

- 콘텐츠산업 관련 상장사 중심 '11년 4분기 매출액은 약 5조 3,898억원으로 전년동기대비 23.8% 성장, 전분기대비 10.3% 상승
 - '11년 4분기 매출액의 경우 '11년 2분기 이후 게임 등 전 분야 전년동기대비 증가세를 보임
 - ※ 방송(26.3%), 광고(32.6%), 영화(103.5%), 음악(67.1%) 등은 '11년 4분기의 경우 상대적으로 높은 전년동기대비 성장을 보임
 - ※ 게임(17.4%), 지식정보(16.5%), 출판(0.4%), 애니/캐릭터(8.5%)는 전체 성장물에 비해 낮은 전년동기대비 증가를 나타냄
 - ※ '11년 4분기 비중 측면을 보면 게임(21.1%), 출판(9.7%), 방송(27.5%), 지식정보(16.7%) 등 상위 4개 분야는 전체 매출액 대비 비중이 75.0%(77.6%)¹⁾로 '11년 1분기 비중 81.5% 이후 하락지속
 - ※ 방송, 광고, 영화, 음악 등 4개 분야는 '11년 4분기 전년동기대비 비중이 증대했으나, 게임, 지식정보, 출판, 애니/캐릭터는 비중 감소
 - 콘텐츠산업 상장사 전체 매출액은 '10년 1분기 이후 전반적인 상승세를 유지하다가, '11년 1분기는 하락했으나 이후 상승세회복. '11년 4분기는 '11년 3분기 상승세에 비해 낮은 수준을 보임
 - 게임, 지식정보, 방송, 광고, 음악, 애니/캐릭터 부분의 '11년 4분기 매출액은 전분기대비 8.7%, 5.0%, 14.0%, 25.3%, 62.3%, 21.0% 상승을 보임
 - ※ 출판, 영화의 '11년 4분기 매출액은 전분기대비 -11.1%, -5.3% 하락

<표> '10년 4분기~'11년 4분기 콘텐츠업체(상장사) 매출액 변동

(단위 : 억원)

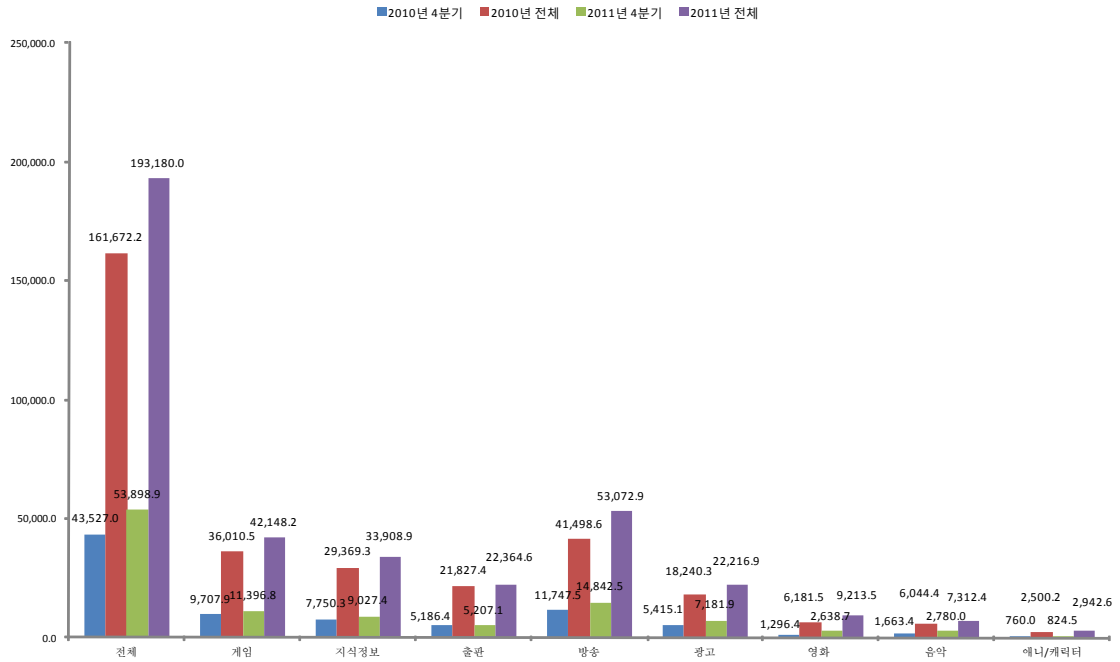
1) 2011년 3분기 비중

구분	2010		2011					
	4분기 (전기대비)	2010년 (전년대비)	1분기 (전기대비)	2분기 (전기대비)	3분기 (전기대비)	4분기 (전기대비)	2011년 (전년대비)	4분기 (전년동기)
게임	9,707.9 (8.6%)	36,010.5 (28.3%)	9,624.2 (-0.9%)	10,641.3 (10.6%)	10,485.9 (-1.5%)	11,396.8 (8.7%)	42,148.2 (17.0%)	17.4%
지식 정보	7,750.3 (2.5%)	29,369.3 (43.0%)	8,004.9 (3.3%)	8,278.0 (3.4%)	8,598.6 (3.9%)	9,027.4 (5.0%)	33,908.9 (15.5%)	16.5%
출판	5,186.4 (-4.1%)	21,827.4 (-2.4%)	5,837.6 (12.6%)	5,462.5 (-6.4%)	5,857.4 (7.2%)	5,207.1 (-11.1%)	22,364.6 (2.5%)	0.4%
방송	11,747.5 (20.7%)	41,498.6 (67.4%)	11,849.8 (0.9%)	13,355.6 (12.7%)	13,025.0 (-2.5%)	14,842.5 (14.0%)	53,072.9 (27.9%)	26.3%
광고	5,415.1 (11.7%)	18,240.3 (173.8%)	3,864.7 (-28.6%)	5,437.3 (40.7%)	5,733.0 (5.4%)	7,181.9 (25.3%)	22,216.9 (21.8%)	32.6%
영화	1,296.4 (-28.2%)	6,181.5 (13.0%)	1,681.8 (29.7%)	2,107.0 (25.3%)	2,786.0 (32.2%)	2,638.7 (-5.3%)	9,213.5 (49.0%)	103.5%
음악	1,663.4 (7.5%)	6,044.4 (21.6%)	1,291.6 (-22.4%)	1,527.5 (18.3%)	1,713.3 (12.2%)	2,780.0 (62.3%)	7,312.4 (21.0%)	67.1%
애니/ 캐릭터	760.0 (23.5%)	2,500.2 (12.8%)	715.1 (-5.9%)	721.7 (0.9%)	681.3 (-5.6%)	824.5 (21.0%)	2,942.6 (17.7%)	8.5%
합계	43,527.0 (7.6%)	161,672.2 (40.6%)	42,869.7 (-1.5%)	47,530.9 (10.9%)	48,880.5 (2.8%)	53,898.9 (10.3%)	193,180.0 (19.5%)	23.8%

- 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 제이콘텐츠리와 합병으로 분석에서 제외. '큐릭스'는 '티브로드도봉강북방송'과 합병으로 '티브로드도봉강북방송'으로 분석 적용. '케이티스카이라이프', '케이엔엔', '씨에스충북방송', '현대홈쇼핑', '대구방송', '케이엠에이치', '나우콤'은 '10년 1분기부터 자료확보 및 분석적용
- 5) 영화 중 '디초콜릿'은 '11년 4월 13일 상장폐지 및 '프라임엔터테인먼트', '아인스M&M'은 '12년 3월 30일 현재 실적보고서 부재로 분석에서 제외. 'CJ E&M'은 '11년 1분기부터 자료확보 및 영화부문 매출액을 적용. '세기상사', '제이웨이', '제이콘텐츠리'는 '10년 1분기부터 자료확보 및 분석적용
- 6) 음악 중 '소리바다미디어'는 '11년 5월 7일 상장폐지 되어 분석에서 제외. '엠넷미디어'는 '11년 3월 'CJ E&M'으로 합병됨에 따라 '10년 4분기까지는 '엠넷미디어' 및 '11년 1분기 이후는 'CJ E&M' 음악부문 매출액을 적용. '캔들미디어'와 'JYP엔터테인먼트'는 '10년 1분기부터 자료확보 및 분석적용. 'YG엔터테인먼트'는 '11년 4분기부터 자료확보 및 분석적용
- 7) 애니/캐릭터 중 '코코엔터프라이즈'와 '스텝싸이언스'는 업종변경에 따라 분석에서 제외

<그림 1> '10년 4분기 vs '11년 4분기 콘텐츠업체(상장사) 매출액 변동

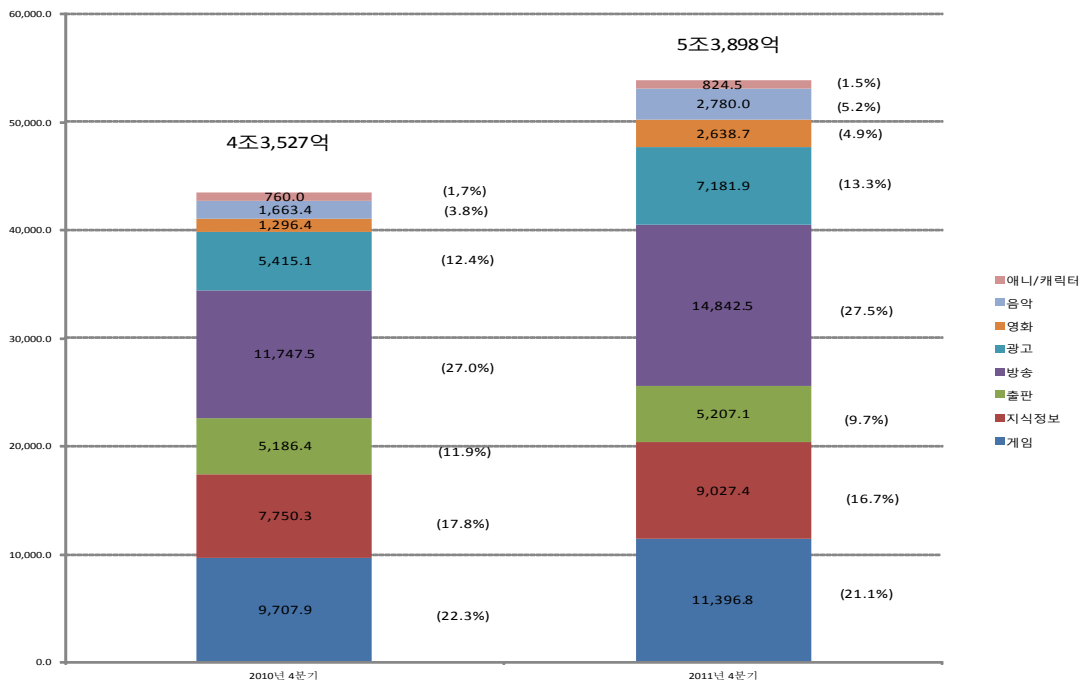
(단위 : 억원)



* NHN은 게임 및 지식정보에 중복 편입

<그림 2> '10년 4분기 vs '11년 4분기 콘텐츠업체(상장사) 매출액 누적

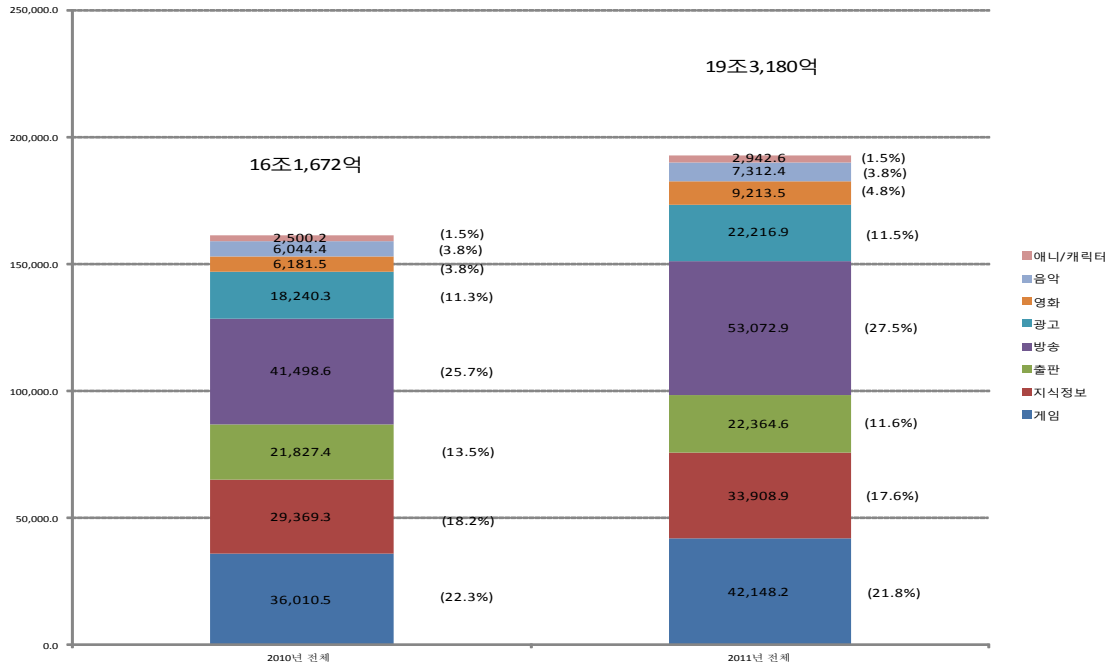
(단위: 억원)



* NHN은 게임 및 인터넷포털에 중복 편입

<그림 3> '10년 전체 vs '11년 전체 콘텐츠업체(상장사) 매출액 누적

(단위 : 억원)



● 게임 '11년 4분기 매출액은 전년동기대비 17.4%의 성장률을 기록했으며 전분기 대비 8.7% 상승

- '10년 1분기에서 2분기까지 전분기대비 하락하다가 3분기부터 매출액 증가 및 하락을 반복하고 있으며 '11년도 3분기는 전분기대비 -1.5% 감소했으나, 4분기에 이르러 상승세로 반전

※ '11년 경기는 '10년에 이어 상승세가 지속되고 있으나, 대외적으로 유럽금융위기 미해소, 대내적으로 유가상승 등 불안정한 물가 등으로 향후 국내 매출액 상승추세에 악영향을 미칠 것으로 예상되며, 이러한 전반적인 불확실성이 확대됨에도 불구하고 1) 국내게임의 중국 등 해외수출 등의 호조여부 2) 스마트게임 선전여부 등이 매출액 증가세에 직접적 영향을 미칠 것으로 전망

※ 온라인게임은 상대적으로 저렴한 여가 수단으로서 연령층을 불문하고 다양한 소비층이 형성돼 높은 대중성을 보유하고 있어, 향후 국내외적으로 경기 하강이 발생해도 다른 분야에 비해 충격이 높지 않음. 특히 온라인 게임은 학생 등 어린이 청소년들의 여름·겨울 방학시즌, 특히 추운 날씨의 겨울방학 시즌은 온라인 게임 이용자가 높아 3분기와 4분기, 1분기가 계절적 성수기이며, 통상적으로 야외활동이 활발해지는 2분기는 계절적 비수기임

- 대형업체²⁾들은 '11년 1분기 이후 일부업체의 매출실적 등락에도 불구하고 전반적인 매출증가세를 주도하고 있는 상황. 네오위즈게임즈는 기존 중국 등 아시아권에서 퍼블리싱한 FPS 게임 등의 성장세가 이어지고 있으며, 유럽지역 등 해외수출 다변화 추진과 함께 국내의 경우 다양한 장르 게임의 론칭을 통한 높은 매출증가세 등으로 '11년 4분기 매출액이 전년동기대비 41.5% 증가. NHN은 '11년 1분기 이후 두 자릿수 성장세를 보이고 있으나 '10년 성장세에 비해 다소 낮은 수준이며 '11년 4분기 매출액³⁾은 전년동기 대비 24.5% 성장. 위메이드엔터테인먼트는 '10년 4분기의 부진에서 벗어나 '11년 1분기부터 회복세를 보였으나 4분기 매출액은 전년동기대비 -27.9% 감소

※ 네오위즈게임즈는 매출의 급증세가 '10년에 이어 '11년 1분기 이후에도 지속되고 있는데, 이는 해외수출액 비중 확대 및 증가에 기인하고 있으며, '11년 4분기 수출액은 전년동기대비 43.7% 증가. 특히 중국에서 서비스 되고 있는 '크로스파이어'가 2011년에 최고 동시접속자 300만명을 기록하는 등 중국 시장에서의 안정적 성장이 이어지고 있고 신규 론칭 FPS 게임인 A.V.A의 중국을 포함한 해외시장에서의 선전이 매출확대를 주도

- 엔씨소프트는 '10년 4분기에서 '11년 1분기까지 매출성장이 감소하다가 '11년 2분기부터 상승세로 반전했으나 이후 약간 정체를 보이고 있음. '11년 4분기 매출액은 전년동기대비 -14.5% 감소했으며 전분기대비 -11.2% 하락. 액토즈소프트는 '10년 1분기 이후 지속적인 매출액 감소세를 보이다가 '11년 3분기부터 증가세로 반전되었으며 '11년 4분기 성장률은 전년동기대비 4.3%로 약간 낮은 수준

※ 엔씨소프트의 주력 온라인게임 중의 하나인 아이온은 '11년 4분기 말 현재 점유율이 13.95% 로 '11년 3분기 14.6%에 비해 약간 하락. MMORPG 게임인 리니지, 리니지2, 아이온의 점유율을 합산할 경우 19.16%로 '11년 3분기 21.31%에 비해 약간 하락. 점유율 하락이 '11년 1분기 이후 지속되는 경향을 보이고 있으며, '12년 1분기 이후 예정된 신작게임 론칭이 이뤄질 경우 점유율 상승가능성 확대

- 중소 게임업체들의 매출액은 업체별 편차가 '11년 1분기 이후 지속되는 양

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

3) 2011년 전체 매출액 중 온라인 게임 비중은 약 29.8%, 약 6천 406억원 수준으로 2010년 매출액 중 온라인게임 비중(33.9%)에 비해 약간 하락

상을 보임. 특히 스마트게임 및 대형개발사에 피인수된 업체들의 성장세가 '11년 3분기에 이어 두드러짐. 향후 국내외 리스크가 저감되면서 국내외 경기 하락세가 멈출 가능성이 높은 상황에서 성장의 정체를 보이고 있는 내수시장에 집중된 중소기업들에게는 직접적인 매출실적 호조로 이어질 가능성이 낮을 것으로 전망

※ 게임하이(58.8%), 웹젠(25.7%), 이스트소프트(49.5%), 한빛소프트(1.1%), 컴투스(28.6%), 와이엔케이코리아(10.8%), 제이씨엔터테인먼트(63.0%), 소프트맥스(31.4%), 게임빌(74.7%) 등 9개 업체는 '11년 4분기 전년동기대비 매출액 성장

● 지식정보 '11년 4분기 매출액은 전년동기대비 16.5% 성장했으며 전분기대비 5.0% 상승

- 지식정보 매출액은 '10년 1분기부터 지속적인 전분기대비 상승세를 나타내고 있으며 '11년 4분기 들어 전분기대비 다소 높은 상승세를 보임

- 지식정보에서 전체 매출액 중 가장 높은 비중을 갖고 있는 NHN은 '11년 4분기 전년동기대비 24.5% 성장했으며 전분기대비 11.4% 상승으로 '11년 1분기 이후 상승세가 지속되고 있음

- 다음커뮤니케이션 및 SK커뮤니케이션 매출액은 '11년 4분기 전년동기대비 15.9% 증가, -1.6% 감소했으며 전분기대비 13.4% 상승, -7.2% 하락. KTH 매출액은 '11년 4분기 전년동기대비 -5.6% 감소 및 전분기대비 38.0% 상승했으나, '11년 1분기 이후 매출액 성장이 감소세를 보임

※ 다음커뮤니케이션은 '11년 매출액의 경우 검색광고 46.0%(51.0%)⁴⁾, 디스플레이광고 49.0%(43.0%), 거래형서비스 4.0%(5.0%) 구성돼 있는데, 전 세계적으로 스마트폰 등 스마트기기 보급증대로 유무선인터넷 분야의 통합형 커뮤니티, 이메일, 뉴스 등 차별화된 서비스 요구 확대가 예상됨. 향후 경기하락세가 멈추는 등 대내외적 시장여건 호전이 가시화될 경우, 검색광고 등을 중심으로 매출액 증대가 예상됨

※ SK컴즈는 SNS확산에 따라 커뮤니티 서비스인 싸이월드의 경우 '11년 4분기말 누적가입자 수 2천 598만명 및 순이용자수 1천 819만명으로 시장의 주도권을 유지하고 있음. 네이트온은 로그인 순이용자가 1천 263만명으로 72.1%를 기록, 국내 메신저서비스 1위를 차지하고 있으나 2분기 이후 점유율 하락세 지속. 11년 전체 매출액은 디스플레이 44.2%(44.2%)⁵⁾,

4) 괄호는 2010년 매출액 비중

5) 괄호는 2011년 3분기 매출액 비중

검색광고 20.7%(18.8%), 콘텐츠 외 기타 35.1%(37.1%) 등으로 구성. SNS 등 모바일 서비스 등 수요확대가 예상되면서 싸이월드 등 기존 성공모델의 활성화 및 스마트기기에 특화된 다양한 수익모델 창출 및 선점효과 극대화

※ KTH는 아임IN 등 모바일인터넷 서비스 및 N-Screen인 Playy 등 유무선 컨버전스 서비스 안착 등 스마트기기에 적합한 콘텐츠 서비스 제공과 함께 B2B, B2C 등 영역확대 등 사업분야의 다각화를 모색중.

- 크레듀, YBM시사닷컴, 메가스터디 '11년 4분기 매출액은 전년동기대비 각각 34.6% 증가, -7.0%, -7.0% 감소. 전분기대비 -3.5%, -15.4%, -41.5% 하락

※ 메가스터디는 온라인 교육서비스가 주요 수익모델이며 국내 교육시장의 특성을 고려할 때 경기변화에 큰 영향을 받지 않음. 이를 통해 기존 중고교생을 대상으로 한 온라인 강의, 온라인 도서 등 자체 보유 강점 및 오프라인 학원 등 보유 네트워크 등을 통해 시너지 극대화를 이루고 있으며 향후 초등 및 전문대 등 온라인교육시장 대상 확대, 참고서 출판시장, 베트남 등의 해외시장 등 사업분야 다각화 추진. '11년 전체 매출구조 중 온라인 강의가 56.4%이고 이 중 고등부문이 29%를 차지함

● 출판 '11년 4분기 전년동기대비 매출액은 0.4% 성장했으나 전분기대비 -11.1% 하락

- '10년 1분기부터 4분기까지 하락세를 보이다가 '11년 1분기부터 매출액 등락을 보이고 있으며 '11년 4분기에 이르러 하락세를 보임

- 대교는 학습지 및 교육서비스 출판업체로서 '11년 4분기 매출액은 전년동기대비 1.0% 정체적 성장을 했으며, 웅진씽크빅은 전년동기대비 -1.1% 감소했으며 '11년 3분기 이후 감소세 지속

※ 대교는 '11년 전체 매출에서 국내교육서비스 및 출판사업의 비중이 92.6%이며, 국내매출 비중이 약 98.7%에 이르고 있음. 향후 스마트기기 보급 확대에 따른 '스마트러닝' 활성화에 대비한 사업모델을 구축과 함께 온라인 서적, 미디어사업, 교육컨설팅 등 사업다각화 추진 예정

- 삼성출판사는 출판물 제작업체로서 '11년 4분기 전년동기대비 매출액이 -3.9% 감소했으나, 유통업체인 예스24는 전년동기대비 6.5% 성장

※ 삼성출판사는 서점, 할인점, 홈쇼핑, 인터넷서점, 학원, 유치원, 자사쇼핑몰 등 기존보유 유통채널을 통한 유아동시장, 여성취미실용시장 등의 시장확대를 모색하고 있으나 교육도서

출판 시장침체로 매출 증대에 직접적 효과를 획득하지 못함. 향후 태블릿 PC 등 스마트기기 보급확대로 e-book 등 디지털콘텐츠 시장 확대 여부가 매출 성장지속의 관건으로 작용할 것으로 예상. '11년 전체 매출액에서 유아용 도서 및 교재 출판비중이 약 56.6%이며 온라인 교육 비중은 약 25.3%

※ 예스24는 시장점유율 40%에 이르는 시장주도력을 바탕으로 도서 유통분야와 함께 신규사업으로 스마트폰 보급확대에 따른 e-book, e-learning 등 디지털콘텐츠 개발·판매 및 티켓 예매 등으로 투자확대. '11년 전체 매출 구조는 상품매출 96.7%(96.9%)⁶⁾, 수수료매출 0.8%(0.8%), 광고매출 1.9%(1.7%), 기타매출 0.6%(0.6%)

- '11년 4분기 웅진씽크빅(5.2%), 인터파크(1.6%), 비상교육(13.4%), 능률교육(24.8%), 삼성출판사(1.9%), 예림당(16.4%) 등은 전분기대비 매출액 상승. 대교(-33.8%), 예스24(-5.4%), 이퓨처(-65.4%) 등은 전분기대비 매출 하락

※ 능률교육은 초중고 및 성인용 영어학습교재전문 출판사로서 '11년 매출 전체에서 전년대비 제품매출 0.3% 증가, 상품매출 및 저작권매출 -13.7%, -46.4% 감소했으며 인터넷매출 및 기타매출은 각각 13.3%, 46.3% 증가

● 방송 '11년 4분기 전년동기대비 매출액은 26.3% 성장했으며, 전분기대비 14.0% 상승

- SBS는 민영지상파 방송사로서 '11년 4분기 매출액의 경우 전년동기대비 -0.9% 감소했으나 전분기대비 9.2% 상승. 종합유선방송사업자인 티브로드 한빛방송의 '11년 4분기 매출액은 전년동기대비 2.1% 증가했으나 전분기대비 -1.2% 하락. CJ E&M 방송부문은 '11년 4분기 전분기대비 17.7% 상승

※ SBS콘텐츠허브는 SBS 계열사로서 '11년 4분기 매출액이 전년동기대비 -19.2% 감소했으며 전분기대비 -35.4% 하락

※ SBS 등 민영지상파 방송사는 계절적 요인 및 경기 변화에 민감한 기업광고가 주요 수입원임. '10년도 1분기 이후 이어졌던 경기상승에도 불구하고 '11년 4분기는 상대적으로 낮은 기업수요로 매출액 증가가 다소 주춤함. 종합유선방송사업은 월정액 시청료 등 광고수익 외 고정적 수입으로 경기변동에 상대적으로 덜 민감하나, '11년 4분기에 종편 개국 등 시장 참여자 증가로 기존 및 신규 업체간 경쟁이 증대될 것으로 예상

- 방송영상물독립제작사 중 초록뱀의 '11년 4분기 매출액은 전년동기대비

6) 괄호는 2011년 3분기 매출액 비중

479.6% 성장했으며 전분기대비 213.6% 상승. 팬엔터테인먼트는 전년동기 대비 -34.5% 감소했으며 전분기대비 -43.5% 하락. 삼화네트웍스는 '11년 4분기 전년동기대비 31.8% 증가했으며 전분기대비 56.7% 상승

※ 독립제작사 초록뱀은 '11년 2분기 이후 KBS '오작교 형제들', MBC '하이킥! 짧은 다리의 역습', SBS 'K-POP 스타', MBN '전국 퀴즈 선수권대회' 등 드라마 및 교양물 등 다양한 장르의 콘텐츠를 제작 및 공급. 향후 중편채널 개국 등 다매체, 다채널에 따른 방송콘텐츠 공급증가 요인이 확대되고 완성도 높은 방송콘텐츠의 해외수요 확대에 매출액 증대 예상

- 방송채널사용사업자 중 CJ 오쇼핑은 '11년 4분기 전년동기대비 매출액은 27.6% 성장했으며 전분기대비 25.4% 상승, GS 홈쇼핑은 '11년 4분기 전년동기대비 매출액이 17.0% 성장했으며 전분기대비 26.3% 상승

※ '09년 1분기에서 '11년 4분기의 시계열을 보면 2분기 및 4분기가 전분기대비 상승하는 추세를 보이고 있으며 이는 전통적 성·비수기로 간주할 수 있음

● 광고 '11년 4분기 전년동기대비 매출액은 32.6% 성장했으며 전분기대비 25.3% 상승

- 광고산업은 방송 매출액과의 연관도가 높으면서 탄력적이며 '11년 2분기부터 유럽금융위기 등 대외적인 불안요소에도 불구하고 수출호조를 보이는 대기업들 실적상승이 경기상승에 반영돼('10년 4분기 기준 전년동기대비 GDP 성장률 4.7%, '11년 1분기 4.2%, 2분기 3.4%, 3분기 3.4%, 4분기 3.4%) '11년 1분기 이후 매출 성장세를 지속

- 제일기획은 '11년 4분기 전년동기대비 매출액이 35.5%. G2R은 전년동기대비 26.8% 성장. 휘닉스컴은 전년동기대비 매출액이 65.3%로 다소 높은 성장을 보였으나 오리콤은 전년동기대비 1.6%로 정체를 보임

※ 제일기획은 '11년 전체 매출액에서 본사 및 연결대상 종속회사 비중이 41.0%(매체 11.4%, 광고물제작 29.6%) 및 59.0%로 해외 비중이 상대적으로 높으며 이는 글로벌 및 국내 경기 회복에 기인

- '10년에 이어 '11년에도 경기상승세가(GDP 성장률 전기대비 '11년 1분기 1.3%, 2분기 0.9%, 3분기 0.7%, 4분기 0.8%) 일정부분 이어지고 있으며, 해외수출 상승세가 급격한 변화없이 대기업 등의 광고수요 증가로 전이됨

에 따라 '11년 4분기 전분기대비 25.3% 상승

※ '11년 4분기 전분기대비 제일기획 26.2%, G2R 26.0% , 휘닉스컴 72.2% 상승한 반면, 오리콤 0.5%로 정체

※ 광고시장의 경우 국내의 경기상황과 함께 기업 마케팅비용 지출 및 계절 등에 따라 전통적 비·성수기 구분이 가능하며, 특히 여름상품출시 및 연말시즌 신상품 출시와 판매가 집중되는 2분기와 4분기를 성수기로 볼 수 있음

● 영화 '11년 4분기 전년동기대비 매출액은 103.5% 증가했으나, 전분기대비 -5.3% 하락

- CJ CGV는 '11년 4분기의 경우 물가상승 등 소비부진 우려와 전통적 비수기임에도 불구하고 국내 흥행작 증가로 전년동기대비 29.5% 증가했으나 전분기대비 -20.6% 하락

※ CJ CGV는 멀티플렉스 시장점유율이 '11년 42.5%로 '09년 이후 시장지배력 확대('09년 점유율 37.7%). '11년 전체 매출액 중 티켓매출 비중이 65.5%로 '11년 3분기(66.5%)에 비해 약간 하락

※ CJ E&M 영화사업부문은 '11년 총 44편(18편⁷⁾)을 배급해 36.4%(33.8%)로 업계 선두를 유지하고 있으며 이는 2위에 비해 약 14.0%p 높은 수준이며 전분기대비 점유율이 약간 상승

- 키이스트 '11년 4분기 매출액은 전년동기대비 82.9% 증가했으며, 전분기대비 90.2%로 다소 높은 상승을 보임

※ 키이스트의 '11년 전체 매출액 중 내수와 수출 비중은 각각 약 64%, 36%

● 음악 '11년 4분기 전년동기대비 매출액은 67.1% 증가했으며 전분기대비 62.3% 대폭 상승

- 전분기대비 기준 '10년 2분기 이후 상승세를 보이다가 '11년 1분기에 약간 하락한 이후 상승세를 유지하고 있으며 '11년 4분기에 이르러 대폭 상승

※ '10년 2분기에서 '11년 3분기까지 전분기대비 상승률은 각각 14.3%, 2.4%, 7.5%, -22.4%, 18.3%, 12.2%

- 에스엠 '11년 4분기 전년동기대비 매출액은 116.6% 증가했으며 전분기대비 31.3% 상승했으며, 네오위즈인터넷은 전년동기대비 0.6% 증가했으나 전분기대비 -2.1% 하락

7) 괄호는 '11년 3분기 총 영화배급 편수

※ 에스엠은 소녀시대, 샤이니, f(x) 등 소속가수들의 국내 청소년층 등 높은 인지도 및 경쟁력 확보를 통해 일본, 대만 등 아시아권의 기존 한류시장에 대한 적절한 공략과 함께 '11년 이후 프랑스 등 유럽지역으로 시장을 확대하는 등 신한류 창조를 주도적으로 추진. '11년 전체 매출구조는 음반사업 34.67%(음반/음원 25.33%, 로열티매출 9.33%)와 매니지먼트사업 65.33%로 '10년 4분기 이후 음반사업 비중이 하락세

※ 네오위즈인터넷은 1) 디지털음원 B2C 2) 디지털음원유통 B2B 3) 소셜네트워크 등의 사업으로 구성되어 있으며 '11년 9월 이후 음원유통 시장점유율의 경우 일부 등락이 있으나 하락추세를 보임

- 로엔은 '11년 4분기 전년동기대비 매출액은 26.2% 성장했으며 전분기대비 8.7% 상승

※ 로엔은 멜론서비스 등 음원유통을 기반으로 스마트폰 보급 증가 및 모바일 환경으로의 변화 등 다양화된 음원수요자들에게 부응하는 서비스 시스템 구축. '11년 현재 브랜드인지도 및 시장점유율 1위로 업계를 선도하고 있으며, '11년 12월 말 현재 매출비중은 음원제공 및 온라인음원서비스인 콘텐츠 매출이 87.8%(89.2)⁸⁾이고 제품매출 7.0%(6.0%), 상품매출 1.0%(1.0%), 기타매출 4.2%(3.8%). '11년 1분기 이후 음원매출 비중은 하락세를 보임

※ 예당은 '11년 4분기 매출액은 전년동기대비 500% 증가했으나, 전분기대비 -7.0% 하락

● 애니메이션 및 캐릭터 '11년 4분기 전년동기대비 매출액은 8.5% 성장했으며, 전분기대비 21.0% 상승

- '10년에는 전반적으로 상승세를 유지하다가 '11년 1분기 이후 등락을 보이고 있음. 매출 전체규모는 전분기대비 다소 높은 상승을 보임

- 매출액 100억이 넘는 대형 캐릭터업체 중 손오공은 '11년 4분기 전년동기대비 -0.7% 감소했으나, 전분기대비 72.8% 상승. 오로라월드는 전년동기대비 6.2% 증가했으며 전분기대비 21.7% 상승

※ 손오공의 '11년 전체 매출구조는 캐릭터부문에서는 1) 캐릭터 제작업 50.6% 2) 캐릭터상품 유통업 49.4%로 구성되어 있음. 매출의 약 98% 이상이 국내에서 발생하는 내수업체로서 캐릭터 등 일부 해외수출이 발생하고 있으나 비중은 2% 미만으로 낮은 수준

※ 오로라월드는 국내 내수시장 1위 업체로서 자체디자인연구소 구축 및 글로벌 네트워크를 활용해 국내외 시장개척 및 확대를 모색. '11년 전체 매출구조는 제품 등 상품매출 96.3%(97.8%)⁹⁾, 라이선스 수수료 0.8%(1.0%) 등으로 구성되어 있으며 수출이 매출의 90% 이상임

- 애니메이션 업체 중 대원미디어는 '11년 4분기 매출액은 전년동기대비 -21.8% 감소했으나 전분기대비 7.7% 상승

8) 괄호는 '11년 3분기 매출액 비중

9) 괄호는 '11년 3분기 매출액 비중

※ 국내 애니메이션 및 캐릭터산업의 선두기업인 대원미디어는 자체 보유 및 수입 캐릭터로 국내외 라이선싱과 머천다이징 사업 위주로 영위하고 있으며, 수출비중이 2%대로 낮은 수준. '11년 전체 매출비율의 경우 제품매출 및 상품매출 비율이 약 68:32(45:55)¹⁰⁾ 수준으로 제품매출 비중 확대 추세를 보임

10) 괄호는 '10년 전체 매출액 비중