		Instagram									
인플루언서 검색 광고 수익 배분 3월 광고 보상 프로그램 도입 이후 인플루언서 검색 참여자 50% 이상이 보상 획득	라이브 내 후원 기능 추가 후원 범위를 '채널'에서 '라이브 방송'까지 확대 라이브 중 네이버페이로 후원금 전달 가능	라이브 내 후원 배지 기능 추가 라이브 방송 중 시청자가 배지를 구매해 크리에이터 후원 가능	IGTV 내 광고 도입 피드 내 IGTV 프리뷰 게시물 클릭시 광고 노출 광고 수익은 크리에이터에게 배분								
프리미엄 광고 	일반 광고 	LIVE 									
팬이 많거나 키워드 챌린지 우수 활동자에게 광고 보상 제공	구독자 500명+, 최근 90일간 영상이 게시된 채널 한정	타 동영상 플랫폼 대비 저렴한 수수료 <table border="1"> <thead> <tr> <th>플랫폼</th> <th>수수료</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>NAVER TV</td> <td>5.5%</td> </tr> <tr> <td>afreecaTV</td> <td>약 20~40%</td> </tr> <tr> <td>YouTube</td> <td>약 30%</td> </tr> </tbody> </table>	플랫폼	수수료	NAVER TV	5.5%	afreecaTV	약 20~40%	YouTube	약 30%	현재 일부 계정 대상으로 테스트 중 (국내 출시일 미정)
플랫폼	수수료										
NAVER TV	5.5%										
afreecaTV	약 20~40%										
YouTube	약 30%										
											
			현재 미국에서 소규모 테스트 중 (국내 출시일 미정)								

* Source : 네이버, 인스타그램

MARKET ISSUE

‘중고거래’ 앱 성장 … 플랫폼 세분화, 전문화 진행

- 필요 없는 물건은 판매하고 필요한 물건을 저렴하게 구매할 수 있는 중고 소비에 대한 인식이 높아지면서, 모바일 앱을 통한 중고거래 시장 지속 성장
- 국내 대표 중고거래 플랫폼부터 특정 상품군을 전문적으로 판매/구입할 수 있는 니치 플랫폼의 이용 활발

| 국내 대표 중고거래 앱 서비스 비교 |

	 당근마켓	 중고나라	 번개장터
기업명	(주)당근마켓	(주)중고나라	번개장터(주)
앱 출시	2015년	2016년	2010년
1) 앱 순위	2위	15위	37위
특징	· 동네 기반 직거래 · 중개 수수료 0원 · 지역 커뮤니티 플랫폼	· 회원수 2,500만명 (네이버 카페 포함) · 중고차 등 수익 다각화 모색	· 국내 최초 중고 거래 앱 · 1020 사용자 비율 높음

| 세분화/전문화된 거래 플랫폼 |

자동차 중고거래 플랫폼



엔카



KB차차차



헤이딜러

패션 중고거래 플랫폼



필웨이



풋셀



나이키매니아

모바일 쿠폰 중고거래 플랫폼



팔라고



기프티원



니콘내콘

* Source : 관련 기사, 1) 와이즈앱 쇼핑 카테고리 5월 기준

온라인만의 장점을 살린 신개념 엔터테인먼트, 온라인 라이브 콘서트

- 각종 오프라인 행사 진행 대신 시·공간 제약이 없고, 투입 비용 대비 수익성이 높은 '온라인 라이브 콘서트' 도입이 활발해짐
- 최근에는 단순히 공연 실황을 중계하는 오프라인 콘서트의 대체재 수준을 넘어 온라인 플랫폼에서만 구현할 수 있는 다양한 콘텐츠로 콘서트 구성
- 다중 화상 채팅을 통한 인터랙티브 소통, AR·VR 기술 및 3D 그래픽을 활용한 무대 효과 뿐 아니라 콘서트 플랫폼 자체를 가상 현실로 확장하는 등의 새로운 시도도 등장

| 강점 |



시·공간 제약에서 자유로움

- 다이나믹한 무대 연출 가능
- 공연에 대한 접근성 증대 (외연 확장 가능)



항공료, 무대 장치, 인건비 등 비용 절감 가능
→ 상대적으로 높은 수익성



온라인 커뮤니티나 SNS에서 화제
→ 높은 온라인 버즈 생산량

| 온라인 라이브 콘서트 사례 |

K-POP 유료 온라인 라이브 콘서트



SM엔터테인먼트 X 브이라이브, 'Beyond LIVE' (4/26~)

세계 최초 온라인 전용 유료 콘서트로, 첨단 기술을 활용한 무대 연출을 비롯해 13개국 자막, 멤버별 '얼터캠', 실시간 응원봉 싱크플레이 등 온라인 최적화 공연 진행

인게임 콘서트



트래비스 스콧 X 포트나이트, 'Astronomical' (4/24~26)

트래비스 스콧 캐릭터가 게임 속 가상현실에서 펼치는 무대를 유저들이 감상
공연 첫 날(4/24) 게임 접속 콘서트 관람객 1,230만 여명 돌파

* Source : SM엔터테인먼트, 포트나이트

이달의 단신 소식

구분	이슈
네이버 카카오	<ul style="list-style-type: none"> • 첨단기술 만남 금융...네이버·카카오 '테크핀' 질주 :네이버는 하반기 보험·증권시장 진출을 위한 네이버통장 출시 예정이며, 카카오는 디지털 보험사 설립 인가 신청 준비 중 • "웹툰, 황금알 낳는 거위"... 네이버-카카오 2차 콘텐츠 맞붙는다 :네이버는 북미, 카카오는 일본에서 선전. 웹툰을 넘어 2차 콘텐츠 시장 점유를 위해 네이버는 웹툰 사업조직을 미국 법인으로 통합, 카카오는 IP 파트너십 강화 • 출시 17주년 네이버 블로그, 월평균 글 생산량 역대 최대 :4월 블로그 월평균 사용자 글 생산량 역대 최대치인 2,100만 건 돌파. 인플루언서 검색 출시 및 숏폼 동영상 콘텐츠 활성화가 글 생산량 증대에 기여 • 삼성화재-카카오, 디지털 손보사 설립 무산... 협력 관계만 유지 :삼성화재와 합작해 디지털 손해보험사를 설립하려는 계획은 무산, 삼성화재와의 우호적 협력 관계만 유지하고 손보사 설립은 카카오 단독으로만 추진 예정
구글 페이스북 트위터	<ul style="list-style-type: none"> • 유튜브, 웹페이지 검색 결과 반영하나..."안드로이드용 테스트 중" :안드로이드용 유튜브에 웹 검색 결과를 반영하는 테스트 진행, 영상 외 웹페이지 결과까지 노출되며 실제 적용 여부는 아직 미지수임 • 구글 크롬, 8월부터 배터리 소모 심한 광고 '퇴출' :더 나은 UX 제공을 위해 4MB 이상 네트워크 데이터 사용/30초 동안 15초의 CPU 사용/사용자 CPU 총사용량의 60초를 넘기는 광고는 크롬에서 차단 • 페이스북, 암호화페 지갑 '노비'로 이름 변경 :자사 암호화페인 리브라와 헷갈리는 것을 피하기 위해 암호화페 지갑 서비스명을 '칼리브라'에서 '노비'로 변경
동영상	<ul style="list-style-type: none"> • 넷플릭스..."4월 결제금액 439억...한달 새 21% ↑" :와이즈앱에 따르면 지난달 국내 넷플릭스 결제 금액은 439억원으로 추산, 유료 이용자는 328만 명으로 집계되며 가파른 성장세 기록 • 방송통신위원회, 한국인 절반 이상은 OTT 본다...가장 많이 보는 서비스는 '유튜브' :국내 OTT 이용률 전체의 56.3%, 이용 서비스는 유튜브(91%), 네이버TV(38%), 카카오TV(18%), 넷플릭스(15%) 등 순으로 확인됨 • 전세계 20억이 다운로드 한 숏폼 강자 '틱톡', AR 광고 시장 뛰어든다 :3분기 신규 신규 AR 광고 플랫폼 'AR 브랜드 이펙트 (AR Brand Effect, 가칭)' 상품 전 세계 출시 예정
업계 소식	<ul style="list-style-type: none"> • 라이엇게임즈, 이스포츠 경기 맵에 디지털 광고 배너 도입 :LoL 이스포츠 내 광고 공간인 '소환사의 협곡 아레나 배너' 도입, 파트너십을 맺은 다양한 브랜드를 시청자들이 보는 중계 화면으로 노출 예정

나스리포트를 통해 배포된 다양한 보고서는
나스미디어 홈페이지에서도 확인하실 수 있습니다.

[홈페이지에서 확인하기](#)