

# “2003년 상반기 히트사이트 분석”

6개월 평균 성장률 기준으로 선정 ... 네이버, 야후 제치고 포털분야 2위에 올라

## ▶ 우수 사이트 선정기준

2003년 상반기 히트사이트 선정은 정량적인 평가로만 진행됐으며, 선정기준은 다음과 같다.

- 1) 코리아클릭이 구분해놓은 카테고리별로 올 1월부터 6월까지 월간 도달률이 1% 이상 사이트를 대상으로 한다.
- 2) 대상 사이트 중 올 상반기내 전월 대비 방문자수가 증가한 월수가 4개월 이상인 사이트를 선별한 뒤 각 카테고리별로 6개월(1월~6월)간 평균 성장률이 가장 높은 사이트를 선정했다.

### ● 포털 분야 : 싸이월드(cyworld.com)

상위 사이트들의 경쟁이 치열했던 포털 분야에서는 네이버가 1월 순방문자 수에서 야후를 제치고 포털 분야 2위에 올랐으며, 이후에도 꾸준히 야후와의 격차를 넓혀가는 한편으로 다음과의 격차를 줄여나가고 있다. 한편 검색서비스 분야에서는 꾸준한 성장세를 보여주고 있는 다음과 서비스 시작 8개월만에 100만 지식을 돌파한 지식검색 서비스를 통해 검색서비스 1위를 지키려는 네이버, 그리고 정통의 검색사이트인 야후의 자존심 경쟁이 치열한 시기였다. 상위권뿐만 아니라 중하위권 포털 사이트에서도 역동적 순위경쟁이 있었다.

이러한 가운데 올해 상반기 동안 가장 높은 성장율을 기록한 사이트는 싸이월드(cyworld.com)로 순방문자수 6개월간 평균 성장률이 9.0%로 나타나 포털 사이트 중 가장 눈에 띄는 성장세를 보인 것으로 평가된다. 싸이월드는 올해 1월 순방문자수 288만명으로 전체 순위 100위권 바깥이었으나 최근 관심을 모으고 있는 블로그(Web+Log)의 일종인 미니홈피 서비스의 꾸준한 호응을 바탕으로 상반기 동안 꾸준히 상승세를 유지한 끝에 6월에는 순방문자수 443만명으로 전체 순위 69위에 랭크 됐다.

### ● 미디어 사이트 : 굿데이(hot.co.kr)

미디어 분야에서는 경제여건의 악화를 반영하듯 스포츠 연예일간지와 경제지가 강세를 보인 반면, 지난해 선전했던 오마이뉴스(ohmynews.com)의 성장세는 주춤한 것으로 나타났다. 이러한 가운데 상반기 가장 높은 성장률을 기록한 사이트는 굿데이(hot.co.kr)로, 6개월간 평균 성장률 6.6%를 기록했다. 순방문자수는 6월 기준 575만명을 기록했으며, 1월 대비 순방문자수는 157만명, 도달율은 5.2% 증가했다. 굿데이의 주방문 고객층(6월 기준)은 20대 후반~30대 초반으로 방문자의 36.4%를 차지하는 것으로 조사됐고, 이들이 열람한 페이지뷰 비중은 46.3%로 나타남니다.

### ● 종합쇼핑몰 사이트 : 농수산이숍(nsseshop.com)

종합쇼핑몰 분야에서는 TV홈쇼핑을 통해 쌓은 노하우를 토대로 온라인 쇼핑몰 분야에 진출한 홈쇼핑 인터넷 쇼핑몰들의 약진이 두드러진 가운데, 농수산이숍(nsseshop.com)의 성장세가 두드러진 것으로 나타났다. 실제로 농수산이숍의 경우는 농수산물과 식품을 전문으로 판매하고 차별화를 유지해 6개월 간 평균성장률이 23.9%, 6월 현재 순방문자수는 313만명으로 조사돼 전체사이트 중에서도 순방문자 수를 기준으로 105위에 랭크되는 가파른 성장세를 보여주고 있다. 농수산이숍의 주방문자 층은 미혼자(55.9%) 층으로 나타났으나, 페이지뷰와 총 체류시간 등 방문자의 활동성 측면에서는 기혼자 층이 훨씬 활발하게 사이트를 이용한 것으로 나타났다.

### ● 전문쇼핑몰 사이트 : 구스닥(goodsdaq.com)

종합 쇼핑몰을 제외한 전자상거래 분야 중 B2P 경매 사이트인 구스닥(goodsdaq.com)이 평균성장률 13.9%로 1위를 차지했다. 구스닥은 전자상거래 업계의 선도기업인 인터파크의 자회사로서 다수의 판매자와 다수의 구매자가 가격홍정을 벌이는 자유롭고 재미있는 인터넷 상품거래소이다. 6월 기준 순방문자수는 191만명으로 지난 1월에 비해 91만명 증가해 공동구매/경매 카테고리 내에서 5위를 기록했다. 주방문 고객 층을 살펴 본 결과 연령별로는 25~29세가 22.8%를 차지해 타 연령대에 비해 가장 많은 방문자가 방문하는 것으로 나타났으며, 직업별로는 학생층이 30.7%, 그리고 전업주부가 14.3%로 나타남으로써 이 계층에서의 알뜰구매 행태가 분명히 드러나고 있었다.

### ● 엔터테인먼트 및 게임 사이트 : 팩스386(pax386.com)

엔터테인먼트 사이트 중 음악서비스 분야에서는 7월 1일부터 시행되기 시작한 유료화와 관련해 이에 불만을 품은 네티즌들의 대거 이탈이 예상되고 있다. 대부분의 사이트들이 유료화로 전환한 상황 속

에서 끝까지 무료화를 고집하고 있는 벅스뮤직(bugsmusic.co.kr)의 앞으로의 진로에 귀추가 주목된다. 참고로 6월 마지막 주의 1주일간 벅스뮤직의 순방문자는 170만명이나 증가해 주간 25.0%의 성장률을 보이는 불거리를 연출하기도 했다. 이러한 가운데 LP음원과 올드팝 등 386세대의 취향을 겨냥한 차별화된 음악정보 사이트인 팍스386(pax386.com)이 순방문자수 83만명에 6개월간 평균 순방문자수 성장률 25.3%를 보이며, 가파른 상승세를 보여주고 있다. 주방문 사용자 층은 사이트의 성격과 일치되게 30대와 40대가 각각 18.4%, 30.7%로 절반에 가까운 비중을 차지하고 있었으며, 여성에 비해 남성이 더 많이 이용하고 있는 것으로 나타났다.

● **육아 및 여성 관련 사이트 : 남양아이(namyangi.com)**

한때 가파른 성장세를 보였던 몇몇 다이어트 사이트들은 1월을 기준으로 지속적인 하락세를 면하지 못하고 있는 반면 육아정보 사이트와 결혼 및 혼수정보 사이트들은 꾸준한 성장세를 보이고 있다. 그 중에서 상반기에 가장 높은 월평균 순방문자수 성장률을 보인 사이트는 남양아이(namyangi.com)로 26.7%나 성장한 것으로 나타났다. 남양아이는 남양유업이 운영하는 육아정보 사이트로서 매일유업의 우리아이(urii.com)와 함께 육아포털로서 자리매김을 하고 있다. 6월 현재 순방문자수는 110만명으로 육아정보 카테고리 내 1위를 차지하고 있으며, 주 이용자 층은 20대 후반~30대 여성이었다.

● **통신 사이트 : K-merce(k-merce.com)**

작년에는 SK텔레콤의 활약이 돋보였다면 올 상반기에는 1월에 있었던 라이코스와의 합병후 네이트가 종합포털로 변신하면서, 이 부

문에서는 KTF가 약진을 한 것으로 나타났다. 6개월간 평균 순방문자수 증가율에서 1위를 차지한 KTF의 K-merce(www.k-merce.com)는 KTF가 국내 최초로 개발한 모바일 전자상거래 서비스의 이름으로 휴대폰 하나로 모든 거래대금을 결제할 수 있는 생활밀착형 서비스이다. 전반적인 보험세를 보이고 있는 이 부문 다른 사이트들과 달리 k-merce는 6개월간 평균 순방문자수 증가율이 11.3%로 6월 현재 1월 대비 두 배에 가까운 267만명의 순방문자를 확보했다. 주 이용자 층을 살펴보면, 직업별로는 학생(37.2%)이 압도적이며, 연령대별로는 20대가 40.6%를 차지해 아직은 젊은 층을 위주로 방문이 이루어지고 있는 것으로 나타났다.

● **금융 사이트 : 마이 크레디트(mycredit.co.kr)**

각종 금융사 사이트와 신용정보, 부동산 및 채테크 정보관련 사이트들이 포함돼 있는 이 부문에서는 기존 상위권 사이트들의 성장세 둔화와 다양한 정보들로 무장한 신규세력들의 꾸준한 성장이 관찰됐다. 그 중에서도 6개월 평균 성장률 17.2%를 기록한 마이 크레디트가 이 부문 1위로 선정됐다. 마이 크레디트(mycredit.co.kr)는 신용 인프라 구축을 위한 다양한 평가업무와 금융기관 대상 컨설팅업무 등을 수행하는 한국신용정보에서 운영하고 있는 사이트로서 몇몇 포털 사이트들과 손잡고 개인신용 및 대출정보 서비스를 제공함으로써 6개월간 두 배가 넘는 순방문자수 증가를 기록했다. 주된 이용자 층은 성별로는 남성(62.1%)이 여성(37.9%)에 비해 월등히 많은 것으로 나타났으며, 연령대별로는 모든 연령대에서 고르게 이용을 하고 있는 것으로 나타났다.

(자료제공 : 코리안클릭)

## 리니지 II, 공개 시범서비스 개시후 순위 급상승

지난 7월 9일 공개 시범서비스에 들어간 엔씨소프트의 리니지 II에 대한 인기가 급상승하고 있다. 지난 몇 개월간 14위~15위권을 맴돌았던 리니지 II는 최근 순위에서 한꺼번에 다섯 계단을 뛰어 올라 8위에 랭크됐다.

이 같은 현상은 서비스 1주일만에 동시접속자 수 55,000명을 기록하는 등 리니지 II에 대한 게이머들의 높은 관심을 반영하는 것으로 당분간 리니지 II는 온라인게임 분야에서 '태풍의 눈'으로 작용할 전망이다. 이에 반해 A3와 뮤온라인은 오히려 순위가 하락하는 모습을 나타내 리니지 II의 영향력을 실감케 했다. 🇰🇷

