

# 카카오, 3조클럽 안착... '톡' 중심 비즈니스, 매출 직결

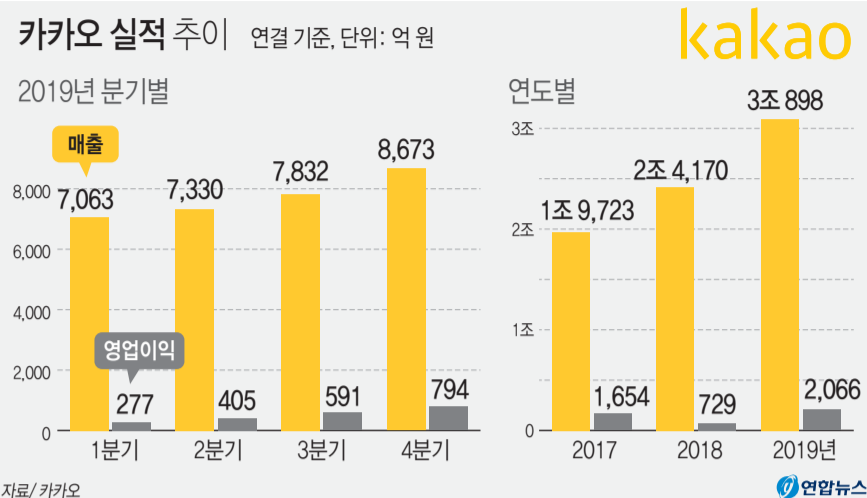
2019년 매출 전년비 28% 상승  
금융상품·페이 성장에 수익 증가  
콘텐츠 분야 질적향상으로 성장세  
올해 SKT 파트너십 성과 가시화

카카오톡내에서 진행되는 톡보드 광고가 카카오의 매출 상승을 견인했다. 카카오는 올해 비즈니스 광고 확대와 테크핀 사업 확장으로 매출 증가를 지속할 계획이다.

카카오는 13일 지난해 매출 3조원을 달성했다고 밝혔다. 전년 대비 28% 상승한 3조898억원의 연간 매출을 기록하며 역대 최고 매출을 또 한번 경신했다. 지난해 영업이익은 전년 대비 183% 성장한 2066억원으로 나타났다. 카카오는 카카오톡 중심의 비즈니스 구조 안착과 신규 사업의 수익 모델 확대가 역대 최고 매출과 이익으로 이어졌다고 분석했다.

4분기만 보면, 매출은 전분기 대비 11% 증가한 8673억으로 집계됐고, 영업이익은 전분기 대비 34% 증가한 794억원이다.

이중 4분기 플랫폼 부문 매출은 전분기 대비 27%, 전년 동기 대비 47% 성장



한 4440억원을 기록했다. 톡비즈 매출은 톡보드의 성공적 안착과 커머스의 역대 최고 거래액 달성으로 전분기 대비 36%, 전년 동기 대비 73% 증가한 2216억원이다.

여민수 카카오 공동대표는 이날 컨퍼런스콜에서 "톡비즈의 성장동력인 톡보드는 지난 7월 오픈베타 시작 이후 신규 광고주가 유입되며 현재까지 3000여 개의 광고주를 확보했다"며 "글로벌베타 때 이미 톡보드를 경험한 대형 광고주는 이후 예산을 늘리는 등 비수기인 1분기에도 톡보드 매출을 견조하게 떠받치고 있다"고 말했다. 이어 "톡보드의 성

장세로 카카오 광고에 대한 전체 주목도가 올라간 만큼 톡채널, 비즈메시지, 페이까지 이어지도록 성장을 늘려나갈 것"이라고 밝혔다.

톡보드의 일매출은 지난해 가이던스였던 일평균 5억원 이상을 상회하고 있는 것으로 나타났다. 카카오는 플랫폼 개선을 통해 장기적으로 광고주를 10만 개 이상으로 늘린다는 계획이다. 또한 올해에는 톡비즈 매출로만 1조원을 달성한다는 목표다.

카카오는 테크핀 분야에서도 모바일 금융 혁신을 가속화한다. 카카오페이는 지난 5일 금융위원회로부터 바로투자

증권 대주주 적격 승인을 받아 카카오 페이증권으로 사명을 바꿨다. 현재 기존 카카오페이 사용자의 선불 충전 계좌를 실명 증권 계좌로 전환하는 행사를 진행 중이다. 향후 다양한 증권 연계 서비스가 등장할 전망이다.

머니 2.0 시대의 출범도 알렸다. 배재현 투자전략실 부사장은 "머니 1.0 시대에는 선불 충전 사업이라는 제한적 범위 내에서 결제·송금 등 사업을 해오며 수수료 부담 등 사업 진행에 어려움이 있었지만 머니 2.0은 국내 테크핀의 판도를 바꿀 전환점이 될 것"이라고 강조했다.

디지털 손해보험사 설립도 준비 중이다. 배 부사장은 "보험 상품 생산자로서의 역량 확대를 위해 보험사 설립을 추진 중"이라며 "인슈어테크(보험+기술) 기반의 혁신적 아이디어를 추진하고 상품 개발·마케팅 등 전 영역에서 기술과 데이터를 활용하는 디지털 손해보험사를 만들기 위해 노력 중"이라고 말했다.

이와 동시에 올해에는 유료 콘텐츠의 글로벌 진출을 가속화한다. 픽코마의 경우 2019년 연간 거래액이 전년 동기 대비 130% 증가하는 등 가파른 성장세를 보이고 있는 만큼 일본 시장 내 만화

플랫폼의 입지를 더욱 공고히 할 계획이다.

카카오페이는 지난해 인도네시아를 시작으로 올해는 대만, 태국, 중국까지 사업 확장을 준비하고 있어 2020년을 'K-콘텐츠의 글로벌 전파 원년'으로 삼고 시장 확대를 지속한다. 게임부문 또한 엑스엘게임즈 인수를 통해 하드코어 장르의 개발력을 내재화하며 플랫폼, 퍼블리싱, 개발까지 게임 사업 전 영역의 경쟁력 강화를 통해 글로벌 멀티플랫폼 게임 기업으로 입지를 더욱 공고히 할 예정이다.

한편 지난해 10월 SK텔레콤과 3000억원 규모의 지분을 맞교환하고 전략적 파트너십을 체결한 카카오는 올해 다방면에서 협력 성과를 보여줄 계획이다. 여 공동대표는 "SKT와 지난해 12월 설립한 시너지 협의체를 통해 3개월 동안 이동통신·커머스(상거래)·콘텐츠·모빌리티·인공지능(AI) 등 사업 분야에서 여러 가능성을 열어두고 주요 임원 간에 긴밀한 사업적 협력을 해왔다"며 "커머스 사업 부문이 가장 빠르게 가시화될 것으로 예상된다"고 말했다.

/구서윤 기자 yuni2514@metroseoul.co.kr

## LGD-연세대, 포토리소그래피 기술 개발 종전대비 '100분의 1' 초미세 패턴 구현

논문 네이처 커뮤니케이션즈 게재

LG디스플레이가 초미세 패턴을 쉽게 구현할 수 있는 기술로 전세계 학계에 화제를 일으켰다.

LG디스플레이는 최근 과학저널 네이처 커뮤니케이션즈 최신호에 연세대학교 심우영 교수(사진) 연구팀이 수행한 연구 결과를 게재했다고 13일 밝혔다.

네이처에 소개된 연구는 LG디스플레이가 산학 협력 차원에서 심 교수 연구팀에 과제를 지원해 진행됐다. 3년여간 25명 연구원이 참여했으며, 한국연구재단 미래소재디스커버리 연구사업, 선도연



구센터 연구사업 및 기초과학연구원 지원도 함께 이뤄졌다.

구체적으로는 기존 포토마스크로는 불가능했던 초미세 패턴을 구현하는 포토리소그래피 기술을 다뤘다. 기존 포토마스크를 유연하고 투명하게 만들어, 기존 디스플레이 노광장비로도 종전대비 100분의 1 크기 초미세 패턴을 구현할 수 있게 된다.

/김재용 기자 juk@

## 현대차, 국내 첫 '라이드 풀링' 서비스 도입

은평뉴타운에 '셔클' 시범 운영  
유사한 경로 승객 함께 탑승

현대자동차의 인공지능(AI) 플랫폼이 적용된 국내 첫 라이드 풀링 서비스가 시작된다.

현대차는 택시운송가맹사업자 KST 모빌리티(KSTM)와 함께 오는 14일부터 서울 은평뉴타운(은평구 진관동)에서 커뮤니티형 모빌리티 서비스 '셔클'의 시범 운영을 시작한다고 밝혔다.

셔클은 이용자가 반경 약 2km의 서비스 지역 내 어디서든 차량을 호출하면, 대형승합차(솔라티 11인승 개조차)가 실시간 생성되는 최적 경로를 따라 운행하며 승객들이 원하는 장소에서 태우고 내려주는 수요응답형 서비스다. 신규 호출이 발생하면 합승 알고리즘을



현대차가 KST모빌리티와 손잡고 오는 14일부터 서울 은평뉴타운(은평구 진관동)에서 커뮤니티형 모빌리티 서비스 '셔클'의 시범 운영을 시작한다.

통해 유사한 경로의 승객을 함께 탑승하도록 실시간으로 경로를 재구성하고 배차가 이뤄진다.

솔라티 6대로 시작하는 시범 서비스는 은평뉴타운 주민 100명을 선정해 3개월간 무료로 운영된다.

/양성운 기자

## 제네시스, 포르쉐 제치고 美 내구품질조사 1위

제이디파워 최우수 브랜드상 수상  
점수 낮을수록 품질만족도 높아  
89점으로 유일하게 두자릿수 점수

제네시스 브랜드가 미국 제이디파워의 내구품질조사에서 종합 1위를 차지하며 최우수 브랜드상을 받았다. 소비자가 직접 선정한 최고 품질의 프리미엄 자동차 브랜드로 공인 받았다는 점에서 의미를 더한다.

제네시스는 시장조사업체 제이디파워가 12일(현지시간) 발표한 '2020년 내구품질조사(VDS)'에서 가장 좋은 점수를 받으며 최우수 내구품질 브랜드상을 수상했다고 밝혔다. VDS는 차량 구입 후 3년이 지난 고객들을 대상으로 177개 항목에서 내구품질 만족도를 조사하는 방식으로 이뤄진다. 100대당 불만 건수를 집계해서 점수가 낮을수록 품질만족도가 높음을 의미한다.

제이디파워 조사결과는 품질 경쟁력



제네시스.

을 가능하는 핵심지표로, 미국 소비자들 사이 자동차를 구매할 때 참고하는 주요 자료이다.

2016년 8월 미국 시장에 첫 선을 보인 제네시스는 이번에 처음으로 VDS 평가를 받았다. 제네시스가 89점으로 유일하게 두자릿수 점수이고 지난해 1위였던 렉서스(100점)는 2위로 밀렸다. 프리미엄 브랜드 중에서는 포르쉐(104점), 링컨(119점), BMW(123점)가 뒤를 이었다.

제네시스의 올해 성적은 평가방식이

엄격해진 2015년 이래 최우수 점수와 동일하다. 렉서스가 2015년 89점을 받았다.

제네시스 G80는 중형 프리미엄 차급 부문에서 최우수 품질상을 수상했다. 2016년 7월부터 2017년 2월까지 미국에서 판매된 차량을 대상으로 한 이번 평가는 고급 브랜드 13개 등 총 32개 브랜드, 222개 모델, 3만6555대가 대상이다.

제네시스는 제이디파워 '신차품질조사'에서 2년 연속 종합 1위, 3년 연속 프리미엄 브랜드 1위를 차지했다.

지난해 제네시스는 전년보다 5점 개선된 63점(신차 100대당 품질 불만 건수가 63건)을 기록했다. 고급 브랜드 부문에서도 미국 진출 첫 해인 2017년부터 내리 1위를 유지했다.

제네시스는 2018년엔 미국 컨슈머 리포트 브랜드 성적표 1위, 미국 오토퍼시픽 차량만족도조사 고급 브랜드 부문 1위에도 올랐다.

/양성운 기자 ysw@

## 한화큐셀, 라이프치히 홈구장에 '태양광 발전소' 공급

유럽 내 브랜드 인지도 제고

한화큐셀이 유럽 내 인지도 제고를 통한 시장 공략에 나섰다.

한화큐셀은 최근 독일 분데스리가 신 흥 명문구단인 RB라이프치히의 홈구장인 레드불 아레나와 선수 훈련 센터인 레드불 아카데미에 총 100kWp(킬로와트피) 규모의 태양광 발전소를 공급했다고 13일 밝혔다. 이 발전소에는



독일 소재 라이프치히 홈구장에 한화큐셀 모듈을 설치한 모습. /한화큐셀

고품질 태양광 모듈 큐피크 듀오와 편평한 지붕 전용 태양광 모듈 설치 자체

인 큐플레이트 사용됐다.

RB라이프치히는 한화큐셀 독일 기술혁신센터 인근 대도시인 라이프치히를 연고로 하는 프로 축구단이다.

한화큐셀은 유럽 내 브랜드 인지도 향상을 통한 주택·상업용 태양광 시장 공략을 위해 2017-2018 시즌부터 2019-2020 시즌까지 RB라이프치히와 후원 계약을 체결했다.

/김수지 기자 sjkim2935@