

매출 격차 벌어진 네이버와 카카오 내년 치열한 경쟁 예고



국내 양대 포털 네이버와 카카오의 올해 3분기 실적이 공개된 가운데, 양측의 서로 다른 결과에 이목이 집중되고 있다.

먼저 네이버는 메신저 라인 등 해외사업이 크게 성장하며 사상 첫 분기 매출 1조 원 돌파의 위업을 달성했다. 총매출(영업수익)은 1조 131억원, 영업이익은 2823억원, 당기순이익은 1980억원이다. 매출 증가 요인으로는 광고의 성장이 단연 눈에 띈다. 3분기 네이버의 사업별 매출 비중을 보면, 광고가 74.0%, 콘텐츠 22.5%, 기타 3.5%를 차지했다. 모바일광고의 성장세가 계속되고 있고, 라인 등의 해외 광고 매출이 늘면서 7495억원의 매출을 올렸다. 해외사업도 매출 증대에 긍정적인 영향을 미쳤다는 분석이다. 해외 매출은 지난분기 대비해 6% 증가했고, 전년 동기 대비 24.7% 큰 폭으로 상승한 3707억원을 기록했다.

카카오도 지난 분기 대비 실적이 개선된 점은 고무적이다. 총매출 3914억원, 영업이익 303억원, 당기순이익은 136억원을 기록, 매출은 3.9%, 영업이익은 13.7%씩 증가했다. 광고(32.3%), 콘텐츠(50.9%), 기타(16.8%)로 모바일 게임, 디지털 아이템 등의 콘텐츠 판매가 주류를 이룬 것으로 나타났다. 다만 네이버 대비 카카오의 매출은 약 2.5배, 영업이익은 약 9배, 당기순이익은 약 14.5배씩 적은 수치다. 특히 카카오의 광고매출은 지난 분기에 이어 또 다시 하락한 상황이다. 카카오의 3분기 광고 플랫폼 매출은

구분	네이버			카카오		
	16년 1분기	16년 2분기	16년 3분기	16년 1분기	16년 2분기	16년 3분기
총매출	9,373억	9,873억	1조131억	2,425억	3,765억	3,914억
광고	6,726억	7,229억	7,485억	1,293억	1,362억	1,269억
영업이익	2,568억	2,727억	2,823억	211억	266억	303억

▲ 네이버-카카오 3분기 실적 비교

전분기 대비 6.8%, 전년 동기 대비 13.5% 감소해 1269억원으로 집계됐다.

광고매출로만 비교할 경우 네이버는 분기 매출에서 광고가 차지하는 비율이 74.0%에 달하지만, 카카오는 광고 비중이 33.5%에 불과하다.

이러한 가운데 카카오 임지훈 대표는 광고주 설명회인 '비즈니스 콘퍼런스'에서 내년을 기점으로 다양한 새 광고 상품을 내놓고 상황을 반전하겠다는 구상을 밝혔다. 무엇보다 카카오톡, 카카오택시, 카카오페이지 등 사용자의 일상에 자리 잡은 서비스들을 매끄럽게 마케팅 기회로 연결해 사용자 거부감이 적고 주목도는 높은 광고상품 개발에 집중한다는 계획이다. 아울러 카카오는 매출 부진 요인으로 지목돼 왔던 O2O 사업 전략을 재편기로 했다. 임 대표는 "O2O 사업은 이동 영역과 플랫폼 영역으로 나뉘 집중한 것"이라며 "1년간 다양한 사업영역을 확인한 결과, 'For 카카오' 방식의 게임 사업처럼 플랫폼 역할에 집중하려 한다"고 설명했다. **KAA**

유재형 yoojh1999@kaa.or.kr