

<표> '12년 1분기~'13년 1분기 콘텐츠업체(상장사) 매출액 변동

(단위 : 억원)

구분	2011년	2012년				2013년		
	2011년 (전년대비)	1분기 (전기대비)	2분기 (전기대비)	3분기 (전기대비)	4분기 (전기대비)	2012년 (전년대비)	1분기 (전기대비)	1분기 (전년동기)
게임	41,770.0 (16.0%)	11,425.6 (3.5%)	10,978.6 (-3.9%)	10,982.4 (0.0%)	11,499.0 (4.7%)	44,885.6 (7.5%)	12,768.2 (11.0%)	11.8%
지식 정보	35,730.1 (21.7%)	9,237.5 (-1.1%)	9,584.1 (3.8%)	9,644.8 (0.6%)	9,988.0 (3.6%)	38,454.4 (7.6%)	10,317.9 (3.3%)	11.7%
출판	21,878.4 (0.2%)	5,615.3 (6.9%)	5,219.1 (-7.1%)	5,266.4 (0.9%)	5,090.4 (-3.3%)	21,191.2 (-3.1%)	5,282.3 (3.8%)	-5.9%
방송	51,303.7 (29.0%)	13,227.0 (-8.1%)	14,684.7 (11.0%)	14,130.2 (-3.8%)	15,487.5 (9.6%)	57,528.4 (12.1%)	13,849.7 (-10.6%)	4.7%
광고	22,022.6 (20.7%)	5,093.1 (-28.3%)	7,417.0 (45.6%)	7,068.9 (-4.7%)	8,727.1 (23.5%)	28,306.1 (28.5%)	6,503.7 (-25.5%)	27.7%
영화	8,994.6 (50.7%)	2,588.6 (1.2%)	2,203.4 (-14.9%)	3,241.0 (47.1%)	3,072.5 (-5.2%)	11,105.5 (23.5%)	2,882.0 (-6.2%)	11.3%
음악	7,273.2 (20.3%)	1,888.1 (-11.5%)	1,945.8 (3.1%)	2,388.5 (22.8%)	2,583.1 (8.1%)	8,805.5 (21.1%)	2,219.4 (-14.1%)	17.5%
애니메이션/ 캐릭터	2,164.2 (-3.0%)	397.3 (-37.1%)	642.2 (61.6%)	476.1 (-25.9%)	542.4 (13.9%)	2,058.0 (-4.9%)	405.1 (-25.3%)	2.0%
합계	191,136.8 (19.9%)	49,472.5 (-5.7%)	52,674.9 (6.5%)	53,198.3 (1.0%)	56,990.0 (7.1%)	212,334.7 (11.1%)	54,228.3 (-4.8%)	9.6%

- 1) 게임 중 'CJ 인터넷'은 '11년 3월 'CJ E&M'으로 합병됨에 따라 '11년 1분기부터는 'CJ E&M' 게임부문 매출액을 적용
- 2) 지식정보 중 'NHN'은 게임 및 지식정보에 중복 편입('NHN'의 사업 및 매출구조 특성상). '골프존'은 '11년 2분기부터 자료 확보 및 분석적용
- 3) 출판 중 '이퓨처'는 '11년 1분기부터 자료 확보 및 분석적용
- 4) 방송 중 '온미디어'는 '11년 3월 'CJ E&M'으로 합병됨에 따라 '11년 1분기부터는 'CJ E&M' 방송부문 매출액을 적용. '아이에스플러스'는 '제이콘텐츠'와 합병으로 분석에서 제외. '티브로드도봉강북방송'과 '한빛방송'은 '12년 11월 상장 폐지되어 분석에서 제외. '키이스트'는 방송으로 분석 적용
- 5) 영화 중 '디초콜릿'은 '11년 4월 13일 상장폐지로 분석에서 제외. 'CJ E&M'은 '11년 1분기부터 영화부문 매출액을 적용. '키이스트'는 방송으로 분석 적용으로 제외
- 6) 음악 중 '소리바다미디어'는 '11년 5월 7일 상장폐지 되어 분석에서 제외. '엠넷미디어'는 '11년 3월 'CJ E&M'으로 합병됨에 따라 '11년 1분기부터는 'CJ E&M' 음악부문 매출액을 적용. 'YG엔터테인먼트'는 '11년 4분기부터 자료확보 및 분석 적용
- 7) 애니메이션/캐릭터 중 '코코엔터테인먼트'와 '스텝싸이언스'는 업종변경에 따라 분석에서 제외. 바른손은 '13년 5월 31일 현재 실적 미발표로 분석에서 제외

□ 2013년 1분기 매출 변화 추이

● 콘텐츠산업 관련 상장사 '13년 1분기 매출액은 약 5조 4,228억원으로 전년동기 대비 9.6% 증가, 전분기대비 4.8% 하락

- '13년 1분기 콘텐츠산업 상장사 매출액은 출판을 제외한 전분야가 전년동기 대비 증가

※ 광고(27.7%), 음악(17.5%), 게임(11.8%), 지식정보(11.7%), 영화(11.3%) 등 5개 분야의 '13년 1분기 매출액은 전체 콘텐츠산업 상장사 대비 전년동기대비 높은 증가

※ 방송(4.7%), 애니메이션/캐릭터(2.0%) 등 2개 부문은 '13년 1분기 매출액의 경우 전체 콘텐츠산업 상장사 매출액 대비 다소 낮은 전년동기대비 증가율 기록

※ 출판의 '13년 1분기 매출액은 전년동기대비 5.9% 감소

※ '13년 1분기 전체 매출액 대비 비중에서 게임(23.5%), 지식정보(19.0%), 방송(25.5%), 광고(12.0%) 등 상위 4개 분야)는 80.0%(78.8)²⁾로 전년동기대비 1.2%p 증가했으며 전분기대비 동일 수준

※ 게임, 지식정보, 광고, 영화, 음악 등 5개 분야의 '13년 1분기 매출액 비중은 전년동기대비 증가했으나, 출판, 방송, 애니메이션/캐릭터 등 3개 분야의 '13년 1분기 매출액 비중은 전년동기대비 감소

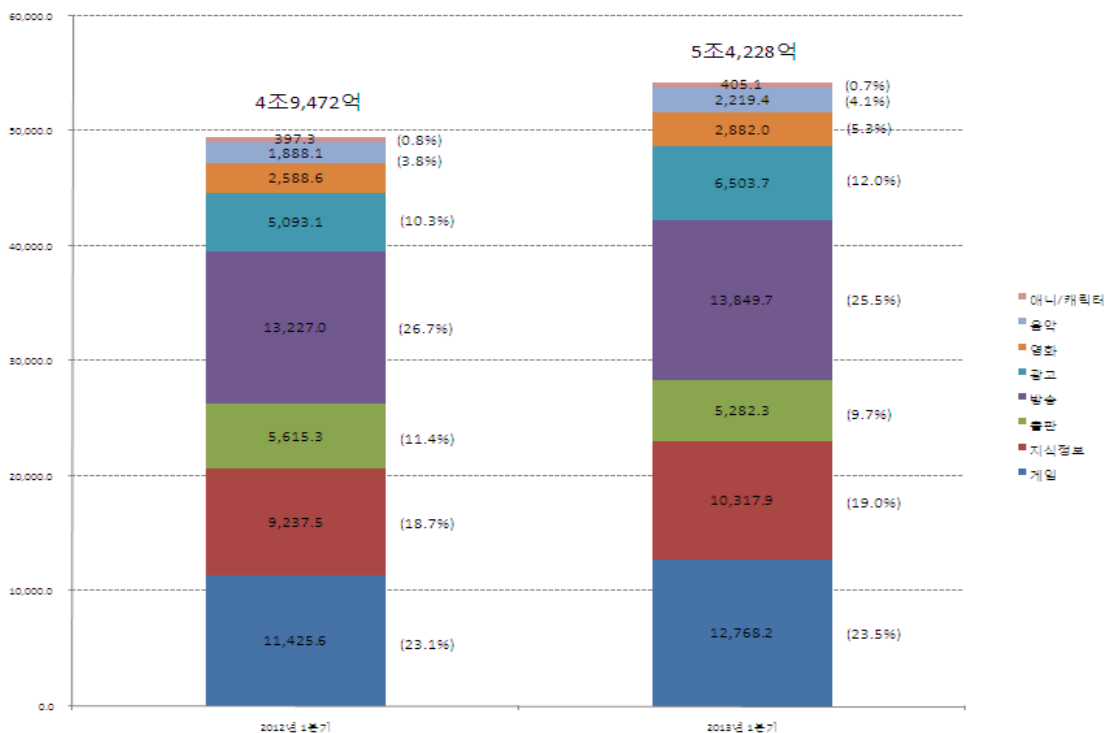
- 콘텐츠산업 상장사 전체 매출액은 '10년 1분기 이후 전분기대비 상승기조가 '11년 1분기에 다소 큰 폭의 하락을 제외하고 전반적으로 상승세를 보였으나 '13년 1분기 들어 전분기대비 약간 하락

- 게임, 지식정보, 출판 등 3개 분야는 '13년 1분기 매출액의 경우 전분기대비 11.0%, 3.3%, 3.8% 상승

※ 방송, 광고, 영화, 음악, 애니메이션/캐릭터의 '13년 1분기 매출액은 전분기대비 10.6%, 25.5%, 6.2%, 14.1%, 25.3% 하락

<그림> '12년 1분기 vs '13년 1분기 콘텐츠업체(상장사) 매출액 누적

(단위 : 억원)



* NHN은 게임 및 지식정보에 중복 편입

1) 2012년 1분기까지 매출액 비중 상위분야가 출판이었으나, 2012년 2분기부터 광고로 대체
 2) 2012년 1분기 비중

● 게임 '13년 1분기 매출액은 약 1조 2,768억원으로 전년동기대비 11.8% 증가했으며 전분기대비 11.0% 상승

- '10년은 분기별 등락을 보였으나 '11년 1분기 이후 '12년 2분기를 제외하고 전분기대비 상승세

※ '09년의 금융위기의 경기 저점을 지나 '10년 1분기부터 '11년 상반기까지 경기상승이 '11년 하반기에 발생한 유럽재정위기 등 대외 불안요인이 국내 경기에 악영향. 이러한 대외 리스크는 '12년 1분기 이후에 들어서도 국내외 경기회복 지연으로 거시적 측면과 함께 해외 온라인게임의 내수시장 선전 등은 게임산업의 국내 매출액 증가에 일부 부정적일 전망. 다만, 1) 경쟁력을 보유한 국내 대작게임 지속 개발·출시를 통한 해외수출 확대와 시장 다변화 실현 2) 스마트 패러다임 도래에 따른 게임산업의 수요 및 공급 변화 등은 게임산업 매출액 등 증가에 긍정적일 전망

※ 온라인게임은 이용에 있어 투입비용 대비 효율적이고 접근성이 높아 경기 하락에 의한 매출 감소 우려는 다른 분야 대비 낮은 상황. 특히 온라인게임은 어린이, 청소년 등 학생층의 여름·겨울 방학시즌의 경우 온라인게임 이용자수가 높아 3분기와 4분기, 1분기가 계절적 성수기, 2분기는 야외활동이 활발해져 계절적 비수기. 스마트게임은 스마트기기 보급확대에 따라 이용 편의성 및 접근성이 높아 기존 수요층 뿐 아니라 여성 및 중장년층 등으로 이용자 저변 확대

- 대형업체³⁾들은 '11년 1분기 이후 업체별 성장 편차가 있음에도 매출액 증가세를 주도. '13년 1분기는 업체별 매출액 증가 또는 감소를 보이고 있으며 이는 업체별 수출 및 스마트게임 실적 호조 여부에 기인

- 엔씨소프트는 '10년 4분기부터 '11년 3분기까지 매출액 증가세가 '11년 4분기 이후 전년동기대비 감소를 보였으나 '12년 4분기부터 전년동기대비 증가세로 전환. '13년 1분기 매출액은 전년동기대비 7.7% 증가

※ 엔씨소프트는 온라인게임인 블레이드앤소울의 '12년 2분기 론칭 이후 '13년 1분기말 현재 아이온의 점유율은 5.23%. '13년 1분기말 현재 블레이드앤소울, 리니지, 리니지2, 아이온의 총 점유율은 약 14.6%로 '12년 4분기말 점유율 18.57%, '12년 3분기 점유율 22.83% 대비 내수시장 하락세. '13년 1분기 이후 매출액은 1) 내수 시장에서 해외 온라인게임과의 경쟁 확보 2) 기존 및 신작게임들의 중국 등 해외시장 선전 등의 요인이 지속 상승 여부를 결정할 것으로 예상

- 네오위즈게임즈는 수출의 경우 '12년 3분기까지 중국 등 아시아권 시장에서 기존 퍼블리싱 게임들의 이용 확대와 함께 유럽지역 등 시장 다변화로

3) 대형업체 : 연간 매출액이 800억원 이상으로 정의하고 총 6개 업체(NHN, 엔씨소프트, 네오위즈게임즈, 위메이드엔터테인먼트, CJ E&M 게임부문, 액토즈소프트)임

실적 증가를 이어갔으나 '13년 1분기 들어 수출액 회복에도 불구하고 '12년 4분기 이후 전년동기대비 매출액 감소. '13년 1분기 매출액은 전년동기대비 25.5% 감소했으며 이는 내수 부진에 기인

※ 네오위즈게임즈의 매출액은 '12년 2분기까지의 급증세가 3분기 들어 감소세로 전환. '10년부터의 실적호조세는 내수 보다는 해외수출액 성장에 기인. '12년 4분기 들어 수출액은 전년동기대비 감소했으나 '13년 1분기는 다소 회복해 전년동기대비 11.6% 증가. 이중 중국에서 서비스되고 있는 FPS 장르의 '크로스파이어'는 '12년 9월 현재 동시 접속자수가 400만명을 기록하는 등 '13년 들어서도 중국 온라인게임 시장내 1위를 유지. 'S4리그' 등 기존 게임과 자체 개발 슈팅게임인 '디젤' 등을 통해 일본, 인도네시아 등 해외시장 개척 및 매출액 확대 모색

- NHN은 '11년 1분기 이후 전년동기대비 두 자릿수 성장세를 이어가고 있으며 '13년 1분기 매출액⁴⁾은 전년동기대비 17.6% 증가

- 위메이드엔터테인먼트는 매출액 성장의 경우 '11년 1분기 이후 등락을 보이고 있으며 '12년 4분기부터 증가세로 반전되었으며 '13년 1분기는 전년동기대비 93.1% 큰 폭 증가

※ 위메이드엔터테인먼트는 신작 온라인게임 및 모바일 등 스마트게임 론칭 확대와 지역 다각화를 통한 내수 및 해외시장 확대

- 액토즈소프트는 '10년 1분기 이후 매출액의 경우 '11년 3분기 등 일부 분기를 제외하고 감소세가 이어졌으나 '13년 1분기 들어 전년동기대비 45.9% 큰 폭의 매출액 증가로 전환

- 국내 대형업체들은 중장기 성장동력의 수단중의 하나로 인수합병 등을 통한 국내 및 해외시장 확대를 모색하고 있으며, 향후 게임산업의 일부 대형업체 중심의 시장구조 심화 및 이에 따른 게임산업 생태계 활성화를 위한 다각적 대안 및 방안 구축 필요

- 중소 게임업체들의 국내 매출액은 '11년 1분기 이후 국내외 게임이용자 등의 다양한 수요에 부응한 흥행작 출현여부에 따라 업체별 실적 및 성장 편차가 두드러지며 특히 산업패러다임의 스마트화로 온라인 분야 뿐 아니라 모바일 및 SNS에 기반한 스마트게임이 실적 증대를 견인

- 향후 대외리스크가 상존함에도 중국 등 해외 주요 국가 및 지역들의 완만한

4) 2012년 전체 매출액 중 온라인게임 비중은 25.5%이며 2013년 1분 비중은 23.2%로 2011년(29.8%) 이후 온라인게임 매출 비중 하락세

경기회복이 가시화될 경우 국내 게임 내수시장과 함께 해외 수출실적 확대에 따른 큰 폭 성장 지속. 특히 경쟁력 및 완성도가 확보된 국내 스마트게임은 해외시장을 중심으로 실적 호조 예상

※ 컴투스 자체 개발 및 론칭한 스마트게임의 국내외 흥행호조에 따라 '13년 1분기 매출액의 경우 전년동기대비 121.2% 큰 폭 증가

● 지식정보 '12년 4분기 매출액은 약 1조 317억원으로 전년동기대비 11.7% 성장했으며 전분기대비 3.3% 상승

- 지식정보 매출액은 '10년 1분기 이후 전년동기대비 성장세를 지속하고 있으며, '12년 1분기를 제외하고 전분기대비 상승세 유지

- NHN은 지식정보 상장사 중 전체 매출액 대비 가장 높은 비중을 차지하고 있는 가운데 '13년 1분기 전년동기대비 17.6% 증가했으며 전분기대비 4.8% 상승

※ NHN은 유선인터넷 분야에서 검색광고 등 강점과 역량을 기반으로 내수 시장의 높은 점유율을 유지하고 있으며 향후 모바일 등 신규 영역 개발과 함께 일본 등 해외시장 개발 및 대내외 경쟁력 확보를 통한 내수시장 한계성 극복 추진

- 다음커뮤니케이션의 '13년 1분기 매출액은 전년동기대비 13.3% 증가했으며 전분기대비 6.6% 상승. SK커뮤니케이션즈의 '13년 1분기 매출액은 전년동기대비 36.3% 감소했으며 전분기대비 15.8% 하락. KTH는 전년동기대비 7.9% 감소했으며 전분기대비 39.5% 큰 폭 하락

※ 다음커뮤니케이션의 '13년 1분기 매출액 비중은 검색광고 51.2%(40.0%)⁵⁾, 디스플레이광고 40.9%(50.6%), 게임 6.6%(7.5%), 거래형서비스 1.2%(1.8%) 등으로 구성. '12년 1분기 이후 검색광고 매출 비중 감소세가 '13년 1분기에 증가세로 전환. 스마트기기 이용확대 등 콘텐츠 이용 및 수요패턴의 변화로 유무선인터넷 통합에 따른 이를 적용한 커뮤니티, 이메일, 뉴스 및 N스크린, 게임, 로컬광고 분야 등 서비스 강화. 향후 대내외 리스크 저감에 따른 완만한 경기회복이 다양한 콘텐츠 수요 견인 등으로 매출액 증가 예상

※ SK커뮤니케이션즈에서 커뮤니티 서비스인 싸이월드는 '13년 1분기 말 현재 누적가입자수 2,600만명으로 '12년 4분기대비 정체이며 순이용자수는 1,300만명으로 '12년 2분기말 이후 순이용자수 감소세. 네이트온의 시장점유율은 73.6%(74.4%)⁶⁾로 국내 메신저서비스 1위를 유지하고 있으나 '11년 2분기 이후 점유율 하락세. 13년 1분기 매출액 비중은 광고(디스플레이, 검색) 79.6%(73.6%)⁷⁾, 콘텐츠 외 기타 20.4%(26.4%)로 '12년 4분기누적 대비

5) 괄호는 2012년 4분기누적(연간) 매출액 비중

6) 괄호는 2012년 4분기누적(연간) 시장점유율

7) 괄호는 2012년 4분기누적(연간) 매출액 비중

광고매출 비중 상승. 향후 싸이월드 등 기존 수익모델의 활성화와 함께 스마트기기에 특화된 SNS 등 모바일 서비스 등의 선진 여부가 매출액 등 실적에 영향 전망

※ KTH는 1) N-Screen 서비스 2) T-커머스 3) B2B 전자상거래를 기반으로 매출증대 모색. 향후 모바일 인터넷 시장에서의 역량제고와 함께 온라인, 모바일게임 톤칭 등 콘텐츠기반의 다양한 사업다각화 추진. '13년 1분기 매출액 비중은 인터넷 및 모바일서비스 2.6%, 콘텐츠 42.8%, 플랫폼 구축 및 운영 54.6%

- 크레듀의 '13년 1분기 매출액은 전년동기대비 31.4% 증가했으며 전분기대비 10.0% 하락. YBM시사닷컴, 메가스터디의 '13년 1분기 매출액은 전년동기대비 14.1% 감소, 10.0% 감소

※ 메가스터디는 초중고교생 및 일반성인을 대상으로 한 온라인 교육서비스가 주요 수익모델이며 국내 교육시장의 특성에 따라 경기변동의 충격이 낮은 상황. '13년 1분기 매출액 비중은 초중고교생 대상 매출액이 약 65.7%이며, 초중고교생 대상 온라인 강의(29.6%) 및 오프라인 강의(27.7%) 등. 향후 스마트기기 활용 극화를 통한 성인 등 신규 수요계층을 고려한 온라인 및 스마트 교육시장 진출 확대와 함께 해외시장 개척 예상

- 골프존의 '13년 1분기 매출액은 전년동기대비 30.4% 증가했으며 전분기대비 11.3% 상승

● 출판 '13년 1분기 매출액은 약 5,282억원으로 전년동기대비 5.9% 감소했으며, 전분기대비 3.8% 상승

- '10년 1분기부터 4분기까지 전분기대비 하락세를 보이다가 '11년 1분기 이후 매출액 등락기조며 '13년 1분기는 전분기대비 상승

- 대교는 학습지 및 교육서비스 관련 출판 선두업체로서 '13년 1분기 매출액은 전년동기대비 4.0% 감소했으나 전분기대비 18.3% 큰 폭 상승. 웅진씽크빅의 '13년 1분기 매출액은 전년동기대비 11.8% 감소했으며 '12년 1분기를 제외하고 '11년 3분기 이후 전년동기대비 감소세

※ 대교는 학습지 판매가 주요 매출원이며 '13년 1분기 매출액에서 국내 교육서비스 및 출판사업의 비중은 89.8%로 '12년 연간 매출액 대비 0.3%p 증가, 해외 교육사업 매출 비중은 1.7%로 '12년 연간 매출액 대비 동일 수준. 향후 스마트기기에 기반한 '스마트러닝' 및 '자기주도학습' 등을 중심으로 시장 트렌드 및 수요 변화에 부응하는 온라인서적 등 콘텐츠 개발과 미디어사업, 교육컨설팅, 해외교육사업 등 사업 영역 다각화 추진

- 삼성출판사는 출판물 제작업체로서 '13년 1분기 매출액의 경우 전년동기대비 1.9% 증가했으며 전분기대비 1.9% 하락

※ 삼성출판사의 자체 역량은 전속대리점을 통한 오프라인 유통이며, 홈쇼핑, 인터넷서점, 자사

쇼핑몰 등 온라인 유통채널을 통해 유아동 및 여성취미실용도서 콘텐츠개발 역량 확대 및 집중. 향후 태블릿PC 등 스마트기기에 기반한 e-book 등 디지털콘텐츠 시장 진입의 안착이 성장잠재력 지속 여부 작용 전망. 13년 1분기 매출액에서 출판물 비중은 32.9%이며 온라인 교육 비중은 1.2%

- 예스24는 도서유통업체로서 '13년 1분기 매출액의 경우 전년동기대비 4.5% 감소했으나 전분기대비 18.7% 상승

※ 예스24는 '12년 1분기 이후 온라인 도서 유통분야 시장점유율 40% 이상 유지. 신성장 분야로 스마트기기를 활용한 e-book, e-learning 등 디지털콘텐츠 개발 및 판매 역량 제고와 함께 디지털판매플랫폼 강화를 통한 티켓예매 등 신규 투자확대. '13년 1분기 매출액 비중은 상품매출 96.7%(96.5%)⁸⁾, 수수료매출 1.1%(0.8%), 광고매출 1.6%(1.9%), 기타매출 0.6%(0.8%)

- 출판 분야 상장사의 '13년 1분기 매출액은 전분기대비 3.8% 상승했으며, 능률교육, 예림당, 이퓨처 등 3개 업체는 전분기대비 17.4%, 36.2%, 10.3% 큰 폭 상승

※ 능률교육은 초중고 및 성인 등 전 연령층 대상 영어교육전문 출판사로서 향후 스마트러닝, 법인교육 등 사업영역 확대 추진. '13년 1분기 매출액에서 영어학습교재 등 제품 매출은 전년동기대비 38.3% 증가했으며 서비스 매출은 전년동기대비 0.8% 증가. 주요 제품 및 서비스 매출액 비중은 출판사업 79.4%(73.0%)⁹⁾, 이러닝 등 서비스사업 20.6%(18.6%)

● 방송 '13년 1분기 매출액은 약 1조 3,849억원으로 전년동기대비 4.7% 증가했으며, 전분기대비 10.6% 하락

- SBS는 민영지상파 방송사로서 '13년 1분기 매출액의 경우 전년동기대비 12.8% 증가했으나 전분기대비 29.3% 하락. SBS콘텐츠허브의 '13년 1분기 매출액은 전년동기대비 0.7% 증가했으며 전분기대비 2.4% 상승. CJ E&M 방송부문의 '13년 1분기 매출액은 전년동기대비 6.2% 증가했으나 전분기대비 16.2% 하락

※ SBS 등 민영지상파 방송사는 계절 및 경기 등의 요인과 연관성이 높은 기업광고가 주요 수익원. '10년부터의 경기상승이 '12년 1분기에 시작된 유럽재정위기 등 대외불안요인으로 국내경기 하락 우려 증대에 따른 방송사별 매출액 성장 편차 발생. 종합유선방송사업은 광고수익과 함께 월정액 시청료 등 고정수익원이 확보되어 있어 상대적으로 경기하락 대비 민감도가 낮은 상황. 특히 일부 종합편성채널의 선전에도 불구하고 전반적으로 당초 예상보다 시장 충격이 적으며 향후 종합유선방송의 디지털화 진전으로 매출액 성장 전망

8) 괄호는 2012년 4분기누적(연간) 매출액 비중

9) 괄호는 2012년 4분기누적(연간) 매출액 비중

- 방송영상물독립제작사 중 삼화네트웍스의 '13년 1분기 매출액은 전년동기대비 104.0% 증가했으며 전분기대비 25.6% 상승. 판엔터테인먼트의 '13년 1분기 매출액은 전년동기대비 23.1% 감소했으며 전분기대비 53.5% 상승. 초록뱀미디어의 '13년 1분기 매출액은 전년동기대비 22.2% 감소했으며 전분기대비 88.8% 상승
 - ※ 판엔터테인먼트는 '11년에 SBS '짝패', '불굴의 며느리', SBS '내게 거짓말을 해봐' 등 지속적으로 콘텐츠를 제작하면서 '12년에 KBS '적도의 남자', '각시탈', MBN '사랑도 돈이 되나요', MBC '해를 품은 달', SBS '내사랑 나비부인' 등을 제작했으며 '13년 들어 MBC '백년의 유산' 제작하는 등 콘텐츠 제작역량 강화. 향후 종합편성채널 등 매체의 다양화에 따른 드라마 뿐 아니라 교양 등 방송 콘텐츠 기획의 다양성 확보와 함께 매니지먼트, 음반 등 사업다각화 및 해외시장 개척 추진
 - ※ 삼화네트웍스는 '12년에 TV조선 '아버지가 미안하다', JTBC '무자식 상팔자' 등 종합편성채널에 드라마를 제작 및 공급했으며, '13년 들어 MBC '구가의 서' 등을 제작. 향후 드라마 콘텐츠를 기반으로 한 OSMU 사업 추진
- 키이스트의 '13년 1분기 매출액은 전년동기대비 28.5% 증가했으며, 전분기대비 15.8% 상승
 - ※ 키이스트의 '13년 1분기 매출액 중 내수와 수출 비중은 각각 약 21.5%¹⁰⁾, 78.5%로 '12년 4분기누적(연간) 대비 수출 비중 큰 폭 상승
- 방송채널사용사업자 중 CJ 오쇼핑의 '13년 1분기 매출액은 전년동기대비 17.1% 증가했으며 전분기대비 10.6% 하락. GS 홈쇼핑의 '13년 1분기 매출액은 전년동기대비 6.4% 감소했으며 전분기대비 8.2% 하락
 - ※ CJ 오쇼핑의 '09년 1분기에서 '12년 1분기까지 매출액의 시계열 측면을 보면 2분기 및 4분기가 전분기대비 상승 경향. '12년 2분기부터 전분기대비 상승세가 나타났으나 '13년 1분기 들어 하락으로 전환
- 광고 '13년 1분기 매출액은 약 6,503억원으로 전년동기대비 27.7% 증가했으며 전분기대비 25.5% 하락
 - 광고는 '11년에 발생한 유럽재정위기 등 대외리스크에도 불구하고 1) 일부 대기업 중심의 수출확대 2) 종합편성채널 개국 등 매체 다변화에 따른 광고 수요 증대 등으로 매출실적 상승세가 이어지는 상황이나 대기업 계열 대형 광고대행사를 중심의 다소 편중된 매출액 증가세

10) 2013년 1분기 연결재무제표 매출액 기준

- 제일기획의 '13년 1분기 매출액은 전년동기대비 34.0% 증가했으며, 오리콤은 전년동기대비 11.3% 증가, G2R의 '13년 1분기 매출액은 전년동기대비 1.3% 감소, 휘닉스컴은 전년동기대비 58.7% 큰 폭 감소
 - ※ 제일기획은 '13년 1분기 매출액에서 본사 및 연결대상 종속회사 비중이 32.1%(매체 7.6%, 광고물제작 등 24.5%) 및 67.9%로 해외 비중이 높으며 이는 일부 국내 대기업의 경쟁력을 보유한 제품들의 수출 및 판매 증대 등 해외실적 호조에 기인
- '10년에 이어 '11년에의 경기상승세가(GDP 성장률 전기대비 '11년 1분기 1.3%, 2분기 0.8%, 3분기 0.8%, 4분기 0.4%) 일부 대기업의 해외수출 증가로 광고 매출액 호조를 견인했으나, '12년 들어 국내 경기 하락세가 이어지고('12년 1분기 0.8%, '12년 2분기 0.3%, '12년 3분기 0.0%, '12년 4분기 0.3%) '13년 들어서도 국내 거시경제의 불확실성 확대로 1분기 전분기대비 25.5% 하락
 - ※ '13년 1분기 제일기획, G2R, 휘닉스컴, 오리콤의 매출액은 전분기대비 21.9%, 44.1%, 46.6%, 37.0% 하락
 - ※ 광고시장은 거시적 측면에서 국내외 경기 흐름과 함께 미시적 측면에서 기업 국내외 마케팅 비용 지출 및 계절 등의 요인으로 전통적 비·성수기 구분을 할 수 있으며, 이 중 여름 상품 출시 및 연말시즌 신상품 출시 및 국내외 판매가 집중되는 2분기와 4분기가 전통적 성수기
- 영화 '13년 1분기 매출액은 약 2,882억원으로 전년동기대비 11.3% 증가했으며, 전분기대비 6.2% 하락
 - CJ CGV는 '12년 1분기 이후 대내외 거시경제 불안요인에 따른 경기회복 지연에도 불구하고 한국영화 중심의 흥행작 지속 출현 및 해외 블록버스터 영화 개봉으로 '13년 1분기 매출액의 경우 전년동기대비 35.4% 증가했으며 전분기대비 8.9% 상승
 - ※ CJ CGV는 멀티플렉스 시장점유율이 '13년 1분기의 경우 44.4%로 '12년 점유율 43.3%, '11년 점유율 42.5% 대비 상승. '09년 이후 멀티플렉스 시장지배력 확대('09년 점유율 37.7%). '13년 1분기 매출액 중 티켓매출 비중이 65.5%로 '12년 4분기누적(연간) 대비 약간 하락했으나 '12년 1분기 비중(64.8%) 대비 상승
 - CJ E&M 영화부문의 '13년 1분기 매출액은 전년동기대비 8.0% 감소했으며 전분기대비 32.0% 다소 큰 폭 하락
 - ※ CJ E&M 영화부문의 '13년 1분기 시장점유율은 27.9%로 '12년 4분기누적(연간) 시장점유율(28.6%) 대비 약간 하락. '12년 2분기 이후 시장점유율 상승세가 '13년 1분기 들어 하락세로 반전되었으며 이는 중소경쟁사의 시장점유율 확대에 기인

- 음악 '13년 1분기 매출액은 약 2,219억원으로 전년동기대비 17.5% 증가했으며, 전분기대비 14.1% 하락
 - 매출액의 경우 전분기대비 기준 '10년 2분기 이후 '11년 3분기 및 '12년 1분기 등 일부 등락을 제외하고 상승세가 지속되었으나 '13년 1분기 들어 다소 하락. 이는 K팝 등의 해외인지도 제고와 현지화가 꾸준히 이어지고 있음에도 해외 수출 하락에 기인
 - ※ '10년 2분기에서 '12년 4분기까지 전분기대비 각각 14.3%, 2.4%, 7.5%, -11.3%, 21.5%, 4.3%, 14.1%, -11.5%, 3.1%, 22.8%, 8.1%로 일부 등락에도 불구하고 상승세
 - SM엔터테인먼트의 '13년 1분기 매출액은 전년동기대비 13.6% 감소했으며 전분기대비 28.0% 하락. YG엔터테인먼트는 전년동기대비 66.8% 증가했으나 전분기대비 17.0% 하락
 - ※ SM엔터테인먼트는 동방신기, 소녀시대, 샤이니, f(x) 등 소속 아이돌 및 걸그룹 가수들의 국내 청소년층 중심의 내수시장과 한류에 기반한 일본, 대만 등 아시아권 시장 강세 지속. '11년 및 '12년은 영국, 프랑스 등 유럽지역 및 미국 등 북미지역으로 진출하는 등 K팝의 시장 다양성 및 저변 확대. 향후 SNS 등 뉴미디어 활용 극대화를 통한 가상국가 'SM타운' 등 글로벌화 추진. '13년 1분기 매출액 비중은 음반사업 32.69%(음반 28.19%, 음원 4.50%)와 매니지먼트사업 67.31%(출연료 28.03%, 로열티 29.28%)로 '12년 상반기 이후 음반사업 비중 감소세
 - ※ YG엔터테인먼트는 '12년 사이의 '강남스타일'의 흥행 및 '13년 들어 '젠틀맨' 출시 등과 함께 다양한 경로를 통한 신인 발굴로 해외진출 확대와 함께 음반제작, 공연, 매니지먼트 등 수익모델 다변화 추진. '13년 1분기 매출액 비중은 음반/음원 17.1%, 광고모델 9.4%, 공연 17.5%, 로열티 38.5%
 - 네오위즈인터넷의 '13년 1분기 매출액은 전년동기대비 13.9% 증가했으며 전분기대비 20.2% 상승
 - ※ 네오위즈인터넷의 사업구조는 1) 디지털음원유통 B2C 2) 디지털음원유통 B2B 3) 소셜네트워크서비스 등이며 스마트디바이스 대응 서비스 지속 출시. '13년 1분기 매출액 비중은 디지털음원유통 B2C 85.9%로 12년 4분기누적(연간) 대비 약간 상승. 수출비중은 1.4%로 낮은 수준이나 향후 일본, 베트남 등 해외시장 진출 추진
 - 로엔엔터테인먼트의 '13년 1분기 매출액은 전년동기대비 14.7% 증가했으며 전분기대비 5.3% 상승
 - ※ 로엔엔터테인먼트는 '11년에 이어 '12년 1분기 이후 음원유통 사업자중 브랜드인지도 및 시장점유율 1위 지속. 멜론 등 기존 음원유통서비스를 기반으로 스마트폰 이용 증대 및 모바일 이용환경 변화에 따른 음원 수요 다양화에 부합하는 서비스 구축 및 제공. 음반기획 및

창작 부문 투자확대를 통한 창작 역량 강화 및 수익 다양성 추진. '13년 1분기 매출액 비중은 음원제공 및 온라인음원서비스인 콘텐츠 매출이 88.4%(86.3%)¹¹⁾이고 제품매출 6.1%(6.6%), 상품매출 3.6%(1.8%), 기타매출 1.8%(5.2%)

※ 예당컴퍼니의 '13년 1분기 매출액은 전년동기대비 127.6% 증가했으며, 전분기대비 0.4% 상승

● 애니메이션 및 캐릭터 '13년 1분기 매출액은 약 405억원으로 전년동기대비 2.0% 증가했으나, 전분기대비 25.3% 큰 폭 하락

- '10년 1분기에서 4분기까지는 전분기대비 상승세가 이어졌으나 '11년 1분기 이후 등락을 보이고 있으며 '13년 1분기는 전분기대비 하락

- 손오공의 '13년 1분기 매출액은 전년동기대비 4.5% 증가했으나, 전분기대비 25.8% 큰 폭 하락. 오로라월드는 전년동기대비 14.3% 증가했으며, 전분기대비 24.8% 하락

※ 손오공의 '13년 1분기 매출구조¹²⁾는 캐릭터 제작업에서 완구 및 게임 등 제품 84.9%, 용역 부문 15.1%(애니메이션 1.2%, PC방 수수료 13.88%)로 구성. 해외수출은 캐릭터 완구 및 게임 등에 일부 발생하고 있으나 '13년 1분기 매출액 대비 낮은 수준

※ 오로라월드는 캐릭터 내수시장 브랜드 파워 1위 및 미주시장 3위이며 자체디자인연구소 운영과 함께 미주지역 등 글로벌 네트워크를 통한 라이선싱과 머천다이징 시장 확대 추진. '13년 1분기 매출액 비중은 제품 및 상품매출 98.1%

- 대원미디어는 애니메이션 업체로서 '13년 1분기 매출액의 경우 전년동기대비 30.4% 감소했으며 전분기대비 35.7% 큰 폭 하락

※ 대원미디어는 국내 애니메이션 및 캐릭터산업의 선두기업 중 하나이며 기존 내수 위주에서 1) 해외 진출에 초점을 맞춘 애니메이션 기획 및 제작(자체, 공동) 2) 보유 콘텐츠의 테마파크 도입 3) 디지털콘텐츠 시장 진출 등을 통한 수익 다각화 및 매출액 확대 모색. '13년 1분기 매출액 대비 수출액 비중은 5.7%이며 '12년 4분기누적(연간, 5.1%) 대비 약간 상승

11) 괄호는 2012년 4분기누적(연간) 매출액 비중

12) 2013년 1분기 연결재무제표 매출액 비중