

<표 1> '11년 2분기~'12년 2분기 콘텐츠업체(상장사) 매출액 변동

(단위 : 억원)

구분	2011년				2012년			
	2분기 (전기대비)	3분기 (전기대비)	4분기 (전기대비)	2011년 (전년대비)	1분기 (전기대비)	2분기 (전기대비)	상반기 (전년동기)	2분기 (전년동기)
게임	10,616.9 (10.2%)	10,485.9 (-1.2%)	11,396.8 (8.7%)	42,131.5 (17.0%)	11,459.8 (0.6%)	10,957.4 (-4.4%)	22,417.2 (10.7%)	3.2%
지식 정보	8,896.3 (5.3%)	9,078.4 (2.0%)	9,615.6 (5.9%)	36,038.5 (22.7%)	9,276.8 (-3.5%)	9,544.9 (2.9%)	18,821.7 (8.5%)	7.3%
출판	5,295.0 (-6.5%)	5,857.4 (10.6%)	5,207.1 (-11.1%)	22,022.5 (0.9%)	5,748.0 (10.4%)	5,086.4 (-11.5%)	10,834.4 (-1.1%)	-3.9%
방송	13,355.7 (12.7%)	13,025.0 (-2.5%)	14,842.5 (14.0%)	53,073.6 (27.9%)	13,696.3 (-7.7%)	15,114.7 (10.4%)	28,811.0 (14.3%)	13.2%
광고	5,409.9 (41.2%)	5,733.0 (6.0%)	7,181.9 (25.3%)	22,156.6 (21.5%)	5,093.0 (-29.1%)	7,417.1 (45.6%)	12,510.1 (35.4%)	37.1%
영화	2,107.0 (25.3%)	2,786.0 (32.2%)	2,638.7 (-5.3%)	9,213.5 (49.0%)	2,641.7 (0.1%)	2,263.1 (-14.3%)	4,904.8 (29.5%)	7.4%
음악	1,775.0 (18.8%)	1,713.3 (-3.5%)	2,332.6 (36.1%)	7,314.6 (21.0%)	1,889.1 (-19.0%)	1,944.9 (3.0%)	3,834.0 (17.3%)	9.6%
애니메이션/ 캐릭터	721.7 (0.9%)	681.3 (-5.6%)	824.5 (21.0%)	2,942.6 (17.7%)	600.7 (-27.1%)	793.6 (32.1%)	1,394.3 (-3.0%)	10.0%
합계	48,177.5 (11.2%)	49,360.3 (2.5%)	54,039.7 (9.5%)	194,893.4 (20.5%)	50,405.4 (-6.7%)	53,122.1 (5.4%)	103,527.5 (13.2%)	10.3%

- 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 '이퓨처'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. '아이에스플러스'는 '제이콘텐츠'와 합병으로 분석에서 제외. '큐릭스'는 '티브로드도봉강북방송'과 합병으로 '티브로드도봉강북방송'으로 분석 적용
- 5) 영화 중 '디초콜릿'은 '11년 4월 13일 상장폐지로 분석에서 제외. 'CJ E&M'은 '11년 1분기부터 영화부문 매출액을 적용
- 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 분석 적용
- 7) 애니메이션/캐릭터 중 '코코엔터프라이즈'와 '스튜디오엔'은 업종변경에 따라 분석에서 제외

## □ 2012년 2분기 매출 변화 추이

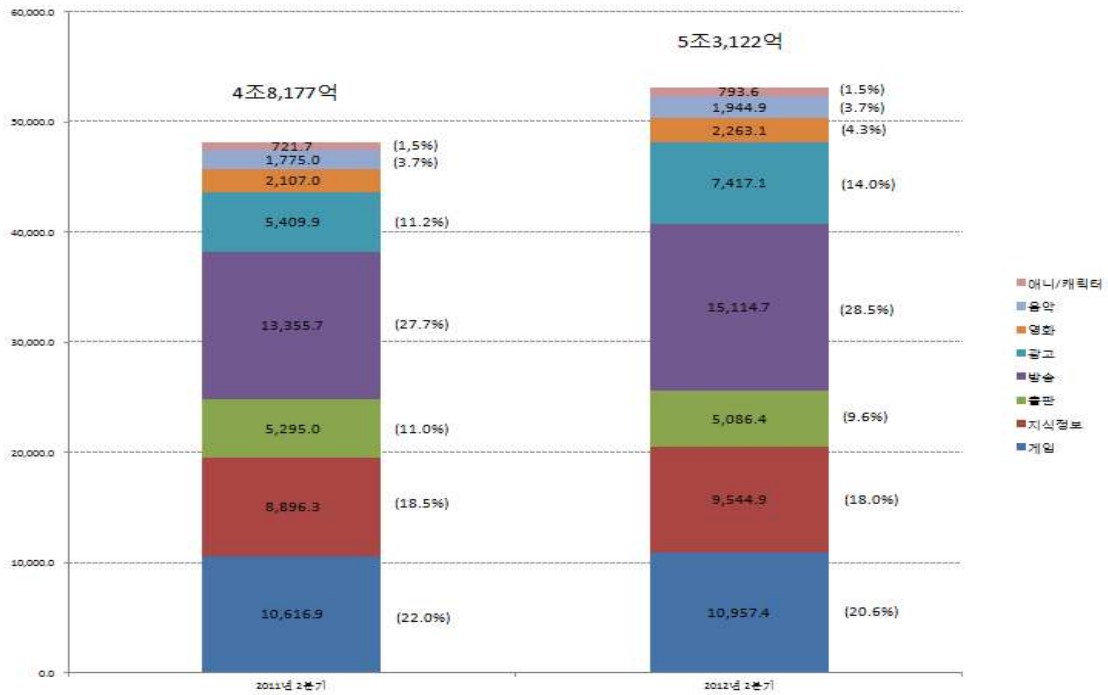
- 콘텐츠산업 관련 상장사 '12년 2분기 매출액은 약 5조 3,122억원으로 전년동기대비 10.3% 증가, 전분기대비 5.4% 상승
  - '12년 2분기 콘텐츠산업 상장사 매출액의 경우 출판을 제외한 전 분야가 전년동기대비 증가
    - ※ 방송(13.2%), 광고(37.1%), 음악(9.6%), 애니메이션/캐릭터(10.0%) 등 4개 분야의 '12년 2분기 매출액은 다른 분야에 비해 높은 전년동기대비 증가를 보임
    - ※ 게임(3.2%), 지식정보(7.3%), 영화(7.4%) 등 3개 부문은 '12년 2분기 전체 매출액 성장을 대비 비교적 낮은 전년동기대비 성장을 보임
    - ※ 출판의 '12년 2분기 매출액은 전년동기대비 3.9% 감소
    - ※ '12년 2분기 전체 매출액 대비 비중 측면을 보면 게임(20.6%), 지식정보(18.0%), 방송(28.5%), 광고(14.0%) 등 상위 4개 분야<sup>1)</sup>는 81.1%(79.4%)<sup>2)</sup>로 '11년 1분기 대비 0.7%p 증가
    - ※ 광고는 '11년 4분기 이후 지속적으로 전년동기대비 비중 증대했으나, 게임, 지식정보, 출판 등 3개 분야는 '12년 2분기 전년동기대비 비중 감소
  - 콘텐츠산업 상장사 전체 매출액은 '10년 1분기 이후 상승세를 나타내다가, '11년 1분기 및 '12년 1분기의 전분기대비 다소 하락을 제외하고 전반적으로 상승세를 유지
  - 지식정보, 방송, 광고, 음악, 애니메이션/캐릭터의 '12년 2분기 매출액은 전분기대비 각각 2.9%, 10.4%, 45.6%, 3.0%, 32.1% 상승
    - ※ 게임, 출판, 영화의 '12년 2분기 매출액은 전분기대비 각각 4.4%, 11.5%, 14.3% 하락

1) 2012년 1분기까지 매출액 비중 상위업체가 출판이 포함되었으나, 2012년 2분기에는 광고로 대체

2) 2011년 2분기 비중

<그림 1> '11년 2분기 vs '12년 2분기 콘텐츠업체(상장사) 매출액 누적

(단위: 억원)



\* NHN은 게임 및 인터넷포털에 중복 편입

● 게임 '12년 2분기 매출액은 약 1조 957억원으로 전년동기대비 3.2% 증가했으며 전분기대비 4.4% 하락

- '10년의 4개 분기 동안 상승 및 하락을 반복하다가 '11년 1분기 이후 상승세를 보였으나 '12년 2분기 들어 전분기대비 하락으로 전환

※ '09년 미국발 금융위기 이후 '10년에 이어 '11년에도 경기 상승이 상반기까지 이어졌으나 하반기 이후 유럽재정위기 등 대외 충격에 따라 국내 경기의 불확실성이 증폭되는 상황. '12년에 들어서도 이러한 경향이 이어질 것으로 예상되는 가운데 향후 거시경제적 측면에서 게임산업의 국내 실적 호조에는 부정적 영향 전망. 이럼에도 불구하고 1) 완성도 등 경쟁력이 확보된 국내게임 지속 출시 등을 통한 중국 등 해외수출 등의 호조여부 2) 게임수요 인프라 변화에 따른 스마트게임 선전여부 등이 매출액 등 실적 호조를 결정할 것으로 예상

※ 온라인게임은 투입비용 대비 효율적이면서 연령층을 불문하고 접근 가능해 다양한 소비층이 형성되는 등 대중성이 높아 경기 하강에 따른 매출감소 충격이 다른 분야에 비해 낮으며, 특히 온라인게임은 어린이, 청소년 등 학생층의 여름·겨울 방학시즌의 경우 온라인게임 이용수수가 높아 3분기와 4분기, 1분기가 계절적 성수기, 2분기는 야외활동이 활발해져 계절적 비수기

- 대형업체<sup>3)</sup>들의 경우 '11년 1분기 이후 일부업체의 매출액 증가를 주도하였으나 '12년 2분기 들어 다소 주춤하는 상황. 그럼에도 수출을 중심으로 국내 매출의 부진을 만회하는 경향
- 네오위즈게임즈는 수출의 경우 기존 중국 등 아시아권에서 퍼블리싱한 FPS 게임 등의 수요 열기가 식지 않고 유럽지역 등 시장 다변화로 '12년 2분기 부진을 수출 증대로 만회, '12년 2분기 매출액은 전년동기대비 0.3% 증가
  - ※ 네오위즈게임즈는 매출의 급증세가 '12년 2분기에는 다소 주춤하는 상황이나 '10년부터 실적호조가 이어지고 있으며, 이는 국내부문 보다는 해외수출액 증가에 기인. '12년 2분기 수출액은 전년동기대비 19.5% 증가. 특히 중국에서 서비스 되고 있는 FPS 장르의 '크로스파이어'가 '12년 3월 현재 동시 접속자수가 350만명을 이르는 등 '11년에 이어 중국 시장에서의 호조가 지속되는 상황이며 이외 신규 론칭 FPS 게임인 A.V.A의 중국을 포함한 40여 개국 해외시장 진출을 통한 실적 확대. '12년 2분기 매출액 대비 수출비중은 약 48.0%
- NHN은 '11년 1분기 이후 두 자릿수 성장세가 '12년 들어서도 다소 감소하는 경향을 보이고 있으나 성장세를 지속하고 있으며 '12년 2분기 매출액<sup>4)</sup>은 전년동기대비 9.8% 증가
- 위메이드엔터테인먼트는 '11년 1분기 이후 성장에 있어 등락을 보이고 있으며 '12년 2분기 매출액은 전년동기대비 4.7% 감소
- 엔씨소프트는 '10년 4분기부터 '11년 1분기까지 다소 낮은 매출액 증가세에서 '11년 2분기 이후 호조세를 보였으나 '12년 1분기부터 성장세가 주춤. '12년 2분기 매출액은 전년동기대비 16.8% 감소. 액토즈소프트는 '10년 1분기 이후 매출액 감소세가 이어지다가 '11년 3분기부터 일부 호전을 보였으나 '12년 2분기 매출액은 전년동기대비 22.9% 다소 큰 폭으로 감소
  - ※ 엔씨소프트의 온라인게임인 블레이드앤소울 '12년 2분기 말 현재 점유율이 13.85%를 기록했으며, MMORPG 게임인 블레이드앤소울, 리니지, 리니지2, 아이온의 점유율을 합산할 경우 약 22.85%로 '11년 4분기 19.16%, '11년 3분기 21.31% 등 점유율 하락세가 신작출시로 '12년 2분기 들어 점유율이 증대되는 상황. '12년 2분기 이후 신작게임 론칭에 따른 매출액 등 실적호조 여부는 1) '디아블로3' 등 해외 경쟁작에 대한 국내 시장 대응 2) 신작의 중국

3) 대형업체 : 각 분기별 매출액이 200억원 이상으로 정의하고 총 6개 업체(NHN, 엔씨소프트, 네오위즈게임즈, 액토즈소프트, 위메이드엔터테인먼트, CJ E&M)임

4) 2012년 상반기 전체 매출액 중 온라인 게임 비중은 26.4%로 규모는 3,041억원으로 2012년 1분기의 비중 28.5%에 약간 하락했으며 2011년(29.8%) 이후 온라인게임 비중 하락 추세

등 해외시장 선전이 영향을 미칠 것으로 예상

- 향후 대형업체들의 인수합병 등에 따라 일정부문 해외시장 개척 등 시장활성화에 긍정적인 것으로 예상되나, 일부 업체의 시장집중에 대한 다각적인 검토 필요
- 중소 게임업체들의 매출액은 '11년 1분기부터 국내외 게임수요에 부응하는 흥행작에 따라 업체별 실적 차이가 나타나고 있으며 특히 스마트기기 보급 확대로 온라인에 비해 모바일 등 스마트게임이 전반적인 매출 증가에 영향을 미침. 향후 유럽재정위기와 이에 따른 해외 게임수요 국가들의 경기회복 불확실성이 국내 내수 시장 성장 정체에 영향을 미칠 것으로 예상되나, 경쟁력 및 완성도가 확보된 스마트게임을 중심으로 해외 시장 선전이 전망됨
  - ※ 컴투스, 제이씨엔터테인먼트, 게임빌 등 3개 업체는 자체 개발 및 론칭한 스마트게임의 실적호조에 따라 '12년 2분기 전년동기대비 158.0%, 100.9%, 55.1% 증가

● 지식정보 '12년 2분기 매출액은 약 9,544억원으로 전년동기대비 7.3% 성장했으며 전분기대비 2.9% 상승

- 지식정보 매출액은 '10년 1분기 이후 전분기대비 상승세가 '12년 1분기에 약간 하락한 것을 제외하고 전반적으로 이어가는 상황
- NHN은 지식정보 상장사에서 전체 매출액 중 가장 높은 비중을 나타내고 있으며 '12년 2분기 전년동기대비 9.8% 증가했으나 전분기대비 0.2% 하락해 매출액 정체
  - ※ NHN은 인터넷 검색 등 온라인 시장분야에서의 강점을 바탕으로 기존 내수 시장을 넘어 일본 등 해외시장개발 추진과 함께 신규 사업영역인 모바일 분야의 경쟁력 확보에 집중
- 다음커뮤니케이션의 '12년 2분기 매출액은 전년동기대비 12.7% 증가했으며 전분기대비 5.8% 상승. SK커뮤니케이션즈 및 KTH '12년 2분기 매출액은 전년동기대비 19.0%, 0.7% 감소했으나 전분기대비 2.5%, 2.0% 약간 상승해 '11년 1분기부터의 매출액 감소세가 '12년 2분기 들어 약간 회복
  - ※ 다음커뮤니케이션의 '12년 상반기 매출액 비중은 검색광고 41.3%(43.1%)<sup>5)</sup>, 디스플레이광고 49.4%(47.0%), 게임 7.6%(8.1%), 거래형서비스 1.6%(1.8%) 등으로 구성. 전반적으

5) 괄호는 2012년 1분기 매출액 비중

로 스마트기기 보급 등 수요패턴의 변화로 유무선인터넷을 융합한 커뮤니티, 이메일, 뉴스 및 N스크린, 게임, 로컬광고 등 신규사업 추진. 향후 대내외 경기 리스크 저감이 가시화 될 경우, 검색광고 등 내수부문을 중심으로 매출액 증대 전망

※ SK커뮤니케이션즈의 커뮤니티 서비스인 싸이월드는 '12년 2분기 말 현재 누적가입자수 2,600만명 및 순이용자수 1,624만명으로 SNS 시장 선두. 네이트온의 시장점유율은 72.4%(70.9%)<sup>6)</sup>로 국내 메신저서비스 1위이나 '11년 2분기 이후 점유율 하락 지속. 12년 상반기 전체 매출액 비중은 광고(디스플레이, 검색) 74.7%, 콘텐츠 외 기타 25.3% 등으로 '11년 4분기 이후 광고 비중 증가세. 향후 싸이월드 등 기존 성공모델의 활성화 및 스마트기기에 특화된 SNS 등 모바일 서비스 등의 선전여부가 매출액 증대에 영향 전망

※ KTH는 아임IN 등 모바일인터넷 서비스와 N-Screen인 Playy 등 유무선 융합 서비스 등을 통해 스마트기기 보급 확대에 따른 급부상하고 있는 모바일 인터넷 시장에서의 시장지배력 증대를 위한 사업다각화 추진

- 크레듀의 '12년 2분기 매출액은 전년동기대비 27.6% 증가했으며 전분기대비 26.8% 상승. YBM시사닷컴, 메가스터디의 '12년 2분기 매출액은 전년동기대비 각각 5.4%, 13.1% 감소

※ 메가스터디는 온라인 교육서비스가 주요 수익모델이며 국내 교육시장의 특성상 경기변화에 따른 변동이 적음. 세부적으로 중고교생 대상 온라인 강의, 온라인 도서 등 자체 보유 온라인 분야 및 오프라인 학원 등의 인프라 등을 통한 시너지 효과 달성. 향후 초등 및 전문대 등 신규 수요계층 대상 온라인 교육시장 확대. 참고서 출판 등 오프라인 시장에 있어 베트남 등 해외시장 등 사업 분야 다각화 추진. '12년 상반기 전체 매출구조 중 온라인강의 48.0%, 학원강의 39.5%

- 골프존의 '12년 2분기 매출액은 전년동기대비 33.3% 증가했으며 전분기대비 28.4% 상승

● 출판 '12년 2분기 매출액은 약 5,086억원으로 전년동기대비 3.9% 감소했으며, 전분기대비 11.5% 하락

- '10년 1분기부터 4분기까지 하락세가 '11년 1분기부터 매출액 등락을 보이고 있으며 '12년 2분기 들어 다소 큰 폭 하락

- 대교는 학습지 및 교육서비스 출판 선두업체로서 '12년 2분기 매출액은 전년동기대비 1.2% 정체적으로 증가했으나, 웅진씽크빅은 전년동기대비

6) 괄호는 2012년 1분기 시장점유율

11.5% 감소했으며 '12년 1분기의 증가를 제외하고 '11년 3분기 이후 감소  
세 지속

※ 대교는 '12년 상반기 전체 매출액 중 학습지 비중이 87.0% 및 온라인도서유통 등 기타부분  
이 13.0%, 전체매출액 비중에서 내수가 약 99% 이상. 향후 스마트기기 보급 확대 등 시장  
변화에 능동적으로 대처하기 위한 '스마트러닝' 등 신규 사업과 함께 다양한 교육 수요를  
대비한 온라인서적, 미디어사업, 교육컨설팅 등 추진

- 삼성출판사는 출판물 제작업체로서 '12년 2분기 매출액은 전년동기대비  
2.5% 감소. 유통업체인 예스24는 전년동기대비 4.9% 감소

※ 삼성출판사는 서점, 할인점, 홈쇼핑, 인터넷서점, 학원, 유치원, 자사쇼핑몰 등 기존 확보된  
오프라인 및 온라인 유통채널을 통해 유아동시장, 여성취미실용시장 등 일부 긍정적 성과가  
나타나고 있으나, 시장패러다임 변화에 따른 도서출판 시장침체로 성장 정체 및 감소. 향후  
태블릿PC 등의 디바이스에 기반한 e-book 등 디지털콘텐츠 시장의 효과적인 진입 성공 여  
부가 안정적 성장 관건 전망. 12년 상반기 전체 매출액 중 단행본류 및 교재류 출판비중은  
각각 61.7%, 15.1%이며 휴게소 상품 비중은 약 18.4%

※ 예스24는 도서 유통분야에서 40%의 시장점유율을 보이고 있으며, 스마트폰 등 스마트 디바  
이스 이용확대에 따른 신성장동력분야인 e-book, e-learning 등 디지털콘텐츠 개발·판매  
및 티켓에매 등의 분야 투자확대. '12년 상반기 전체 매출 구조는 상품매출 96.8%(97.2  
%)<sup>7)</sup>, 수수료매출 0.8%(0.7%), 광고매출 1.8%(1.7%), 기타매출 0.6%(0.4%)

- 출판 전체 상장사의 '12년 2분기 매출액은 전분기대비 하락했으며, 예스24,  
능률교육, 예림당, 이퓨처 등 4개 업체는 각각 26.4%, 35.6%, 39.8%,  
48.2% 큰 폭 하락

※ 능률교육은 초중고 및 성인용 전 연령층 대상 영어학습교재전문 출판사로서 '12년 상반기  
매출액 중 전년동기대비 제품매출 3.4% 감소, 상품매출 577.8% 증가, 저작권매출 15.8%  
감소 인터넷매출 7.0% 감소, 기타매출 40.2% 증가. 주요제품 및 서비스 비중은 출판사업  
70.5%(75.8%)<sup>8)</sup>, 이러닝사업 10.2%(10.1%), 기타 19.3%(14.1%)

● 방송 '12년 2분기 매출액은 약 1조 5,114억원으로 전년동기대비 13.2% 증가했으며,  
전분기대비 10.4% 상승

- SBS는 민영지상파 방송사로서 '12년 2분기 매출액은 전년동기대비 11.9%  
증가했으며 전분기대비 69.8% 상승. 티브로드한빛방송은 종합유선방송사업

7) 괄호는 2012년 1분기 매출액 비중

8) 괄호는 2011년 1분기 매출액 비중

자이며 '12년 2분기 매출액은 전년동기대비 4.7% 증가했으며 전분기대비 0.1% 정체. CJ E&M 방송부문은 '12년 2분기 전년동기대비 19.4% 증가했으며 전분기대비 28.8% 상승해 '12년 들어 성장세 지속

※ SBS콘텐츠허브는 '12년 2분기 매출액은 전년동기대비 13.7% 증가했으며 전분기대비 38.9% 상승

※ SBS 등 민영지상파 방송사는 계절 및 경기 등 전통적인 요인의 연계성이 높은 기업광고가 주 수익원. '10년부터 이어진 경기상승이 '12년 1분기 들어 대외 불확실성에 따른 국내경기 위축 우려에도 전통적 성수기로 매출액 다소 성장. 종합유선방송사업은 월정액 시청료 등 광고수익 외 고정적 수입으로 경기변동에 상대적으로 덜 민감하며, 종합편성채널에 따른 시장 충격이 예상보다 낮아 실적 호전에 일부 기여

- 방송영상물독립제작사 중 초록뱀미디어의 '12년 2분기 매출액은 전년동기대비 7,181.3% 성장했으며 전분기대비 7.3% 상승. 팬엔터테인먼트는 '12년 2분기 전년동기대비 11.0% 감소했으며 전분기대비 14.7% 하락. 삼화네트웍스는 전년동기대비 91.9% 감소했으며 전분기대비 90.1% 큰 폭 하락

※ 독립제작사 초록뱀미디어는 '11년에 제작한 KBS '오작교 형제들', MBC '하이킥! 짧은 다리의 역습', SBS 'K-POP 스타', MBN '전국 퀴즈 선수권대회'와 '12년 상반기에 방영된 tvN '인현왕후의 왕자', MBC '스탠바이' 등 드라마 및 교양물 등을 통해 자체 역량 확대 및 수익성 제고. 향후 다매체, 다채널로 완성도 높은 고품질 방송콘텐츠의 국내외 수요 증가에 따라 매출액 증대 전망

- 방송채널사용사업자 중 CJ 오쇼핑의 '12년 2분기 매출액은 전년동기대비 18.8% 성장했으며 전분기대비 8.2% 상승, GS 홈쇼핑은 '12년 2분기 전년동기대비 매출액이 11.4% 증가했으나 전분기대비 7.5% 하락

※ '09년 1분기에서 '12년 1분기의 매출액 시계열을 보면 2분기 및 4분기가 전분기대비 상승세를 나타내고 있으며 이는 전통적 성·비수기로 구분 가능하며 '12년 2분기는 전분기대비 다소 상승

● 광고 '12년 2분기 매출액은 약 7,417억원으로 전년동기대비 37.1% 성장했으며 전분기대비 45.6% 상승

- 광고는 '11년 2분기부터 이어진 유럽재정위기 등 대외 불안요인에도 불구하고 일부 대기업을 중심으로 실적호조가 이어지고, 방송 매출액과 연계성이 높고 탄력적인 종합편성채널 개국 등 광고수요가 일부 대기업 계열 대형



## 광고대행사의 실적 호조에 영향

- 제일기획의 '12년 2분기 매출액이 전년동기대비 44.5%, G2R은 전년동기대비 8.7% 성장. 오리콤은 전년동기대비 8.5% 증가. 휘닉스컴은 '12년 2분기 전년동기대비 35.2% 증가

※ 제일기획은 '12년 상반기 전체 매출액에서 본사 및 연결대상 종속회사 비중이 40.1%(매체 9.3%, 광고물제작 33.8%) 및 59.9%로 상대적으로 높은 해외 비중을 보이고 있으며 이는 국내 대기업의 해외실적 호조에 기인

- '10년에 이어 '11년에도 경기상승세가(GDP 성장률 전기대비 '11년 1분기 1.3%, 2분기 0.8%, 3분기 0.8%, 4분기 0.3%, 12년 1분기 0.9%, '12년 2분기 0.4%) '12년 들어 다소 정체세를 보이고 있으나, 대기업 중심의 해외수출 증가와 이에 따른 전통적 성수기로 '12년 2분기 전분기대비 45.6% 상승

※ '12년 2분기 제일기획, G2R, 휘닉스컴, 오리콤의 매출액은 전분기대비 각각 46.2%, 38.1%, 32.1%, 64.0% 상승

※ 광고시장은 국내외 경기상황과 기업 마케팅비용 지출 및 계절 등에 따라 전통적 비·성수기를 구분할 수 있으며, 이 중 여름 상품출시 및 연말시즌 신상품 출시 및 판매가 집중되는 2분기와 4분기가 성수기

- 영화 '12년 2분기 매출액은 약 2,263억원으로 전년동기대비 7.4% 증가했으나, 전분기대비 14.3%로 다소 큰 폭 하락

- CJ CGV는 '12년 2분기의 경우 대내외 거시경제 리스크 영향에 따른 경기하락 우려에도 국내 흥행작의 지속 출현과 함께 해외 블록버스터의 선전으로 전년동기대비 20.4% 증가했으며 전분기대비 11.4% 상승

※ CJ CGV는 멀티플렉스 시장점유율이 '12년 상반기 42.5%로 '12년 1분기에 비해 약간 하락했으나(43.0%), '09년 이후 시장지배력 확대('09년 점유율 37.7%). '12년 상반기 전체 매출액 중 티켓매출 비중이 66.8%로 '12년 1분기 비중 64.8%에 비해 약간 상승

※ CJ E&M 영화사업부문은 '12년 상반기 총 22.5편을 배급해 시장점유율 21.5%로 업계 선두이며 2위와는 약 1.5%p 높은 수준이며 '12년 1분기에 비해 시장점유율 격차는 줄어들었다. '12년 2분기 매출액은 전년동기대비 43.1% 큰 폭 감소

- 키이스트의 '12년 2분기 매출액은 전년동기대비 6.6% 증가했으며, 전분기대비 12.2% 상승

※ 키이스트의 '12년 상반기 전체 매출액 중 내수와 수출 비중은 각각 약 73.2%(77.7%)<sup>9)</sup>, 26.8%(22.3%)로 '12년 1분기에 비해 내수비중 하락

● 음악 '12년 2분기 매출액은 약 1,945억원으로 전년동기대비 9.6% 증가했으며, 전분기 대비 3.0% 상승

- 매출액 전분기대비 기준 '10년 2분기 이후 상승세를 보이다가 '11년 3분기 및 '12년 1분기 등 등락이 있었지만 상승세. 이는 K팝 등의 해외인지도 제고에 따른 수요증대에 기인

※ '10년 2분기에서 '12년 1분기까지 전분기대비 각각 14.3%, 2.4%, 7.5%, -10.2%, 18.8%, -3.5%, 36.1%, -19.0%으로 등락을 보이고 있으나 상승세 유지

- SM엔터테인먼트의 '12년 2분기 매출액은 전년동기대비 52.4% 증가했으나 전분기대비 15.8% 하락. 네오위즈인터넷 매출액은 전년동기대비 10.8% 증가했으나 전분기대비 3.9% 하락

※ SM엔터테인먼트는 동방신기, 소녀시대, 샤이니, f(x) 등 소속 아이돌 및 걸그룹 가수들을 통해 국내 청소년층 등 뿐 아니라 일본, 대만 등 아시아권 지역 인지도 제고 및 한류의 새로운 지평구축. '11년 이후 프랑스 등 유럽지역으로 진출하는 등 K팝의 시장 제한성 극복 추진. '12년 상반기 매출구조는 음반사업 38.4%(음반/음원 17.7%, 로열티매출 21.7%)와 매니지먼트사업 61.2%로 '10년 4분기부터 '12년 1분기까지의 음반사업 비중 감소세가 증가로 반전

※ 네오위즈인터넷은 '12년 상반기 시장점유율은 '12년 1분기에 이어 3위이며 1) 디지털음원 B2C 2) 디지털음원유통 B2B 3) 소셜네트워크 등 사업으로 구성. 향후 일본, 베트남 등 해외시장 진출로 매출 성장 모색

- 로엔엔터테인먼트는 '12년 2분기 매출액은 전년동기대비 7.6% 증가했으며 전분기대비 4.5% 상승

※ 로엔엔터테인먼트는 브랜드인지도 및 시장점유율 1위이며 멜론서비스 등 음원유통을 기반으로 스마트폰 보급 증가 및 모바일 환경에 적합하고 다양화된 음원 수요자들에게 부응하는 서비스 시스템 구축 및 제공. 음반기획 및 창작 부문 투자확대를 통한 수익 강화. '12년 6월 말 현재 매출비중은 음원제공 및 온라인음원서비스인 콘텐츠 매출이 86.7%(89.3%)<sup>10)</sup>이고 제품매출 6.0%(4.9%), 상품매출 2.0%(1.5%), 기타매출 5.3%(4.2%). '12년 1분기에 비해 콘텐츠 매출 비중 하락

※ 예당컴퍼니의 '12년 2분기 매출액은 전년동기대비 55.4% 감소했으며, 전분기대비 61.0% 하락

9) 괄호는 2012년 1분기 매출 비중

10) 괄호는 '12년 1분기 매출액 비중

- 애니메이션 및 캐릭터 '12년 2분기 매출액은 약 793억원으로 전년동기대비 10.0% 증가했으며, 전분기대비 32.1% 상승
  - '10년 1분기에서 4분기까지의 상승세가 '11년 1분기 이후 등락을 나타냈으며 '12년 2분기는 전분기대비 다소 상승
  - 손오공 매출액은 '12년 2분기 전년동기대비 71.1% 증가했으며, 전분기대비 94.4% 상승. 오로라월드는 전년동기대비 19.7% 증가했으며, 전분기대비 55.9% 상승. 이는 '어린이날' 등 전통적으로 캐릭터 수요 증대에 기인
    - ※ 손오공의 '12년 상반기 전체 매출구조는 캐릭터 완구 및 게임 등 제품부문은 98.1%이고 애니메이션 캐릭터 로열티 등 용역부문은 1.9%로 구성. 캐릭터 등 해외수출이 일부 발생하고 있으나 '12년 1분기 이후 매출의 약 99% 이상이 국내에서 발생하는 내수업체
    - ※ 오로라월드는 국내 내수시장 1위로서 자체디자인연구소 및 글로벌 네트워크를 활용한 라이선싱과 머천다이징으로 국내외 시장 확대 추진. '12년 상반기 전체 매출구조는 제품 등 상품 매출 98.8%(97.4%)<sup>11)</sup> 기타 1.3%로 '11년 4분기 이후 상품매출 비중이 상승하고 있으며, 전체 매출액에서 수출액 비중은 83.9%
  - 대원미디어는 애니메이션 업체이며 '12년 2분기 매출액은 전년동기대비 22.8% 감소했으나 전분기대비 32.1% 상승
    - ※ 대원미디어는 국내 애니메이션 및 캐릭터산업의 선두기업 중 하나로서 자체 보유 및 수입 캐릭터를 통한 국내외 라이선싱 및 머천다이징 사업 영위. 매출액 대비 수출비중이 5%대로 낮은 수준. '12년 상반기 전체 매출액 중 제품매출 및 상품매출 비율이 약 81:19(67:33)<sup>12)</sup> 수준으로 제품매출 비중이 '11년 4분기 이후 증가 추세

## □ 2012년 상반기 매출 변화 추이

- 콘텐츠산업 관련 상장사 '12년 상반기 매출액은 약 10조 3,527억원으로 전년 동기대비 13.2% 증가
  - '12년 상반기 콘텐츠산업 상장사 매출액의 경우 출판 및 애니메이션/캐릭터를 제외한 전 분야가 전년동기대비 증가
    - ※ 방송(14.3%), 광고(35.4%), 영화(29.5%), 음악(17.3%) 등 4개 부문은 '12년 상반기 매출액의 경우 비교적 높은 전년동기대비 증가를 나타냄
    - ※ 게임(10.7%), 지식정보(8.5%) 등 2개 부문은 '12년 상반기 전체 매출액 성장률에 비해

11) 괄호는 2012년 1분기 매출액 비중

12) 괄호는 2012년 1분기 매출액 비중

낮은 전년동기대비 성장을 보임

※ 출판 및 애니메이션/캐릭터의 '12년 상반기 매출액은 전년동기대비 각각 1.1%, 3.0% 감소  
- '12년 상반기 전체 매출액 대비 비중 측면을 보면 게임(21.7%), 지식정보(18.2%), 방송(27.8%), 광고(12.1%) 등 상위 4개 분야는 79.8%(79.6%)<sup>13)</sup>로 '11년 상반기 대비 0.2%p 증가

※ 방송, 광고, 영화, 음악 등 4개 분야는 '12년 상반기 전년동기대비 비중 증대했으나, 게임, 지식정보, 출판, 애니메이션/캐릭터는 비중 감소

<표 2> '10년 상반기~'12년 상반기 콘텐츠업체(상장사) 매출액 변동

(단위 : 억원)

구분	2010년		2011년		2012년	
	2분기 (전년동기)	상반기 (전년동기)	2분기 (전년동기)	상반기 (전년동기)	2분기 (전년동기)	상반기 (전년동기)
게임	8,623.6 (32.5%)	17,360.1 (31.3%)	10,616.9 (23.1%)	20,248.8 (16.6%)	10,957.4 (3.2%)	22,417.2 (10.7%)
지식 정보	7,149.9 (44.5%)	14,059.4 (39.9%)	8,896.3 (24.4%)	17,344.5 (23.4%)	9,544.9 (7.3%)	18,821.7 (8.5%)
출판	5,425.4 (-1.6%)	11,233.5 (2.7%)	5,295.0 (-2.4%)	10,958.0 (-2.5%)	5,086.4 (-3.9%)	10,834.4 (-1.1%)
방송	10,860.2 (86.4%)	20,020.2 (81.0%)	13,355.7 (23.0%)	25,206.1 (25.9%)	15,114.7 (13.2%)	28,811.0 (14.3%)
광고	4,613.5 (195.3%)	7,978.0 (197.5%)	5,409.9 (17.3%)	9,241.7 (15.8%)	7,417.1 (37.1%)	12,510.1 (35.4%)
영화	1,312.9 (9.4%)	3,078.6 (21.4%)	2,107.0 (60.5%)	3,788.8 (23.1%)	2,263.1 (7.4%)	4,904.8 (29.5%)
음악	1,511.1 (24.1%)	2,833.7 (20.4%)	1,775.0 (18.8%)	3,268.7 (17.5%)	1,944.9 (9.6%)	3,834.0 (17.3%)
애니메이션/ 캐릭터	569.5 (12.4%)	1,124.9 (5.3%)	721.7 (26.7%)	1,436.8 (27.7%)	793.6 (10.0%)	1,394.3 (-3.0%)
합계	40,066.1 (46.9%)	77,688.4 (44.3%)	48,177.5 (20.2%)	91,493.4 (17.8%)	53,122.1 (10.3%)	103,527.5 (13.2%)

- 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). '골프존'은 '11년 2분기 자료확보 및 분석 적용
- 3) 출판 중 '예림당'은 '10년 2분기부터 자료확보 및 분석 적용. '이퓨처'는 '11년 1분기부터 자료 확보 및 분석적용
- 4) 방송 중 '올리브나인'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 '제이콘텐츠'와 합병으로 분석에서 제외. '큐릭스'는 '티브로드도봉강북방송'과 합병으로 '티브로드도봉강북방송'으로 분석 적용
- 5) 영화 중 '디초콜릿'은 '11년 4월 13일 상장폐지로 분석에서 제외. 'CJ E&M'은 '11년 1분기부터 영화부문 매출액을 적용
- 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. 'YG엔터테인먼트'는 '11년 4분기부터 자료확보 및 분석적용
- 7) 애니메이션/캐릭터 중 '코코엔터테인먼트'와 '스텝싸이언스'는 업종변경에 따라 분석에서 제외

13) 2011년 4분기 비중

<그림 2> '11년 상반기 vs '12년 상반기 콘텐츠업체(상장사) 매출액 누적

(단위 : 억원)

