

네이버, ‘쿠팡 이탈’ 속 개인정보 보호 고도화로 노 젓는다

쿠팡, 주간활성 이용자수 5.8%↓
대체 플랫폼은 뚜렷한 증가세 보여

네이버, 장보기·신선식품 분야 보완
개인정보 수집·활용 구조 재정비

쿠팡의 대규모 개인정보 유출 사태 이후 일부 소비자들 사이에서 이른바 ‘탈쿠팡(쿠팡 이탈)’ 흐름이 확산되면서 국내 유통·플랫폼 업계의 경쟁 구도가 미묘하게 흔들리고 있다. 빠른 배송과 초저가 전략으로 독주해 온 쿠팡의 이용 흐름에 균열 조짐이 나타나자, 네이버를 중심으로 한 플랫폼들이 대체 선택지로 부상하는 모습이다.

5일 실시간 앱·결제 데이터 분석 기업 와이즈앱·리테일에 따르면 지난해 12월 22일부터 28일까지 쿠팡의 주간 활성 이용자 수는 2771만6655명으로 집계됐다. 한 달 전인 11월 24일부터 30일과 비교하면 5.8% 감소한 수치다. 급격한 이탈로 보기는 어렵지만, 이용자 흐름에 변화 신호가 포착됐다는 해석이 나온다.

반면 네이버를 중심으로 한 경쟁 플랫폼의 이용자 수는 뚜렷한 증가세를 보였



Chat GPT에 의해 생성된 쿠팡에서 이탈한 이용자들이 네이버로 이동하는 이미지.

다. 같은 기간 네이버플러스 스토어의 주간 활성 이용자 수는 381만8844명으로 10.4% 늘었고, 11번가도 369만1625명으로 1.6% 증가했다. 특히 네이버플러스 스토어 앱은 아이지아이웍스 모바일인덱스가 집계한 지난해 12월 8일부터 28일까지 쇼핑 부문 신규 설치 순위에서 1위를 기록했다. 일부 소비자들의 ‘탈쿠팡’ 움직임이 네이버 플랫폼으로 유입되는 흐름이 수치로 확인된 셈이다.

업계에서는 네이버가 쿠팡 이탈 수요

를 흡수할 수 있는 가장 현실적인 대안으로 부상하고 있다는 평가가 나온다. 네이버는 기존 검색 기반 커머스 구조를 유지하면서도 오프라인 유통사와의 제휴를 통해 장보기와 신선식품 영역을 빠르게 보완하고 있다. 지난해 11월 컬리와 손잡고 ‘컬리N마트’를 선보인 데 이어, 12월에는 롯데마트와 제휴해 롯데마트 배송 서비스를 시작했으며 네이버플러스 멤버십 회원에게는 롯데마트 유료 멤버십 ‘제타패스’ 혜택을 무료로 제공

하고, 1만5000원 이상 구매 시 횡수 제한 없는 무료 배송을 지원하고 있다.

신세계그룹과 CJ온스타일, 11번가등도 배송과 멤버십 경쟁에 나서고 있지만, 네이버는 단순한 배송 속도 경쟁에서 한발 물러나 플랫폼 구조 자체를 차별화하는 전략을 택했다. 특히 개인정보 보호와 이용자 데이터 통제 강화를 전면

에 내세운 점이 최근 소비자 인식 변화와 맞물리며 주목받고 있다. 업계에 따르면 네이버는 올해 커머스 서비스 전반에서 개인정보 수집과 활용 구조를 재정비하고 있다. 검색 이력과 구매 데이터의 연동 범위를 세분화하고, 광고 추천 역시 이용자 동의 기반으로 운영하는 방식이다. 이는 배송과 가격 경쟁력을 앞세워 이용자를 플랫폼 내부에 묶어온 쿠팡의 폐쇄형 커머스 모델과 뚜렷한 대비를 이룬다.

네이버는 검색을 중심으로 다양한 판매자와 서비스를 연결하는 개방형 커머스 구조를 유지해 왔고, 최근 개인정보 활용에 대한 사회적 경계가 높아지면서 이 같은 접근 방식이 다시 평가받고 있다. 특히 생성형 AI가 커머스 영역으로

확산되는 상황에서 개인정보 보호는 플랫폼 신뢰를 가르는 핵심 요소로 떠오르고 있다.

네이버는 AI 추천과 개인화 고도화 과정에서 데이터 외부 이전을 최소화하고, 내부 처리 원칙을 유지한다는 방침이다. AI 기술을 적극 활용하되 이용자 정보는 플랫폼 내부에서 관리하는 구조를 고수하겠다는 전략이다. 업계에서는 이러한 방향성이 ‘속도와 가격’ 중심 경쟁에 피로감을 느낀 이용자들에게 설득력을 갖고 있다는 분석도 나온다.

탈쿠팡 흐름은 아직 소액·비정기 구매 중심에 머물러 있지만, 플랫폼 선택 기준이 배송 속도에서 신뢰와 데이터 관리로 이동할 경우 경쟁 구도는 달라질 수 있다는 전망도 제기된다.

한유통업계 관계자는 “쿠팡 이용자가 급격히 줄었다고 보기는 어렵지만, 네이버를 중심으로 한 대체 플랫폼 탐색은 분명히 나타나고 있다”며 “개인정보와 데이터 활용에 대한 인식 변화가 커질수록 네이버의 개방형 커머스 전략은 더욱 힘을 받을 수 있다”고 말했다.

/최빛나 기자 vitna@metroseoul.co.kr

SKT, 개인·기업 ‘AI 에이전트’ 청사진 제시

‘에이닷’ 1000만 MAU 성과 발판
에이전틱 워크 플로우 기술로
전화, 티맵 등 주요 플랫폼과 연결

SK텔레콤이 에이닷을 앞세워 개인과 기업이 각자의 AI 에이전트를 보유하는 시대를 열겠다는 청사진을 제시했다. 1000만 MAU를 달성한 에이닷의 성과를 발판으로, 전화 서비스를 넘어 일상과 업무 전반을 아우르는 ‘국가대표 AI’로 도약하겠다는 구상이다.

김지훈 SK텔레콤 에이닷사업 담당은 5일 자사 뉴스룸에 올린 기고문을 통해 에이닷의 성공을 발판 삼아 개인과 기업 모두가 각자의 에이전트를 보유하는 환경을 구축하겠다는 의지를 밝혔다.

지난 2022년 5월 시범 서비스를 시작한 에이닷은 출시 이후 꾸준히 이용자를 모으며 1000만 MAU 고지에 올랐다. 특히 새롭게 도입한 노트 기능은 일주일 만에 가입자 30만 명을 끌어모으며 화제를 모으기도 했다.

이러한 성과의 핵심 동력으로는 사용자의 숨겨진 의도를 파악해 여러 단계의 작업을 알아서 처리하는 에이전틱 워크 플로우 기술이 꼽힌다. 이 독자 기술은 전화와 티맵, B tv 등 SK텔레콤의 주요 플랫폼을 유기적으로 이어주며 에이닷이 일상 깊숙이 침투하는 기반이 됐다.

통신 기술의 본질인 전화 서비스에 AI를 접목한 시도는 기술적 자립 측면에서도 큰 의미를 지닌다. 자체 AI 모델인

A.X와 국산 AI 반도체인 리벨리온 NP-U를 융합해 하드웨어와 소프트웨어를 아우르는 국산 폴스택 AI 역량을 완성했기 때문이다. 이를 통해 에이닷은 단순한 통화를 넘어 일정 관리와 정보 검색 등 반복되는 일상을 하나의 흐름으로 연결하며 사용자의 편의성을 극대화하고 있다.

SK텔레콤의 향후 AI 전략은 기술 내재화와 외부 협력이라는 두 갈래로 추진된다. 500B급 초대형 모델인 A.X K1을 에이닷에 본격 도입해 기술력을 끌어올리는 한편, 오픈AI와 앤드롭픽, 퍼플렉시티 등 글로벌 기업들과 손잡고 개방형 AI 생태계를 확장해 나갈 방침이다.

/김서현 기자 seoh@

카카오, 스스로 점검하는 신규 AI모델 공개

‘카나나-v-4b-하이브리드’
고도화된 4단계 학습절차 거쳐

카카오는 5일 일상 대화부터 복잡한 문제 해결까지 하나의 모델로 처리할 수 있는 신규 AI 모델 ‘카나나(Kanana)-v-4b-하이브리드’의 성능을 공개했다고 밝혔다.

새로운 모델은 지난해 7월 허깅페이스를 통해 오픈소스로 공개한 ‘카나나-1.5-v-3b’를 토대로 개발됐다. 단순히 이미지를 텍스트로 변환하거나 이를 설명하는 수준을 넘어, 사람처럼 정보를 종합하고 스스로 검산하는 ‘자기 점검 과정’을 거치는 것이 특징이다. 이를 통해 인공지능 모델이 가진 환각 현상을 최소화할 수 있으며, 복합적인 문제나 상황에서 발생하기 쉬운 계산실수나 조건

누락을 줄이고 정확도를 높였다.

카카오는 카나나-v-4b-하이브리드 모델의 높은 성능을 위해 단계별로 정교하게 설계된 학습 과정을 적용했다. ▲기초 학습 ▲장문 사고 사슬 ▲오프라인 강화학습 ▲온라인 강화학습으로 이어지는 4단계의 고도화된 학습 절차를 거쳤다.

한국어 논리 전개 능력에서 경쟁력을 입증하기도 했다. 기존 글로벌 모델의 경우, 한국어 질문을 영어로 번역해 사고한 뒤 재번역하여 답하는 과정에서 맥락과 논리가 결여되는 한계점을 보였으나 이 모델은 한국어 질문을 그대로 이해하고 사고하도록 훈련됐다. 한국의 교육 체계를 기반으로 하는 AI 학력 평가 벤치마크인 ‘KoNET’에서는 92.8점을 획득했다.

/김보민 인턴기자 kbm@

네이버클라우드, 생성형 AI 행정서비스 추진

부산시 AI 행정전환 체계적 도입

네이버클라우드가 부산광역시와 함께 생성형 AI를 활용한 행정 서비스를 올해부터 본격 도입한다고 5일 밝혔다. ‘하이퍼클로바X’를 활용한 부산시 특화 AI 구축, 업무 협업툴 네이버웍스 도입 등 네이버클라우드가 보유한 다양한 AI 서비스를 활용해 부산시는 행정업무 수행방식의 전반을 개선하고 인공지능 기반의 행정전환을 체계적으로 추진한다는 계획이다.

이를 위해 양 기관은 작년 4월부터 ‘부산형 AI 서비스 도입’ 사업을 추진했으며, 올해부터는 부산시 전 부서의 AI 도입을 시작한다. 그 첫 단계로 부산시는 작년에 네이버클라우드의 경량화 AI 모델인 ‘하이퍼클로바X 대시’를 기반으로 부

산시 특화 AI 모델 구축에 착수해 행정 규정과 사례, 지역 정보 등 약 16만 건에 달하는 행정데이터를 학습시키며 신속한 행정 처리가 가능한 환경을 마련했다.

이후 모델 업그레이드를 통해 질의응답의 정확성과 전문성을 높였으며, 올해 초에는 전 부서 약 6000명을 대상으로 실제 서비스를 확대 운영한다. 해당 서비스는 생성형 AI를 활용해 법령·지침·업무 자료 등을 기반으로 한 질의응답은 물론, 정책·보고서 초안 작성 등 총 22종의 행정 서비스를 제공한다. 내부 자료를 활용한 자체 AI 모델을 구축해 공공 분야에서 요구되는 보안성과 신뢰성을 확보한 것이 특징이다.

부산시는 AI 행정 서비스의 실효성을 높이고 메신저 기반 협업 환경을 조성하기 위해 네이버클라우드의 AI 업무 협업



박형준 부산광역시장과 김유원 네이버클라우드 대표(오른쪽)가 지난해 4월 ‘부산형 지능형 정부 구현’을 위한 업무협약을 체결한 뒤 기념촬영을 하고 있다.

/네이버클라우드

도구인 ‘네이버웍스’도 사용하고 있다. 특히 부산시 특화 AI 서비스 ‘AI 부기 주무관’을 네이버웍스에 챗봇 형태로 구현해 공무원들의 큰 호응을 얻었다. AI 부기 주무관은 내부 행정 데이터와 온나라, 외부 기관 사이트에서 수집한 정보를 기반으로, 질의응답을 통한 내부 문서 추천·요약은 물론 문서 초안 작성, 외부 리서치 등 개인 비서형 AI 행정 업무를 지원한다.

/김보민 인턴기자

LG U+, 유해 이미지·문자 차단 키즈폰 선택

‘U+키즈폰 무너 에디션2’ 공개

LG유플러스가 지난 2일 자체 캐릭터인 ‘무너’를 활용한 ‘U+키즈폰 무너 에디션2(무너폰 2)’를 출시했다고 5일 밝혔다. 색상은 블루와 그레이 두 가지이며, 출고가는 36만9500원(VAT 포함)이다.

무너폰 2는 LG유플러스가 미취학 아동 및 초등학생을 위해 선보이는 9번째 키즈 전용 스마트폰이다. 삼성전자의 갤럭시 A17LTE 모델을 기반으로 제작됐으며 LG유플러스의 대표 인기 캐릭터 ‘무너’가 바탕화면과 테마에 적용됐다.

이번 키즈폰의 가장 큰 특징은 유해 이미지와 문자를 AI가 감지하고 알람을 주는 ‘AI 유해 콘텐츠 차단 기능’을 탑재했다는 점이다. 이 기능은 자녀가 유해



자체 캐릭터인 ‘무너’를 활용한 ‘U+키즈폰 무너 에디션2’를 출시했다. LG유플러스 모델이 U+키즈폰 무너폰2를 소개하는 모습.

/LG유플러스

이미지를 촬영하거나 캡처·다운로드할 경우 AI가 즉시 경고 알람을 보내 이미지를 삭제하도록 안내한다.

또 비속어 등 유해한 키워드가 포함된 SMS 문자를 받은 경우에도 보호자에게 알람을 제공하고 있다.

/김서현 기자