<표> '10년 3분기~'11년 3분기 지식정보산업(상장사별) 매출액 변동

(단위 : 억원, %)

구분	2010년 매출액				2011년 매출액				
	3분기 (전기대비)	3분기누적 (전년동기)	4분기 (전기대비)	2010년 (전년대비)	1분기 (전기대비)	2분기 (전기대비)	3분기 (전기대비)	3분기 (전년동기)	3분기누적 (전년동기)
NHN	3204.1	9,814.0	3,311.1	13,125.1	5,038.2	5,245.6	5,293.0	65.2%	15,576.8
	−2.9%	7.2%	3.3%	6.1%	52.2%	4.1%	0.9%		58.7%
다음 커뮤니케이션즈	862.0	2,445.2	1,009.9	3,455.1	972.4	1,034.2	1,033.6	19.9%	3,040.2
	−1.1%	43.5%	17.2%	41.3%	−3.7%	6.4%	−0.1%		24.3%
SK컴즈	637.2	1,760.1	663.1	2,423.2	593.4	674.1	704.1	10.5%	1,968.3
	5.4%	21.4%	4.1%	21.1%	−10.5%	13.6%	4.5%		11.8%
KTH	380.5	1,046.5	452.0	1,498.5	284.0	286.6	309.5	−18.7%	880.1
	3.7%	13.8%	18.8%	12.0%	−37.2%	0.9%	8.0%		−15.9%
크레듀	153.5	404.0	131.1	284.6	120.8	151.6	182.6	19.0%	455.0
	11.5%		−14.6%		−7.9%	25.5%	20.4%		12.6%
YBM시사닷컴	274.3	796.3	250.3	524.6	284.7	239.2	274.9	0.2%	798.8
	18.1%		−8.7%		13.7%	−16.0%	14.9%		0.3%
메가스터디	764.7	1,947.0	510.6	2,457.6	714.7	646.7	800.9	4.7%	2,162.3
	39.0%	1.7%	−33.2%	3.1%	40.0%	−9.5%	23.8%		11.1%
합계	6,276.3	18,213.1	6,328.1	23,768.7	8,008.2	8,278.0	8,598.6	37.0%	24,881.5
	3.5%	20.2%	0.8%	15.7%	26.5%	3.4%	3.9%		36.6%

◉ 지식정보 '11년 3분기 및 3분기누적 매출액은 전년동기대비 37.0% 및 36.6% 성장했으며 전분기대비 3.9% 상승

– 지식정보 매출액은 '10년 1분기 상승세가 '11년 1분기까지 다소 높은 전분기대비 상승세를 나타내다가 '11년 2분기이후 상승세가 약간 주춤

– 지식정보 전체 매출액 중 비중이 가장 높은 NHN은 '11년 3분기 전년동기대비 65.2% 성장 및 전분기대비 0.9% 상승으로 1분기이래 상승세 유지

– 다음커뮤니케이션 및 SK커뮤니케이션 매출액은 '11년 3분기 전년동기대비 19.9%, 10.5% 성장 및 전분기대비 −0.1% 하락, 4.5% 상승. KTH 매출액은 '11년 3분기 전년동기대비 −18.7% 감소 및 전분기대비 8.0% 상승했으나, '11년 1분기 이후 매출액 성장이 감소하고 있음

※ 다음커뮤니케이션은 '11년 3분기 매출액의 경우 검색광고 46.0%(47.4%)[1], 디스플레이광고 49.0%(48.9%), 거래형서비스 4.0%(3.6%) 구성돼 있는데, 전세계적으로 스마트폰 등 스마트기기 보급확대에 따른 모바일분야의 커뮤니티, 이메일, 뉴스 등의 특화된 서비스 요구 증대가 전망됨, 향후 경기하락의 리스크가 있으나, 다양 콘텐츠 수요에 소구하는 검색광고 등을 중심으로 매출액 증대가 예상됨

1) 괄호는 2011년 2분기 매출액 비중

※ SK컴즈는 SNS확산에 따라 기존 커뮤니티 서비스인 싸이월드는 '11년 3분기말 누적가입자수 2천 591만명 및 순이용자수 1천 948만명으로 시장을 주도 있고 있는 상황, 네이트온은 로그인 순이용자가 1천 263만명으로 시장점유율이 73.3%로 국내 메신저서비스 시장 1위이나 전분기대비 점유율 약간 하락. 매출액은 디스플레이 44.2%(44.1%)[2], 검색광고 18.8%(15.2%), 콘텐츠 외 기타 37.1%(40.7%) 등으로 구성돼 있음. SNS 등 모바일 서비스 등 수요증대가 예상되는 가운데 싸이월드 등 기존 성공모델의 활성화와 함께 스마트기기에 특화된 다양한 수익모델 창출을 모색

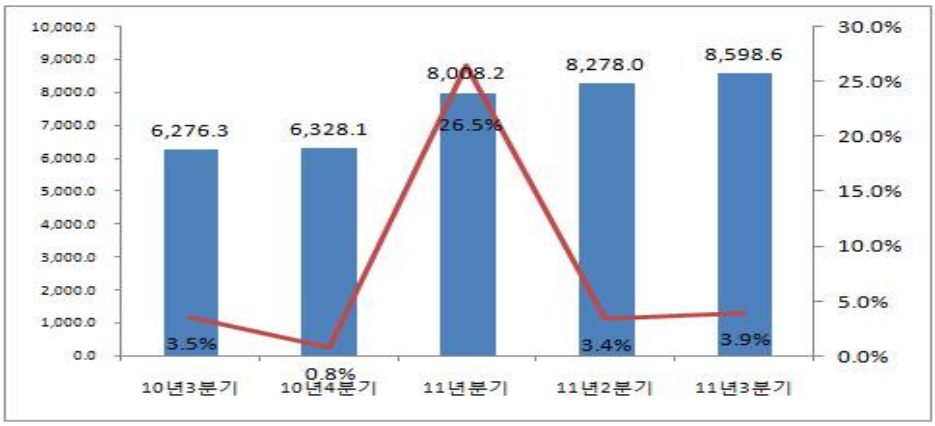
※ KTH는 아임IN 등 모바일인터넷 서비스 및 N-Screen인 Playy 등 유무선 컨버전스 서비스 안착을 통해 스마트기기에 적합한 콘텐츠 서비스 제공 등 후발주자의 한계성 극복을 모색중. '11년 3분기 매출액은 인터넷서비스 9.0%(8.6%)[3], 콘텐츠 45.5%(41.3%), 플랫폼 구축/운영 45.6%(50.2%) 등으로 구성

– 메가스터디, 크레듀, YBM시사닷컴 '11년 3분기 매출액은 전년동기대비 각각 4.7%, 19.0%, 0.2% 성장. 전분기대비 23.8%, 20.4%, 14.9% 상승

※ 메가스터디의 주요 수익모델은 온라인 교육서비스이며 국내 교육시장의 특성상 일반적으로 경기변화 큰 영향을 받지 않음. 또한 메가스터디는 온라인 강의, 온라인 도서 자체 역량 및 오프라인 학원 등의 보유 네트워크 등을 활용해 시너지 효과 극대화를 시키고 있으며 향후 초등 및 전문대 온라인교육시장, 참고서 출판시장, 베트남 등 해외시장 등 사업다각화를 추진 예정. '11년 3분기 매출구조 중 온라인강의 및 오프라인 학원 비중은 각각 63.9%(63.2%)[4], 32.3%(36.7%)로 온라인 매출비중이 높음

<그림> '10년 3분기~'11년 3분기 지식정보(상장사) 매출액 변동

(단위 : 억원, %)



2) 괄호는 2011년 2분기 매출액 비중
3) 괄호는 2011년 2분기 매출액 비중
4) 괄호는 2011년 2분기 매출액 비중