

1.2. 콘텐츠업체(상장사) 매출액 변화 추이¹⁾

□ 2013년 2분기 매출 변화 추이

- 콘텐츠산업 관련 상장사 '13년 2분기 매출액은 약 5조 8,046억원으로 전년동기대비 11.1% 증가, 전분기대비 7.3% 상승
- '13년 2분기 콘텐츠산업 상장사 매출액은 출판 및 애니메이션/캐릭터를 제외한 전 분야가 전년동기대비 증가
 - ※ 게임(22.6%), 영화(22.1%), 음악(19.7%), 지식정보(17.9%) 등 4개 분야의 '13년 2분기 매출액은 전체 콘텐츠산업 상장사 대비 전년동기대비 높은 증가를 기록
 - ※ 광고(11.1%), 방송(6.3%) 등 2개 부문은 '13년 2분기 매출액의 경우 전체 콘텐츠산업 상장사 매출액 대비 유사 또는 다소 낮은 전년동기대비 증가
 - ※ 출판 및 애니메이션/캐릭터의 '13년 2분기 매출액은 전년동기대비 6.9% 감소, 30.6% 감소
 - ※ '13년 2분기 전체 매출액 대비 비중에서 게임(20.4%), 지식정보(16.7%), 방송(31.0%), 광고(14.2%) 등 상위 4개 분야²⁾는 82.3%(80.9%)³⁾로 전년동기대비 1.4%p 증가했으며 전분기대비 2.3%p 상승
 - ※ 게임, 지식정보, 영화, 음악 등 4개 분야의 '13년 2분기 매출액 비중은 전년동기대비 증가했으나, 출판, 방송, 광고, 애니메이션/캐릭터 등 4개 분야의 '13년 1분기 매출액 비중은 전년동기대비 유사 또는 소폭 감소
- 콘텐츠산업 상장사 전체 매출액은 '10년 1분기 이후 전분기대비 상승기조가 '11년 1분기의 다소 큰 폭의 하락을 제외하고 '12년 3분기까지 이어졌으나, '12년 4분기부터 등락세
- 게임, 지식정보, 방송, 광고, 음악 등 5개 분야의 '13년 2분기 매출액은 전분기대비 5.3%, 10.4%, 8.4%, 26.7%, 3.9% 상승
 - ※ 출판, 영화, 애니메이션/캐릭터 등 3개 분야는 '13년 2분기 매출액의 경우 전분기대비 10.6%, 6.7%, 3.3% 하락

1) 코스피와 코스닥 상장사 중 콘텐츠산업 관련 업체 86개 선별(게임(20), 지식정보(8), 출판(9), 방송(22), 광고(4), 영화(7), 음악(11), 애니메이션/캐릭터(5)), 단 게임, 방송, 영화, 음악 등 4개 분야에 CJ E&M 중복적용. 자료의 출처는 금융감독원 전자공시시스템(<http://dart.fss.or.kr>)에 등록된 기업보고서

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

3) 2012년 2분기 비중

<표 1> '12년 2분기~'13년 2분기 콘텐츠업체(상장사) 매출액 변동

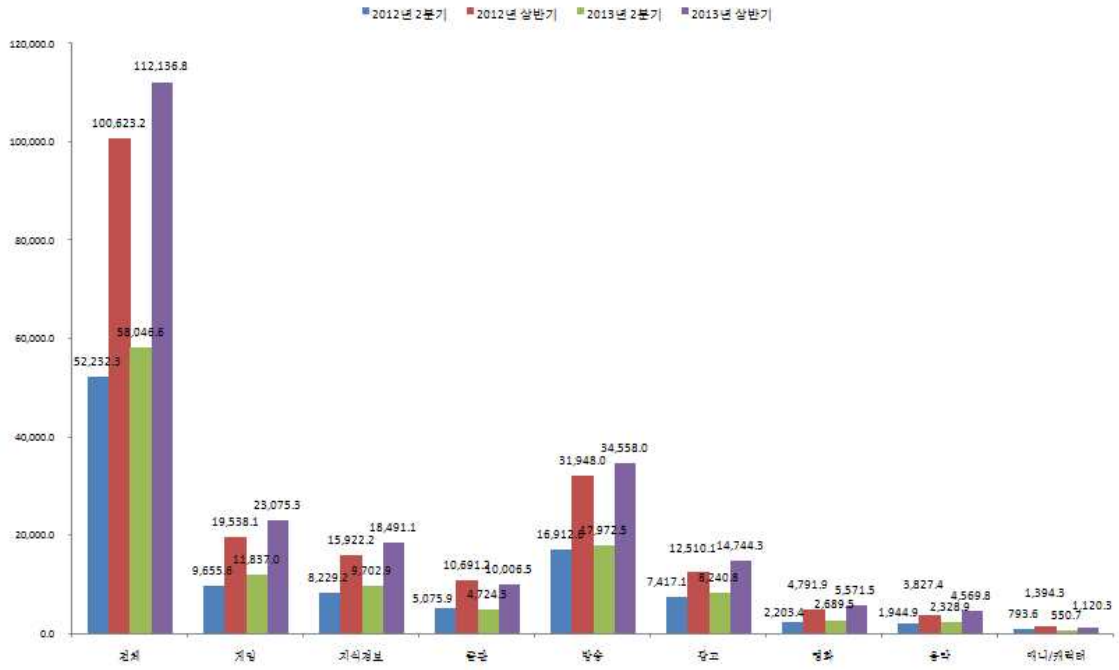
(단위 : 억원)

구분	2012년				2013년			
	2분기 (전기대비)	3분기 (전기대비)	4분기 (전기대비)	2012년 (전년대비)	1분기 (전기대비)	2분기 (전기대비)	상반기 (전년동기)	2분기 (전년동기)
게임	9,655.6 (-2.3%)	13,848.5 (43.4%)	11,499.0 (-17.0%)	44,885.6 (7.5%)	11,238.3 (-2.3%)	11,837.0 (5.3%)	23,075.3 (18.1%)	22.6%
지식 정보	8,229.2 (7.0%)	12,544.2 (52.4%)	9,988.0 (-20.4%)	38,454.4 (7.6%)	8,788.2 (-12.0%)	9,702.9 (10.4%)	18,491.1 (16.1%)	17.9%
출판	5,075.9 (-9.6%)	5,409.6 (6.6%)	5,090.4 (-5.9%)	21,191.2 (-3.1%)	5,282.2 (3.8%)	4,724.3 (-10.6%)	10,006.5 (-6.4%)	-6.9%
방송	16,912.6 (12.5%)	16,205.2 (-4.2%)	18,284.5 (12.8%)	66,437.7 (14.3%)	16,585.5 (-9.3%)	17,972.5 (8.4%)	34,558.0 (8.2%)	6.3%
광고	7,417.1 (45.6%)	7,068.9 (-4.7%)	8,727.1 (23.5%)	28,306.1 (28.5%)	6,503.5 (-25.5%)	8,240.8 (26.7%)	14,744.3 (17.9%)	11.1%
영화	2,203.4 (-14.9%)	3,241.1 (47.1%)	3,072.5 (-5.2%)	11,105.5 (23.5%)	2,882.0 (-6.2%)	2,689.5 (-6.7%)	5,571.5 (16.3%)	22.1%
음악	1,944.9 (3.3%)	2,395.0 (23.1%)	2,583.1 (7.9%)	8,805.5 (21.1%)	2,240.9 (-13.2%)	2,328.9 (3.9%)	4,569.8 (19.4%)	19.7%
애니메이션/ 캐릭터	793.6 (32.1%)	641.4 (-19.2%)	689.7 (7.5%)	2,725.4 (-7.4%)	569.6 (-17.4%)	550.7 (-3.3%)	1,120.3 (-19.7%)	-30.6%
합계	52,232.3 (7.9%)	61,353.9 (17.5%)	59,934.3 (-2.3%)	221,911.4 (11.7%)	54,090.2 (-9.8%)	58,046.6 (7.3%)	112,136.8 (11.4%)	11.1%

- 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 '이류처'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. '아이에 스플러스'는 '제이콘텐츠리'와 합병으로 분석에서 제외. '케이엠에이치'는 '11년 2분기부터 자료확보 및 분석적용. '티브로 드도봉강북방송'과 '한빛방송'은 '12년 11월 상장폐지되어 분석에서 제외. '키이스트'는 방송으로 분석 적용. CJ헬로비전은 '12년 11월 신규상장했으며 '11년 1분기 자료 확보 및 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 분석적용
- 7) 애니메이션/캐릭터 중 '코코엔터프라이즈'와 '시스템싸이언스'는 업종변경에 따라 분석에서 제외

<그림 1> '12년 2분기 vs '13년 2분기 콘텐츠업체(상장사) 매출액 변동

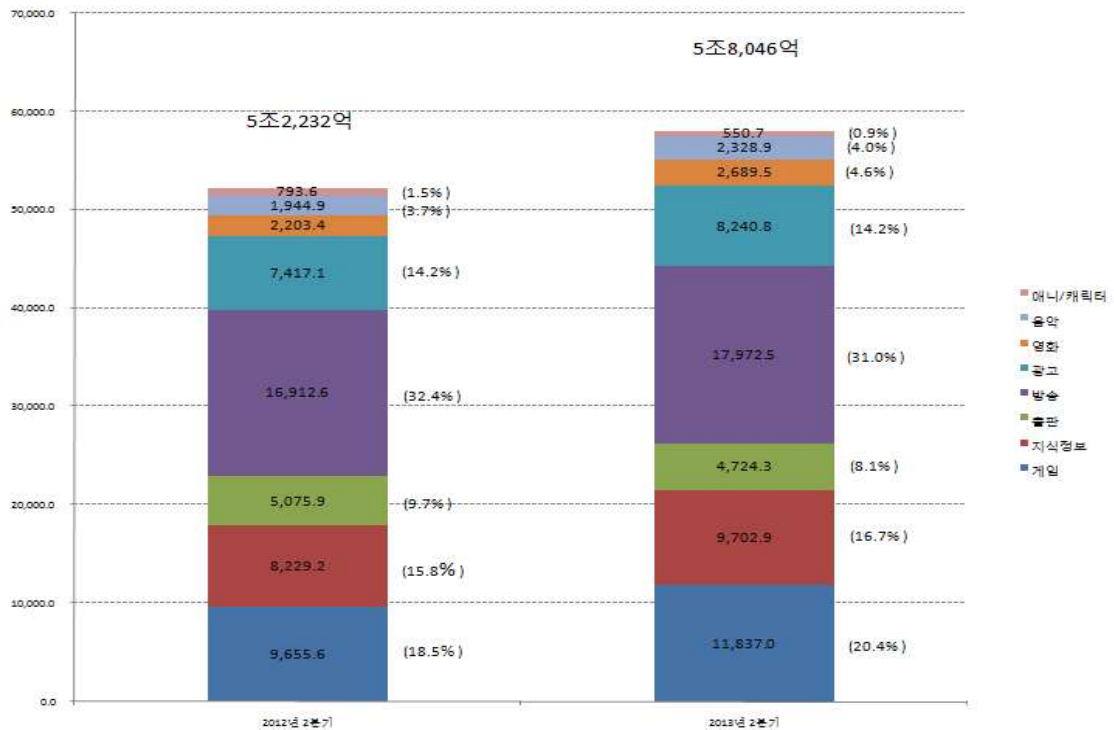
(단위 : 억원)



* NHN은 게임 및 지식정보에 중복 편입

<그림 2> '12년 2분기 vs '13년 2분기 콘텐츠업체(상장사) 매출액 누적

(단위 : 억원)



* NHN은 게임 및 지식정보에 중복 편입

● 게임 '13년 2분기 매출액은 약 1조 1,837억원으로 전년동기대비 22.6% 증가했으며 전분기대비 5.3% 상승

- '10년의 매출액은 분기별 등락세를 보였으며 '11년 1분기 이후에도 등락기조가 '13년 들어서도 이어지고 있으며 '13년 2분기는 전분기대비 상승세

※ '09년의 금융위기 이후 '10년 1분기에서 '11년 상반기까지 경기상승이 이어지다가 '11년 하반기에 발생한 유럽재정위기 등 대외 요인으로 국내 경기에 부정적 영향. '12년 1분기 이후 대내외 리스크에 따라 국내외 경기회복 지연과 함께 해외 온라인게임의 국내 시장 선전 등은 국내 게임업체들의 매출액 증가에 악영향. 다만, 1) 경쟁력을 보유한 국내 온라인 대작게임 지속 개발·출시를 통한 해외시장 다변화 및 수출 확대 2) 스마트 환경으로의 급변에 따른 게임산업의 수요 패턴 변화 등은 게임 공급 확대를 견인해 게임산업 매출액 등 증가에 긍정적인 전망

※ 온라인게임은 이용자 측면을 고려할 때 접근성과 함께 투입비용 대비 효율적이고 접근성이 높아 경기 하락에 의한 매출감소 영향은 낮은 상황. 특히 온라인게임은 어린이, 청소년 등 학생층의 여름·겨울 방학시즌의 경우 온라인게임 이용자가 높아 3분기와 4분기, 1분기가 계절적 성수기, 2분기는 야외활동이 활발해져 계절적 비수기. 스마트게임은 이용 편의성 및 접근성이 향상된 스마트 환경 구축 등으로 기존 청소년 수요층 뿐 아니라 여성 및 중장년층 등으로 이용자 저변 확대

- 대형업체⁴⁾들은 '11년 1분기 이후 일부 업체의 부진에도 불구하고 전반적으로 매출액 증가를 견인. '13년 2분기는 일부 업체를 제외하고 매출액 증가를 보이고 있으며 이는 업체별 경쟁력을 보유하고 있는 온라인게임 및 스마트게임 실적 호조에 기인

- 엔씨소프트는 '10년 4분기부터 '11년 3분기까지 전년동기대비 매출액 증가세가 '11년 4분기 이후 감소를 보였으나 '12년 4분기부터 전년동기대비 증가세로 전환. '13년 2분기 매출액은 전년동기대비 17.3% 다소 큰 폭 증가

※ 엔씨소프트는 대형 온라인게임인 블레이드앤소울의 '12년 2분기 론칭 이후 '13년 2분기말 현재 점유율은 4.81%. '13년 2분기말 현재 블레이드앤소울, 리니지, 리니지2, 아이온의 총 점유율은 약 13.5%로 '13년 1분기말 14.6%, '12년 4분기말 점유율 18.57%, '12년 3분기 22.83% 등 시장점유율 하락세. '13년 2분기 이후 매출액 증가 지속은 1) 온라인게임의 내수 시장 점유율 확대 및 해외 온라인게임과의 경쟁 유지 2) 기존 및 신작게임들의 해외시장 선전 유지 등의 요인이 관건일 전망

- 네오위즈게임즈는 수출의 경우 '12년 3분기까지 중국 등 아시아권 시장을 중심으로 기존 퍼블리싱 게임들의 선전과 유럽지역 등 시장 다변화로 실적

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

증가를 이어갔으나 '12년 4분기 이후 수출액 감소에 따른 전년동기대비 매출액 감소, '13년 2분기 매출액은 전년동기대비 18.4% 감소했으며 이는 '13년 1분기에 이어 내수 위축에 기인

※ 네오위즈게임즈의 매출액은 '12년 2분기까지의 급증세가 3분기 들어 감소세로 전환되었으며 '10년부터의 실적증가는 내수에 비해 높은 해외수출액 성장에 기인 '12년 4분기 이후 수출액은 전년동기대비 감소세이나 '13년 2분기는 다소 회복해 전년동기대비 3.2% 증가. 이중 중국에서 서비스되고 있는 FPS 장르의 '크로스파이어'는 '12년 9월 현재 동시 접속자수가 400만명을 기록하는 등 '13년 2분기 들어서도 중국 온라인게임의 꾸준한 수요 유지, 'S4리그' 등 기존 게임과 자체 개발 슈팅게임인 '디젤' 등과 함께 '13년 신작인 '청풍명월', '레전드오브소울즈', '아키에이지' 등을 통해 일본, 인도네시아 등 해외시장 및 매출액 확대 추진

- NHN은 '11년 1분기 이후 전년동기대비 두 자릿수 매출액 성장을 지속하고 있으며 '13년 2분기 매출액⁵⁾은 전년동기대비 29.8% 증가

- 위메이드엔터테인먼트는 매출액 성장의 경우 '11년 1분기부터 등락을 보이다가 '12년 4분기 이후 증가세이며 '13년 2분기는 전년동기대비 153.2% 큰 폭 증가

※ 위메이드엔터테인먼트는 내수 및 해외시장 다각화를 위한 신작 온라인게임 및 모바일 등 스마트게임 론칭 확대

- 액토즈소프트는 매출액의 경우 '10년 1분기 이후 '11년 3분기 등을 제외하고 감소세가 이어지다가 '13년 1분기부터 증가로 전환되었으며 '13년 2분기는 전년동기대비 63.6% 큰 폭 증가

- 국내 대형업체들은 중장기적으로 내수시장 영향력 지속 및 해외시장 확대를 위해 인수합병 증가가 예상되며, 향후 게임산업의 다양성 확보 등 산업생태계 정착을 위한 일부 대형업체 편중된 시장구조의 개선 및 다각적 대안 구축 필요

- 중소 게임업체들의 국내 매출액은 '11년 1분기 이후 국내외 게임이용자 등의 다양한 수요에 소구한 흥행작들을 중심으로 성장세 지속. '13년 들어 스마트화에 따른 모바일 및 SNS에 기반한 스마트게임의 폭발적인 공급 증대는 개발력 및 자금력이 부족한 업체들을 중심으로 실적 악화 우려 확대

- 향후 신흥국가들 중심의 경기불안 등 대외리스크에도 미국 등 해외 주요 국가

5) 2013년 상반기 전체 매출액 대비 온라인게임 비중은 22.1%이며 2013년 1분기 비중은 23.2% 2012년 비중은 25.5%으로 2011년(29.8%) 이후 온라인게임 매출 비중 하락세. 2013년 8월 1일로 네이버사업 부문과 한게임사업 부문으로 인적분할

들의 완만한 경기회복이 게임 해외수출과 함께 내수시장에 긍정적인 전망. 특히 대내외적으로 폭발적인 스마트게임 공급에도 불구하고 경쟁력 및 완성도가 확보된 국내 스마트게임의 경우 해외시장을 중심으로 실적 호조 예상

- ※ 컴투스 자체 개발 및 론칭한 스마트게임의 지속적인 공급에도 불구하고 '13년 2분기 매출액의 경우 전년동기대비 7.5% 감소했으나, 수출액은 전년동기대비 20.0% 증가해 해외수출이 성장세를 견인
- ※ 게임빌의 '13년 12분기 매출액은 전년동기대비 34.5% 증가했으며, 수출액은 전년동기대비 169.0% 큰 폭 증가

● 지식정보 '13년 2분기 매출액은 약 9,702억원으로 전년동기대비 17.9% 성장했으며 전분기대비 10.4% 상승

- 지식정보 매출액은 '10년 1분기 이후 전년동기대비 성장세를 지속하고 있으며, '12년 1분기 이후 전분기대비 등락세

- NHN은 지식정보 상장사 중 전체 매출액 대비 가장 높은 비중을 차지하고 있으며 '13년 2분기는 전년동기대비 29.8% 증가했고 전분기대비 10.8% 상승

- ※ NHN은 유선인터넷 분야에서 검색광고 등 강점과 역량을 통해 높은 내수 시장 점유율을 유지하는 가운데 향후 신규 사업모델인 모바일 등을 통한 일본 등 해외시장 개발과 대내외 경쟁력 확보를 통한 성장동력의 글로벌화 추진

- 다음커뮤니케이션의 '13년 2분기 매출액은 전년동기대비 13.7% 증가했으며 전분기대비 6.1% 상승. SK커뮤니케이션즈의 '13년 2분기 매출액은 전년동기대비 31.9% 감소했으며 전분기대비 8.5% 상승. KTH는 전년동기대비 14.0% 증가했으며 전분기대비 26.1% 큰 폭 상승

- ※ 다음커뮤니케이션은 '13년 2분기말 현재 매출액 비중의 경우 검색광고 50.3%(51.2%)⁶⁾, 디스플레이광고 42.0%(40.9%), 게임 6.6%(6.6%), 거래형서비스 1.0%(1.2%) 등으로 구성. '13년 2분기말 현재 전분기대비 검색광고 비중 하락 디스플레이광고 비중 증가로 전환. 유무선인터넷 통합에 따른 스마트콘텐츠 수요확대로 이를 적용한 커뮤니티, 이메일, 뉴스 및 N스크린, 게임, 로컬광고 분야 등 서비스 강화. 향후 대내외 리스크 저감에 따른 경기의 완만한 회복은 스마트콘텐츠 중심 수요 견인 및 매출액 증가 전망

- ※ SK커뮤니케이션즈의 싸이월드는 커뮤니티 서비스로서 '13년 2분기 말 현재 누적가입자수가 2,600만명으로 '12년 4분기 이후 정체를 보이고 있으며 순이용자수는 1,200만명으로 '12년 2분기말 이후 감소세. 네이트온의 시장점유율은 72.1%(73.6%)⁷⁾로 국내 메신저서비스 1위이나 '11년 2분기 이후 점유율 하락 추세. 13년 상반기 매출액 비중은 광고(디스플레이, 검색)

6) 괄호는 2013년 1분기 매출액 비중

7) 괄호는 2013년 1분기 시장점유율

75.6%(79.6%)⁸⁾, 콘텐츠 외 기타 24.4%(20.4%)로 '13년 1분기 대비 콘텐츠 매출 비중 상승. 향후 싸이월드 등 기존 수익모델의 활성화가 관건인 가운데 스마트기기와 연계된 SNS 등 모바일 서비스 등의 안착이 실적확대 영향 예상

※ KTH는 현재 IPTV를 기반으로 1) N-Screen 서비스 2) T-커머스 3) B2B 전자상거래를 중심으로 매출증대 추진. 향후 모바일 인터넷 등 스마트 환경 역량확보와 함께 온라인, 모바일게임 론칭 등 콘텐츠기반의 서비스 강화가 실적 증대의 관건. '13년 상반기 매출액 비중은 인터넷 및 모바일서비스 0.54%, 콘텐츠 11.58%, 플랫폼 구축 및 운영 14.74%

- 크레듀의 '13년 2분기 매출액은 전년동기대비 34.7% 증가했으며 전분기대비 30.0% 상승. YBM시사닷컴, 메가스터디의 '13년 2분기 매출액은 전년동기대비 14.1% 감소, 7.1% 감소

※ 메가스터디는 기존 초중고교생과 함께 일반 성인 등을 대상으로 한 온라인 교육서비스가 주요 수익모델. 온라인 교육서비스는 국내 교육시장의 특성에 따라 상대적으로 낮은 경기변동 충격. '13년 상반기 매출액 비중에서 초중고교생 대상은 약 64.9%이며, 일반 성인 부분 비중은 28.5%. 향후 스마트기기와 연계된 성인 등 신규 수요계층을 고려한 온라인 및 스마트 교육시장 진출 및 투자 확대

- 골프존의 '13년 2분기 매출액은 전년동기대비 16.2% 증가했으며 전분기대비 14.4% 상승

● 출판 '13년 2분기 매출액은 약 4,724억원으로 전년동기대비 6.9% 감소했으며, 전분기대비 10.6% 하락

- '10년 1분기부터 4분기까지 전분기대비 하락기조였으나 '11년 1분기 이후 매출액 등락세를 보이고 있으며 '13년 2분기는 전분기대비 하락

- 대교는 학습지 및 교육서비스 관련 출판 선두업체이며 '13년 2분기 매출액은 전년동기대비 2.8% 감소와 함께 전분기대비 0.6% 하락. 웅진씽크빅의 '13년 2분기 매출액은 전년동기대비 9.7% 감소했으며 '12년 1분기를 제외하고 '11년 3분기 이후 전년동기대비 감소 추세

※ 대교는 학습지 판매가 주요 매출원이며 '13년 상반기 매출액에서 국내 교육서비스 및 출판사업의 비중은 90.2%로 '13년 1분기 매출액 비중(89.8%) 대비 0.4%p 증가, 해외 교육사업 매출 비중은 1.9%로 '13년 1분기 매출액 비중 대비 0.2% 증가. 향후 시장트렌드 및 수요에 부응하는 스마트기기 기반의 '스마트러닝' 및 '자기주도학습' 등을 통해 온라인서적 등 콘텐츠 개발과 미디어사업, 교육컨설팅, 해외교육사업 등 사업 영역 확대 예상

- 삼성출판사는 출판물 제작업체이며 '13년 2분기 매출액의 경우 전년동기대

8) 괄호는 2013년 1분기 매출액 비중

비 2.4% 증가했으나 전분기대비 8.6% 하락

※ 삼성출판사는 전속대리점을 통한 오프라인 유통의 경우 비교적 높은 경쟁력을 보유. 이를 기반으로 홈쇼핑, 인터넷서점, 자사쇼핑몰 등 온라인 유통채널 구축을 통해 유아동 및 여성 취미실용도서 콘텐츠개발 역량 확대. 향후 스마트 환경에 적용된 e-book 등 디지털콘텐츠 시장 성숙도에 따라 성장 지속. 13년 상반기 매출액에서 출판물 비중은 33.2%이며 온라인교육 비중은 1.3%

- 에스24는 도서유통업체이며 '13년 2분기 매출액의 경우 전년동기대비 3.0% 감소했고 전분기대비 25.3% 하락

※ 에스24는 '12년 1분기 이후 온라인 도서 유통분야 시장점유율 40% 이상 지속. 신성장 동력 확보를 위해 스마트 환경에 부합한 e-book, e-learning, 북리닝 등 디지털콘텐츠 개발 및 판매 역량 제고. 향후 인수합병 및 디지털판매플랫폼 강화를 통해 티켓, 엔터테인먼트 분야 신규 투자 증대 전망. '13년 상반기 매출액 비중은 상품매출 96.4%(96.7%)⁹⁾, 수수료매출 1.1%(1.1%), 광고매출 1.9%(1.6%), 기타매출 0.6%(0.6%)

- 출판 분야 상장사의 '13년 2분기 매출액은 전분기대비 10.6% 하락했으며, 능률교육, 예림당, 이퓨처 등 3개 업체는 전분기대비 57.8%, 62.9%, 24.6% 큰 폭 하락

※ 능률교육은 초중고 및 성인 등 전 연령층 대상 영어교육전문 출판사이며 향후 스마트러닝, 법인교육 등 신성장 동력 확보를 위한 사업 다각화 전망. '13년 상반기 매출액에서 영어학습 교재 등 제품 매출의 경우 전년동기대비 19.9% 증가했으나 서비스 매출은 전년동기대비 21.0% 감소. 주요 제품 및 서비스 매출액 비중은 출판사업 73.8%(79.4%)¹⁰⁾, 이러닝 등 서비스 사업 26.2%(20.6%)

● 방송 '13년 2분기 매출액은 약 1조 7,972억원으로 전년동기대비 6.3% 증가했으며, 전분기대비 8.4% 상승

- SBS는 민영지상파 방송사이며 '13년 2분기 매출액의 경우 전년동기대비 10.1% 감소했으나 전분기대비 35.3% 큰 폭 상승. SBS콘텐츠허브의 '13년 2분기 매출액은 전년동기대비 10.8% 감소했으나 전분기대비 23.0% 상승. CJ E&M 방송부문의 '13년 2분기 매출액은 전년동기대비 4.4% 감소했으나 전분기대비 16.0% 상승

※ SBS 등 민영지상파 방송사는 계절 및 경기 등 요인에 연계성이 높은 기업광고가 주요 수익원. '10년부터의 경기 상승세가 '12년 1분기의 유럽재정위기 등이 국내 경기 상승에 악영향을 미치면서 방송사별 실적 편차 발생. 종합유선방송사업은 기존 광고수익 뿐 아니라 월정

9) 괄호는 2013년 1분기 매출액 비중

10) 괄호는 2013년 1분기 매출액 비중

액 시청료 등 고정수익원이 있어 경기하락 대비 낮은 민감도. 특히 종합편성채널의 경우 일부 채널의 시청률 상승 등 선전에도 당초 예상보다 전반적인 시장 충격이 낮은 상황이며 향후 종합유선방송의 디지털화 및 UHD방송송출에 따른 가입자 확보 및 매출액 증가 전망

- 방송영상물독립제작사 중 삼화네트웍스의 '13년 2분기 매출액은 전년동기대비 2,470.0% 증가했으며 전분기대비 25.2% 상승. 팬엔터테인먼트의 '13년 2분기 매출액은 전년동기대비 12.2% 감소했으며 전분기대비 2.6% 하락. 초록뱀미디어의 '13년 2분기 매출액은 전년동기대비 64.1% 감소했으며 전분기대비 50.4% 하락

※ 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 사업과 함께 테마파크, 캐릭터개발 및 라이선싱 등 매출확대 추진

※ 팬엔터테인먼트는 '11년에 SBS '짜패', '불굴의 며느리', SBS '내게 거짓말을 해봐' 등 드라마 콘텐츠 제작. '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, IPTV 등 다매체에 따른 드라마 뿐 아니라 교양 등 국내외 다양한 방송 콘텐츠 수요 확대에 소구하는 기획력 제고 및 매니지먼트, 음반 등 사업다각화 전망

- 키이스트의 '13년 2분기 매출액은 전년동기대비 19.8% 감소했으며, 전분기대비 17.7% 하락

※ 키이스트의 '13년 상반기 매출액 중 내수와 수출 비중은 각각 약 27.1%¹¹⁾, 72.9%로 '13년 1분기 대비 수출 비중 약간 하락

- 방송채널사용사업자 중 CJ 오쇼핑의 '13년 2분기 매출액은 전년동기대비 13.9% 증가했으며 전분기대비 5.3% 상승. GS 홈쇼핑의 '13년 2분기 매출액은 전년동기대비 8.3% 증가했으며 전분기대비 7.0% 상승. CJ헬로비전의 '13년 2분기 매출액은 전년동기대비 33.8% 증가했으며 전분기대비 4.1% 상승

※ CJ 오쇼핑의 매출액은 '09년 1분기에서 '12년 1분기까지 시계열측면에서 2분기 및 4분기가 전분기대비 상승 경향. '12년 2분기부터의 전분기대비 상승세가 '13년 1분기에 하락했으나 '13년 2분기 들어 큰 폭 상승

● 광고 '13년 2분기 매출액은 약 8,240억원으로 전년동기대비 11.1% 증가했으며 전분기대비 26.7% 상승

11) 2013년 1분기 연결재무제표 매출액 기준

- 광고는 '11년의 유럽재정위기 등 대외불안요인이 상존함에도 1) 일부 대기업 중심의 수출확대 지속 2) 스마트TV, 종합편성채널 개국 등 다매체에 따른 국내외 광고수요 증대 등으로 매출액 증가에 긍정적이나, 대기업 계열 대형 광고대행사 중심에 편중된 매출액 성장 양상
- 제일기획의 '13년 2분기 매출액은 전년동기대비 15.9% 증가했으나, 오리콤은 전년동기대비 20.1% 감소, G2R의 '13년 2분기 매출액은 전년동기대비 9.1% 감소, 휘닉스컴은 전년동기대비 17.3% 감소
 - ※ 제일기획은 '13년 상반기 매출액에서 본사 및 연결대상 종속회사 비중이 34.5%(매체 8.5%, 광고물제작 등 26.0%) 및 65.5%로 해외 비중이 높으며 이는 일부 대내외 경쟁력을 확보한 국내 대기업 제품들의 수출 등 해외실적 증대 기인
- '10년과 함께 '11년에의 경기상승세로(GDP 성장률 전기대비 '11년 1분기 1.3%, 2분기 0.8%, 3분기 0.8%, 4분기 0.4%) 일부 대기업의 해외수출 증가가 광고 매출액 확대를 견인했으며, '12년 1분기에서 '13년 1분기까지 국내 경기 하락세가 나타났으나(12년 1분기 0.8%, '12년 2분기 0.3%, '12년 3분기 0.0%, '12년 4분기 0.3%) '13년 2분기 들어 국내 경기의 완만한 회복으로 전분기대비 26.7% 상승
 - ※ '13년 2분기 제일기획, G2R, 휘닉스컴, 오리콤의 매출액은 전분기대비 26.4% 상승, 27.2% 상승, 164.4% 상승, 17.7% 상승
 - ※ 광고시장은 국내외 경기 등 거시적 측면과 기업 국내외 마케팅비용 지출 및 계절 요인 등 미시적 측면을 고려해 전통적 비·성수기 구분이 가능하며, 특히 여름 상품출시 및 연말시즌 신상품 출시 및 국내외 판매가 집중되는 2분기와 4분기가 전통적 성수기
- 영화 '13년 2분기 매출액은 약 2,689억원으로 전년동기대비 22.1% 증가했으며, 전분기대비 6.7% 하락
 - CJ CGV는 '12년 1분기 이후 대내외 경기하락 우려가 있음에도 완성도를 보유한 한국영화 중심의 흥행작 지속 출현과 함께 해외 블록버스터 영화 개봉의 선전으로 '13년 2분기 매출액의 경우 전년동기대비 9.9% 증가했으며 전분기대비 9.6% 하락
 - ※ CJ CGV의 멀티플렉스 시장점유율은 '13년 상반기의 경우 45.5%이고 '13년 1분기 점유율 44.4%, '12년 점유율 43.2%, '11년 점유율 42.5% 대비 상승세. '09년 이후 멀티플렉스 시장지배력 지속('09년 점유율 37.7%). '13년 상반기 매출액 중 티켓매출 비중이 65.9%¹²⁾로 '13년

12) 2013년 상반기 별도재무제표 기준

1분기 대비 약간 하락

- CJ E&M 영화부문의 '13년 2분기 매출액은 전년동기대비 46.6% 증가했으며 전분기대비 34.2% 다소 큰 폭 하락

※ CJ E&M 영화부문의 '13년 상반기 시장점유율은 22.9%로 '13년 1분기 점유율 27.9% 대비 5.0%p 하락. '12년 2분기 이후 시장점유율 상승세가 '13년 1분기부터 하락세로 전환되었으며 이는 중소경쟁사의 시장점유율 선전 및 확대에 기인

- 음악 '13년 2분기 매출액은 약 2,328억원으로 전년동기대비 19.7% 증가했으며, 전분기대비 3.9% 상승

- 매출액의 경우 전분기대비 기준 '10년 2분기부터 '11년 1분기 및 '12년 1분기 등 일부 하락을 제외하고 상승세. '13년 1분기는 큰 폭의 하락과 함께 2분기는 정체적 상승. 이는 K팝 등의 지속적인 해외인지도 확대 및 현지화에도 불구하고 일부업체에 편중된 수출구조에 기인

※ '10년 2분기에서 '12년 4분기까지 전분기대비 각각 14.3%, 2.4%, 7.5%, -11.3%, 21.5%, 4.3%, 14.1%, -11.8%, 3.3%, 23.1%, 7.9%로 전반적으로 상승세였으나 '13년 1분기는 전분기대비 13.2% 하락

- SM엔터테인먼트의 '13년 2분기 매출액은 전년동기대비 3.2% 증가했으며 전분기대비 0.6% 상승. YG엔터테인먼트는 전년동기대비 34.2% 큰 폭으로 증가했으며 전분기대비 2.7% 상승

※ SM엔터테인먼트는 동방신기, 소녀시대, 샤이니, f(x), EXO 등 소속 아이돌 및 걸그룹 가수들을 중심으로 내수시장과 중국, 일본 등 아시아권 시장 확보 및 강화. '12년부터 영국, 프랑스 등 유럽지역과 미국 등의 북미지역에의 K팝 시장 다양성 및 한류 저변 확대. 향후 SNS 등 뉴미디어 활용 극대화를 통한 가상국가 'SM타운' 등 글로벌화 및 이와 연계된 사업다각화 추진. '13년 상반기 매출액 비중은 음반사업 33.20%(음반 28.19%, 음원 5.01%)와 매니지먼트사업 66.80%(출연료 42.38%, 매니지먼트 24.42%)로 '13년 1분기 대비 음반사업 비중 약간 상승

※ YG엔터테인먼트는 '12년 사이의 '강남스타일'의 흥행 및 '13년 들어 '젠틀맨' 출시 등으로 대내외 인지도 제고, 오디션 등 다양한 경로를 통한 신인발굴과 일본 등 현지 매니지먼트사와의 협력 등 다양한 경로를 통해 해외진출 확대. 자체의 다양한 성공사례를 기반으로 음반제작, 공연, 매니지먼트 등 수익모델 다변화 추진. '13년 상반기 매출액 비중은 음반/음원 15.4%, 광고모델 10.0%, 공연 29.2%, 로열티 29.1%, 기타 16.3%

- 네오위즈인터넷의 '13년 2분기 매출액은 전년동기대비 8.7% 증가했으며 전분기대비 8.3% 하락

※ 네오위즈인터넷의 사업구조는 1) 디지털음원유통 B2C 2) 디지털음원유통 B2B 3) 소셜네트

워크서비스 등이며 스마트 환경에 부응한 서비스 출시. 향후 모바일게임 등 사업다각화 추진 '13년 상반기 디지털음원유통 B2C의 매출액 비중은 86.3%로 '13년 1분기 비중(85.9%) 대비 약간 상승. 수출비중은 1.5%로 낮은 수준

- 로엔엔터테인먼트의 '13년 2분기 매출액은 전년동기대비 19.3% 증가했으며 전분기대비 8.7% 상승

※ 로엔엔터테인먼트는 '11년과 함께 '12년 1분기 이후 음원유통 부문 브랜드인지도 및 시장점유율 1위 유지. 멜론 등 기존 음원유통서비스를 통해 스마트폰 이용확대 등 음원 소비의 모바일 환경으로의 변화에 따른 다양한 서비스 개발 및 제공. 향후 창작 콘텐츠 역량 제고를 위한 음반기획과 창작 부문 투자확대 및 수익 다각화 추진 '13년 상반기 매출액 비중에서 음원제공 및 온라인음원서비스인 콘텐츠 매출이 89.8%(88.5%)¹³⁾이고 제품매출 5.3%(6.1%), 상품매출 2.7%(3.6%), 기타매출 2.3%(1.8%)

※ 예당컴퍼니의 '13년 2분기 매출액은 전년동기대비 502.4% 증가했으며, 전분기대비 3.3% 상승

● 애니메이션 및 캐릭터 '13년 2분기 매출액은 약 550억원으로 전년동기대비 30.6% 큰 폭으로 감소했으며, 전분기대비 3.3% 하락

- '10년 1분기에서 4분기까지는 전분기대비 상승세가 이어졌으나 '11년 1분기 이후 등락기조이며 '13년 1분기부터 전분기대비 하락세

- 손오공의 '13년 2분기 매출액은 전년동기대비 66.1% 큰 폭으로 감소했으며, 전분기대비 37.0% 하락. 오로라월드는 전년동기대비 3.9% 감소했으나, 전분기대비 31.2% 큰 폭 상승

※ 손오공의 '13년 상반기 매출비중에서⁴⁾ 캐릭터완구 및 CD게임 등 제품 비중은 82.3%이고, 용역부문 17.7%(애니메이션 1.5%, PC방 수수료 16.2%). 해외수출은 캐릭터 완구 및 게임 등의 로열티 부문에 일부 발생하고 있으나 '13년 상반기 매출액 대비 낮은 수준

※ 오로라월드는 캐릭터완구 브랜드이미지 내수시장 1위 및 미주시장 3위이며 자체디자인연구소 운영의 기반과 함께 미주지역 등 글로벌 네트워크를 통한 자체 브랜드 라이선싱과 머천다이징 시장 확대. '13년 상반기 제품 및 상품매출 비중은 98.0%

- 대원미디어는 애니메이션 업체이며 '13년 2분기 매출액의 경우 전년동기대비 37.4% 감소했으나 전분기대비 18.9% 상승

※ 대원미디어는 기존 내수 위주에서 1) 해외 진출에 초점을 맞춘 창작 애니메이션 기획 및 제작(자체, 공동) 2) 자체 보유 애니메이션 및 캐릭터를 활용한 테마파크 도입 및 운영 3) 스마트 환경 기반의 디지털콘텐츠 시장 진출 등을 통한 수익 다각화 및 매출액 확대 모색. '13년 상반기 매출액 대비 수출액 비중은 9.3%이며 '13년 1분기 비중(5.7%) 대비 약 3.6%p 상승

13) 괄호는 2013년 1분기 매출액 비중

14) 2013년 상반기 연결재무제표 매출액 비중