

# 2011년 1분기 콘텐츠산업 동향분석보고서

2011. 06

한국콘텐츠진흥원



KOREA  
CREATIVE CONTENT  
AGENCY

# I. 2011년 1분기 콘텐츠산업 추이 분석

11

## 1. 산업생산 변화 추이

### 1.1. 콘텐츠산업생산지수 변화 추이<sup>1)</sup>

- 2011년 1분기 콘텐츠산업 생산은 전년 동기대비 -0.8% 감소하였고, 출판·영상·방송통신 및 정보서비스업과 예술·스포츠 및 여가관련 서비스업은 전년동기대비 각각 4.0%, 4.5%로 증가
- '10년 1분기에서 '10년 4분기까지 콘텐츠산업의 각 분기별 생산은 전년 동기 대비 8.7%, 1.5%, 5.9%, 0.3% 증가
  - 전체 서비스업 생산 '11년 1분기 전년 동기대비 4.6% 증가
    - \* '05년 100을 기준으로 '09년 및 '10년 연간 콘텐츠산업생산지수 120.0(3.9%), 124.8(4.0%), 서비스업생산지수 129.5(3.5%), 136.9(5.7%) 기록. '11년 1분기 콘텐츠산업생산지수는 전년동기대비 -0.8% 감소하여 123.5, 전체 서비스업생산지수는 전년동기대비 4.6% 증가하여 139.3 기록. '10년 4분기까지 성장세를 나타내다 '11년 1분기에 이르러 감소세를 보임
- 출판영상방송통신 및 정보서비스업 생산은 '10년 1분기에서 '11년 1분기 까지 전년동기대비 1.9%, 0.9%, 2.2%, 3.2%, 4.0%로 성장세를 유지
- 예술스포츠 및 여가관련 서비스업 생산은 '10년 1분기에는 전년동기 대비 -1.1%로 감소되다가 2분기부터 상승세를 유지하면서 '11년 1분기에 이르러 4.5% 성장

1) <용어설명> 서비스업생산지수

- 서비스업 전체 및 개별 업종의 생산활동을 종합적으로 파악하기 위한 것으로 개별 업종의 상대적 중요도인 부가가치 기준 가중치를 적용하여 지수화
- 기준년도(2005년)를 100.0으로 하여 월별로 산정
- 지수작성을 위한 기초자료는 통계청에서 매월 실시하는 서비스업동향조사 및 외부기관 자료 등을 종합
- 서비스업동향조사는 한국표준산업분류 상의 서비스업과 관련된 13개 대분류 항목을 대상으로 실시되며, 조사항목은 사업체명, 월간 영업일수, 종사자수, 사업의 종류, 매출액으로 구성되어 있음
- 콘텐츠산업생산지수는 서비스업생산지수의 세부항목 중 콘텐츠산업 관련 업종만을 재집계

<표 I-1> '09년 2분기~ '11년 1분기 콘텐츠산업 생산변동

업종별	2009년				2010년				2011년	
	2분기 (전분기대비) (전동기대비)	3분기 (전분기대비) (전동기대비)	4분기 (전분기대비) (전동기대비)	2009 (전년대비)	1분기 (전분기대비) (전동기대비)	2분기 (전분기대비) (전동기대비)	3분기 (전분기대비) (전동기대비)	4분기 (전분기대비) (전동기대비)	2010 (전년대비)	1분기 (전분기대비) (전동기대비)
<b>콘텐츠산업*</b>	119.4 (4.3%) (4.5%)	124.2 (4.0%) (4.2%)	121.7 (-2.0%) (6.5%)	120.0 (3.9%)	124.5 (2.3%) (8.7%)	121.2 (-2.6%) (1.5%)	131.6 (8.5%) (5.9%)	122.0 (-7.2%) (0.3%)	124.8 (4.0%)	123.5 (1.2%) (-0.8%)
콘텐츠 제작업	114.8 (2.9%) (4.8%)	132.3 (15.3%) (5.3%)	129.6 (-2.1%) (12.8%)	121.9 (5.6%)	129.1 (-0.4%) (15.7%)	115.6 (-10.4%) (0.8%)	144.4 (24.9%) (9.1%)	120.4 (-16.6%) (-7.1%)	127.4 (4.5%)	122.1 (1.4%) (-5.4%)
콘텐츠 도매업	119.8 (6.0%) (6.9%)	113.0 (-5.6%) (4.6%)	118.3 (4.7%) (9.5%)	116.0 (5.8)	123.1 (4.1%) (8.9%)	124.9 (1.4%) (4.2%)	122.0 (-2.3%) (7.9%)	124.7 (2.2%) (5.4%)	123.7 (6.6%)	126.9 (1.8%) (3.0%)
콘텐츠 소매업	121.5 (8.1%) (4.3%)	119.2 (-1.9%) (3.7%)	113.7 (-4.6%) (2.7%)	116.7 (3.7%)	118.6 (4.3%) (5.5%)	125.2 (5.5%) (3.0%)	124.1 (-0.9%) (4.1%)	117.8 (-5.0%) (3.6%)	121.4 (4.1%)	117.9 (0.1%) (-0.6%)
콘텐츠 임대업	112.6 (3.4%) (2.6%)	113.3 (0.6%) (4.0%)	115.9 (2.3%) (2.7%)	112.7 (1.1%)	114.2 (-1.5%) (4.9%)	115.1 (0.8%) (2.2%)	116.3 (1.0%) (2.6%)	119.4 (2.7%) (3.0%)	116.3 (3.1%)	116.9 (-2.1%) (2.3%)
콘텐츠 서비스업	128.4 (1.3%) (4.1%)	143.2 (11.6%) (3.3%)	130.9 (-8.6%) (4.8%)	132.7 (3.2%)	137.4 (5.0%) (8.4%)	125.2 (-8.9%) (-2.4%)	151.1 (20.6%) (5.5%)	127.8 (-15.4%) (-2.3%)	135.4 (2.1%)	133.7 (4.6%) (-2.7%)
오프라인 서비스업	108.6 (-0.7%) (4.4%)	131.9 (21.5%) (4.6%)	118.8 (-10.0%) (16.7%)	117.2 (6.7%)	125.2 (5.4%) (14.4%)	107.3 (-14.3%) (-1.2%)	144.1 (34.3%) (9.3%)	107.1 (-25.7%) (-9.8%)	120.9 (3.2%)	116.1 (8.4%) (-7.3%)
온라인 서비스업	148.1 (2.8%) (3.8%)	154.5 (4.3%) (2.3%)	143.0 (-7.4%) (-3.3%)	148.1 (0.6%)	149.6 (4.6%) (3.8%)	143.2 (-4.3%) (-3.3%)	158.1 (10.4%) (2.3%)	148.5 (-6.0%) (3.9%)	149.8 (1.2%)	151.2 (1.8%) (1.1%)
<b>출판·영상·방 송통신 및 정보서비스업*</b>	117.5 (6.5%) (2.1%)	115.8 (-1.4%) (2.1%)	126.3 (9.1%) (2.6%)	117.4 (1.3%)	112.4 (-11.0%) (1.9%)	118.5 (5.4%) (0.9%)	118.3 (-0.2%) (2.2%)	130.4 (10.2%) (3.2%)	119.9 (2.1%)	116.9 (-10.3%) (4.0%)
<b>예술·스포츠 및 여가관련 서비스업***</b>	121.8 (16.1%) (1.8%)	122.3 (0.4%) (1.2%)	115.5 (-5.6%) (-1.4%)	116.1 (1.2%)	103.7 (-10.2%) (-1.1%)	124.3 (19.9%) (2.1%)	124.3 (0.0%) (1.7%)	121.0 (-2.7%) (4.7%)	118.3 (1.9%)	108.4 (-10.4%) (4.5%)
<b>서비스업생산자수</b>	129.7 (4.6%) (4.2%)	130.1 (0.3%) (2.3%)	134.5 (3.4%) (4.4%)	129.5 (3.5%)	133.1 (-1.0%) (7.3%)	137.6 (3.4%) (6.1%)	135.3 (-1.7%) (4.0%)	141.5 (4.5%) (5.2%)	136.9 (5.7%)	139.3 (-1.6%) (4.6%)

\* 출판·영상·방송통신 및 정보서비스업, 예술·스포츠 및 여가관련 서비스업, 도·소매업, 부동산·임대업 등에서 콘텐츠산업에 포함되는 업종만 고려

\*\* 통신업, 컴퓨터·시스템통합 및 관리업 포함됨

\*\*\* 공연산업 외 스포츠산업 및 기타 문화산업 포함됨

1) 콘텐츠 임대업은 만화 임대업 등을 의미

2) 오프라인 서비스업은 오락장 운영업, 영화 및 비디오물 상영업 등을 의미

□ 분기별: 콘텐츠산업 생산은 '08년 4분기부터 상승하다가 '09년 4분기 이후부터 등락을 거듭하며 '11년 1분기는 상승세

● '09년 1분기에서 3분기까지 전분기대비 각각 0.2%, 4.3%, 4.0% 상승세를 유지하다가 4분기에 -2.0% 하락. '10년 1분기에서 4분기까지 전분기대비 2.3%,

- 2.6%, 8.5%, -7.2% 등락을 보이다가 '11년 1분기에 이르러 1.2% 상승
- 전체 서비스업생산은 '09년 2분기에서 4분기까지 전분기대비 상승하다가 '10년 1분기부터 4분기까지 등락을 보이다 '11년 1분기에 이르러 -1.6% 하락
- 출판·영상·방송통신 및 정보서비스업은 '09년 1분기 이후부터 1분기 및 3분기 하락, 2분기 및 4분기 상승의 등락추세를 보이고 있으며 '11년 1분기는 -10.3% 급하락
- 예술·스포츠 및 여가관련 서비스업은 '09년 2분기 및 3분기는 상승하다가 4분기부터 등락을 거듭하다가 '10년 4분기이후 부터 하락세

□ 가치사슬 단계별: 콘텐츠산업생산에서 도매업 및 임대업이 '11년 1분기 전년동기대비 증가

- 콘텐츠도매업이 '11년 1분기 전년동기대비 3.0%로 가장 높은 증가세를 보였으며, 콘텐츠임대업은 그다음으로 2.3% 증가
  - 콘텐츠서비스업은 '11년 1분기 전년동기대비 -2.7% 감소했으며, 이중 오프라인서비스업 -7.3%로 하락을 주도
  - '10년의 경우 거시지표의 호조와 함께 스마트폰, 태블릿PC 등 디바이스의 등장 및 보급 확산으로 콘텐츠산업 수요 증대에 따른 생산에도 긍정적인 영향을 미칠 것으로 예상되나 급격한 물가상승 등 불안요소가 산재
    - ※ '09년 3분기이후 '10년도 까지 지속적인 경기상승으로 소비패턴에 있어 임대 뿐 아니라 직접 소비패턴의 확대에 따른 다양한 콘텐츠 수요 증대가 예상됨
  - 콘텐츠제작업은 '09년 4분기부터 '10년 4분기까지 하락세를 보이다가 '11년 1분기에 이르러 1.4% 상승
  - 콘텐츠도매업은 '09년 3분기 전분기대비 -5.6% 하락한 이후 '10년 2분기까지 상승하다가 3분기에 -2.3%로 잠시 주춤하다가 4분기이후 상승세. '11년 1분기는 전분기대비 1.8% 상승
  - 콘텐츠소매업은 '09년 4분기까지 다소 하락하다가 '10년 1분기 이후부터

등락을 보이며 '11년 1분기에 이르러 0.1% 상승

- 콘텐츠임대업은 '10년 2분기부터 상승세를 유지하다가 '11년 1분기에 이르러 전분기대비 -2.1% 하락
- 콘텐츠서비스업은 '09년 2분기 이후 등락을 거듭하다가, '11년 1분기에는 전분기대비 4.6% 상승

<표 I-2> '10년 3분기~'11년 1분기 콘텐츠산업 생산변동(월별)

업종별	2010년 3분기 - 2011년 1분기								
	2010년 7월 (전월대비)	2010년 8월 (전월대비)	2010년 9월 (전월대비)	2010년10월 (전월대비)	2010년11월 (전월대비)	2010년12월 (전월대비)	2011년 1월 (전월대비)	2011년 2월 (전월대비)	2011년 3월 (전월대비)
	(전동월대비)	(전동월대비)	(전동월대비)	(전동월대비)	(전동월대비)	(전동월대비)	(전동월대비)	(전동월대비)	(전동월대비)
<b>콘텐츠산업</b>	132.8 (8.3%) (4.1%)	134.7 (1.5%) (2.9%)	127.2 (-5.6%) (10.7%)	116.1 (-8.7%) (2.6%)	112.9 (-2.7%) (0.2%)	137.1 (21.4%) (-1.5%)	119.6 (-12.7%) (-4.2%)	122.6 (2.5%) (2.5%)	128.2 (4.5%) (0.0%)
콘텐츠 제작업	149.5 (25.0%) (8.5%)	162.6 (8.7%) (2.6%)	121.2 (-25.4%) (20.5%)	97.6 (-19.5%) (-6.4%)	105.8 (8.4%) (-6.4%)	157.9 (49.3%) (-7.9%)	124.1 (-21.4%) (-14.7%)	132.6 (6.9%) (3.2%)	109.8 (-17.2%) (-3.1%)
콘텐츠 도매업	126.1 (-1.1%) (7.0%)	119.2 (-5.5%) (8.8%)	120.6 (1.1%) (8.1%)	117.9 (-2.2%) (9.9%)	117.4 (-0.5%) (6.5%)	138.8 (18.3%) (1.0%)	121.1 (-12.7%) (6.8%)	116.5 (-3.9%) (1.0%)	143.0 (22.8%) (1.7%)
콘텐츠 소매업	124.2 (1.1%) (3.1%)	116.3 (-6.4%) (4.0%)	131.7 (13.3%) (5.1%)	128.9 (-2.1%) (6.6%)	109.1 (-15.4%) (1.5%)	115.4 (5.7%) (2.3%)	103.1 (-10.6%) (-1.8%)	105.0 (1.8%) (1.0%)	145.5 (38.6%) (-0.9%)
콘텐츠 임대업	115 (0.5%) (0.2%)	117.4 (2.1%) (3.5%)	116.4 (-0.9%) (4.1%)	117.8 (1.2%) (1.9%)	116.8 (-0.8%) (1.8%)	123.7 (5.9%) (5.4%)	115.9 (-6.3%) (-1.1%)	119.7 (3.3%) (6.0%)	115 (-3.9%) (2.3%)
콘텐츠 서비스업	149.0 (15.8%) (1.5%)	158.1 (6.1%) (-2.0%)	146.2 (-7.5%) (16.5%)	118.3 (-19.1%) (0.7%)	115.4 (-2.4%) (-2.3%)	149.8 (29.8%) (-4.6%)	134.0 (-10.5%) (-6.7%)	139.5 (4.0%) (1.2%)	127.5 (-8.6%) (0.0%)
오프라인 서비스업	145.0 (33.7%) (5.0%)	166.9 (15.1%) (0.5%)	120.6 (-27.7%) (31.7%)	92.9 (-22.9%) (-6.4%)	95.5 (2.7%) (-10.2%)	133.0 (39.3%) (-11.8%)	124.2 (-6.6%) (-18.2%)	129.2 (4.1%) (2.1%)	95.0 (-26.5%) (-2.4%)
온라인 서비스업	153 (2.7%) (-1.6%)	149.3 (-2.4%) (-4.6%)	171.9 (15.1%) (7.8%)	143.6 (-16.5%) (5.9%)	135.4 (-5.7%) (4.2%)	166.6 (23.0%) (2.0%)	143.9 (-13.6%) (6.3%)	149.7 (4.0%) (0.5%)	160 (6.9%) (1.5%)
<b>출판, 영상, 방송통신 및 정보서비스업*</b>	119.1 (-2.9%) (2.8%)	117 (-1.8%) (4.2%)	118.8 (1.5%) (-0.4%)	118.0 (-0.7%) (2.2%)	123 (4.2%) (4.0%)	150.2 (22.1%) (3.6%)	114.9 (-23.5%) (6.4%)	110.9 (-3.5%) (0.9%)	125 (12.7%) (4.8%)
<b>예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업**</b>	126 (4.3%) (1.1%)	128.9 (2.3%) (3.1%)	118.1 (-8.4%) (0.8%)	132.7 (12.4%) (15.0%)	116.7 (-12.1%) (2.0%)	113.5 (-2.7%) (-2.7%)	105.6 (-7.0%) (2.6%)	99.5 (-5.8%) (2.2%)	120.1 (20.7%) (8.4%)
<b>서비스업 생산지수</b>	135.6 (-1.2%) (4.9%)	134.3 (-1.0%) (6.1%)	136.1 (1.3%) (1.3%)	136.6 (0.4%) (5.3%)	137.3 (0.5%) (6.0%)	150.5 (9.6%) (4.2%)	140.3 (-6.8%) (8.1%)	132.4 (-5.6%) (1.6%)	145.1 (9.6%) (4.3%)

\* 통신업, 컴퓨터·시스템통합 및 관리업 포함됨

\*\* 공연산업 외 스포츠산업 및 기타 문화산업 포함됨

- 월별: '10년 3분기에서 '11년 1분기 콘텐츠산업생산은 8월(134.7) 고점 이후 '11년 1월까지 등락을 보이다가 상승세이고 '11년 3월에 이르러 전월대비 4.5% 상승
  - 콘텐츠제작업은 '10년 4월 최저점 이후 등락을 보인다 '10년 12월에 상승세 이후 다시 등락세를 나타냄. '11년 3월은 109.8로 전월대비 -17.2% 하락
  - 콘텐츠서비스업은 '10년 7월 이후 전월대비 하락추세를 보이다가 12월 이후에 전반적으로 등락을 보이고 있으며 '11년 3월은 전월대비 -8.6% 하락
  - 콘텐츠도매업 및 소매업은 '10년 4월 이후 전월대비 하락추세를 보인다 12월 이후 등락을 보임. '11년 3월 전월대비 각각 22.8%, 38.6% 급상승
  - 콘텐츠임대업은 '10년 4월 이후 12월에 잠시 상승세를 보이다가 '11년 1월 이후 하락세를 보임

#### □ 2011년 1분기 이후 생산변화 전망

- '10년 1분기 이후 전반적인 상승세를 이어오다가 '11년 1분기에 이르러 하락세를 보이고 있는데, '11년 2분기 이후 물가 상승 등 악재는 상존하나 수출호조 등 경기상승에 따른 콘텐츠산업 성장세는 확대될 것으로 전망. 다만, 산업 및 업종에 따른 편차는 증대될 것으로 예상
  - 콘텐츠산업 생산은 '08년 4분기 최저 수준을 넘어, '10년 1분기에서 4분기까지 전년동기대비 8.7%, 1.5%, 5.9%, 0.3% 증가했으나, '11년 1분기는 -0.8% 약간 주춤. 이러한 추세는 물가 및 유럽사태 등 국내외 리스크가 저감될 경우 지속성장 전망
    - ※ '10년 1분기에서 '11년 1분기까지 전분기대비 2.3%, -2.6%, 8.5%, -7.2%, 1.2% 등락을 보임
  - '09년 3분기부터 이어진 경기상승에 따라 콘텐츠산업 성장세가 확대되고 있으며, 물가상승 등 불안요소로 성장 확대에 다소 악영향을 미칠 수 있으나 견실한 성장이 예상되며 업종별 편차가 나타날 것으로 전망
    - ※ '10년 1분기에서 '11년 1분기까지의 전년동기대비 경제성장률은 각각 8.5%, 7.5%, 4.4%, 4.7%, 4.2%로 '09년 4분기 이후 지속적으로 성장하고 있으며, 이러한 추세는 '11년 2분기

에도 지속될 것으로 예상

- ※ 경기 동행지수 '09년 3월부터 '10년 8월까지 지속적으로 상승하다가 3분기에 잠시 주춤한 뒤 '11년 3월에 이르러 135.9로 상승
- ※ 경기 선행지수 '09년 1월부터 '10년 1월까지 13개월 연속 상승함. '10년 5월까지 다소 정체를 보이다가 '11년 1월에 130.1 수준으로 최고조를 보인다 '11년 3월에 이르러 129.4로 약간 하락
- ※ 소비자 심리지수 : 81(08.12) → 84(09.1) → 85(09.2) → 84(09.3) → 98(09.4) → 105(09.5) → 106(09.6) → 109(09.7) → 114(09.8) → 114(09.9) → 117(09.10) → 113(09.11) → 113(09.12) → 113(10.1) → 111(10.2) → 110(10.3) → 110(10.4) → 111(10.5) → 112(10.6) → 112(10.7) → 110(10.8) → 109(10.9) → 108(10.10) → 110(10.11) → 109(10.12) → 108(11.1) → 105(11.2) → 98(11.3)
- ※ 교양·오락·문화비 소비지출전망지수 : 73(08.12) → 76(09.1) → 75(09.2) → 73(09.3) → 83(09.4) → 89(09.5) → 90(09.6) → 91(09.7) → 94(09.8) → 94(09.9) → 96(09.10) → 94(09.11) → 95(09.12) → 94(10.1) → 96(10.2) → 95(10.3) → 95(10.4) → 97(10.5) → 98(10.6) → 96(10.7) → 97(10.8) → 97(10.9) → 97(10.10) → 97(10.11) → 97(10.12) → 96(11.1) → 96(11.2) → 91(11.3)

## 1.2. 콘텐츠업체(상장사) 매출액 변화 추이<sup>2)</sup>

### □ 2011년 1분기 매출 변화 추이

- 콘텐츠산업 관련 상장사 중심 '11년 1분기 매출액은 3조 9,138억원으로 전년 동기대비 23.9% 성장, 전분기대비 15.3% 상승
  - 영화 및 음악을 제외한 전분야 '11년 1분기 매출액은 전년동기대비 성장
    - ※ 게임(31.9%), 인터넷포털(42.7%), 방송(41.5%) 등은 전년동기대비 높은 성장률을 보임
    - ※ 출판(1.3%), 광고(14.4%), 애니/캐릭터(11.2%)는 상대적으로 낮은 전년동기대비 성장률을 나타냈으며, 영화 및 음악은 전년동기대비 각각 -3.5%, -0.8% 감소
    - ※ '11년 1분기 비중 측면에서 게임(23.9%), 출판(16.7%), 방송(23.3%), 인터넷포털(17.6%) 등 상위 4개 분야는 전체 매출액 중 각각 81.5%로 '10년 4분기 비중 80.1%에 비해 1.5%p 상승
    - ※ '11년 1분기 게임, 인터넷포털, 방송 등 4개 분야는 전년동기대비 비중 증대. 출판, 광고, 영화, 음악, 애니/캐릭터는 비중 감소.
  - 콘텐츠산업 상장사 전체 매출액은 '09년 4분기 전분기대비 9.0% 상승 후 '10년 1분기부터 하락세를 보이다가, '10년 4분기 이후 연속 상승 및 '11년 1분기는 전분기대비 15.3% 상승
  - 게임, 인터넷포털, 광고 '11년 1분기 매출액은 전분기대비 28.4%, 27.0%, 29.0%로 다른 분야에 비해 높은 상승세
    - ※ 음악, 애니/캐릭터의 '11년 1분기 매출액은 전분기대비 -4.6%, -21.2% 하락

2) 코스피와 코스닥 상장사 중 콘텐츠산업 관련 업체 74개 선별(게임(19), 인터넷포털(4), 출판(9), 방송(18), 광고(4), 영화(7), 음악(7), 애니메이션/캐릭터(6))

자료의 출처는 금융감독원 전자공시시스템(<http://dart.fss.or.kr>)에 등록된 기업보고서



<표 I-3> '10년 1분기~'11년 1분기 콘텐츠업체(상장사) 매출액 변동

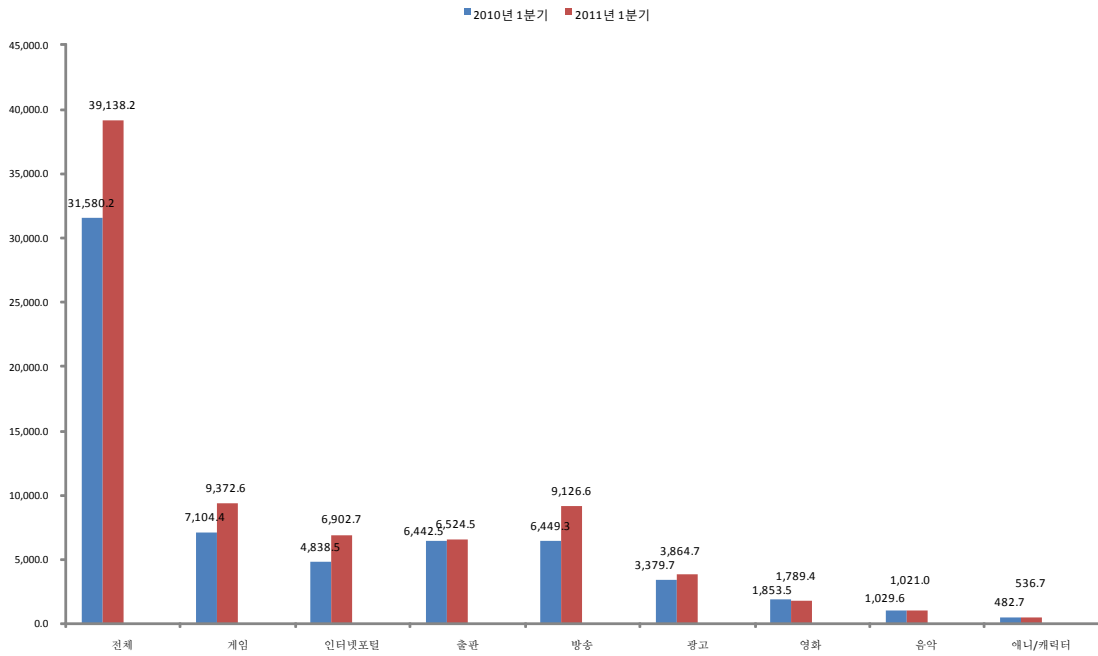
(단위 : 억원)

구분	2010				2010년	2011	
	1분기 (전기대비)	2분기 (전기대비)	3분기 (전기대비)	4분기 (전기대비)		1분기 (전기대비)	전년동기
게임	7,104.4	7,042.0	7,090.6	7,300.0	28,537.0	9,372.6	31.9%
	(-0.7%)	(-0.9%)	(0.7%)	(3.0%)		(28.4%)	
인터넷 포털	4,838.5	5,143.5	5,083.8	5,436.1	20,501.9	6,902.7	42.7%
	(-1.7%)	(6.3%)	(-1.2%)	(6.9%)		(27.0%)	
출판	6,442.5	5,975.5	6,163.9	6,387.7	24,969.6	6,524.5	1.3%
	(2.5%)	(-7.2%)	(3.2%)	(3.6%)		(2.1%)	
방송	6,449.3	7,798.0	6,968.3	8,361.6	29,577.2	9,126.6	41.5%
	(-13.7%)	(20.9%)	(-10.6%)	(20.0%)		(9.1%)	
광고	3,379.7	2,583.3	2,411.2	2,994.7	11,368.9	3,864.7	14.4%
	(17.8%)	(-23.6%)	(-6.7%)	(24.2%)		(29.0%)	
영화	1,853.5	1,371.7	1,870.8	1,699.5	6,795.5	1,789.4	-3.5%
	(26.9%)	(-26.0%)	(36.4%)	(-9.2%)		(5.3%)	
음악	1,029.6	1,082.1	976.6	1,070.8	4,159.1	1,021.0	-0.8%
	(17.9%)	(5.1%)	(-9.7%)	(9.6%)		(-4.6%)	
애니/ 캐릭터	482.7	533.1	589.1	681.2	2,286.1	536.7	11.2%
	(-18.1%)	(10.4%)	(10.5%)	(15.6%)		(-21.2%)	
합계	31,580.2	31,529.2	31,154.3	33,931.6	128,195.2	39,138.2	23.9%
	(-0.1%)	(-0.2%)	(-1.2%)	(8.9%)		(15.3%)	

- 1) 게임 중 'CJ인터넷'은 '11년 3월 'CJ E&M'으로 합병됨에 따라 분석에서 제외
- 2) 인터넷포털 중 'NHN'은 게임 및 인터넷포털에 중복 편입('NHN'의 사업 및 매출구조 특성상)
- 3) 출판 중 '예림당'은 '10년 2분기부터 자료확보 및 분석 적용
- 4) 방송 중 올리브나인은 '10년 10월 20일 현재 상장폐지 및 '온미디어'는 '11년 3월 'CJ E&M'으로 합병됨에 따라 분석에서 제외, 'CJ E&M'의 매출액은 방송, 영화, 음악, 게임 등 4개 분야의 매출액이 포함됨
- 5) 영화 중 '디초콜릿'은 '11년 4월 13일 상장폐지 및 '프라임엔터테인먼트'는 '11년 5월 30일 현재 실적보고서 미발표로 분석에서 제외
- 6) 음악중 '엠넷미디어'는 '11년 3월 'CJ E&M'으로 합병 및 '소리바다미디어'는 '11년 5월 7일 상장폐지 되어 분석에서 제외
- 7) 애니/캐릭터 중 '바른손'은 '11년 5월30일 현재 실적보고서 미발표로 분석에서 제외

<그림 I-1> '10년 1분기 vs '11년 1분기 콘텐츠업체(상장사) 매출액 변동

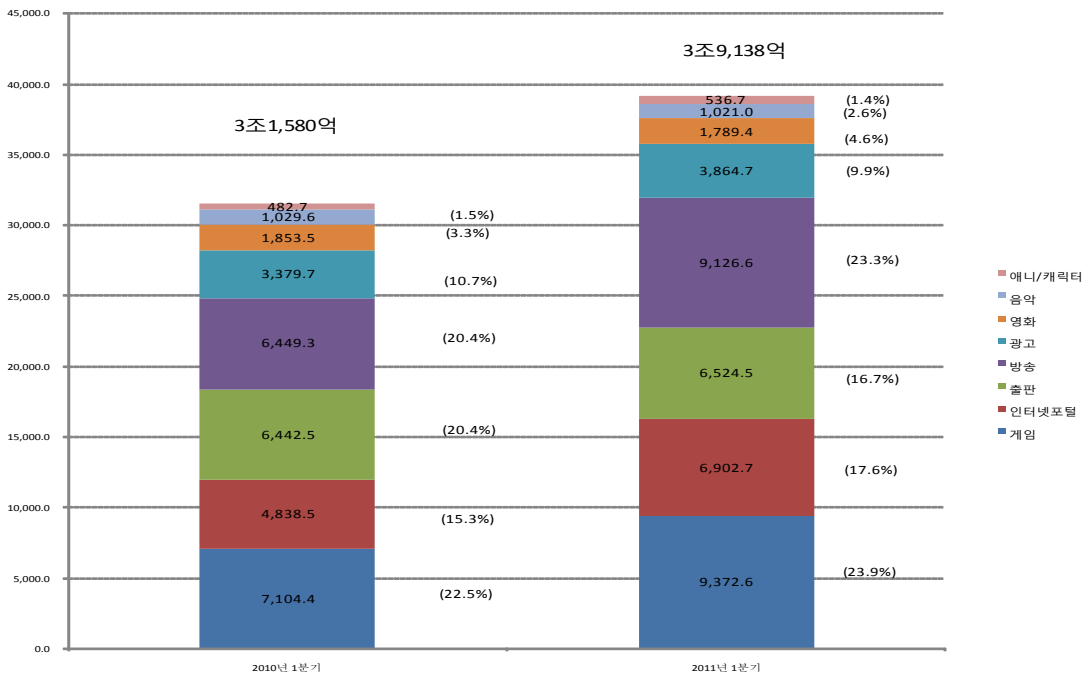
(단위 : 억원)



\* NHN은 게임 및 인터넷포털에 중복 편입

<그림 I-2> '10년 1분기 vs '11년 1분기 콘텐츠업체(상장사) 매출액 누적

(단위 : 억원)



\* NHN은 게임 및 인터넷포털에 중복 편입

- 게임 '11년 1분기 매출액은 전년동기대비 31.9% 높은 성장을 했고, '11년 1분기 전분기대비 28.4%로 상승
  - '09년 4분기 매출액 상승세가 '10년도에 들어 2분기까지 전분기대비 -0.7%, -0.9% 하락하다가 3분기부터 상승세로 반전하여 '11년도 1분기 매출액은 전분기대비 28.4%로 급상승
    - ※ 향후 경기상승 지속, 물가상승에 따른 실질소득 증감여부 및 계절적 비수기 등의 요인에 따라 매출액 증가세 지속여부가 결정될 것으로 전망
    - ※ 온라인게임은 저렴한 여가 수단으로서 다양한 소비층이 형성되어 있으며, 경기 침체기에는 다른 문화생활의 대체재가 될 수 있는 경기방어적 성격이 높음. 온라인 게임은 학생들의 여름·겨울 방학시즌, 특히 추운 날씨의 겨울방학 시즌은 온라인 게임 이용자수가 높아 3분기와 4분기, 1분기가 계절적 성수기이며, 통상적으로 야외활동이 활발해지는 2분기는 계절적 비수기임
  - 대형업체<sup>3)</sup>들의 매출증가세가 두드러지게 나타나고 있으나, 업체별 편차가 크게 나타남. 네오위즈게임즈는 다양한 장르의 게임서비스를 통한 국내매출 및 중국 등 해외수출이 급증세가 이어짐에 따라 '11년 1분기 매출액의 경우 전년동기대비 63.6%. 위메이드엔터테인먼트는 '10년도 4분기의 부진에 벗어나 '11년 1분기 전년동기대비 22.8% 성장. NHN은 '10년도까지 정체적 성장을 하다가 '11년 1분기 전년동기대비 52.6% 성장
    - ※ 네오위즈게임즈는 '10년도에 이어 '11년도에도 해외수출이 매출성장세를 주도하고 있으며 '11년 1분기 전년동기대비 135.7% 성장. 특히 중국 텐센트를 통해 서비스 되고 있는 '크로스파이어'가 2011년 3월 기준 최고 동시접속자 270만명을 기록 등을 필두로 해외사업이 전반적으로 선전. 또한 중국 등 한정된 지역이 아니라 동남아시아, 북미, 유럽 등지에 다양한 장르의 게임서비스를 확대
  - 엔씨소프트는 '10년 4분기 이후 매출성장세가 약간 하락하고 있으며 '11년 1분기 전년동기대비 -4.0% 감소. 액토즈소프트는 '10년 1분기 이후 지속적인 매출액 감소세를 보이고 있으며, '11년 1분기 매출액은 전년동기대비 15.6% 감소
    - ※ 엔씨소프트의 주력 온라인게임인 아이온은 '11년 1분기말 현재 점유율이 17.65%로 '10년 4분기 16.61%에 비해 약간 상승. MMORPG 게임인 리니지, 리니지2, 아이온의 점유율을

3) 대형업체: 매출액 200억원 이상으로 정의하고 총 5개업체(NHN, 엔씨소프트, 네오위즈게임즈, 액토즈소프트, 위메이드엔터테인먼트)임.

합산할 경우 26.77%로 '10년 4분기 23.18%에 비해 상승 및 '10년도의 전반적 점유율 하락 세에서 '11년 1분기들어 점유율 상승세로 반전

- 중소 게임업체들은 '11년 1분기 매출액의 경우 업체별 성장 편차 존재. 향후 물가상승 등에 따른 실질소득 감소가 가시화 될 경우 수출주도형의 대형업체에 비해 내수위주의 중소기업체들의 매출액 감소에 영향 예상

※ 웹젠(67.9%), 제이씨엔터테인먼트(73.8%), 소프트맥스(47.9%), 바른손게임즈(10.0%) 등은 '11년 1분기 전년동기대비 매출액 성장. 한빛소프트(-53.5%), 엠게임(-19.7%), 와이엔케이코리아(-24.4%) 등은 매출액 감소

● 인터넷포털 '11년 1분기 매출액은 전년동기대비 42.7% 성장 및 전분기대비 27.0% 상승

- 인터넷포털 매출액은 '09년 4분기 전분기대비 14.0% 상승 이후 '10년도 들어 등락을 거듭하다가 '10년 4분기 이후 상승세를 지속

- 인터넷포털 전체 매출액 중 비중이 가장 높은 NHN은 '11년 1분기 전년동기대비 52.6% 성장 및 전분기대비 52.5% 상승

- 다음커뮤니케이션 및 SK커뮤니케이션 매출액은 '11년 1분기 전년동기대비 36.6%, 15.4% 성장했으나, 전분기대비 -3.7%, -9.8% 하락. KTH 매출액은 '11년 1분기 전년동기대비 -5.0% 감소 및 전분기대비 -37.2% 하락

※ 다음커뮤니케이션은 '11년 1분기 매출액의 경우 검색광고 50.6%(52.0%)<sup>4)</sup>, 디스플레이광고 44.9%(43.3%), 거래형서비스 4.1%(4.7%)로 구성돼 있는데 공급적인 측면에서 경기상승에 따른 대기업 중심의 매출액 증대 및 수요적 측면에서 스마트폰 보급확대에 따른 커뮤니티, 이메일, 뉴스 등 다양하고 특화된 서비스 요구 증대로 '11년 1분기 이후에도 매출증가세 지속 예상

※ SK커뮤니케이션즈의 커뮤니티 서비스인 싸이월드는 '11년 1분기말 누적가입자수 2천 564만명 및 순이용자수 2천 151만명으로 시장점유율 1위이며, 메신저 서비스인 네이트온은 로그인 순이용자가 1천 521만명 및 시장점유율 76.9% 로 국내 메신저서비스 시장 1위, 국내 검색시장분야는 시장점유율 5.2%로 3위를 차지, 매출액은 디스플레이 42.8%(39.4%)<sup>5)</sup>, 검색광고 14.9%(15.7%), 콘텐츠 외 기타 41.2%(44.9%) 등으로 구성돼 있음. 향후 스마트폰 보급 확대에 따른 SNS 등 서비스 제공을 통한 다양한 수익모델 창출 예상

※ KTH의 포털사이트인 파란닷컴은 2011년 3월 기준으로 Unique Visitor 8,797,053명을 기

4) 괄호는 '10년 4분기 매출액 비중

5) 괄호는 '10년 4분기 매출액 비중

록하고 있으며, 아임IN 등 모바일인터넷 서비스 및 N-Screen인 Playy 등 유무선 컨버전스 서비스를 중심으로 스마트폰 대중화에 대비한 콘텐츠유통플랫폼 등 분야로의 성장을 모색함. '11년 1분기 매출액은 인터넷서비스(8.3%), 콘텐츠(45.5%), 플랫폼 구축/운영(46.2%) 등으로 구성

※ 인터넷포털 업체들은 대부분 내수영업으로 외환거래의 비중이 낮아 환율 등의 해외 가격변수가 직접적 미치는 영향은 낮는데 반해, 국내 경기에는 다소 민감하게 반응하여 경기상승세 등이 지속될 경우 대기업을 중심으로 한 기업광고비 지출 증대 등 매출 상승추세가 이어질 것으로 예상

● 출판 '11년 1분기 전년동기대비 매출액은 1.3% 성장 및 전분기대비 2.1% 상승

- '10년 2분기에 다소 하락하다가 '10년 3분기 이후 상승세를 유지 '10년 3분기 및 4분기 매출액은 전분기대비 각각 3.2%, 3.6% 상승

- 출판물 제작업체인 삼성출판사는 '11년 1분기 전년동기대비 매출액이 -5.5% 감소, 유통업체인 예스24는 2.1% 성장, 학습지 및 교육서비스 출판업체인 대교와 웅진싱크빅는 각각 2.0% 성장 및 -6.4% 감소

※ 삼성출판사는 서점, 할인점, 홈쇼핑, 인터넷서점, 학원, 유치원, 자사쇼핑몰 등 다양한 유통채널을 통해 유아동시장, 여성취미실용시장 등의 분야를 중심으로 매출을 도모하고 있으나 전반적인 종이도서출판 시장의 침체 및 e-book시장 활성화 지연 등에 영향을 받고 있음. 또한 태블릿 PC 등의 보급 확대에 따른 디지털 콘텐츠 수요증가에 부응하는 신성장전략 수립을 모색, 매출구조는 단행본 출판 66.4%(65.2%), 교재출판 13.9%(11.9%)<sup>6)</sup>, 휴게소 상품 15.4%(18.4%), 임대매출 4.3%(4.6%)

※ 예스24의 '11년 1분기 매출 구조는 상품매출 97.2%(89.7%)<sup>7)</sup>, 수수료매출 0.8%(2.9%), 광고매출 1.5%(5.7%), 기타매출 0.5%(1.7%). '총알배송서비스' 등 유통 효율화를 통해 40%에 가까운 인터넷서점 시장점유율을 기반으로 도서 분야 외에 스마트폰용 앱 출시 등을 통한 e-book, e-learning 등 디지털콘텐츠 개발 및 판매와 함께 티켓예매 등 신규 사업 투자확대로 매출 상승을 모색

6) 괄호는 '10년 4분기 매출액 비중

7) 괄호는 '10년 4분기 매출액 비중

- '11년 1분기 전분기대비 메가스터디(39.9%), 예스24(20.0%), 능률교육(11.8%), 삼성출판사(5.9%), 대교(3.1%) 등은 매출 상승. 비상교육(-23.2%), 예림당(-1.0%) 등은 매출하락

※ 메가스터디는 온라인 교육서비스 위주의 수익모델을 통해 경기변화 큰 영향을 받지 않으며 특히 경기상승이 이뤄질 경우 상대적으로 온라인 교육서비스의 매출상승이 높게 나타남. 또한 온라인 강의, 온라인 도서 및 오프라인 학원 등의 자체 보유한 경쟁력을 바탕으로 시너지 효과를 극대화시키고 있음. '11년 1분기 매출구조 중 온라인강의 및 오프라인 학원 비중은 각각 67.8%(63.6%)<sup>8)</sup>, 28.1%(25.2%)로 온라인 매출비중 지속 상승

※ 능률교육은 초중고 및 성인용 영어학습교재전문 출판사로서 '11년 1분기 매출이 전년동기 대비 전화영화 등 기타매출이 42.1%. 영어신문 등 상품매출이 81.8%, 이러닝교육 등 인터넷매출이 10.9% 성장했으나, 교재 등 제품매출이 -3.1% 감소

● 방송 '11년 1분기 전년동기대비 매출액은 41.5% 성장 및 전분기대비 9.1% 상승

- 민영지상파 방송사인 SBS 매출은 '11년 1분기 전년동기대비 25.2% 성장 및 전분기대비 -20.5% 하락, 종합유선방송사업자인 티브로드한빛방송은 '11년 1분기 매출액의 경우 전년동기대비 3.9% 성장 전분기대비 2.0% 상승, 방송영상물독립제작사 팬엔터테인먼트 및 삼화네트웍스는 '11년 1분기 전년동기대비 각각 118.3%, 504.0% 성장, 전분기대비 16.2%, 86.1% 상승한 반면 초록뱀은 '11년 1분기 전년동기대비 -75.5% 감소, 전분기대비 6.9% 상승

※ SBS 계열사인 SBS콘텐츠허브는 '11년 1분기 전년동기대비 59.3% 성장 및 전분기대비 -1.9% 하락

※ 광고수입을 위주로 하는 SBS 등 민영지상파 방송사는 광고시장의 계절적 요인 및 경기에 따른 기업광고수요의 변화요인으로 매출액 변동 편차가 크게 발생할 수 있음. '11년 1분기는 시기적인 측면에서 상대적으로 낮은 기업수요가 있음에도 '10년도 1분기 이후 경기상승세가 유지되고 있어 광고수입 상승에 따른 매출 상승. 종합유선방송사업은 지상파방송사와 달리 월정액 시청료 등 광고수익 외 고정적 수입이 있어 경기변동에 상대적으로 덜 민감하나, 향후 중편 개국으로 시장참여자 증가에 따른 업체 간 경쟁격화 및 시장재편이 전망됨

※ 독립제작사 팬엔터테인먼트는 '11년도 MBC 특별기획드라마 '짝패' 등 자체드라마 제작의 성공과 SBS 드라마 '당돌한 여자', '찬란한 유산', '호박꽃 순정', KBS드라마 '태양의 여자', MBC 미니시리즈 '사랑해 울지마', KBS '돌아온 뚝배기' 등 기 제작된 드라마들의 해외수출 호조로 '10년도에 이어 높은 매출증가율을 기록

8) 괄호는 '10년 4분기 매출액 비중

- 방송채널사용사업자 CJ오쇼핑은 '11년 1분기 전년동기대비 매출액은 21.6% 성장 및 전분기대비 -2.4% 하락, GS홈쇼핑은 전년동기대비 15.5% 성장, 전분기대비 -5.7% 하락

※ '09년 1분기에서 '11년 1분기 중 2분기 및 4분기가 전분기대비 상승하는 추세를 보임

● 광고 '11년 1분기 전년동기대비 매출액은 14.4% 성장, 전분기대비 29.0% 상승

- 광고산업은 방송 매출액에 매우 탄력적으로 영향을 미치고 또한 대외적인 약재가 있음에도 수출호조 등 경기상승세가 이어짐에 따라('10년 3분기 기준 전년동기대비 GDP 성장률 4.4%, 4분기 4.7%, '11년 1분기 4.2%) 매출액 성장 및 상승

- 제일기획은 '11년 1분기 전년동기대비 매출액이 14.4% 성장, G2R은 전년동기대비 16.7% 성장, 오리콤은 전년동기대비 14.5% 성장. 휘닉스컴은 전년동기대비 -3.3% 감소

※ 제일기획은 본사 및 연결대상 종속회사 비중이 43.8%(매체 11.1%, 광고물제작 32.7%) 및 56.2%로 해외 비중이 상대적으로 높음

- '10년도의 경기상승세가('10년 3분기 및 4분기 GDP 성장률 전기대비 0.6%, 0.5%, '11년 1분기 1.4%) '11년도에도 이어지고 이에 따른 대기업을 중심으로 기업수요 증대로 '11년 1분기 전분기대비 29.0% 상승

※ '11년 1분기 전분기대비 제일기획 70.9% 및 휘닉스컴은 99.4% 상승한 반면 G2R -41.0%, 오리콤 30.4% 하락

※ 광고시장의 계절적 성수기는 여름상품출시 및 연말시즌 신상품 출시가 집중되는 2분기와 4분기로 기업 마케팅활동이 활발해지는 때임

● 영화 '11년 1분기 전년동기대비 매출액은 -3.5% 감소한 반면, 전분기대비 5.3% 상승

- CJ CGV는 '11년 1분기 해외 블록버스터의 흥행작 감소로 전년동기대비 -12.6% 감소했으나, 겨울방학 및 설날 등 일부 극장관람객 증가 특수, 극장 입장료 인상, 3D 영화 상영편수 증가 및 한국영화의 흥행작 등에 따라 '11년 1분기 전분기대비 9.8% 상승

※ CJCGV는 멀티플렉스 시장점유율을 '11년 1분기 41.4%('10년 4분기 40.6%)로 지속적으로 높이면서('09년 37.7%) 매출을 확대. '11년 1분기 티켓매출 비중이 65.3%로 '10년 4분기 (67.8%)에 비해 비중이 약간 하락

● 음악 '11년 1분기 전년동기대비 매출액은 -0.8% 감소, 전분기대비 -4.6% 하락

- 전분기대비 기준 '10년 2분기까지 상승하다가 이후 등락세

※ '10년 1분기에서 '10년 4분기까지 전분기대비 증가율은 각각 17.9%, 5.1%, -9.7%, 9.6%

- 에스엠은 '11년 1분기 전년동기대비 매출액은 -14.7 감소했으며 전분기대비 6.5% 상승. 네오위즈인터넷은 전년동기대비 40.2% 성장했으며, 전분기대비 -11.1% 하락

※ 에스엠은 경기변동에 민감한 국내 음반시장에서 청소년층을 중심으로 소녀시대, 샤이니, f(x) 등 소속가수들의 안정적인 팬 확보 및 기획력으로 32.13% 시장점유율로 엠넷미디어에 이어 2위(2010년 기준). 이러한 국내외 경쟁력을 바탕으로 일본, 대만 등 아시아권 해외 시장 진출 뿐 아니라 프랑스 등 유럽 지역으로의 진출 확대. '11년 1분기 매출구조는 음반사업 59.2%(제품매출 30.04%, 로열티매출 29.16%)과 매니지먼트사업 40.8%로 '10년 4분기에 비해 음반사업 비중이 다소 하락

※ 네오위즈인터넷은 디지털음원유통이 주력사업으로 영위하고 있으며 B2C 및 B2B의 매출비중이 각각 72.9%, 27.1%

- 로엔은 '11년 1분기 전년동기대비 매출액이 3.9% 성장했으나, 전분기대비 -6.9% 하락

※ 로엔은 멜론서비스 등 음원유통을 중심으로 브랜드인지도 1위 및 시장점유율 1위를 차지하고 있으며, 스마트폰 보급 확대에 따른 음원수요자들의 다양한 수요에 부응하는 매출증대전략 수립 모색. '11년 1분기 매출비중은 음원제공 및 온라인음원서비스인 콘텐츠 매출이 92.9%이고 제품매출 3.8%, 상품매출 0.8%, 기타매출 2.5%

※ 예당은 '11년 1분기 매출액이 전년동기대비 -26.3% 감소

● 애니메이션 및 캐릭터 '11년 1분기 전년동기대비 매출액은 11.2% 성장했으나, 전분기대비 -21.2% 하락

- '10년 1분기 전분기대비 하락한 이후 지속 상승세를 유지하다가 '11년 1분기에 이르러 하락세로 반전. 전체적인 매출규모는 '10년 1분기를 상회하고 '10년 2분기 수준



- 매출액 100억이 넘는 업체 중 손오공은 '11년 1분기 전년동기대비 -2.1% 감소했으며, 전분기대비 -38.5% 하락, 대원미디어는 전년동기대비 -24.2% 감소했으며 전분기대비 -15.1% 하락. 오로라월드는 전년동기대비 40.8% 성장했으나 전분기대비 -12.6% 하락
- ※ 손오공의 '11년 1분기 매출구조<sup>9)</sup>는 캐릭터완구 55.13%(64.6%), CD게임 41.36%(28.6%), 캐릭터수입 2.35(4.2%), 온라인매출 1.16%(2.6%)로 구성되어 있으며 캐릭터완구 등을 중심으로 해외 수출이 발생하고 있으나, 매출의 약 98%이상이 국내에서 발생하는 내수업체
- ※ 대원미디어는 애니메이션 및 캐릭터산업의 국내 선두기업으로서 자체 보유 캐릭터 및 수입 캐릭터의 국내외 라이선싱과 머천다이징 사업을 국내 내수 위주로 추진하고 수출 비중이 1%대로 낮은 수준. 판매경로는 창작애니메이션 등 창작매출과 게임기 등 대리매출 비율이 60: 40(45:55)<sup>10)</sup> 수준으로 '10년 4분기에 비해 제품매출의 비중이 증대
- ※ 오로라월드는 자체디자인연구소 구축 및 글로벌 네트워크를 바탕으로 캐릭터완구 국내 내수시장에서 1위를 차지하고 있으며, 해외시장에서 미국시장 점유율은 3.5 ~ 4.0% 정도로 추정되고 브랜드인지도는 3위임. 매출구조는 제품 등 상품매출 96.7%(98.5%), 라이선스 수수료 2.1%(0.3%), 기타매출 1.2%(1.2%)로 구성되어 있으며 수출이 90% 이상을 차지하고 있으며 '10년 4분기에 비해 상품매출이 다소 하락

---

9) 괄호는 '10년 4분기 매출비중

10) 괄호는 '10년 4분기 매출비중

### 1.3. 콘텐츠업체(상장사) 영업이익 변화 추이

- 콘텐츠산업 관련 상장사 중심 '11년 1분기 전년동기대비 영업이익은 약 6,959 억원으로 전년동기대비 8.5% 성장했으며 전분기대비 9.7% 상승
  - '11년 1분기는 인터넷포털(13.8%), 방송(86.6%), 애니/캐릭터(656.6%)를 제외한 모든 업종이 전년동기대비 영업이익 감소, 특히 영화는 '10년 4분기 적자에서 흑자로 전환되었으나 전년동기대비 -39.5% 감소
    - ※ 영화, 음악, 애니/캐릭터의 영업이익은 '11년 1분기 전분기대비 354.9%, 68.2%, 166.4% 큰 폭으로 상승
    - ※ 애니/캐릭터는 '10년도에는 영업적자를 보이다가 '11년 1분기에 이르러 흑자로 전환
  - 게임 '11년 1분기 전년동기대비 영업이익은 -3.4% 감소했으며 '10년 4분기에 이어 전반적인 감소세를 보이고 있으며 전분기대비 7.4% 상승. 전체 콘텐츠상장사 전년동기대비 성장률(8.5%)과 비교하여 4분기에 이어 감소세. 인터넷포털은 '11년 1분기 전년동기대비 13.8% 성장하여 다소 높은 수준을 보임
    - ※ 게임과 인터넷포털은 '11년 1분기 전체 콘텐츠산업 관련 상장사 영업이익 중 비중이 68.1%로 '10년 4분기 68.9%에 비해 하락했으며 '10년 3분기 이후 하락세 지속. 게임은 '11년 1분기 전체 콘텐츠산업 관련 상장사 영업이익 중 39.6%(40.8%)<sup>11)</sup>의 비중을 보이고 '10년 1분기이후 비중 하락세를 나타내고 있음.
  - 애니메이션/캐릭터 영업이익은 '10년 3분기에 흑자에서 4분기에 이르러 적자폭 확대되다가 '11년 1분기에 이르러 다소 높은 흑자를 기록
  - 전분기대비 콘텐츠산업 관련 상장사 영업이익 증감률은 '09년 4분기에는 8.3%로 비교적 높은 수준을 유지하다가, '10년 1분기부터 정체 또는 하락세를 보이고 '11년 1분기에 이르러 전분기대비 9.7%로 다소 높은 상승을 기록

11) 괄호는 '10년 4분기 영업이익 비중

<표 I-4> '10년 1분기~'11년 1분기 콘텐츠업체(상장사) 영업이익의 변동

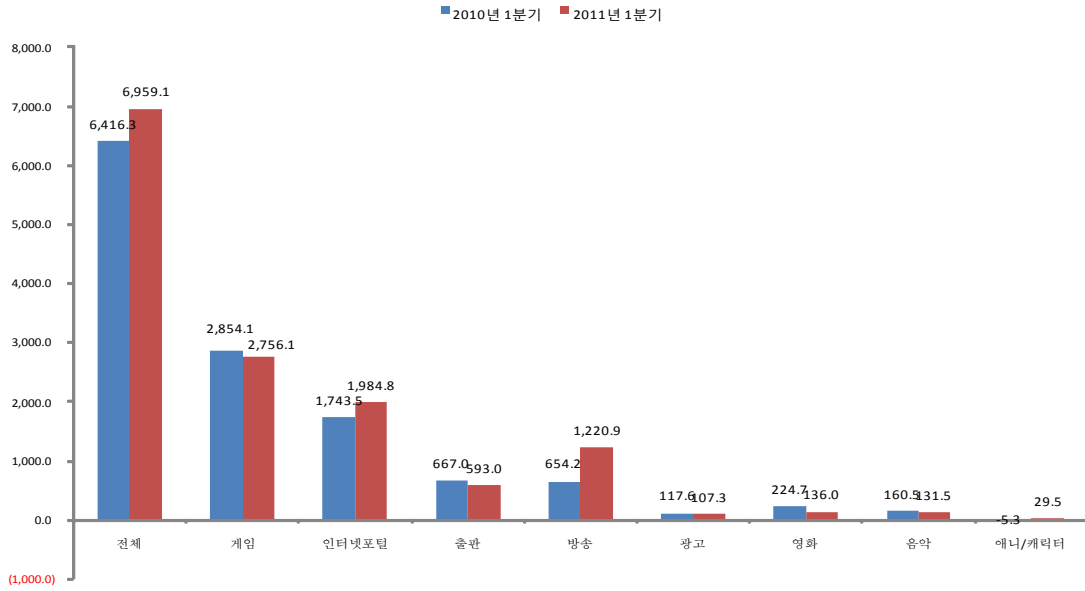
(단위 : 억원, %)

구분	2010년				2010년	2011년	
	1분기 (전기대비)	2분기 (전기대비)	3분기 (전기대비)	4분기 (전기대비)		1분기 (전기대비)	전년동기
게임	2,854.1	2,654.0	2,795.9	2,566.2	10,870.2	2,756.1	-3.4%
	(5.1%)	(-7.0%)	(5.3%)	(-8.2%)		(7.4%)	
인터넷 포털	1,743.5	1,795.3	1,802.0	1,814.5	7,155.3	1,984.8	13.8%
	(4.7%)	(3.0%)	(0.4%)	(0.7%)		(9.4%)	
출판	667.0	579.3	673.6	548.0	2,467.9	593.0	-11.1%
	(6.9%)	(-13.1%)	(16.3%)	(-18.7%)		(8.2%)	
방송	654.2	947.7	684.8	1,164.3	3,451.0	1,220.9	86.6%
	(-33.9%)	(44.9%)	(-27.7%)	(70.0%)		(4.9%)	
광고	117.6	232.6	135.4	271.0	756.6	107.3	-8.8%
	(-53.5%)	(97.8%)	(-41.8%)	(100.1%)		(-60.4%)	
영화	224.7	77.6	288.4	-53.4	537.3	136.0	-39.5%
	(279.6%)	(-65.5%)	(271.9%)	(-118.5%)		(354.9%)	
음악	160.5	189.9	155.9	78.2	584.5	131.5	-18.1%
	(115.1%)	(18.3%)	(-17.9%)	(-49.8%)		(68.2%)	
애니/ 캐릭터	-5.3	-11.4	3.1	-44.5	-58.0	29.5	656.6%
	(170.7%)	(-114.4%)	(127.3%)	(-1534.1%)		(166.4%)	
합계	6,416.3	6,465.0	6,539.1	6,344.3	25,764.7	6,959.1	8.5%
	(0.5%)	(0.8%)	(-1.1%)	(-3.0%)		(9.7%)	

- 1) 게임 중 'CJ인터넷'은 '11년 3월 'CJ E&M'으로 합병됨에 따라 분석에서 제외
  - 2) 인터넷포털 중 'NHN'은 게임 및 인터넷포털에 중복 편입('NHN'의 사업 및 매출구조 특성상)
  - 3) 출판 중 '예림당'은 '10년 2분기부터 자료확보 및 분석 적용
  - 4) 방송 중 올리브나인은 '10년 10월 20일 현재 상장폐지 및 '온미디어'는 '11년 3월 'CJ E&M'으로 합병됨에 따라 분석에서 제외, 'CJ E&M'의 영업이익은 방송, 영화, 음악, 게임 등 4개분야의 영업이익이 포함됨
  - 5) 영화 중 '디초콜릿'은 '11년 4월 13일 상장폐지 및 '프라임엔터테인먼트'는 '11년 5월 30일 현재 실적보고서 미발표로 분석에서 제외
  - 6) 음악중 '앳미디어'는 '11년 3월 'CJ E&M'으로 합병 및 '소리바다미디어'는 '11년 5월 7일 상장폐지 되어 분석에서 제외
  - 7) 애니/캐릭터 중 '바른손'은 '11년 5월 30일 현재 실적보고서 미발표로 분석에서 제외
- 주) 영업이익의 분기별 증감률은 전기의 영업이익이 음수일 경우 실제로는 흑자 전환되었더라도 음의 증감률을 보일 수 있음. 본 자료에서는 분석의 편의를 돕기 위해 실제 영업 이익이 호전된 경우는 양의 증감률, 악화된 경우는 음의 증감률로 표기

<그림 I-3> '10년 1분기 vs '11년 1분기 콘텐츠업체(상장사) 영업이익 변동

(단위: 억원)



\* NHN은 게임 및 인터넷포털에 중복 편입

<그림 I-4> '10년 1분기 vs '11년 1분기 콘텐츠업체(상장사) 영업이익 누적

(단위: 억원)

