

2014.09.03

Analyst 김민정 | 3777-8445 | mjkim@kbsec.co.kr

와이지엔터테인먼트 (122870) : 아티스트의 명품화

- 온라인 플랫폼 활성화로 콘텐츠 소비가 능동적으로 전환되어 기획사의 브랜드 영향력이 커짐
- 루이비통의 800억원 투자, 화장품, 패션과의 콜라보레이션을 통한 성장동력 확보
- 중국 공연의 점진적 확대 및 신인그룹 활성화로 추가 매출 창출 기대

■ 아티스트의 브랜드 효과

- 아티스트가 국내에서만 활동할 경우 실력과 외모를 갖추면 인기를 얻을 가능성이 높았지만, K팝이 해외로 확산되면서 아티스트 개인의 역량과 더불어 기획사의 브랜드가 필요해짐
- 전세계적으로 콘텐츠를 소비하는 형태가 유튜브와 같은 동영상 및 모바일로 신속하게 이전되면서 온라인을 통해 빠르고 다양한 프로모션이 가능해짐. 온라인 플랫폼 활성화로 아티스트가 해외로 직접 이동할 경우 부담되는 경제적·시간적 제반 비용이 절감되는 동시에 아티스트가 국내 활동을 하지 못하는 리스크가 해소되어 긍정적
- 이용자가 콘텐츠를 능동적으로 소비하면서 콘텐츠에도 브랜드 효과가 발생. '빅뱅'과 '싸이'를 통해 와이지엔터테인먼트 채널을 접하게 된 해외 이용자들은 능동적으로 와이지엔터 소속 아티스트의 음악을 소비하게 됨. 이에 따라 특별한 프로모션 진행 없이도 신인그룹 '위너'가 이미 일본과 중국에서 인지도와 인기를 얻는 이색적인 현상이 발생. 더불어 이미 인기를 얻은 '빅뱅' 콘서트에 신인그룹이 출연하는 크로스 프로모션으로 선순환 구축

■ 패션·뷰티 산업과의 콜라보레이션을 통한 성장동력 확보

- 와이지엔터 소속의 아티스트 강점은 개개인의 개성과 패션으로 명품, 의류, 화장품 업체와 콜라보레이션을 통해 콘텐츠 활용을 극대화할 전망
- 주요 제휴 활동은 1) 루이비통의 800억원 수준의 투자로 2대 주주 등극 예정, 2) 코스온 연구·제조 기술과 중국 향약그룹의 유통망을 결합한 화장품 사업 추진, 3) 에버랜드와 합작한 의류브랜드 '노나곤' 론칭
- '지드래곤'이 즐겨 착용했던 MCM 브랜드는 중국인 매출 비중이 60%에 육박하여 스타 마케팅의 성공 가능성을 보여줌

■ 중국 진출 및 신인 아티스트 활동 확대

- YG패밀리 콘서트 지난 4~5월 일본 돐 공연에 이어 8/30일 중국 상해에서 개최하여 3.5만명의 관객을 확보. 중국의 수익 창출 방식은 일본과 달리 RS (Revenue Share: 수익배분)이 아닌 MG (Minimum Guarantee: 최소수입보장)이기 때문에 수익 규모가 크지는 않지만, 공연 횟수가 증가하면 MG 방식이 반드시 부정적인 것은 아님
- 와이지엔터의 중국 공연은 지난해 '지드래곤'의 상해 공연이 이어 두 번째 공연이며, 현지 공연업체와의 네트워크 확보 및 중국 팬층 확보로 점진적으로 중국 공연이 확대될 가능성 높음
- 신인 그룹 '위너' 데뷔와 더불어 '위너B팀'은 새로운 멤버 3명과 함께 9/11일부터 'MIX & MATCH' 프로그램을 통해 배틀 형식으로 데뷔할 예정. 새로운 그룹명은 'iKON (아이콘)'으로 와이지엔터의 신인그룹이 평균적으로 4년마다 데뷔하는 것에 비해 신인그룹 데뷔 간격이 상당히 짧아져 아티스트 라인업 확대에 따른 추가 매출 창출을 기대

Compliance Notice

- 본 자료에 게재된 내용들은 본인의 의견을 정확하게 반영하고 있으며, 외부의 부당한 압력이나 간섭 없이 작성되었음을 확인합니다.
- 발간일 현재 동 자료의 조사분석담당자는 조사 분석 대상 법인의 주식관련 금융투자상품 및 권리를 보유하고 있지 않습니다.
- 본 자료는 기관투자자 및 제3자에게 사전 제공된 사실이 없습니다.
- 본 조사분석자료를 작성한 김민정 애널리스트는 YG엔터테인먼트에서 주관한 행사(2014년 8월 30일)에 참석하여 교통 및 숙박관련 편익을 제공 받았음을 고지합니다.
- 본 자료는 투자자의 투자를 권유할 목적으로 작성된 것이 아니라, 투자자의 투자판단에 참고가 되는 정보제공을 목적으로 작성된 참고 자료입니다.
- 본 저작물은 KB투자증권(주)가 저작권을 보유하고 있으며, 저작권자의 허락 없이는 이를 무단전재, 재배포 또는 판매할 수 없습니다.