

IBKS Spot Comment

미디어/엔터테인먼트

박용희

02) 6915-5651

yhporea2005@ibks.com

[미디어/엔터]

빅히트엔터테인먼트, 주식시장과 BTS의 만남

빅히트엔터테인먼트 상장은 10월 15일 예정

i) 주요 일정으로는 1)증권신고서 제출(9월 2일), 2)수요예측일 9월 24~25일, 3)청약예정일 10월 5~6일, 4)상장예정일 10월 15일로 발표. 상장예정주식수는 33,846,192주이고, 3개월~1년간 보호예수 물량은 70.3%. 공모주식수 713만주(공모예정금액은 7.5~9.6천억원, 기준 시가총액은 3.5~4.6조원)

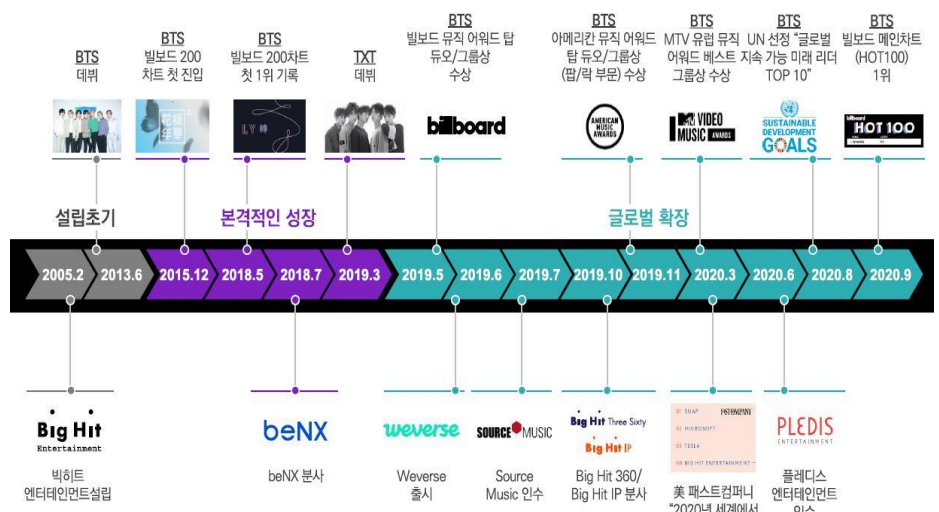
ii) 상반기 실적은 매출 2,940억원(-8% YoY), 영업이익 498억원(-4% YoY). 앨범/MD/콘텐츠 판매는 양호했으나, 코로나19영향으로 공연 매출 감소로 소폭 부진

iii) 향후 성장 전략은 팬덤비즈니스. 1)IP 확장 및 음악 콘텐츠 제작 확대, 2)다양한 제품과 서비스제공을 통한 수익 다각화, 3)자체플랫폼(weverse)을 통한 수익 극대화

아이돌 그리고 팬덤비즈니스

동사의 비즈니스는 단순한 연예기획사가 아닌 플랫폼을 지향하고 있는 상황. 플랫폼의 근간은 아직까지 일반 사용자가 아닌, 아이돌의 팬덤. 만일 BTS/세븐틴 등의 팬덤이 아닌, 플랫폼(weverse)으로서의 매력이 더 크게 부각된다면, 비즈니스의 가치는 더 커질 여력이 있음. 그러나, 연예기획사로서의 팬덤에 그친다면 실적은 내년이 피크일 가능성이 높음. 하지만, BTS의 글로벌 팬덤 및 우호적인 IPO 시장을 감안하면, 성공적인 주식시장으로의 안착은 가능할 전망

그림 1. 빅히트엔터테인먼트 회사 연혁



자료: 빅히트엔터테인먼트, IBK투자증권

www.ibks.com

본 조사분석자료는 당사 리서치본부에서 신뢰할 만한 자료 및 정보를 바탕으로 작성한 것이나 당사는 그 정확성이나 완전성을 보장할 수 없으며, 과거의 자료를 기초로 한 투자참고 자료로서 향후 주가 움직임은 과거의 패턴과 다를 수 있습니다. 고객께서는 자신의 판단과 책임 하에 최종 선택이나 투자시기에 대해 최종 결정하시기 바라며, 본 자료는 어떠한 경우에도 고객의 증권투자 결과에 대한 법적 책임소재의 증빙자료로 사용될 수 없습니다.

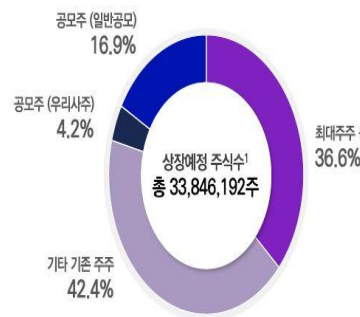
그림 2. 빅히트엔터테인먼트, 공모 개요 및 공모 일정

공모 개요		공모 일정	
공모주식수	7,130,000주	증권신고서 제출일	2020년 9월 2일 (수)
공모예정가	105,000원~135,000원	수요 예측일	2020년 9월 24일 (목) ~ 9월 25일 (금)
액면가	500원	청약 예정일	2020년 10월 5일 (월) ~ 10월 6일 (화)
총 공모예정금액	7,487억 원 ~ 9,626억 원	상장 예정일	2020년 10월 15일
상장예정주식수	33,846,192주		
기준시가총액 (예정)	3조 5,539억 원 ~ 4조 5,692억 원		
대표주관사	NH투자증권, 한국투자증권, J.P. Morgan		

자료: 빅히트엔터테인먼트, IBK투자증권

그림 3. 빅히트엔터테인먼트, 공모 후 주주구성

공모 후 주주구성

보호예수사항¹

구분		주식수 (주)	비중	기간
최대주주	방시혁	12,377,337	36.6%	6개월
기존주주	넷마블(주) 등 주요 주주	7,566,254	22.3%	6개월
	스틱스페셜시추에이션 사모투자합자회사	2,424,016	7.2%	3개월
공모주주	우리사주조합	1,426,000	4.2%	1년
유통제한물량		23,793,617	70.3%	

자료: 빅히트엔터테인먼트, IBK투자증권

그림 4. 빅히트엔터테인먼트, 상반기 사업부문별 실적 현황

사업별 매출 비중 (adj, 단위: 십억원)		비고		Revenue YoY (adj, 공연 제외)	Revenue YoY (adj, 공연 포함)
앨범	74 (23%) → 133 (45%) +79%	■ 2020년 상반기 앨범 690만장 판매, 2019년 상반기 판매 실적인 511만장 대비 약 34% 성장		3,284억원 (2,925+359) (1H 2020)	3,299억원 (2,940+359) (1H 2020)
MD 및 라이선싱	72 (22%) → 126 (90+36) (31%) +25%	■ Weverse 플랫폼 매출이 전체 MD매출의 70% 차지 ■ 삼성, 스타벅스, 베스킨라빈스 등 글로벌 브랜드와의 콜라보 ■ 6월 방방콘 관련 MD상품 판매를 통해 359억원의 선수수익 발생		1,886억원 (1H 2019)	3,201억원 (1H 2019)
콘텐츠	26 (8%) → 35 (12%) +38%	■ 방방콘(유료 라이브 스트리밍)을 포함하여 2020년 상반기에 판매된 앨범 및 라이브스트리밍 이벤트 수 증가로 콘텐츠 수량과 수익 증대			
기타 ¹	16 (5%) → 34 (12%) +106%	■ 2020년 상반기 방탄소년단 및 투모로우바이투게더 광고 횟수는 10회로, 2019년 상반기 6회 대비 67% 증가			
공연	132 (41%) → 2 (1%) -99%	■ 연초부터 현재까지 기획된 모든 오프라인 공연계획 재조정			
19 1H		20 1H			

자료: 빅히트엔터테인먼트, IBK투자증권