

<표> '10년 2분기~'11년 2분기 콘텐츠업체(상장사) 매출액 변동

(단위 : 억원)

구분	2010					2011			
	2분기 (전기대비)	상반기 (전년동기)	3분기 (전기대비)	4분기 (전기대비)	2010년 (전년대비)	1분기 (전기대비)	2분기 (전기대비)	2분기 (전년동기)	상반기 (전년동기)
게임	7,570.8 (-1.9%)	15,290.6 (15.7%)	7,652.7 (1.1%)	7,868.2 (2.8%)	30,811.5 (9.8%)	9,658.5 (22.8%)	10,607.0 (9.8%)	40.1%	20,265.5 (32.5%)
지식 정보	6,063.7 (3.2%)	11,936.8 (18.8%)	6,276.3 (3.5%)	6,328.1 (0.8%)	23,768.7 (15.7%)	8,008.2 (26.5%)	8,278.0 (3.4%)	36.5%	16,286.2 (36.4%)
출판	5,425.4 (-6.6%)	11,234.4 (2.7%)	5,400.6 (-0.5%)	5,877.0 (8.8%)	22,512.0 (0.6%)	5,837.6 (-0.7%)	5,462.4 (-6.4%)	0.7%	11,300.0 (0.6%)
방송	9,263.1 (19.4%)	17,022.3 (53.9%)	9,736.2 (5.1%)	11,950.0 (22.7%)	40,765.7 (64.5%)	11,849.7 (-0.8%)	13,355.6 (12.7%)	44.2%	25,205.3 (48.1%)
광고	2,583.3 (31.2%)	4,552.1 (69.8%)	2,411.2 (-6.7%)	2,994.7 (24.2%)	9,958.0 (49.5%)	3,864.7 (29.0%)	5,437.3 (40.7%)	110.5%	9,302.0 (104.3%)
영화	1,425.7 (-24.5%)	3,313.3 (14.1%)	1,929.2 (35.3%)	1,416.9 (-26.6%)	6,659.4 (10.2%)	1,768.5 (24.8%)	2,158.3 (22.0%)	51.4%	3,926.8 (18.5%)
음악	1,478.0 (5.7%)	2,876.7 (22.3%)	1,455.9 (-1.5%)	1,593.9 (9.5%)	5,926.5 (19.2%)	1,274.8 (-20.0%)	1,506.8 (18.2%)	1.9%	2,781.6 (-3.3%)
애니/ 캐릭터	569.5 (2.5%)	1,124.9 (5.3%)	616.6 (8.3%)	760.7 (23.4%)	2,502.2 (12.9%)	715.1 (-6.0%)	721.7 (0.9%)	26.7%	1,436.8 (27.7%)
합계	34,379.4 (4.3%)	67,351.0 (24.3%)	35,478.7 (3.2%)	38,789.6 (9.3%)	141,619.4 (22.5%)	42,977.1 (10.8%)	47,527.1 (10.6%)	38.2%	90,504.2 (34.4%)

- 1) 게임 중 'CJ 인터넷'은 '11년 3월 'CJ E&M'으로 합병됨에 따라 '10년 4분기까지는 'CJ 인터넷' 및 '11년 1분기 이후는 'CJ E&M' 게임부문 매출액을 적용
- 2) 지식정보 중 'NHN'은 게임 및 지식정보에 중복 편입('NHN'의 사업 및 매출구조 특성상). '크레듀', 'YBM시사닷컴'은 '10년 1분기부터 자료 확보 및 분석 적용. '메가스터디'는 업종의 특성상 출판에서 지식정보로 변경 적용
- 3) 출판 중 '예림당'은 '10년 2분기부터 자료확보 및 분석 적용. '이퓨처'는 '11년 1분기부터 자료 확보 및 분석적용. '메가스터디'는 지식정보로 변경에 따라 분석에서 제외
- 4) 방송 중 '울리브나인'은 '10년 10월 20일 상장폐지로 분석에서 제외. '에이앤씨바이오홀딩스', '클루넷', '더체인지'는 업종 변경으로 분석에서 제외. '온미디어'는 '11년 3월 'CJ E&M'으로 합병됨에 따라 '10년 4분기까지는 '온미디어' 및 '11년 1분기 이후는 'CJ E&M' 방송부문 매출액을 적용. '아이에스플러스'는 제이콘텐트리와 합병으로 분석에서 제외. '큐릭스'는 '티브로드도봉강북방송'과 합병으로 '티브로드도봉강북방송'으로 분석 적용. '케이티스카이라이프', '케이엔엔', '씨씨에스충북방송', '나우콤'은 '10년 1분기부터 자료확보 및 분석적용. '현대홈쇼핑'은 '10년 3분기부터 자료확보 및 분석적용. '대구방송'은 '10년 4분기부터 자료확보 및 분석적용. '케이엠에이치'는 '11년 1분기부터 자료확보 및 분석적용
- 5) 영화 중 '디초콜릿'은 '11년 4월 13일 상장폐지 및 '프라임엔터테인먼트'는 '11년 8월 30일 현재 실적보고서 부재로 분석에서 제외. 'CJ E&M'은 '11년 1분기부터 자료확보 및 영화부문 매출액을 적용. '세기상사', '제이콘텐트리'는 '10년 1분기부터 자료확보 및 분석적용
- 6) 음악 중 '소리바다미디어'는 '11년 5월 7일 상장폐지 되어 분석에서 제외. '앳미디어'는 '11년 3월 'CJ E&M'으로 합병됨에 따라 '10년 4분기까지는 '앳미디어' 및 '11년 1분기 이후는 'CJ E&M' 음악부문 매출액을 적용. '캔들미디어'는 '10년 1분기부터 자료확보 및 분석적용. 'JYP엔터테인먼트'는 '11년 8월 30일 현재 실적보고 미발표로 분석에서 제외.
- 7) 애니/캐릭터 중 '코코엔터프라이즈'는 업종변경에 따라 분석에서 제외. '스텝싸이언스'는 '11년 8월 30일 현재 실적보고서 미발표로 분석에서 제외

□ 2011년 2분기 매출 변화 추이<sup>1)</sup>

- 콘텐츠산업 관련 상장사 중심 '11년 2분기 및 상반기 매출액은 약 4조 7,527 억원 및 9조 504억으로 전년동기대비 38.2% 및 34.4% 성장, '11년 2분기 전 분기대비 10.6% 상승

－ '11년 2분기 매출액의 경우 게임 등 전 분야 전년동기대비 성장

- ※ 게임(40.1%), 지식정보(36.5%), 방송(44.2%), 광고(110.5%), 영화(51.4%) 등은 '11년 2분기 전년동기대비 전체 성장률(38.2%)에 비해 높은 성장을 보임
- ※ 출판(0.7%), 음악(1.9%), 애니/캐릭터(26.7%)는 전체 성장률에 비해 상대적으로 낮은 전년동기대비 성장을 보이고 있음
- ※ '11년 2분기 및 상반기 비중 측면을 보면 게임(22.3%, 22.4%), 출판(11.5%, 12.5%), 방송(28.1%, 27.8%), 지식정보(17.4%, 18.0%) 등 상위 4개 분야는 전체 매출액 대비 비중이 각각 79.3%, 80.7%로 '11년 1분기 비중 81.5%에 비해 약간 하락
- ※ 게임, 방송, 광고, 영화 등 4개 분야는 '11년 2분기 전년동기대비 비중 증대. 지식정보, 출판, 음악, 애니/캐릭터는 비중 감소

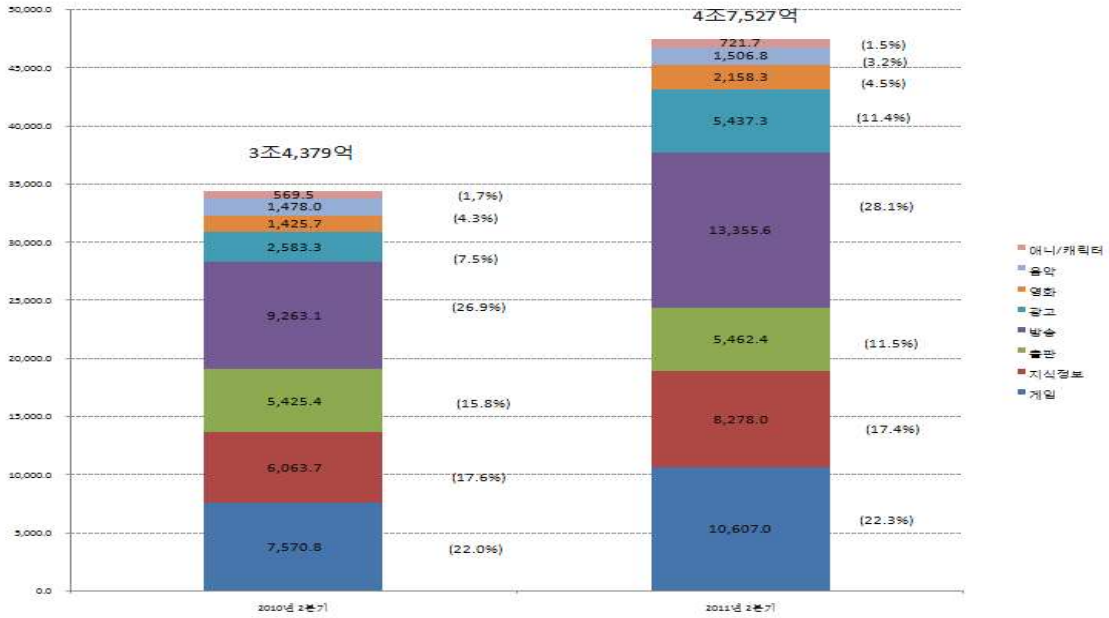
－ 콘텐츠산업 상장사 전체 매출액은 '10년 1분기 전분기대비 3.1% 상승 이후 지속적으로 증가세를 보이고 있으며 '11년 1분기 및 2분기는 전분기대비 10.8%, 10.6% 상승

- － 게임, 방송, 광고, 영화, 음악 부분의 '11년 2분기 매출액은 전분기대비 9.8%, 12.7%, 40.7%, 22.0%, 18.2%로 다른 분야에 비해 높은 상승세를 보임
- ※ 출판 '11년 2분기 매출액은 1분기에 이어 전분기대비 -6.4% 하락

1) 코스피와 코스닥 상장사 중 콘텐츠산업 관련 업체 87개 선별(게임(20), 지식정보(7), 출판(9), 방송(22), 광고(4), 영화(9), 음악(10), 애니메이션/캐릭터(6)), 단 게임, 방송, 영화, 음악 등 4개 분야에 CJ E&M 중복적용. 자료의 출처는 금융감독원 전자공시시스템(<http://dart.fss.or.kr>)에 등록된 기업보고서

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

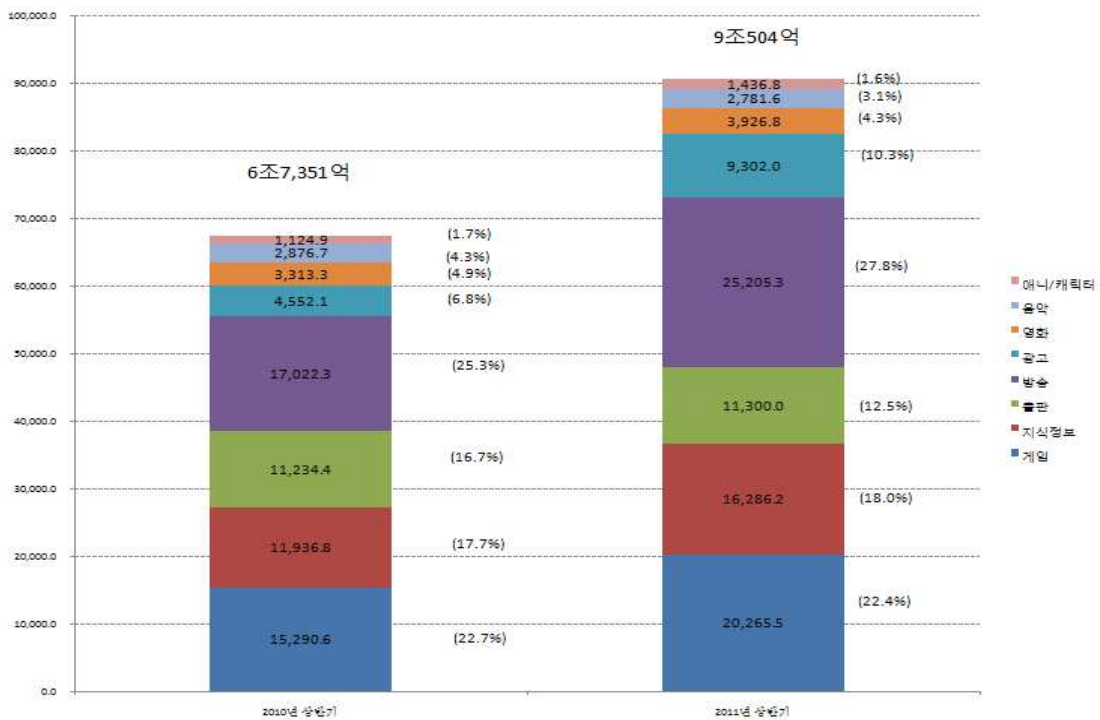
(단위 : 억원)



\* NHN은 게임 및 인터넷포털에 중복 편입

<그림 2> '10년 상반기 vs '11년 상반기 콘텐츠업체(상장사) 매출액 누적

(단위 : 억원)



- 게임 '11년 2분기 및 상반기 매출액은 전년동기대비 40.1% 및 32.5%의 성장률을 기록했고, '11년 2분기 전분기대비 9.8% 상승
  - '10년 1분기 및 2분기까지 전분기대비 -0.2%, -1.9% 하락하다가 3분기부터 상승세로 반전하여 '11년도 1분기 매출액은 전분기대비 22.8% 급상승
    - ※ '11년에도 경기상승이 이어지고 있으나, 향후 유럽금융위기, 물가상승 등 대내외 악재들의 흐름 및 이에 따른 국내게임의 해외수출 확대 등의 요인에 따라 매출액 증가세 여부가 결정될 것으로 전망
    - ※ 온라인게임은 상대적으로 저렴한 여가 수단으로서 다양한 소비층이 형성돼 높은 대중성을 보유하고 있어, 경기 침체기에는 다른 문화생활의 대체재가 될 수 있는 경기방어적 성격이 높음. 온라인 게임은 학생들의 여름·겨울 방학시즌, 특히 추운 날씨의 겨울방학 시즌은 온라인 게임 이용자가 높아 3분기와 4분기, 1분기가 계절적 성수기이며, 통상적으로 야외활동이 활발해지는 2분기는 계절적 비수기임
  - 대형업체<sup>2)</sup>들이 '11년 1분기에 이어 전체적인 매출증가세를 주도하고 있으나, 업체별 실적은 비교적 큰 편차가 나타남. 네오위즈게임즈는 FPS 게임 등 퍼블리싱한 게임들이 중국 등 해외수출이 지속적으로 증가와 함께 안정적인 국내매출 등으로 '11년 2분기 및 상반기 매출액이 전년동기대비 79.2%, 71.5% 증가. 위메이드엔터테인먼트는 '10년 4분기에 다소 부진했으나 '11년 1분기부터 회복세를 나타내 2분기 및 상반기 매출액은 전년동기대비 26.7%, 24.7% 성장. NHN은 '11년 1분기 이후 '10년에 비해 높은 성장세를 보이고 있으며, '11년 2분기 및 상반기 매출액<sup>3)</sup>은 전년동기대비 58.9%, 55.6% 성장
    - ※ 네오위즈게임즈의 '11년 매출 급증세는 '10년에 이어 해외수출이 주도하고 있으며 '11년 2분기 및 상반기 수출액은 전년동기대비 95.6%, 113.9% 증가. 특히 중국에서 서비스 되고 있는 '크로스파이어'가 2011년에 최고 동시접속자 270만명을 기록하는 등 중국 게임유저들의 수요가 줄지 않고 있으며, 또한 중국 외 동남아시아, 북미, 유럽 등지에 다양한 장르의 게임서비스를 확대해 매출확대 추진
  - 엔씨소프트는 '10년 4분기 이후 매출성장이 하락추세를 보이다 '11년 2분기에 상승세로 반전해 전년동기대비 및 전분기대비 5.4% 증가, 10.4% 상승.

2) 대형업체 : 매출액 200억원 이상으로 정의하고 총 6개업체(NHN, 엔씨소프트, 네오위즈게임즈, 액토즈소프트, 위메이드엔터테인먼트, CJ E&M)임

3) '11년 상반기 매출액 중 온라인 게임 비중은 약 31.1%, 약 3천 201억원 수준

액토즈소프트는 '10년 1분기 이후 지속적인 매출액 감소세를 보이고 있으며, '11년 2분기 매출액은 전년동기대비 -5.6% 감소

※ 엔씨소프트의 주력 온라인게임인 아이온은 '11년 2분기 말 현재 점유율이 14.55%로 '11년 1분기 17.65%에 비해 약간 하락. MMORPG 게임인 리니지, 리니지2, 아이온의 점유율을 합산할 경우 21.39%로 '11년 1분기 26.77%에 비해 하락. '11년 1분기 들어 점유율 상승 이후 2분기에 다소 하락한 것으로 나타났으나, 3분기 신작게임 론칭이 순조로울 경우 점유율 상승 전망

- 중소 게임업체들의 '11년 2분기 매출액은 업체별 편차가 1분기에 이어 존재. 향후 대내외 악재에 따른 국내경기 하강세가 보다 구체화될 경우 수출위주의 업체들에 비해 한정된 내수시장에 집중된 중소기업들의 매출액 감소가 보다 심화될 수 있음

※ 게임하이(6.7%), 웹젠(109.8%), 이스트소프트(25.0%), 컴투스(28.1%), 드래곤플라이(26.5%), 제이씨엔터테인먼트(26.5%), 소프트맥스(27.4%), 등 7개 업체는 '11년 2분기 전년 동기대비 매출액 성장

● 지식정보 '11년 2분기 및 상반기 매출액은 전년동기대비 36.5% 및 36.4% 성장했으며 전분기대비 3.4% 상승

- 지식정보 매출액은 '10년 1분기 상승세를 보이면서 '11년 1분기에 전분기 대비 26.5% 상승하다가 2분기 들어 상승세가 약간 주춤

- 지식정보 전체 매출액 중 비중이 가장 높은 NHN은 '11년 2분기 전년동기 대비 58.9% 성장 및 전분기대비 4.1% 상승하여 1분기의 상승세를 유지

- 다음커뮤니케이션 및 SK커뮤니케이션 매출액은 '11년 2분기 전년동기대비 18.7%, 11.5% 성장 및 전분기대비 6.4, 13.6% 상승. KTH 매출액은 '11년 2분기 전년동기대비 21.9% 감소 및 전분기대비 0.9% 상승했으나, '11년 1분기 이후 매출액 하락세가 나타남

※ 다음커뮤니케이션은 '11년 2분기 매출액의 경우 검색광고 47.4%(50.6%)<sup>4)</sup>, 디스플레이광고 48.9%(44.9%), 거래형서비스 3.6%(4.1%) 구성돼 있는데, 스마트폰 보급확대에 따른 모바일분야의 커뮤니티, 이메일, 뉴스 등의 특화된 서비스 요구 증대 등 수요적 견인요소가 증대돼, 경기호조가 유지될 경우 검색광고를 중심으로 매출액 증대가 예상되며, '11년 2분

4) 괄호는 '11년 1분기 매출액 비중

기 이후에도 매출증가세 지속 전망

※ SK컴즈는 커뮤니티 서비스인 싸이월드는 '11년 2분기말 누적가입자수 2천 587만명 및 순 이용자수 2천 127만명으로 시장점유율에서 선두를 나타내고 있으며, 네이트온은 로그인 순 이용자가 1천 410만명으로 시장점유율이 75.7%로 국내 메신저서비스 시장 1위, 국내 검색 시장분야는 시장점유율 4.1%로 3위권을 유지, 매출액은 디스플레이 44.1%(42.8%)<sup>5)</sup>, 검색광고 15.2%(14.9%), 콘텐츠 외 기타 40.7%(41.2%) 등으로 구성돼 있음. 내부적으로 싸이월드의 활성화 등 기존 성공모델의 활성화와 함께 스마트폰 보급확대에 따른 SNS 등 모바일 서비스 등 다양한 수익모델 창출을 모색하고 있는 상황

※ KTH는 아임IN 등 모바일인터넷 서비스 및 N-Screen인 Playy 등 유무선 컨버전스 서비스를 중심으로 스마트폰 대중화에 따른 콘텐츠유통플랫폼 등 분야로의 성장을 모색하고 있으나 향후 업계의 후발주자로서 다양한 위험요소 상존. '11년 2분기 매출액은 인터넷서비스 8.6%(8.3%)<sup>6)</sup>, 콘텐츠 41.3%(45.5%), 플랫폼 구축/운영 50.2%(46.2%) 등으로 구성

- 메가스터디, 크레듀, YBM시사닷컴 '11년 2분기 매출액은 전년동기대비 각각 10.1%, 3.0%, 17.5% 성장했으며, 전분기대비 25.2% 상승 -16.0%, -9.5% 하락

※ 메가스터디의 주요 수익모델은 온라인 교육서비스이며 국내 교육시장의 특성상 일반적으로 경기변화 큰 영향을 받지 않는데 특히 경기상승이 이뤄질 경우 상대적으로 온라인 교육서비스의 매출상승이 높게 나타남. 또한 메가스터디는 온라인 강의, 온라인 도서 자체 역량 및 오프라인 학원 등의 보유 네트워크 등을 활용해 시너지 효과 극대화를 시키고 있음. '11년 1분기 매출구조 중 온라인강의 및 오프라인 학원 비중은 각각 63.2%(67.8%)<sup>7)</sup>, 36.7%(28.1%)로 온라인 매출비중이 높음

● 출판 '11년 2분기 및 상반기 전년동기대비 매출액은 0.7% 및 0.6% 성장했으며 전분기대비 -6.4% 하락

- '10년 4분기에 약간의 상승세를 제외하고 전반적으로 매출액 하락세를 보인다 '11년 2분기에 이르러 하락폭 확대

- 학습지 및 교육서비스 출판업체인 대교의 '11년 2분기 및 상반기 매출액은 각각 1.6%, 1.8% 증가했으나, 웅진씽크빅은 각각 -2.5%, -4.4% 감소

※ 대교는 '11년 상반기 학습지 매출비중이 83.8%로 다소 편향된 매출구조를 가지고 있으며 향후 스마트기기 보급 확대에 따른 '스마트러닝' 활성화에 대비한 산업변화에 대처 능력 확

5) 괄호는 '11년 1분기 매출액 비중

6) 괄호는 '11년 1분기 매출액 비중

7) 괄호는 '11년 1분기 매출액 비중

대를 모색

- 출판물 제작업체인 삼성출판사는 '11년 2분기 및 상반기 전년동기대비 매출액이 -0.6%, -3.3% 감소, 유통업체인 예스24는 7.9%, 4.5% 성장

※ 삼성출판사는 기존 수익모델인 서점, 할인점, 홈쇼핑, 인터넷서점, 학원, 유치원, 자사쇼핑몰 등 다양한 유통채널을 통해 유아동시장, 여성취미실용시장 등 분야를 중심으로 매출을 도모하고 있으나 전반적인 종이도서출판 시장의 침체 및 e-book시장 활성화 지연 등에 영향을 받고 있음. 또한 태블릿 PC 등의 보급확대에 따른 디지털 콘텐츠 수요증가에 부응하는 신성장전략 수립을 모색, 매출액은 단행본 출판 62.7%(66.4%), 교재출판 14.6%(13.9%)<sup>8)</sup>, 휴게소 상품 18.1%(15.4%), 임대매출 4.6%(4.3%) 등으로 구성

※ 예스24는 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. '11년 2분기 매출 구조는 상품매출 96.9%(97.2%)<sup>9)</sup>, 수수료매출 3.9%(0.8%), 광고매출 8.0%(1.5%), 기타매출 2.7%(0.5%)

- '11년 2분기 웅진씽크빅(4.5%), 대교(0.2%) 등은 전분기대비 매출액 상승인 터파크(-3.0%), 비상교육(-30.2%), 예스24(-22.8%), 능률교육(-46.4%), 삼성출판사(-12.6%), 예림당(-19.1%), 이퓨처(-19.1%) 등은 전분기대비 등은 매출하락

※ 능률교육은 초중고 및 성인용 영어학습교재전문 출판사로서 '11년 상반기 매출이 전년동기대비 전화영화 등 기타매출이 49.7%. 저작권매출, 인터넷매출 등이 각각 23.8%, 9.1% 증가했으나, 주력 매출분야인 제품 및 상품매출이 각각 -0.3%, -35.7% 감소

● 방송 '11년 2분기 및 상반기 전년동기대비 매출액은 44.2% 및 48.1% 성장했으며 전분기대비 12.7% 상승

- 민영지상파 방송사인 SBS 매출액은 '11년 2분기 및 상반기 전년동기대비 -15.6%, -1.1% 감소했으나 전분기대비 22.1% 상승. 종합유선방송사업자인 티브로드한빛방송의 '11년 2분기 및 상반기 매출액은 전년동기대비 -2.9% 감소, 0.4% 증가했으며 전분기대비 0.0% 하락. CJ E&M 방송부문은 '11년 2분기 전분기대비 94.7% 상승

※ SBS 계열사인 SBS콘텐츠허브는 '11년 2분기 및 상반기 매출액이 전년동기대비 53.2%,

8) 괄호는 '11년 1분기 매출액 비중

9) 괄호는 '11년 1분기 매출액 비중

56.0% 성장했으며 전분기대비 12.5% 상승

※ SBS 등 민영지상파 방송사는 주요 수입원은 광고이며, 광고시장의 계절적 요인 및 경기에 따른 기업광고수요의 변화요인으로 매출액 변동 편차가 크게 발생할 수 있음. '11년 2분기는 상대적으로 높은 기업수요와 함께 '10년도 1분기 이후 이어지고 있는 경기호조세가 대기업을 중심으로 광고지출 확대에 따른 매출액 상승세가 나타남. 종합유선방송사업은 지상파방송사와 달리 월정액 시청료 등 광고수익 외 고정적 수입이 있어 경기변동에 상대적으로 덜 민감하나, '11년말 종편 개국으로 시장참여자 증가에 따른 업체간 경쟁격화에 따른 시장재편이 전망됨

- 방송영상물독립제작사 팬엔터테인먼트 '11년 2분기 및 상반기 매출액은 전년 동기대비 140.3%, 131.1% 성장했으며 전분기대비 52.6% 상승. 삼화네트웍스는 전년동기대비 -3.9% 감소, 77.7% 성장했으나 전분기대비 -18.8% 하락. 초록뱀은 '11년 2분기 및 상반기 전년동기대비 -85.1%, -76.6% 감소했으며 전분기대비 -92.2% 하락

※ 독립제작사 팬엔터테인먼트는 '11년도 MBC 일일드라마 '불굴의 며느리' SBS 미니시리즈 '내게 거짓말을 해봐' 등 지속적인 드라마제작과 SBS 일일드라마 '당돌한 여자', '찬란한 유산', '태양의 여자', MBC 미니시리즈 '호박꽃 순정', '사랑해 울지마', KBS '돌아온 뚝배기' 등 기 제작된 드라마들의 해외수출 호조로 '10년 3분기 이후 높은 매출액 증가를 보임. 향후 종편채널 개국 등 다매체, 다채널에 따른 방송콘텐츠 수요증가에 따른 매출액 증대 전망

- 방송채널사용사업자 CJ 오쇼핑은 '11년 2분기 및 상반기 전년동기대비 매출액은 26.0%, 23.9% 성장했으며 전분기대비 8.5% 상승, GS 홈쇼핑은 전년동기대비 각각 12.4%, 13.9% 성장했으며 전분기대비 2.2% 상승

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

● 광고 '11년 2분기 및 상반기 전년동기대비 매출액은 110.5%, 104.3% 성장했으며 전분기대비 40.7% 상승

- 광고산업은 방송 매출액이 탄력적이며 또한 대외적인 불안요소가 있음에도 대기업을 중심으로 수출호조 등 전반적인 경기상승이 이어져('10년 4분기 기준 전년동기대비 GDP 성장률 4.7%, '11년 1분기 4.2%, 2분기 3.4%) 매출액 급증 및 '11년 1분기 이후 상승세 유지

- 제일기획은 '11년 2분기 및 상반기 전년동기대비 매출액이 161.1%, 151.6%



- 성장. G2R은 전년동기대비 각각 32.5%, 26.0% 성장. 오리콤은 전년동기대비 20.2%, 17.9% 성장. 휘닉스컴은 전년동기대비 -32.2%, -18.6% 감소
- ※ 제일기획은 '11년 상반기 본사 및 연결대상 종속회사 비중이 42.5%(매체 10.7%, 광고물제작 31.8%) 및 57.5%로 해외 비중이 상대적으로 높음
- '10년에 이어 '11년에도 경기상승세가(GDP 성장률 전기대비 '11년 1분기 1.4%, 2분기 0.8%) 이어지면서 대기업을 중심으로 광고수요 증대로 '11년 2분기 전분기대비 40.7% 상승
    - ※ '11년 2분기 전분기대비 제일기획 37.9%, G2R 60.0%, 오리콤 56.0% 상승한 반면 휘닉스컴은 -21.3% 하락
    - ※ 광고시장의 계절적 성수기는 기업 마케팅비용 지출과 상관성이 높으면 일반적으로 여름상품출시 및 연말시즌 신상품 출시가 집중되는 2분기와 4분기로 기업 마케팅활동이 활발해지는 때임
- 영화 '11년 2분기 및 상반기 전년동기대비 매출액은 51.4%, 18.5% 증가했으며, 전분기대비 22.0% 상승
    - CJ CGV는 '11년 2분기의 경우 해외 블록버스터 및 국내 흥행작 증가로 전년동기대비 19.0% 증가했으며, 3D 상연증가에 따른 극장입장료 증대 등으로 '11년 2분기 전분기대비 10.4% 상승
      - ※ CJ CGV는 멀티플렉스 시장점유율을 '11년 2분기 42.4%('11년 1분기 41.4%, '10년 4분기 40.6%)로 지속적으로 높이면서('09년 점유율 37.7%) 매출액을 증대. '11년 2분기 티켓매출 비중이 66.3%로 '11년 1분기(65.3%)에 비해 약간 상승
      - ※ CJ E&M 영화사업부문은 '11년 상반기 총 27편을 배급해 34.1%의 점유율을 나타내고 있음
    - 키이스트 '11년 2분기 및 상반기 매출액은 전년동기대비 38.3% 증가, -22.4% 감소했으나, 전분기대비 44.7% 상승
  - 음악 '11년 2분기 및 상반기 전년동기대비 매출액은 1.9% 증가, -3.3% 감소했으나 전분기대비 18.2% 상승
    - 전분기대비 기준 '10년 2분기 이후 등락세를 보이면서 '11년 2분기에 이르러 상승세로 반전
      - ※ '10년 2분기에서 '11년 1분기까지 전분기대비 상승률은 각각 5.7%, -1.5%, 9.5%, -20.0%

- 에스엠은 '11년 2분기 및 상반기 전년동기대비 매출액은 -14.5%, -14.6% 감소했으며 전분기대비 9.8% 상승. 네오위즈인터넷은 전년동기대비 5.4%, 20.3% 성장했으며, 전분기대비 0.5% 상승
  - ※ 에스엠은 소녀시대, 샤이니, f(x) 등 소속가수들의 청소년층 등의 안정적인 팬 확보 및 기획력으로 32.13% 시장점유율로 2위(2010년 기준) 수준을 유지. 이러한 국내외 경쟁력을 바탕으로 일본, 대만 등 아시아권 해외 시장 진출해 성공사례를 만들고 있으며, 최근에는 프랑스 등 유럽 지역으로의 진출 확대. '11년 2분기 매출구조는 음반사업 39.2%(음반, 음원 21.6%, 로열티매출 17.6%)와 매니지먼트사업 60.8%로 '10년 4분기 이후 음반사업 비중이 지속 하락을 보임
  - ※ 네오위즈인터넷은 디지털음원유통이 주력사업으로 영위하고 있으며 '11년 상반기 B2C 및 B2B의 매출비중이 각각 79.9%(72.9%)<sup>10)</sup>, 20.1%(27.1%)
- 로엔은 '11년 2분기 및 상반기 전년동기대비 매출액은 21.1%, 12.8% 성장했으며 전분기대비 23.7% 상승
  - ※ 로엔은 멜론서비스 등 음원유통을 바탕으로 스마트폰 보급 확대에 따른 음원수요자들의 다양한 수요에 부응하는 매출증대전략 수립 모색 중. '11년 현재 브랜드인지도 1위 및 시장점유율 1위를 차지하고 있으며, '11년 2분기 매출비중은 음원제공 및 온라인음원서비스인 콘텐츠 매출이 89.8%(92.9%)<sup>11)</sup>이고 제품매출 5.6%(3.8%), 상품매출 0.8%(0.8%), 기타매출 3.8%(2.5%)
  - ※ 예당은 '11년 2분기 및 상반기 매출액은 전년동기대비 84.0%, 11.7% 증가했으며, 전분기대비 31.4% 상승
- 애니메이션 및 캐릭터 '11년 2분기 및 상반기 전년동기대비 매출액은 26.7%, 27.7% 성장했으며, 전분기대비 0.9% 상승
  - '10년 2분기 이후 전반적인 상승세를 유지하다가 '11년 1분기에 전분기대비 -6.0% 하락했으나, 2분기에 이르러 상승세로 반전. 전체적인 매출규모는 '10년 4분기의 약간 낮은 수준
  - 매출액 100억이 넘는 캐릭터업체 중 손오공은 '11년 2분기 및 상반기 전년동기대비 -9.9%, -6.0% 감소했으며, 전분기대비 8.4% 하락. 오로라윌드는 전년동기대비 -0.8% 감소, 16.3% 증가했으며 전분기대비 1.3% 상승

10) 괄호는 '11년 매출액 비중

11) 괄호는 '11년 1분기 매출비중

※ 손오공의 '11년 상반기 매출구조는 캐릭터완구 및 게임 95.9%, 애니메이션 2.9%, 온라인매출 1.26%로 구성되어 있으며 캐릭터완구 등에서 일부 해외 수출이 발생하고 있으나, 매출의 약 98%이상이 국내에서 발생하는 내수업체

※ 오로라월드사는 국내 내수시장 1위 수성을 위해 자체디자인연구소 구축 및 글로벌 네트워크를 활용하고 있음. '11년 상반기 매출구조는 제품 등 상품매출 97.5%(96.7%)<sup>12)</sup>, 라이선스 수수료 1.3%(2.1%), 기타매출 1.2%(1.2%)로 구성되어 있으며 수출이 90% 이상을 차지하고 있으며 '11년 1분기에 비해 상품매출이 약산 상승

- 애니메이션 업체 중 대원미디어는 '11년 2분기 및 상반기 매출액은 전년동기대비 15.4% 증가, -6.1% 감소했으나 전분기대비 28.4% 상승

※ 대원미디어는 국내 애니메이션 및 캐릭터산업의 선두기업으로서 자체 보유 캐릭터 및 수입 캐릭터의 국내외 라이선싱과 머천다이징 사업을 국내 내수 위주로 추진하고 수출비중이 1% 대로 낮은 수준. 판매경로는 창작애니메이션 등 창작매출과 게임기 등 대리매출 비율이 약 65 : 35(60 : 40)<sup>13)</sup> 수준으로 '10년 4분기 이후 제품매출의 비중이 확대

---

12) 괄호는 '11년 1분기 매출비중

13) 괄호는 '11년 1분기 매출비중