

네카오, 광고·커머스 역대급 실적 예고… 다음은 AI 쟁탈전

네이버 연매출 12조 카카오 8조 예상
광고주 집행 심리 살아나며 거래 재편
AI 활용 전략 따라 올해 실적 판가름

네이버와 카카오가 광고·커머스(상거래) 회복을 앞세워 사상 최대 실적 경신을 예고한 가운데, 양사는 다음 승부처로 인공지능(AI) 분야를 꼽고 수익화 경쟁에 본격 착수한다.

3일 IT업계에 따르면 국내 인터넷 플랫폼 양강인 네이버와 카카오가 지난해 나란히 최대 실적 경신을 예고하고 있다. 광고와 커머스 사업이 동시에 회복 국면에 접어들면서 네이버는 연매출 12조원, 카카오는 8조원 달성이 유력하다는 전망이 나온다.

업계에서는 양사가 확보한 실적 체력을 바탕으로, 다음 성장 동력으로 AI 수익화에 본격적으로 나설 것으로 보고 있다.

네이버의 경우 지난해 실적 개선은 검색 광고와 커머스의 안정적인 성장에서 비롯됐다. 검색 광고는 경기 둔화 국면에서도 비교적 견조한 흐름을 이어왔고, 스마트스토어와 브랜드스토어를 중심으로 한 커머스 거래액도 회복세를



카카오와 네이버 전경.

/각사

보이고 있다. 특히 검색과 쇼핑 데이터를 결합한 광고 상품이 중소상공인과 브랜드 광고주를 동시에 흡수하며 매출 확대를 이끌고 있다는 평가다. 광고 효율 개선을 통해 단가와 집행 규모를 동시에 끌어올린 점도 실적 개선의 배경으로 꼽힌다.

카카오 역시 광고·커머스 부문에서 반등 흐름을 이어가고 있다. 카카오톡 기반 광고 상품은 특채널과 메시지형 광고를 중심으로 다시 성장세에 접어들었고, 선물하기와 톡스토어 등 커머스 서비스도 거래액 회복 조짐을 보이고 있다. 과거 실적 부담으로 작용했던 비핵심 사업을 정리하면서 수익 구조가

단순해진 점도 긍정적으로 작용하고 있다는 분석이다. 플랫폼 본연의 광고와 커머스 경쟁력이 다시 부각되고 있다는 평가가 나온다.

시장에서는 양사의 실적 개선이 일회성 반등이 아니라 구조적인 회복 국면에 들어섰다는 데 주목하고 있다. 광고주들의 집행 심리가 점차 살아나고 있고, 커머스 역시 플랫폼 중심으로 거래가 재편되는 흐름이 이어지고 있기 때문이다. 특히 네이버와 카카오는 검색과 메신저라는 핵심 트래픽을 기반으로 광고와 커머스를 연계할 수 있다는 점에서 경쟁 우위를 유지하고 있다는 분석이 많다.

양사의 공통된 다음 카드는 'AI'다. 다만 과거처럼 기술 경쟁에만 초점을 맞추기보다는, 기존 사업의 수익성을 높이는 방향으로 AI를 활용하겠다는 점에서 전략의 무게 중심이 달라졌다는 평가다. 네이버는 검색, 쇼핑, 광고 전반에 생성형 AI를 접목해 이용자 체류 시간과 구매 전환율을 동시에 끌어올리는 전략을 택했다. AI 검색과 추천 고도화를 통해 광고 효율을 높이고, 커머스 거래로 자연스럽게 연결하겠다는 구상이다.

카카오는 대화형 서비스와 콘텐츠 추천, 광고 운영 효율 개선에 AI를 결합하는데 집중하고 있다. '카카오톡'이라는

일상형 플랫폼에 AI를 자연스럽게 녹여 이용자 경험을 개선하고, 이를 광고와 커머스 수익으로 연결하는 방식이다. AI를 통해 광고 타겟팅과 운영 효율을 높이는 동시에, 플랫폼 전반의 생산성을 끌어올리겠다는 전략으로 해석된다.

업계에서는 올해 실적이 양사의 AI 전략을 본격적으로 시험하는 분기점이 될 것으로 보고 있다. 그동안 AI 투자가 비용 부담으로 인식됐다면, 이제는 광고 단가와 커머스 전환율을 끌어올리는 실질적인 수단으로 작동하기 시작했다는 분석이다.

한 증권사 애널리스트는 "네이버와 카카오는 이미 광고와 커머스로 안정적인 현금 창출 구조를 확보했다"며 "AI는 새로운 매출원을 만들기보다 기존 사업의 수익률을 높이는 역할을 하게 될 것"이라고 말했다.

플랫폼 업계의 한 관계자는 "이제 '네카오'의 경쟁은 이용자 수가 아니라, 누가 AI를 통해 더 효율적으로 돈을 버느냐의 싸움"이라며 "올해 실적은 AI 전략이 실제 수익으로 이어질 수 있는지를 가늠하는 첫 시험대가 될 것"이라고 말했다. /최빛나 기자 vitna@metroseoul.co.kr

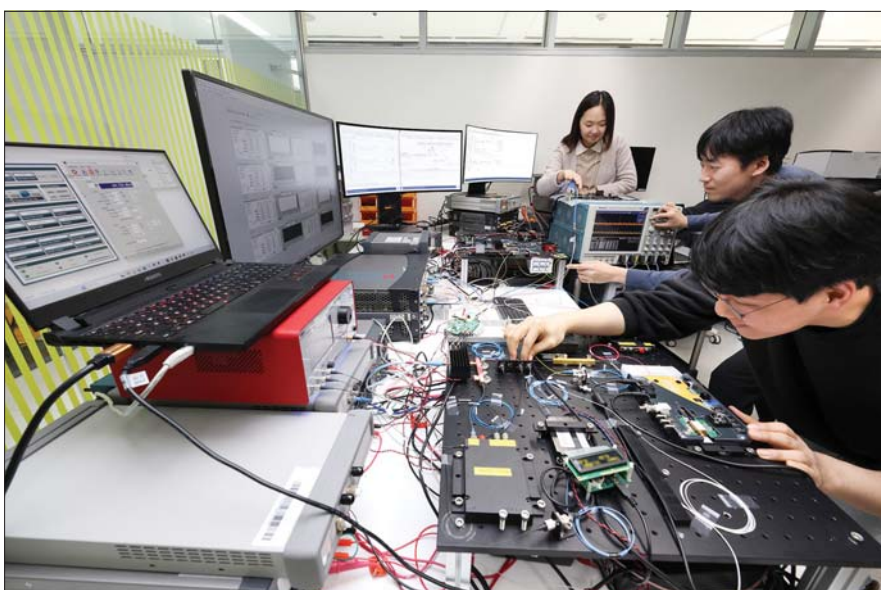
KT, 초당 30만개 암호키 분배 장비 개발

복제 불가능해 도청 원천 차단
1년 반 만에 성능 2배 이상 향상

KT는 1초당 30만개 수준의 암호키를 생성할 수 있는 양자 암호키 분배 장비를 자체 개발했다고 3일 밝혔다. 양자 암호키 분배 장비는 양자역학적 특성을 활용해 암호키 복제가 불가능해, 물리적 회선에 대한 도청 시도를 원천적으로 차단할 수 있다.

KT는 2024년 1초당 15만개 암호키 생성 속도의 장비를 선보인 데 이어, 약 1년 반 만에 성능을 두 배 이상 향상시켰다. 이번 장비는 국내 기술로 개발된 양자 암호키 분배 시스템 가운데 가장 빠른 속도이며, 글로벌 주요 제조사들과 유사한 수준의 성능을 갖춘 것으로 평가된다. 통신망에 적용할 경우 1분당 7만대 이상의 암호 장비에 양자 암호키를 공급할 수 있다.

양자 암호키 분배 시스템은 단일 광자를 이용하는 특성상 빛의 분산이나 산란이 발생하면 양자 상태가 쉽게 붕



KT 직원들이 양자 암호키 분배 장비를 사용하는 모습

/KT

괴될 수 있다. KT는 이러한 한계를 극복하기 위해 오류를 줄이는 필터와 시스템을 개발해 암호키 생성 속도와 안정성을 동시에 높였다.

KT는 해당 기술에 대해 지난해 말 한국정보통신기술협회, 한국전자통신연구원, 한국지능정보사회진흥원 등 국내

관련 기관을 대상으로 기술 검증을 진행했으며, 고려대학교 통신 및 정보시스템 연구진과도 공동 검증을 실시했다. 오류 저감 필터와 시스템은 향후 차세대 네트워크인 양자인터넷 기술에도 활용될 것으로 기대된다.

/김서현 기자 seoh@

SKT, 해외여행 고객에게 하나머니 쏜다

하나카드 '트래블GO 체크카드'
10만원 이상 결제시 2만원 제공

SK텔레콤은 하나카드와 제휴해 T로밍과 '트래블GO 체크카드'를 이용하는 고객을 대상으로 특별 프로모션을 진행한다고 3일 밝혔다.

이번 프로모션은 '바로(baro)' 요금제에 가입한 고객이 해외에서 하나카드 '트래블GO 체크카드'로 10만 원 이상 결제할 경우, 현금처럼 사용할 수 있는 하나머니 2만 원을 제공하는 내용이다. 혜택은 1인 1회에 한해 지급되며, 프로모션은 3월 31일까지 진행된다.

'트래블GO 체크카드'는 여행 특화 체크카드로, 모바일 앱을 통해 24시간 실시간 환전과 해외 결제가 가능하다. 프로모션 참여를 원하는 고객은 T월드 또는 하나페이 앱 내 이벤트 배너를 통해 응모한 뒤, 해외에서 바로 요금제를 이용하며 결제 조건을 충족하면 된다. 실적은 이벤트 페이지 내 'T로밍 미션'



버튼을 누른 시점부터 산정된다.

이번 프로모션 기간에는 설 연휴가 포함돼 있어 해외여행을 계획한 고객들에게 실질적인 혜택이 될 것으로 보인다. 가족 여행객의 경우 바로 요금제에 추가 요금을 더해 여러 명이 데이터를 함께 사용하는 '가족로밍'을 이용할 수 있다.

SK텔레콤은 바로 요금제 이용 고객을 위한 부가 혜택도 함께 운영하고 있다. 기내 와이파이 할인 또는 무료 이용 혜택을 3월 말까지 연장 제공하며, T멤버십 앱의 '클럽T로밍'을 통해 공항, 현지, 귀국 이후까지 연계된 다양한 혜택을 제공한다. /김서현 기자

카카오, '오케스트레이션 벤치마크' 논문 글로벌 학회 채택

개발자 커뮤니티와 협업 확대
서비스 환경서 AI 활용도 높여

카카오가 자체 AI 운영 역량을 학계와 오픈소스 커뮤니티에 공개했다.

카카오는 자체 개발한 대규모언어모델(LLM) 오케스트레이션 능력 평가 벤치마크 관련 논문이 국제 인공지능 학술대회 'ICLR 2026'에 채택됐다고 3

일 밝혔다.

이번 논문은 단일 모델 성능을 넘어, 여러 LLM을 조합해 복합적인 작업을 수행하는 오케스트레이션 역량을 평가하는 기준을 제시한 것이 특징이다. 카카오는 해당 벤치마크를 깃허브를 통해 오픈소스로 공개했다.

회사는 이번 연구 성과 공개를 통해 AI 기술 검증의 표준화와 개발자 커뮤

니티와의 협업을 확대하고, 실제 서비스 환경에서의 AI 활용도를 높인다는 방침이다.

카카오 관계자는 "AI 경쟁력은 모델 자체뿐 아니라 운영과 조합 능력에서 갈린다"며 "연구 결과 공유를 통해 글로벌 AI 생태계 발전에 기여할 것"이라고 말했다.

최빛나 기자

네이버, 뉴스 제휴평가 재개… 공정성 확보

외부 전문가 중심 평가위원 구성

네이버가 한동안 중단됐던 뉴스 제휴 평가 정상화를 위한 절차에 착수했다.

네이버는 3일 뉴스 제휴 평가 재개를 위한 절차에 들어가고 평가위원회 구성을 시작했다고 밝혔다. 이번 조치는 그동안 중단돼 왔던 뉴스 제휴 평가를 정상화하기 위한 사전 단계다.

네이버는 외부 전문가 중심으로 평가

위원회를 구성해 독립성과 공정성을 확보한다는 방침이다. 위원 구성 이후 평가 기준과 세부 일정 등을 확정해 순차적으로 공개할 예정이다.

뉴스 제휴 평가는 네이버 뉴스 생태계 전반에 영향을 미치는 사안으로, 평가 재개 여부와 기준 변화에 언론업계의 관심이 집중되고 있다. 네이버 관계자는 "이용자 신뢰를 최우선으로 고려해 투명하고 공정한 절차를 마련할 것"이라고 밝혔다. /최빛나 기자