

40兆 대어잡이 나선 네이버·카카오

NAVER 할인·적립, 콘텐츠 제공
kakao 가전렌탈·정기배송 확장

포털은 올해도 청신호

⑥ 구독서비스 (끝)

네이버 플러스 멤버십 월 4900원 CJ '티빙' 이용권 추가 예정
카카오 카톡으로 상품 간편구독 비즈니스 파트너에 SSP 제공



지난해 11월 여민수(오른쪽)·조수용(왼쪽) 카카오 공동대표가 '카카오 if 2020' 컨퍼런스를 통해 카톡 채널을 기반으로 하는 상품구독 서비스 개시를 알렸다. /뉴시스



네이버플러스 멤버십에 월 4900원을 지불하면 네이버가 제공하는 다양한 서비스를 이용할 수 있다. /네이버

비대면 소비를 선호하는 문화와 1인 가구의 확산으로 구독경제가 소비의 새로운 패러다임으로 떠오르면서 많은 기업들이 상품 구독 사업을 선보이고 있다. 네이버와 카카오도 자사의 플랫폼을 기반으로 구독경제 사업에 뛰어드는 모습이다.

구독경제란 소비자가 월이나 연 단위로 일정액을 지불하고 정기적으로 제품이나 서비스를 제공받는 방식을 일컫는다. 기업 입장에서는 구독을 통해 고정적인 매출을 유지할 수 있고, 충성도 높은 고객을 확보할 수 있다는 장점이 있다. 이용자 입장에서는 결제의 번거로움 없이 원하는 콘텐츠나 제품을 꾸준히 받아볼 수 있다는 것이 장점이다.

◆네이버·카카오, 구독경제 서비스 시작
네이버는 지난해 6월 '네이버플러스 멤버십'을 출시하며 월정액 서비스를 시작했다. 6개월 만에 250만명의 가입자를 확보하며 구독서비스의 기본적인

틀을 마련했다는 평가다. 기존 목표치였던 200만명을 훨씬 앞섰다. 네이버플러스 멤버십에 월 4900원을 지불하면 네이버가 제공하는 다양한 서비스를 이용할 수 있다. 네이버쇼핑 이용 시 할인과 적립 혜택을 제공하며, 이용자가 웹툰, 웹소설, 영화, 음악, 클라우드, 오디오북 중 원하는 부분을 선택하면 일정량을 무료로 이용할 수 있다.

네이버는 여기에 더해 이르면 2월부터 CJ의 온라인동영상서비스(OTT) '티빙'의 이용권도 추가할 계획이다. 티빙은 총 39개 방송국의 방송들을 제공하는 서비스로, 현재 동시 시청 인원만 7900명부터 13900명까지 이용권을 판매하고 있다.

카카오는 13일 이모티콘 구독 서비스

'이모티콘 플러스'를 선보였다. 오픈을 기념해 한시적으로 월 3900원에 카카오가 선별한 이모티콘을 자유롭게 이용할 수 있다. 정상가는 4900원이다. 기존에는 2500원에서 3750원에 이르는 단건의 이모티콘을 구매해 사용해야 했다.

지난해 11월부터는 카카오톡을 활용한 상품 구독 서비스를 시작했다. 이용자는 카카오톡 채널을 통해 렌탈과 정기배송을 신청할 수 있다. 기존에 렌탈을 이용할 때 거쳐야 했던 복잡한 절차를 간소화한 것이 특징이다. 김치냉장고, 안마의자, 매트리스 등 제품을 시작으로 향후 카카오톡은 화장품이나 식품의 정기배송이나 청소 용역까지 영역을 확대할 계획이다.

카카오는 카카오톡에서 상품구독 서

비스를 제공하는 비즈니스 파트너에게 상품 구독 관리 플랫폼 SSP를 제공해 이용자의 주문 가능 여부와 전자계약 관리, 과금 및 정산 등을 편리하게 관리할 수 있도록 했다. 카카오는 SSP를 가전제품, 자동차, 부동산, 콘텐츠 서비스 등 사업 유형에 맞춰 제공해 보다 확장된 디지털 비즈니스 생태계를 구축한다는 방침이다.

◆올해 새로운 콘텐츠 구독 플랫폼 선보인다

양사는 구독경제 시장의 성장에 맞춰 올해에도 새로운 구독 서비스를 내놓을 계획을 밝혔다.

네이버는 구독형 지식콘텐츠 플랫폼을 선보일 예정이다. 언론사와 협업해 독자가 원하는 정보를 제공할 것으로

예측된다. 네이버는 광범위한 시작보다는 좋은 모델을 만드는 데 집중한다는 입장이다. 한성숙 네이버 대표는 지난해 11월 온라인 기자간담회에서 "네이버 상에서 언론사를 구독한 누적 구독자가 2000만명이 넘어서는 등 정기적으로 콘텐츠를 받아보고 싶다는 요구가 분명하게 있다"며 "지금 현재 제공되는 콘텐츠를 유료로 전환하는 형태로는 성공적 모델이 나올 것 같지 않고, 결제 수단의 다양한 방식, 알림 등의 도구와 시스템을 준비 중"이라고 밝혔다.

카카오 역시 콘텐츠 구독 플랫폼을 올해 상반기 중 공개할 예정이다. 이용자가 뉴스, 음원, 게시글, 동영상 등을 담은 콘텐츠를 발행하고 구독하는 과정에서 후원금이나 월 정액 요금을 내도록 하는 유료 구독모델을 도입할 예정이다.

여민수 카카오 공동대표는 지난해 11월 열린 기자간담회를 통해 "최근 몇 년 간 전 세계적인 트렌드가 소유 경제에서 공유 경제, 그리고 구독경제로 변화하고 있다"며 "가트너 리포트에 따르면, 2023년 직접 제품을 판매하는 기업 중 75%가 구독형 서비스를 제공하게 될 것이라고 한다"고 구독경제의 중요성을 강조하기도 했다.

한편, 국내 구독경제 시장 규모는 2018년 32조원에서 지난해 40조원에 이른 것으로 전망된다.

/구서윤 기자 yuni2514@metroseoul.co.kr

방송규제 대폭 완화... 중간광고 전면 허용

방통위 방송시장활성화 정책 발표
광고 시간제한 대신 일총량제 도입

방송매체에 적용되는 광고 제도가 대폭 완화된다. 지상파 중간광고를 전면 허용하고, 광고시간 총량규제 및 방송 프로그램광고 시간제한 대신 일총량제를 도입한다. 또 원칙적으로 방송 광고를 허용하되 예외적으로 금지하는 '네거티브' 규제 방식을 도입하는 등 광고 규제를 손질한다.

방송통신위원회는 13일 이같은 내용을 담은 '방송시장 활성화 정책방안'을 발표했다.

방통위는 지난해 초부터 전문가·관련 업계·시민 단체 등의 의견 수렴을 거쳐 ▲방송 규제체계 혁신 ▲방송생태계 기반 확충 ▲방송 시장 이용자 권익 강

〈편성비율 산정기간 개선안〉

/방송통신위원회

현행		개선	
월	오락프로, 주된 방송분야	반기	오락프로, 주된 방송분야
분기	지역민방 수중계	년	지역민방 수중계, 순수외주제작
반기	순수외주, 국내제작, 1개국 수입물		국내제작 프로그램, 1개국 수입물
년	국내제작 영화·애니·음악, 신규애니		국내제작 영화·애니·음악, 신규애니

화를 위한 세부과제를 마련했다. 낡은 규제를 전면 재검토 혁신하고 최소한의 규제만 남겨 시대에 맞는 방송 시장 생태계를 조성한다는 복안이다.

우선 방송광고 분야에 열거된 광고 유형만 허용하는 포지티브 방식 대신 금지되는 광고 유형만 규정하는 원칙 허용·예외금지 원칙을 도입한다.

중간광고는 45분 이상은 1회, 60~90분 프로그램은 2회 등 30분마다 1회가

추가돼 최대 6회까지 가능하다. 1회당 시간은 1분 이내여야 한다.

또 광고유형 간소화, 일 총량제 도입, 형식 규제 최소화, 방송광고 허용범위 확대 등을 추진하고, 신유형광고 법적 정의 및 통합방송광고 규제 체계도 마련한다. 일정 시간대에는 광고 종류, 시간, 크기 등 형식규제를 면제하는 '광고 프리존'도 도입할 예정이다.

/김나인 기자 silkni@

삼표시멘트, 친환경 사업 260억 투자

전년에 비해 친환경 투자 규모 두배



삼표시멘트가 연초부터 친환경 행보에 속도를 내고 있다.

삼표시멘트는 대기오염물질 배출량을 낮추기 위해 ▲석회석 보관장 상용 시설 설치 ▲시멘트 분쇄시설 개선 ▲대기배출 방지시설 개선 등에 총 260억 원을 투자한다고 13일 밝혔다. 이는 전년의 131억원에 비해 친환경 투자 규모

가 두 배 많은 액수다. 특히 삼표시멘트는 지난해 2019년 환경부와 '미세먼지 저감 협약'을 자발적으로 체결하고 2023년까지 미세먼지·질소산화물·황산화물 배출량을 18% 감축할 방침이다. /김승호 기자

시중에 풀린 돈 3170兆 ↑, 사상 최대치 경신

한은 2020년 11월 통화 통계

시중에 풀린 돈이 3170조원을 넘어 서며 또 사상 최대치를 기록했다. 시중 통화량은 신종 코로나바이러스 감염증(코로나19) 사태로 지난해 4월 말 처음으로 3000조원을 돌파한 이후 가파른 증가세가 이어지고 있다.

한국은행이 13일 발표한 '2020년 11월 중 통화 및 유동성' 통계에 따르면 광의통화량(M2 기준)은 3178조4000억원(0.9%) 증가했다. 전년 동월 대비로는 9.7% 늘었다.

넓은 의미의 통화량 지표인 M2에는 현금과 요구불예금, 수시입출식예금(이상 M1)을 비롯해 머니마켓펀드(MMF)·2년미만 정기예적금·수익증권·양도성예금증서(CD)·환매조건부채권(R

P)·2년미만 금융채·2년미만 금전신탁 등 바로 현금화가 가능한 단기 금융상품이 포함된다.

주체별로 보면 기업에서 15조8000억원이 늘었고, 가계 및 비영리단체(+10조원), 기타금융기관(+4조원) 및 기타 부문(+2조2000억원) 등 모두 증가세를 나타냈다.

한은 관계자는 "수시입출금이 가능한 단기 특정금전신탁을 중심으로 기업 자금 예치가 확대됐다"며 "가계 및 비영리단체는 수시입출식 저축성예금과 요구불예금을 중심으로 늘었다"고 설명했다.

금융상품별로는 2년 미만 금전신탁(+7조9000억원), 요구불예금(+6조5000억원) 및 수시입출식 저축성예금(+4조8000억원) 등을 중심으로 증가했다. /안삼미 기자 smahn1@

중기 CEO 90% "올해 경기, 작년과 비슷하거나 심각할 것"

중기중앙회 2021경영전망조사

유였다.

중소기업 최고경영자(CEO) 10명 중 1명만이 올해 경제가 '양호'할 것이라고 내다보고 있다.

나머지는 신종 코로나바이러스 감염증(코로나19)이 본격화된 지난해 경기와 '비슷'하거나 오히려 '심각'할 것으로 전망하고 있는 모습이다. 코로나19로 인한 내수부진 등이 가장 큰 이

유였다. 올해 회사 매출이 늘어날 것으로 보고 있는 CEO도 10명 중 2명이 채 되지 않았다.

중소기업중앙회가 지난 4일부터 7일 사이 중소기업 CEO 411명을 대상으로 '2021년 경영전망조사'를 실시해 13일 내놓은 결과에 따르면 응답자의 10.5%만이 올해 경제가 '양호'할 것이라고 답했다.

반면 전년과 '비슷'(41.8%)하거나 '심각'(47.7%)하다는 응답은 89.5%에 달했다.

올해 경제가 지난해보다 '심각'할 것으로 보는 가장 큰 국내 이유로는 '코로나19로 인한 내수부진이 지속'(86.7%)이. 대외적인 이유로는 '전 세계적 성장률 둔화'(75%)가 각각 1순위로 꼽혔다.

/김승호 기자 bada@