

하이브 (352820)

애니모카 브랜드로 엇본 하이브의 NFT 가능성과 방법론

NFT는 팬덤 활동에 대한 보상과 디지털 재산권의 인정

NFT는 팬덤의 생태계 및 적극성을 확대시키는 수단으로써 활용되는 것이 바람직하다. 활동에 대한 보상으로 NFT(혹은 디지털 포토 카드 등)의 디지털 소유권을 인정하고, 아티스트와 팬덤이 함께 건강한 커뮤니티의 가치를 만들어 낸다면, 확장된 생태계의 수수료를 통해 수익화가 진행될 것이다.

애니모카 브랜드가 P2E 게임을 투자하는 이유

애니모카 브랜드는 게임(32%), 디파이(15%), 마켓플레이스(13%) 등 130개 이상의 NFT 및 블록체인 관련 프로젝트에 투자하고 있으며, 대표적으로는 엑시 인피니티, 샌드박스, 오픈씨 등이 있다. 중앙화된 플랫폼에서 데이터가 중앙화된 Web 2.0 시대와는 달리 탈 중앙화 된 블록체인을 기반으로 모든 참여자가 보상을 받는 Web 3.0 시대를 열기 위해 유저들을 빠르게 많이 유입시킬 수 있는 P2E(Play 2 Earn) 게임들에 많은 투자가 집중되고 있다. 열린 메타버스를 통해 디지털 자산에 대한 소유권을 인정하고, 보상을 통해 참여한 커뮤니티의 가치는 코인/토큰 등을 통해 확인되며, 가치를 위해 능동적으로 참여하는 민주주의를 실현하는 것이다.

하이브의 NFT 사업 가능성과 방법론

BTS가 있는 곳이 아미가 있는 곳이며, 팬덤의 적극성/접근성에 따라 유튜브(6천만명), 인스타그램(5.8천만명), 위버스(1.4천만명) 등 다양한 플랫폼에서 모인다. 그렇기에 IP의 가치가 플랫폼의 가치이며, BTS가 P2E 게임의 역할을 대신 하기에 하이브의 NFT 사업 접근성은 훨씬 더 수월하다. 팬덤 활동에 대한 보상으로 제공하는 NFT의 방법론은 가장 적극성을 띄는 팬클럽에서 위버스, 그리고 NFT 거래소까지 드랍이 순차적이고 확률적으로 확대된다면 커뮤니티 확장에 따른 NFT의 자산 가격 상승으로 이어질 것이다. 이에 따라 팬덤의 적극성은 단순 유튜브 구독에서 위버스 및 팬클럽 가입으로 상향될 것이고, NFT 거래소의 트래픽 상승은 곧 타 아티스트들의 유입으로 이어질 것이다. 그리고, 이와 연결(혹은 호환)되는 다양한 게임/메타버스/디파이 기능들이 선순환을 만들어 갈 것이다.

기업분석(Report)

BUY

| TP(12M): 430,000원 | CP(12월23일): 341,000원

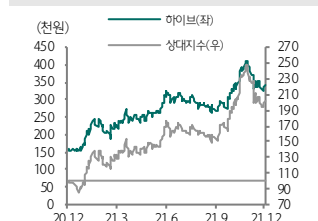
Key Data

KOSPI 지수 (pt)	2,998.17
52주 최고/최저(원)	414,000/51,470
시가총액(십억원)	14,101.5
시가총액비중(%)	0.64
발행주식수(천주)	41,353.4
60일 평균 거래량(천주)	358.9
60일 평균 거래대금(십억원)	124.5
21년 배당금(예상, 원)	0
21년 배당수익률(예상, %)	0.00
외국인지분율(%)	16.55
주요주주 지분율(%)	
방시역 외 9인	33.12
넷마블	18.21
주가상승률	1M 6M 12M
절대	(13.1) 6.1 125.1
상대	(13.1) 15.9 107.2

Consensus Data

	2021	2022
매출액(십억원)	1,198.5	1,963.7
영업이익(십억원)	196.5	385.6
순이익(십억원)	143.7	282.2
EPS(원)	3,795	6,635
BPS(원)	45,936	52,504

Stock Price



Financial Data

투자지표	단위	2019	2020	2021F	2022F	2023F
매출액	십억원	587.2	796.3	1,206.1	1,948.8	2,245.8
영업이익	십억원	98.7	145.5	204.7	360.7	449.0
세전이익	십억원	98.5	126.2	206.0	372.5	479.2
순이익	십억원	73.8	85.7	145.9	258.3	332.4
EPS	원	2,574	2,811	3,869	6,615	8,511
증감율	%	흑전	9.21	37.64	70.97	28.66
PER	배	0.00	56.35	88.14	51.55	40.07
PBR	배	0.00	4.78	9.93	8.33	6.89
EV/EBITDA	배	(1.40)	27.06	44.97	26.59	21.66
ROE	%	56.47	12.52	11.50	17.57	18.82
BPS	원	6,046	33,159	34,345	40,960	49,471
DPS	원	0	0	0	0	0



Analyst 이기훈
02-3771-7722
sacredkh@hanafn.com

RA 황지원
02-3771-7784
jiwon.hwang@hanafn.com

Summary

애니모카 브랜드로 엮은 하이브 NFT 사업의 가능성과 방법론

애니모카 브랜드는 게임(32%), 디파이(15%), 마켓플레이스(13%) 등 130개 이상의 NFT 및 블록체인 관련 프로젝트에 투자하고 있다. 탈 중앙화 된 블록체인을 기반으로 모든 참여자가 보상 받는 Web 3.0 시대를 열기 위해 유저들을 빠르게 많이 유입시킬 수 있는 P2E(Play 2 Earn) 게임들에 투자가 집중되고 있다. 열린 메타버스를 통해 디지털 자산의 소유권을 인정하고, 보상을 통해 참여한 커뮤니티의 가치는 코인/토큰 등을 통해 확인되며, 가치를 위해 능동적으로 참여하는 민주주의를 실현하는 것이다.

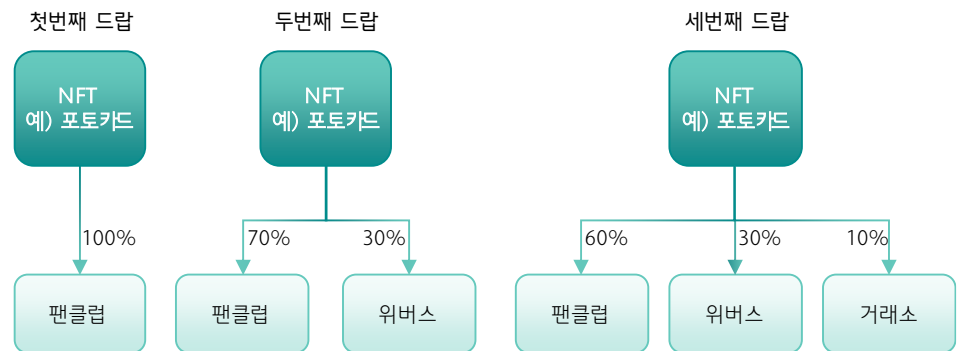
이런 관점에서 접근해보면 하이브의 NFT 사업 접근성은 용이하다. 하이브는 BTS만으로 유튜브(6천만명), 인스타그램(5천만명), 위버스(1.4천만명) 등 팬덤의 접근성에 따라 다양한 플랫폼에서 아미가 모이기 때문이다. 팬덤 활동에 대한 보상을 NFT로 발행하고 NFT거래소에서 가격으로 증명하게 될 것이다. 활동에 대한 보상인 NFT의 소유권을 인정해주고 아티스트와 팬이 함께 건강한 커뮤니티의 가치를 만들어 간다면 자산 가격의 상승을 통해 커뮤니티에 참여하는 생태계가 확장될 것이다.

나름의 고민을 해 본 방법론에 대해서 예를 들어 설명하자면, NFT 혹은 디지털 포토 카드(이하 포토 카드) 1,000개를 한정하여 3번에 걸쳐 발행하는 것이다. 첫 번째 드랍은 가장 적극적인 팬덤층인 위버스 내 BTS의 팬클럽을 대상으로 진행한다. 이들이 드랍 받은 포토 카드가 NFT 거래소에서 100만원까지 상승했다고 가정하고, 2번째 드랍은 BTS의 일반 위버를 대상으로도 발행한다. 이미 앞서 거래된 자산 가격을 봤기 때문에 유튜브/인스타에서만 구독한 라이트한 팬덤의 적극적인 위버스 및 팬클럽 가입으로 (드랍 확률을 높이기 위해) 유인하게 될 것이다. 팬덤의 적극성이 NFT의 가격 상승을 통해 한 단계씩 확대되는 것이다. 마지막으로 NFT거래소에서도 회원 가입을 조건으로 일부 드랍 한다면 BTS에 관심이 없던 투자자들이 유입하게 될 것이며, 커뮤니티의 확장에 따른 자산 가격 상승과 이에 따른 자연스러운 위버스/팬클럽 가입 확대로 BTS의 콘텐츠 노출을 통해 더 많은 팬덤을 유입하는 계기가 될 것이다. 1회성 이익이 아닌 커뮤니티 확대에 따른 중장기적인 수수료 수입으로 수익화를 하는 것이다. 거래소의 트래픽 상승은 곧 다른 아티스트들의 유입을 야기할 것이며, IP의 가치가 플랫폼의 가치에 빠르게 글로벌 시장을 장악할 것이다. 디파이/메타버스/게임 등 다양한 플랫폼과도 연결이 될 것이다.

팬덤 활동에 대한 보상으로 발행된 NFT는 목적이 아닌 수단으로써 작용하게 될 것이며, 이는 팬덤을 소비하던 형태에서 벗어나 능동적으로 소비하는 원년이 될 것이다. 팬덤이라는 무형의 가치가 유형의 숫자로 증명되면 더 많은 플랫폼이 연결되면서 즐거운 경험의 확장은 더욱 확대될 것이다. 팬덤의 메타버스가 실현되는 것이며, 궁극적으로는 팬클럽 혹은 팬 토큰을 통한 팬덤의 민주주의도 가능할 것이다.

그림 1. NFT(디지털 포토카드) 드랍 방법론: 코어 팬층에 대한 보상 및 거래소 드랍을 통한 커뮤니티 확대

팬클럽 → 위버스 → NFT 거래소 순으로 세 번에 걸쳐 확률적으로 발행 확대

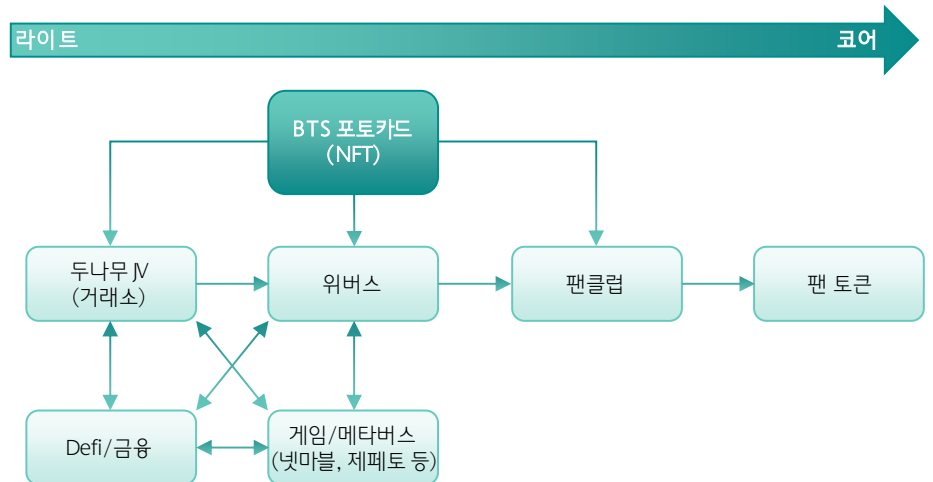


자료: 하나금융투자

그림 2. 커뮤니티 확대에 따른 자산 가격 상승은 팬덤의 적극적 참여 유도

라이트한 팬덤의 위버스/팬클럽 가입 유인 = 커뮤니티의 확장

위버스를 중심으로 게임/거래소/디파이/메타버스 등 다양한 플랫폼으로 연결 확장

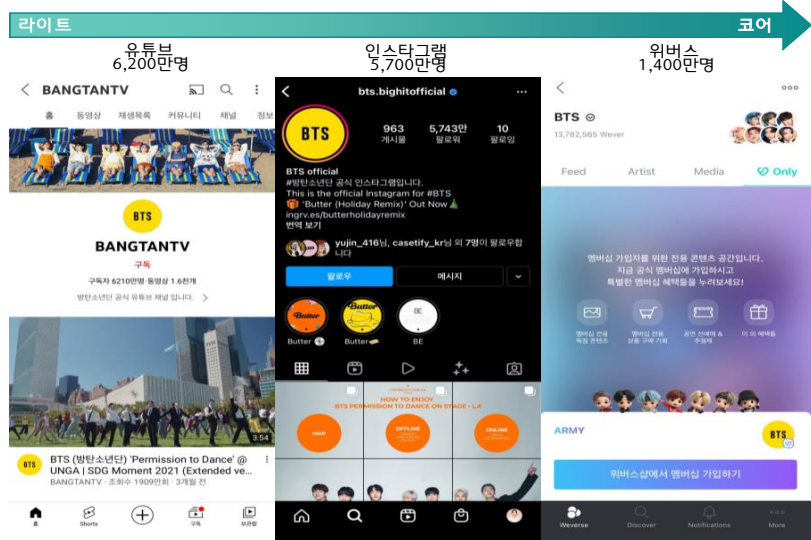


자료: 하나금융투자

그림 3. 접근성/적극성에 따라 다양한 플랫폼에 모인 BTS 팬덤 아이

팬덤의 적극성/접근성에 따라 유튜브 → 인스타그램 → 위버스 등 다양한 플랫폼으로 집결

NFT는 팬덤을 유튜브에서 위버스로 이동하게 만들 것



자료: 각 플랫폼, 하나금융투자

1. 애니모카 브랜드 톺아보기

1) 애니모카 브랜드의 생태계

(1) 투자 포트폴리오

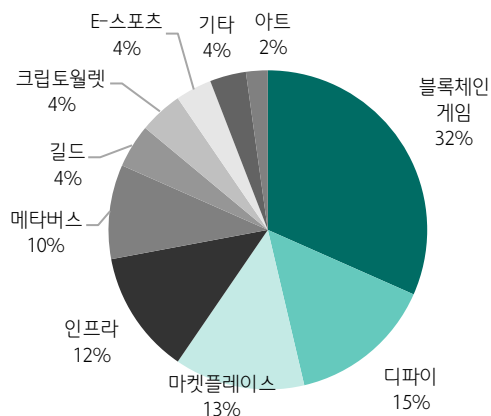
광범위한 투자 포트폴리오: 블록체인 게임(32%), 디파이(15%), 마켓플레이스(13%) 등

블록체인 게임(32%)을 중심으로 생태계 확장

애니모카브랜드는 오픈 메타버스의 실현을 위해 엑시 인피니티, 대퍼랩스(크립토키티, NBA토퍹샷) 등 130개 이상의 NFT 및 블록체인 관련 프로젝트에 투자 중이다. 주요 자회사로는 더 샌드박스, 블로우피쉬 스튜디오, 본들리 등이 있다. 분야별 투자 비중은 블록체인 게임(32%), 디파이(15%), 마켓플레이스(13%), 인프라(12%), 메타버스(10%), 길드(4%), 크립토월렛(4%), e스포츠(4%), 기타(4%), 아트(2%)로 구분할 수 있다.

가장 큰 비중을 차지하는 블록체인 게임에는 더 샌드박스, REVV 레이싱, 크레이지 킹스 등의 오리지널 게임과 디즈니, 파워레인저 등 325개 이상의 유명 IP를 이용한 게임 등이 포함된다. 또한 NFT 파이낸싱의 기반이 되는 Vera, Hex Trust 등의 디파이 전문 업체, 오픈씨 등의 마켓플레이스, 기타 블록체인 네트워크 등의 인프라 및 메타버스 플랫폼 등에 투자함으로써 블록체인 게임을 중심으로 한 하나의 생태계 내에서의 확장성을 키워나가고 있다. 애니모카 생태계 내의 다양한 산업 간 협업을 통해 코인 발행 및 상장에서 게임과 메타버스 플랫폼 제공까지 모두 한번에 구현 가능하다.

그림 4. 애니모카 브랜드 투자 포트폴리오 비중



자료: 애니모카브랜드, 하나금융투자

그림 5. 애니모카 브랜드 투자 포트폴리오 세부 내역



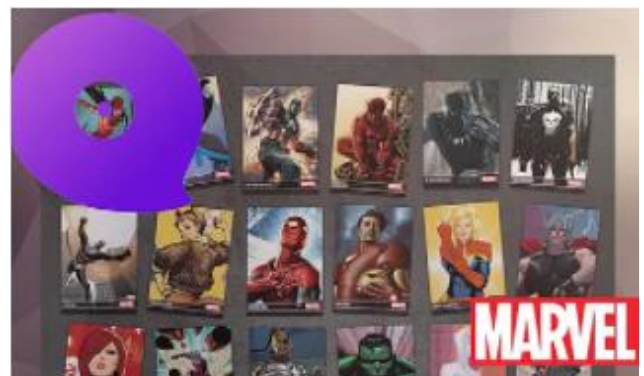
자료: 애니모카브랜드, 하나금융투자

그림 6. 애니모카 자체 개발 게임 - 크레이지 킹스



자료: 애니모카브랜드, 하나금융투자

그림 7. 유명 IP의 한정판 디지털 카드, 스티커 등 수집 게임 - Quidd



자료: 애니모카브랜드, 하나금융투자

(2) 주요 프로젝트 소개

블록체인 게임(32%)

엑시 인피니티: 이더리움 블록체인 위에 구축된 게임으로, 게임 플레이를 통해 토큰 보상을 받을 수 있다. 엑시 인피니티는 엑시라는 캐릭터를 구입해 던전을 돌면서 다른 플레이어들과 배틀해서 이기면 보상을 받는 식으로 게임이 진행된다. 처음 게임에 진입하려면 3마리의 엑시가 필요한데, 이는 이더리움으로 구입 가능하며 이에 따라 약 100~150만원의 초기 비용이 발생한다. 엑시는 구성 방식에 따라 능력치가 달라지고, NFT로 발행되어 마켓플레이스에서 거래된다. 엑시 간의 브리딩(교배)을 통해 새로운 엑시가 창조되는데 브리딩에는 1 ASX(게임 내 핵심 화폐)와 일정량의 SLP(게임 내 보상으로 주어지는 토큰)가 필요하다. 캐릭터 외에도 플랫폼 내 가상 부동산 역시 NFT로 소유권이 인정돼 유저 간 거래가 가능하다. 최근 SLP 코인의 현실 가치가 급락한 이유는 게임 내 토큰 이코노미가 형성되지 않았기 때문이다. 게임 속 콘텐츠가 게임 밖에서도 가치를 가지려면 결국 게임 자체의 IP가 강력해야 함을 시사한다.

메타버스(10%)

더 샌드박스: 복셀 아이템과 아바타를 제작할 수 있는 '복스에딧(VoxEdit)', 아이템 등을 NFT로 발행해 거래할 수 있는 '마켓플레이스', 직접 게임을 제작하고 플레이할 수 있는 '게임 메이커'로 구성돼 있다. 유저는 해당 플랫폼 내에서 게임과 아이템 등 콘텐츠를 직접 제작하고 거래할 수 있으며, 거래에는 '샌드(SAND)' 토큰이 활용된다. 샌드박스 내 가상 부동산인 랜드(land)를 소유한 자는 본인의 랜드에 P2E 게임이나 아이템, NFT 아트 등을 자유롭게 배치할 수 있으며, 해당 랜드를 타인에게 판매하거나 임대하여 수익을 창출할 수도 있다. 더 샌드박스는 워킹데드, K리그 등 165개 이상의 브랜드와 파트너십을 체결했고, 제페토, 바이낸스, 아타리, 소시오스닷컴 등 이미 많은 유명 기업이 샌드박스 내 랜드를 보유하고 있다. 향후 게임을 넘어 패션, 건축, 가상 콘서트, 박물관 등으로 확장해가며 NFT를 기반으로 유저가 소유하고 창조하는 크리에이터 경제의 성장을 주도할 것으로 기대된다. 메타버스 생태계 내 가치의 저장 및 전달과 유저(크리에이터)에 대한 보상을 보장해줌으로써 가상 세계에서의 소유권 개념, 즉 디지털 재산권을 확립시켜주는 핵심 프로젝트 중 하나이다.

그림 8. 엑시 인피니티 초기 화면 - 엑시 3마리 필요



자료: 엑시 인피니티, 하나금융투자

그림 9. 더 샌드박스 랜드 보유 현황



자료: 더 샌드박스, 하나금융투자

디파이(15%)

NFTfi: NFT를 담보로 대출 서비스를 제공하는 플랫폼이다. 유저는 자신이 소유한 NFT를 담보로 다른 유저에게 wETH(Wrapped ETH)나 DAI 코인을 빌릴 수 있다. 정해진 기간 내 코인을 상환하지 못하면 담보로 잡힌 NFT의 소유권은 코인을 빌려준 유저에게 자동으로 넘어간다. 돈을 빌려준 사용자는 이자를 받음으로써 수익을 얻을 수 있다. 자금 흐름이 경직된 NFT 시장에서 NFTfi는 이더리움 스마트 컨트랙트를 통해 P2P 형식으로 담보 대출을 제공한다. 유저는 담보로 할 NFT를 선택한 후 wETH나 DAI 중 빌리고 싶은 자산 형태, 상환 금액(이자율 결정), 대출기간(7일/30일/90일)을 설정하여 해당 제안을 플랫폼에 공유한다. 조건을 특정하지 않고 플랫폼에 자산을 올려 다른 유저의 제안을 기다릴 수도 있다. 거래 후 발행된 약속어음은 NFT 마켓플레이스 오픈씨에서 실시간으로 확인할 수 있다. 현재 약 9,846 wETH(453억원)/ 6,690,912 DAI(79억원) 규모의 대출이 이루어지고 있으며, wETH 대출 자산 중에서는 대표적인 NFT 프로젝트 BAYC (Bored Ape Yacht Club)와 아트블록스의 규모가 가장 크다. 그 외에도 '더 샌드박스'의 랜드 30여개, '크립토키티' 100여개, '엑시 인피니티'의 엑시 150여개 등이 거래되고 있다. 엑시 인피니티, 더 샌드박스 등의 프로젝트를 통해 P2E게임과 NFT의 시너지 효과가 확인되자 기존 NFT 프로젝트도 보유자의 이익을 극대화할 수단으로 둘의 결합에 주목하고 있다. 대표적인 NFT 프로젝트인 BAYC의 크리에이터 유가 랩스도 애니모카와 내년 2분기에 합작 P2E 게임을 출시할 예정이다. BAYC 컬렉션의 총 가치는 약 30억달러(3조 3,760억원)로, 애니모카와의 협업을 통해 생태계를 확장하고 BAYC NFT 보유자에 대한 혜택을 확대하고자 한다.

마켓플레이스(13%)

오픈씨(OpenSea): NFT 마켓플레이스의 선두주자인 오픈씨의 월 거래규모는 지난 해 12월 말 기준 10만달러(약 1억2000만원) 미만이었으나, 올해 8월 말 2억달러(약 2400억원) 이상을 기록하며 1년도 안돼 2천배 이상 증가했다. 오픈씨는 디지털아트, 음원, 도메인네임, 게임아이템 등 광범위한 NFT의 거래를 지원한다. NFT 시장의 급격한 성장으로 오픈씨는 지난 7월 1억달러(약 1200억원) 규모의 시리즈B를 마감했으며 15억달러(약 1조8000억원)의 기업 가치를 인정받아 유니콘 반열에 올랐다. 오픈씨 거래규모 상위권에 위치한 NFT 프로젝트로는 RTFKT(나이키 자회사) 'CloneX', 아디다스 오리지널 'Into The Metaverse', BAYC, 크립토펅크, 더 샌드박스 등이 있다.

그림 10. NFTfi에서 담보 자산으로 거래되고 있는 더 샌드박스 랜드

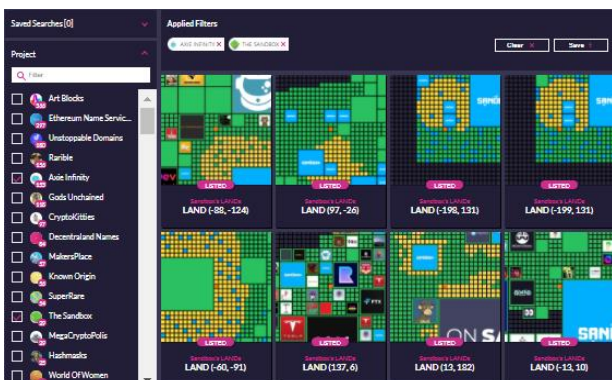
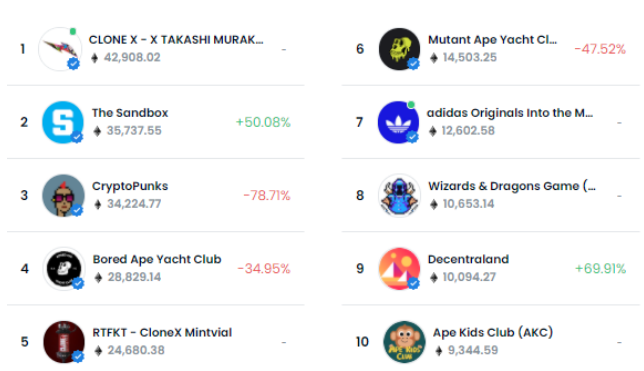


그림 11. 오픈씨 내 NFT 자산 거래규모 Top 10



2) 게임의 역할

(1) Web3.0 시대로의 전환

Web1.0 시대에는 인터넷을 통해 정보를 단순 소비하는 데 그쳤다면, 중앙화된 플랫폼에서 누구든 콘텐츠를 만들고 상호작용하기 시작한 시대가 Web2.0이다. 플랫폼을 이용하면 유저의 개인정보는 자연스럽게 구글, 트위터, 아마존, 네이버 등 중앙화된 사내 서버에 저장되고, 이렇게 수집된 데이터는 플랫폼 기업의 중요한 자산이 된다. 예컨대 인터넷 상에서 유저의 활동은 차곡차곡 기록되어 향후 타겟 광고에 유용하게 사용되기도 한다. 이때 방대한 양의 데이터가 중앙 서버에 저장돼 있어 해킹 위험이 있고 개인 프라이버시 보호에 취약하며 모든 이익은 플랫폼 제공자가 독점한다는 문제가 야기된다.

Web3.0의 핵심은 블록체인 기술 기반 탈중앙화

Web3.0은 상술한 문제를 해결하기 위해 특정 플랫폼 사업자 중심이 아닌 탈중앙화되고 분산화된 블록체인을 기반으로 한다. 네트워크 내 모든 참여자가 정보를 분산 관리하여 위조나 해킹을 방지하고 보상까지 받을 수 있는 개념이다. 블록체인 특성상 보안성과 투명성이 보장되고, 제 3자의 개입과 개인정보 없이 당사자간 자유로운 거래가 가능하다는 블록체인의 주요 특성이 Web3.0의 핵심이다.

그림 12. Web 1.0 - 3.0 시대별 특징

Web1.0 콘텐츠 단순 소비
Web2.0 기업 중심 플랫폼 경제
Web3.0 개인 중심 데이터 경제



자료: Iconloop, 하나금융투자

그림 13. Web1.0 - 3.0 시대별 이용 플랫폼

Web2.0 유튜브, 인스타그램, 구글 등 플랫폼(App) 이용, Web3.0에는 블록체인 기술 기반 DApp 사용



자료: 언론, 하나금융투자

(2) 유인으로 작용하는 게임

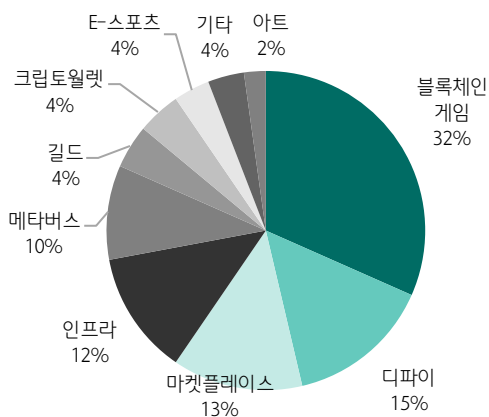
P2E 게임은 Web3.0 시대로의 진입
을 용이하게 해줄 것

Web3.0 시대로의 입구가 되고 있는 것이 바로 게임이다. 최근 P2E(Play to Earn) 게임에 대한 관심이 뜨거운데, 게임 플레이가 현실 보상으로까지 이어지고 NFT로 발행된 게임 아이템이나 가상 부동산을 온전히 소유할 수 있게 된 점이 많은 사람의 주목을 끌었다. 인터넷이 보급되기 전 게임이 인터넷의 대중화에 한 축을 담당했던 것과 비슷한 맥락에서 진입장벽이 다소 높은 블록체인이라는 개념을 사람들이 쉽게 받아들일 수 있게 첫 수단으로 게임이 선택된 것이다. 전 세계 수억 명의 인구가 게임을 하고 있고, 게임 유저들은 누구보다 가상의 가치를 잘 이해하고 있다. 블록체인과 게임의 결합을 가장 거부감 없이 빠르게 받아들일 수 있는 산업이 게임인 것이다.

디지털 재산권의 대중화를 위해
게임이 수단이 된 것

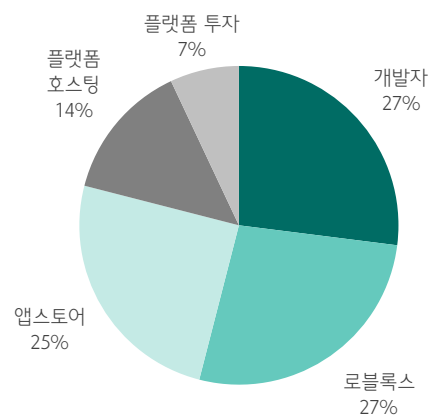
애니모카 브랜드가 블록체인 기반 게임사에 계속적으로 투자하는 이유도 여기에 있다. 게임의 관점에서 사람들이 더 쉽게 Web3.0시대의 핵심인 블록체인 기술을 이해하고 디지털 소유권을 받아들일 수 있도록 계기를 제공해주는 것이다. 애니모카의 주요 블록체인 게임 프로젝트 중 하나인 더 샌드박스에서 '샌드박스'라는 표현은 아이들이 자유롭게 뛰어 놀 수 있게 넘어져도 다치지 않는 모래를 깔아둔 놀이터라는 의미로 더 샌드박스는 이름처럼 사용자가 마음껏 원하는 콘텐츠를 만들고, 함께 즐길 수 있는 게임 플랫폼이다. 이러한 플랫폼에서는 개발자 확보를 통한 생태계 활성화와 적극적인 사용자 참여가 가장 중요하다. 이것이 개발자와 유저의 참여도(기여도)에 따른 적절한 동기 부여 및 보상이 필요한 이유이다. 일례로, 로블록스의 개발자에게 돌아간 2020년 한해 수익은 3억2,870만 달러(약 3,873억원)에 이른다. 이렇게 게임을 계기로 유입된 유저의 활동 범위는 점차 생태계 전체로 확장될 것이고 게임(콘텐츠, IP)을 중심으로 Defi, 거래소, 월렛 등의 사용도 활발해질 것이다.

그림 14. 애니모카 브랜드 투자 포트폴리오 비중



자료: 애니모카브랜드, 하나금융투자

그림 15. 로블록스 수익 배분



자료: 로블록스, 하나금융투자

3) 열린 메타버스의 실현

애니모카 브랜드의 가치관을 세가지 키워드로 요약하면 디지털 재산권, 민주주의, 가치의 토큰화로, 궁극적으로 열린 메타버스를 실현하는 것을 목표로 한다.

(1) 디지털 재산권의 확립

블록체인 기술로 디지털 자산의
소유권과 원본성 증명이 가능해짐
→ 진정한 의미의 소유

'디지털 재산권'을 세상 모든 사람들이 누릴 수 있게 해주는 것이 애니모카의 궁극적인 목표이다. 디지털 세계에서의 소유권은 현실 세계에서의 소유권만큼 중요해졌다. 재산권에 대한 인식이 약했던 시기가 있었던 것을 고려하면 디지털 재산권이 당연한 권리로 받아들여질 시대도 올 것이다. 사람들이 크립토키트에 열광하고 현재까지도 해당 캐릭터들이 상당한 가치를 유지하고 있는 이유는 디지털 세계에서 희소성의 가치가 인정되었기 때문이다. 웹2.0 시대에 인터넷은 데이터를 전송할 수는 있어도 '가치'를 전송하거나 보관할 수는 없었다. 블록체인을 기반으로 한 웹3.0 시대에는 이것이 가능해질 것이다. 예컨대 작가가 그림 원본 파일을 인터넷에 올리면 누구나 원본을 자유롭게 복제할 수 있기 때문에 어떤 그림이 원본인지 알 수 없게 되고 따라서 해당 그림의 가치는 0이 되지만, 블록체인 기술은 디지털 자산의 원본성과 소유권을 보장해준다. 그림을 하나의 토큰으로 만들어 블록체인상에 올림으로써 희소성의 가치를 보관하고 전달할 수 있게 된 것이다. 지금까지 온라인 상의 게임 아이템은 해당 게임 내에서만 이용 가능하여 진정한 의미의 자산으로는 볼 수 없었다. 게임 아이템을 NFT로 만들어 블록체인에 올리면 게임이 종료돼도 해당 자산은 블록체인 상에 존재하기 때문에 온전한 소유물로서 자유로운 이용이 가능해진다. 자산의 가치가 인정되기 때문에 다른 플랫폼으로 호환하여 이용하거나, 이를 담보로 대출을 받는 일도 가능해질 것이다.

(2) 민주주의의 실현

민주주의 실현의 전제는 소유권
(=디지털 재산권)의 확립

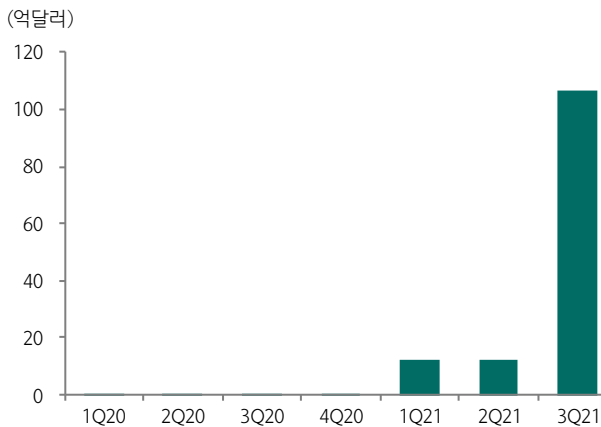
얏 시우는 디지털 오너십(=디지털 재산권)의 기능으로 1) 메타버스 통제, 2) 경제적 자유 제공, 3) 경제적 기회 제공, 4) 평등한 사회 지향을 얘기했다. 소유권이 인정되면 민주주의가 실현될 것이다. 디지털 재산권과 민주주의는 결국 다 연결돼있는 개념인 것이다. 열심히 활동하는 것에 대한 보상이 주어지고, 그 보상이 해당 플랫폼에 국한되는 것이 아니라 유저의 온전한 소유로 인정돼야 비로소 참여자의 목소리가 힘을 갖게 될 것이다. 적절한 보상은 유저의 적극적이고 능동적인 참여로 이어질 것이고, 이는 생태계를 공고히 하는 데 중요한 역할을 할 것이다. 단순히 돈만 보고 프로젝트를 진행하면 장기적 관점에서 성장하기 쉽지 않을 것이다. 공동의 목적의식을 갖는 것이 중요하다. 블록체인과 같은 신산업에서 필요로 하는 것은 오픈소스 정신처럼 '함께 일하는 것'이다. 애니모카가 해시드와 협력하는 것도 같은 목적의식과 비전을 공유하는 기업과 협력함으로써 작은 초기 시장의 생태계를 확장하기 위함이다. NFT를 기반으로 디지털 재산권 확립하고 오픈 플랫폼에서 함께 성장하기 위해서는 산업 생태계가 발전하는 것이 중요하다.

토큰(=유형)의 거래 규모로 생태계
(=무형) 규모 확인 가능

(3) 가치의 토큰화

애니모가 생태계는 토큰을 중심으로 형성되어있다. SAND 토큰(더 샌드박스), TOWER 토큰(크레이지 킹스), REVV 토큰(레브 레이싱)은 해당 생태계 내에서 서로 호환 가능하다. 이때 발행된 토큰의 거래 규모로 생태계 규모를 확인할 수 있다. 무형의 가치를 유형의 경제 규모로 확인할 수 있게 된 것이다. 실질적 자산뿐만 아니라 온라인 게임 아이템 등의 디지털 자산, 투표권이나 활동 참여권 등의 개념적 자산도 NFT 거래소에서 거래될 수 있다. 무형 자산의 경제 규모는 거래소의 거래량과 자산의 합산인 시가총액의 개념으로 확인할 것이다. NFT는 능동적인 참여에 대한 보상을 제공하는 자산이 될 것이며, 거래를 통한 자산 가격의 상승은 누군가가 무형의 가치를 인정해준 것이기에 경제의 선순환으로 이어질 것이다. 즐거운 경험의 확장은 NFT의 자산 상승과 거래 수수료를 통해 유형의 이익, 혹은 시가총액의 개념으로 확인할 것이고 이를 확인한 다양한 메타버스 관련 플랫폼들이 이들과 연동하기 위해 노력하게 될 것이다. 그것은 다시 메타버스 생태계를 더욱 확장시킬 것이다.

그림 16. NFT 분기별 거래량 추이



자료: DappRadar, 하나금융투자

그림 17. NFT 마켓플레이스 누적 거래량 Top 5

MARKETPLACES			
MARKET		TRADERS	VOLUME
1	OpenSea ETH + Polygon	1,245,178	\$13.25B
2	Axie Infinity ETH + RONIN	1,489,676	\$3.81B
3	CryptoPunks ETH	5,456	\$2.31B
4	NBA Top Shot FLOW	486,677	\$750.4M
5	Solanart SOLANA	159,619	\$578.67M

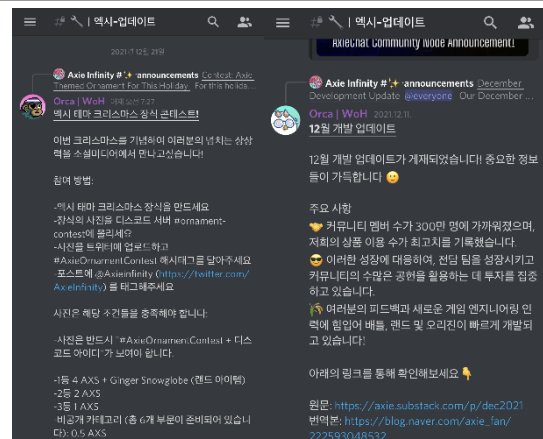
자료: DappRadar, 하나금융투자

그림 18. 엑시 인피니티 가상부동산 제네시스플롯 550ETH로 낙찰



자료: 엑시인피니티, 하나금융투자

그림 19. 엑시 인피니티 공식 디스코드(커뮤니티)



자료: Discord, 하나금융투자

2. 하이브 NFT 사업의 가능성과 방법론

1) P2E 게임의 역할은 BTS가 하게 될 것

활동에 대한 보상과 디지털 소유권
인정을 통한 메타버스 생태계 확장

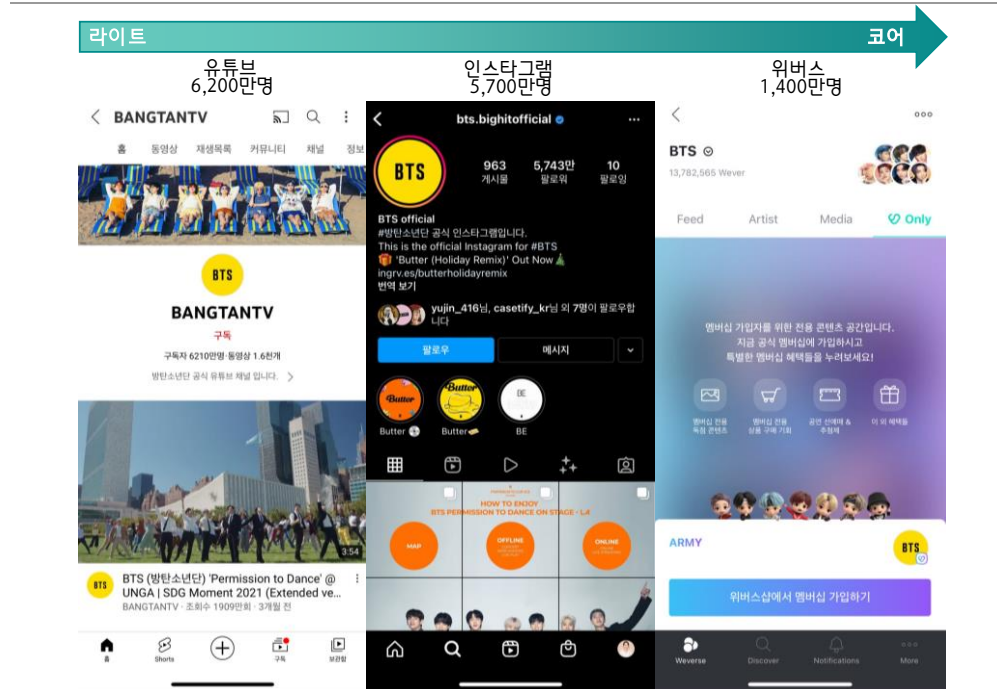
애니모카 브랜드의 투자 포트폴리오와 Yat siu의 언론 인터뷰를 종합해보면, P2E 게임을 통해 사람들이 Web 3.0의 생태계에 참여할 수 있는 계기를 만들어주고, 동시에 디파이/메타버스/거래소 등 다양한 인프라를 제공해 메타버스 생태계를 확장하는 것을 목표로 한다. 참여자들의 활동에 대한 보상을 제공해주고 디지털 소유권을 인정해 준다면 모두의 행복을 위해 이 커뮤니티가 지속될 것이고, 이는 탈 중앙화를 통해서 가능하다고 판단하고 있다.

커뮤니티의 가치=NFT의 가치

이런 관점에서 접근해보면 하이브의 NFT 사업 접근성은 훨씬 더 용이하다. 애니모카 브랜드는 P2E 게임을 통해 자산의 상승을 목적으로 사용자들을 유인하고 있지만, 하이브는 BTS만으로 유튜브(6천만명), 인스타그램(5천만명), 위버스(1.4천만명) 등 팬덤의 접근성에 따라 다양한 플랫폼에서 아미가 모이기 때문이다. BTS를 좋아하는 것 자체가 팬덤의 행위(Play)이고, 활동에 대한 보상을 NFT로 발행하고 NFT 거래소에서 가격으로 확인하게 될 것이다. 팬들에게 디지털 자산에 대한 소유권을 인정하고 궁극적으로 팬 토큰 발행을 통해 팬덤의 민주주의를 일정 부분 실현하게 된다면 커뮤니티는 상당히 능동적이고 장기적으로 지속될 가능성이 높다. 커뮤니티의 가치가 곧 NFT의 가치이기때문에 아미 뿐만 아니라 투자자까지 생태계를 확대할 수 있는 방법이 필요하다.

그림 20. 접근성/적극성에 따른 팬덤의 다양한 플랫폼. NFT는 유튜브에서 위버스로 이동하게 만들 것

팬덤의 적극성/접근성에 따라
유튜브→인스타그램→위버스 등
다양한 플랫폼으로 집결



자료: 각 플랫폼, 하나금융투자

2) NFT의 방법론: 위버스에서 드랍 되어야 한다

1회성 이익이 아닌 팬덤의 장기적인
메타버스 생태계 형성이 핵심

Yat siu의 표현을 빌리자면 NFT의 가치는 정부가 땅을 분양하는 것과 같다. 비싸게 노른자 땅만 분양하면 1회성 이익은 늘겠지만, 많은 사람들이 유입되지 않게 되면 경제활동이 줄어들어 세수가 줄어든다. 반대로, 싸고 넓게 분양하면 당장의 이익은 낮겠지만 많은 사람들이 유입되면서 경제 활동을 통해 장기적인 세수가 확보된다. 나름의 방법론에 대한 고민을 풀어 보겠지만, 이는 당사의 관점일 뿐 사측의 진행 방향과는 전혀 무관하다는 것을 미리 강조한다.

예를 들면, NFT 혹은 디지털 포토 카드(이하 포토 카드) 1,000개를 한정하여 3번에 걸쳐 발행하는 것이다. 첫 번째 드랍은 가장 적극적인 팬덤층인 위버스 내 BTS의 팬클럽을 대상으로 진행한다. 이들이 드랍 받은 포토 카드는 동시에 NFT 거래소에서 거래될 것이다. 가격이 100만원까지 상승했다고 가정하고, 2번째 드랍은 BTS의 일반 위버를 대상으로도 발행한다. 이미 앞서 거래된 자산 가격을 봤기 때문에 유튜브/인스타에서만 구독한 라이트한 팬덤의 적극적인 위버스 가입 및 오프라인 투어가 재개되면 어차피 가입해야 할 팬클럽 가입을 (드랍 확률을 높이기 위해) 유인하게 될 것이다. 팬덤의 적극성이 NFT의 가격 상승을 통해 한 단계씩 확대되는 것이다. 여기까지의 핵심은 아직 하이브가 포토 카드를 통해 수익화(일부 거래 수수료 제외)를 진행하지 않았으나 팬덤의 적극성은 확대되고 있다는 것이다.

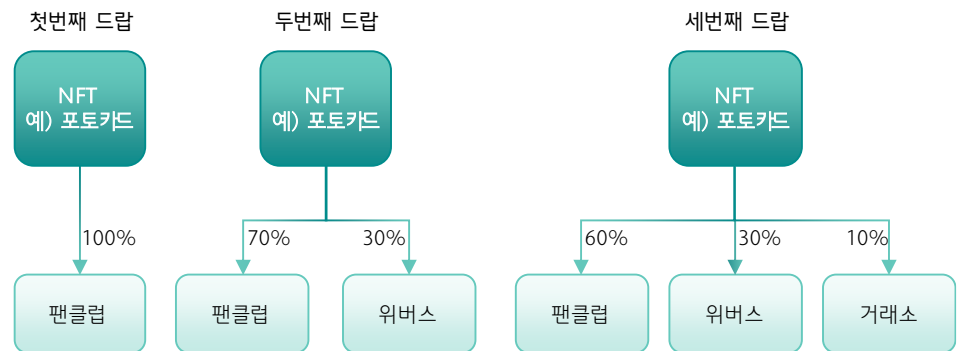
마지막으로 NFT거래소에서도 회원 가입을 조건으로 일부 드랍 한다면 BTS에 관심이 없던 투자자들이 유입하게 될 것이며, 커뮤니티의 확장에 따른 자산 가격 상승과 이에 따른 자연스러운 위버스/팬클럽 가입 확대로 BTS의 콘텐츠 노출을 통해 더 많은 팬덤을 유입하는 계기가 될 것이다. BTS에 관심이 없던 사용자들까지 생태계를 유입하게 되면서, Yat Siu가 언급한 것처럼 1회성 이익이 아닌 장기적으로 활성화된 커뮤니티를 만들 수 있게 될 것이다. 거래소의 트래픽 상승은 곧 다른 아티스트들의 유입을 야기할 것이며, IP의 가치가 플랫폼의 가치이기에 빠르게 글로벌 시장을 장악할 것이다.

NFT는 목적이 아닌 생태계 확장의
수단으로 활용돼야 함

전술한 내용은 단순히 디지털 자산을 드랍해 주는 방법론이다. 디지털 자산의 소유권 인정을 통해 더욱더 능동적이고 적극적인 팬덤 활동을 장려하게 될 것이며, 위버스를 중심으로 게임/거래소/디파이/메타버스 등 다양한 플랫폼으로의 연결을 통해 디지털 포토 카드를 단순히 거래하는 것 뿐만 아니라 디파이 기능을 통해 예치하여 이자를 벌 수 있게 해주고, 해당 디지털 자산은 여러 팬들이 위버스와 연결된 곳에서 활용할 수 있는 기회를 주는 것이다. 이는 팬들의 즐거운 경험의 확장, 혹은 팬덤의 메타버스가 실현되는 것이다. NFT가 1회성 이익의 목적이 아닌 생태계 확장의 수단으로 활용되길 바라본다.

그림 21. NFT(디지털 포토카드) 드랍 방법론: 코어 팬층에 대한 보상 및 거래소 드랍을 통한 커뮤니티 확대

팬클럽 → 위버스 → NFT 거래소 순으로 세 번에 걸쳐 확률적으로 발행 확대

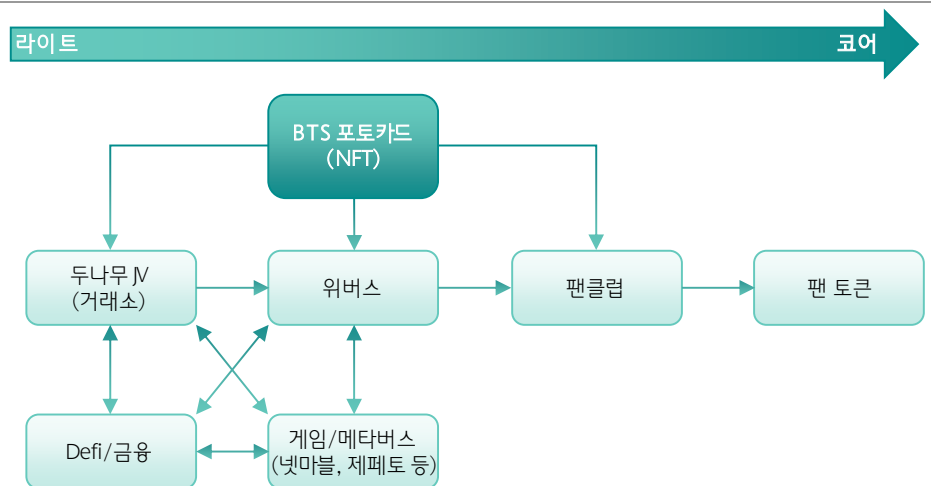


자료: 하나금융투자

그림 22. 커뮤니티 확대에 따른 자산 가격 상승은 팬덤의 적극적 참여 유도

라이트한 팬덤의 위버스/팬클럽 가입 유인 = 커뮤니티의 확장

위버스를 중심으로 게임/거래소/디파이/메타버스 등 다양한 플랫폼으로 연결 확장



자료: 하나금융투자

3) 팬덤의 민주주의: Power to the Fans

팬덤 활동에 대한 보상 제공

→ 팬덤 민주주의 실현

소시오스닷컴에서 클럽별 팬 토큰 발행, 팬 토큰 보유 시 구단 운영 방식 등에 대한 투표권 행사 가능

수동적 활동 → 능동적 참여 유도

팬덤 활동에 대한 보상으로 NFT를 드랍하는 방법은 팬덤의 적극성을 향상시킬 것이고, 탈 중앙화를 통해 팬덤 민주주의가 실현될 수 있는 공간을 마련해줄 것이다. 팬클럽 대상 팬 토큰 민주주의를 실현하는 것인데, 대표적인 예로 칠리즈(CHZ)가 있다.

칠리즈는 세계 최초로 스포츠, e스포츠, 엔터테인먼트 팬들을 위한 블록체인 기술 기반 팬 참여 플랫폼인 socios.com(소시오스닷컴)을 운영하고 있다. 클럽별로 '팬 토큰 (Fan Token)'을 발행하며 구매자는 소시오스닷컴에서 진행하는 클럽 관련 의사 결정에 대해 투표 권한을 갖고 영향력을 행사할 수 있다. 대표적인 팬 토큰 파트너 클럽들로는 축구의 FC 바르셀로나, 유벤투스 FC, 파리 생제르맹 FC 및 유럽 최대규모 e스포츠 팀인 바이탈리티 그리고 세계 최고의 종합 격투기 단체인 UFC 등이 있다. 소시오스닷컴에서 칠리즈 코인을 충전해 다른 팬 토큰과 교환할 수 있으며, 보유한 팬 토큰의 수만큼 구단 운영 방식이나 각종 이벤트에 투표할 수 있는 권리가 주어진다. 예를 들어, 골을 넣으면 경기장에 울려 퍼질 노래, 한정판 굿즈의 디자인, 심지어는 어떤 선수가 경기를 뛸 지도 정할 수 있다. 팬 토큰으로 스포츠 베팅도 가능한데, 경기의 승패를 예측해서 맞추면 또 다른 보상이 주어져 팬들의 적극적인 참여를 유도한다. 이전에는 단순 직관만 하는 수동적인 형태의 활동이었다면, 칠리즈라는 플랫폼을 통해 팬 토큰을 구매하여 구단 운영이나 이벤트 등에 직접 참여하며 더 높은 소속감을 느낄 수 있게 됐다. 여기에 다양한 보상까지 더해지면 이 생태계는 가파른 속도로 확장될 것이다. 전술한 클럽들 외에도 NBA의 많은 구단과 협약을 맺고 있으며, 한국에도 칠리스크리아를 설립해 올해 9월 포항스틸러스와 공식 협약을 맺었다.

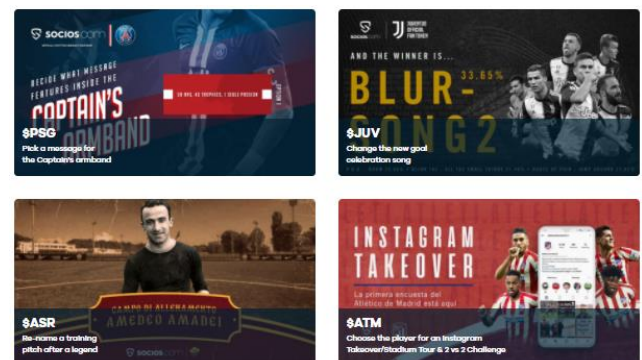
하이프가 단순히 팬클럽 매출을 일으키는 것에서 끝나는 것이 아니라 BTS의 사회적 활동, 팬들과의 미팅, 가지고 싶은 투어 굿즈 제작, 투어 앵콜 곡 선정까지도 영향력을 미칠 수 있는 팬덤의 민주주의가 실현될 수 있는 장을 마련해 준다면 팬덤과 훨씬 더 높은 수준의 소통이 가능해 질 것이다. 높아진 커뮤니티의 가치는 곧 NFT의 가치라는 점을 한번 더 강조한다.

그림 23. 칠리즈(CHZ) 시가총액 약 2조원(12/23 기준)



자료: CoinMarketCap, 하나금융투자

그림 24. socios.com 내 팬 토큰으로 투표 가능한 이벤트 배너



자료: socios.com, 하나금융투자

4) 결론: 위버스를 중심으로 확장해나갈 메타버스 생태계

핵심은 팬덤의 단순 수익화가 아닌 생태계 확장을 통한 능동적인 경제 활동의 장을 만들어 주는 것

정리해보면, 애니모카 브랜드의 P2E 게임에 집중된 투자는 Web 3.0 생태계로 참여할 수 있는 가장 쉬운 문이 될 수 있다고 판단하기 때문인데, 아티스트가 있는 곳에 팬덤이 있기에 엔터 산업에서는 대규모 팬덤(트래픽)을 유입할 수 있는 방법론은 훨씬 용이하다. 모인 팬덤을 기반으로 단순하게 디지털 포토 카드를 얼마에 팔겠다가 아니라 팬덤의 활동에 대한 보상을 해주고 중장기적으로 외부 투자자까지 연결될 수 있는 거래소를 만들어 팬덤이 이미 부여 받은 디지털 자산의 소유권의 가치를 커뮤니티의 확대를 통해 자산 가격을 상승시키는 것이다. 즉, NFT를 목적이 아닌 수단으로써 활용하게 되는 것이며, 얼마나 빠르게 게임/거래소/디파이/메타버스 등으로 확장시키는가가 핵심이다.

전술한 방식을 통해 팬들은 더 많은 시간을 위버스 및 연결될 다양한 플랫폼에서 시간을 보낼 수 있게 될 것이다. 곧 업데이트 될 스팟라이브 기능에 더한 다양한 생태계로의 확장은 온라인 내 팬덤의 소비 시간을 확대할 것이고, 그 자체가 곧 팬덤의 메타버스가 될 것이다. 그 시간에 대한 보상은 곧 위버스의 트래픽 확대로 이어질 것이다. 멀지 않은 미래에 위버스에서 열심히 활동한 댓가로 디지털 포토카드를 드랍 받고, 디파이를 통해 예치하고, 이익을 통해 투자를 예매하거나 팬클럽 가입(혹은 팬 토큰)을 통해 팬덤의 민주주의를 실현할 수 있는 날이 올 수 있을 것이다.

그림 25. 리듬하이브 게임에 활용되는 BTS 포토카드



자료: 리듬하이브, 하나금융투자

그림 26. BTS IP 기반 넷마블 게임 - BTS UNIVERSE STORY



자료: 넷마블, 하나금융투자

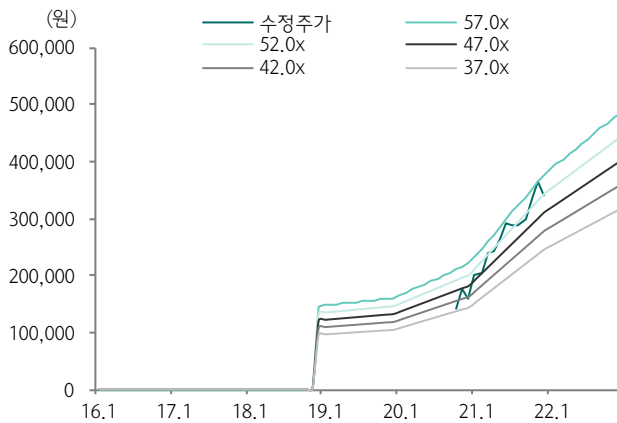
표 1. 하이브 실적 추정

(단위: 십억원)

	19	20	21F	22F	1Q20	2Q20	3Q20	4Q20	1Q21	2Q21	3Q21	4Q21F
매출액	587	796	1,206	1,949	139	155	190	312	178	279	341	408
음반/음원	108	321	408	550	81	52	47	141	54	107	130	117
콘서트	191	3	30	298	0	1	3	0	0	0	0	30
기타 매니지먼트	41	80	148	182	15	18	24	23	22	30	47	48
MD/라이선스	168	259	306	577	34	57	100	67	65	50	77	115
콘텐츠	78	133	314	342	8	27	16	81	37	91	87	98
영업이익	99	146	205	361	20	30	40	56	23	28	66	88
OPM	17%	18%	17%	19%	14%	19%	21%	18%	13%	10%	19%	22%
지배주주순이익	74	86	146	258	14	18	25	29	17	21	48	61

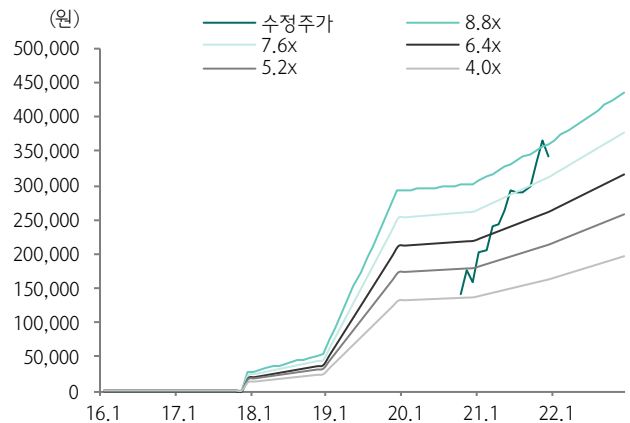
자료: 하이브, 하나금융투자

그림 27. 12MF P/E 밴드차트



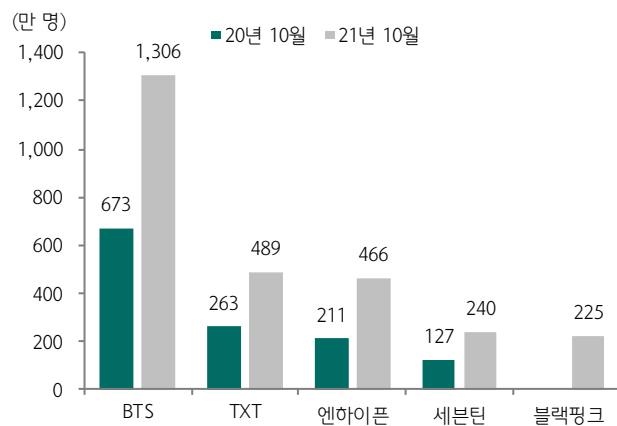
자료: 하나금융투자

그림 28. 12MF P/B 밴드차트



자료: 하나금융투자

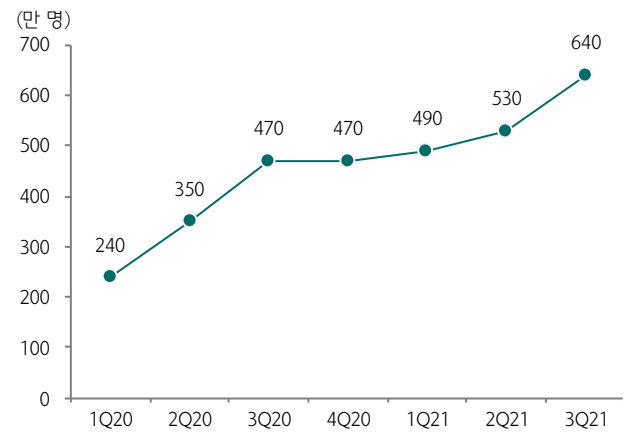
그림 29. 주요 아티스트 위버스 가입자 성장률: +96% (YoY)



주: 블랙핑크 위버스 2021년 8월 2일 신규 오픈

자료: 위버스, 하나금융투자

그림 30. 위버스의 MAU 추이: +21% (QoQ)



자료: 하이브, 하나금융투자

추정 재무제표

손익계산서	(단위:십억원)				
	2019	2020	2021F	2022F	2023F
매출액	587.2	796.3	1,206.1	1,948.8	2,245.8
매출원가	385.7	421.5	597.0	1,101.0	1,257.7
매출총이익	201.5	374.8	609.1	847.8	988.1
판매비	102.8	229.2	404.4	487.0	539.1
영업이익	98.7	145.5	204.7	360.7	449.0
금융손익	1.0	(13.9)	2.4	5.3	8.7
종속/관계기업손익	(0.9)	(1.6)	2.4	10.0	25.0
기타영업외손익	(0.4)	(3.8)	(3.5)	(3.5)	(3.5)
세전이익	98.5	126.2	206.0	372.5	479.2
법인세	26.1	39.2	55.6	100.6	129.4
계속사업이익	72.4	87.1	150.4	271.9	349.9
중단사업이익	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
당기순이익	72.4	87.1	150.4	271.9	349.9
비배주주지분 순이익	(1.4)	1.3	4.5	13.6	17.5
지배주주순이익	73.8	85.7	145.9	258.3	332.4
지배주주지분포괄이익	73.8	85.3	148.0	267.6	344.3
NOPAT	72.6	100.3	149.4	263.3	327.8
EBITDA	108.1	180.5	224.6	374.5	459.9
성장성(%)					
매출액증가율	94.82	35.61	51.46	61.58	15.24
NOPAT증가율	(37.58)	38.15	48.95	76.24	24.50
EBITDA증가율	28.84	66.98	24.43	66.74	22.80
영업이익증가율	23.53	47.42	40.69	76.21	24.48
(지배주주)순이익증가율	흑전	16.12	70.25	77.04	28.69
EPS증가율	흑전	9.21	37.64	70.97	28.66
수익성(%)					
매출총이익률	34.32	47.07	50.50	43.50	44.00
EBITDA이익률	18.41	22.67	18.62	19.22	20.48
영업이익률	16.81	18.27	16.97	18.51	19.99
계속사업이익률	12.33	10.94	12.47	13.95	15.58

투자지표	2019	2020	2021F	2022F	2023F
주당지표(원)					
EPS	2,574	2,811	3,869	6,615	8,511
BPS	6,046	33,159	34,345	40,960	49,471
CFPS	3,177	4,865	6,141	10,067	12,714
EBITDAPS	3,768	5,918	5,958	9,589	11,777
SPS	20,476	26,114	31,993	49,903	57,511
DPS	0	0	0	0	0
주가지표(배)					
PER	0.00	56.35	88.14	51.55	40.07
PBR	0.00	4.78	9.93	8.33	6.89
PCFR	0.00	32.56	55.53	33.87	26.82
EV/EBITDA	(1.40)	27.06	44.97	26.59	21.66
PSR	0.00	6.07	10.66	6.83	5.93
재무비율(%)					
ROE	56.47	12.52	11.50	17.57	18.82
ROA	25.97	7.49	6.70	9.90	11.42
ROIC	(235.31)	58.67	29.07	38.43	36.68
부채비율	109.19	60.51	79.93	72.20	53.63
순부채비율	(86.70)	(68.41)	(52.17)	(53.20)	(44.31)
이자보상배율(배)	78.35	37.44	21.94	33.27	42.51

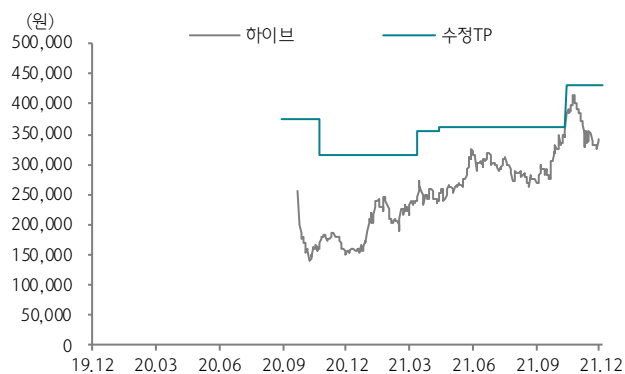
자료: 하나금융투자

대차대조표	(단위:십억원)				
	2019	2020	2021F	2022F	2023F
유동자산	294.7	1,389.3	1,825.2	2,136.0	2,273.7
금융자산	164.9	1,163.3	1,219.3	1,344.8	1,362.9
현금성자산	160.8	380.2	654.3	679.8	697.9
매출채권	94.6	112.3	170.1	274.8	316.7
재고자산	13.0	62.0	93.9	151.6	174.8
기타유동자산	22.2	51.7	341.9	364.8	419.3
비유동자산	68.3	535.2	602.7	655.7	754.5
투자자산	14.7	33.7	56.1	72.9	82.5
금융자산	12.3	32.4	54.0	69.6	78.8
유형자산	8.2	48.4	40.7	38.0	37.0
무형자산	25.7	288.4	341.2	380.2	470.3
기타비유동자산	19.7	164.7	164.7	164.6	164.7
자산총계	363.0	1,924.4	2,427.9	2,791.8	3,028.2
유동부채	174.6	296.2	594.4	628.2	481.0
금융부채	11.4	20.6	192.8	159.7	167.0
매입채무	25.3	34.6	52.4	84.6	97.5
기타유동부채	137.9	241.0	349.2	383.9	216.5
비유동부채	14.9	429.3	484.2	542.3	576.0
금융부채	3.1	322.5	322.5	322.5	322.5
기타비유동부채	11.8	106.8	161.7	219.8	253.5
부채총계	189.5	725.5	1,078.5	1,170.5	1,057.1
지배주주지분	174.2	1,195.3	1,341.2	1,599.5	1,931.9
자본금	0.8	17.8	17.8	17.8	17.8
자본잉여금	213.4	1,132.3	1,132.3	1,132.3	1,132.3
자본조정	1.7	1.7	1.7	1.7	1.7
기타포괄이익누계액	(0.1)	(0.5)	(0.5)	(0.5)	(0.5)
이익잉여금	(41.7)	44.0	189.9	448.2	780.6
비지배주주지분	(0.7)	3.6	8.1	21.7	39.2
자본총계	173.5	1,198.9	1,349.3	1,621.2	1,971.1
순금융부채	(150.4)	(820.2)	(704.0)	(862.5)	(873.4)

현금흐름표	(단위:십억원)				
	2019	2020	2021F	2022F	2023F
영업활동 현금흐름	91.7	116.7	11.2	297.8	149.5
당기순이익	72.4	87.1	150.4	271.9	349.9
조정	1	6	2	1	1
감가상각비	9.3	34.9	19.9	13.7	10.9
외환거래손익	0.1	12.4	0.0	0.0	0.0
지분법손익	0.9	1.6	0.0	0.0	0.0
기타	(9.3)	(42.9)	(17.9)	(12.7)	(9.9)
영업활동 자산부채 변동	4.7	(25.8)	(159.1)	12.2	(211.2)
투자활동 현금흐름	12.2	(1,022.4)	130.7	(166.8)	(109.7)
투자자산감소(증가)	(5.4)	(17.5)	(22.4)	(16.8)	(9.7)
자본증가(감소)	(4.8)	(39.5)	0.0	0.0	0.0
기타	22.4	(965.4)	153.1	(150.0)	(100.0)
재무활동 현금흐름	(1.4)	1,133.4	172.2	(33.0)	7.3
금융부채증가(감소)	(7.2)	328.6	172.2	(33.0)	7.3
자본증가(감소)	13.9	935.8	0.0	0.0	0.0
기타재무활동	(8.1)	(131.0)	0.0	0.0	0.0
배당지급	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
현금의 증감	102.7	227.7	265.9	25.5	18.1
Unlevered CFO	91.1	148.3	231.5	393.1	496.5
Free Cash Flow	86.9	77.2	11.2	297.8	149.5

투자의견 변동 내역 및 목표주가 괴리율

하이브



날짜	투자의견	목표주가	괴리율	
			평균	최고/최저
21.11.5	BUY	430,000	-	-
21.5.6	BUY	360,000	-18.94%	-0.97%
21.4.5	BUY	356,400	-29.99%	-23.33%
20.11.15	BUY	316,800	-38.19%	-22.19%
20.9.22	BUY	376,200	-55.50%	-62.63%
20.9.16	Not Rated	-	-	-

투자등급 관련사항 및 투자의견 비율공시

- 투자의견의 유효기간은 추천일 이후 12개월을 기준으로 적용

기업의 분류

BUY(매수)_목표주가가 현주가 대비 15% 이상 상승 여력
Neutral(중립)_목표주가가 현주가 대비 -15%~15% 등락
Reduce(매도)_목표주가가 현주가 대비 -15% 이상 하락 가능

산업의 분류

Overweight(비중확대)_업종지수가 현재지수 대비 15% 이상 상승 여력
Neutral(중립)_업종지수가 현재지수 대비 -15%~15% 등락
Underweight(비중축소)_업종지수가 현재지수 대비 -15% 이상 하락 가능

투자등급	BUY(매수)	Neutral(중립)	Reduce(매도)	합계
금융투자상품의 비율	95.02%	4.98%	0.00%	100%

* 기준일: 2021년 12월 21일

Compliance Notice

- 본 자료를 작성한 애널리스트(이기훈)는 자료의 작성과 관련하여 외부의 압력이나 부당한 간섭을 받지 않았으며, 본인의 의견을 정확하게 반영하여 신의성실 하게 작성하였습니다.
- 본 자료는 기관투자자 등 제 3자에게 사전 제공한 사실이 없습니다
- 당사는 2021년 12월 24일 현재 해당회사의 지분을 1%이상 보유 하고 있지 않습니다
- 본자료를 작성한 애널리스트(이기훈)는 2021년 12월 24일 현재 해당회사의 유가증권을 보유하고 있지 않습니다

본 조사항목은 고객의 투자에 정보를 제공할 목적으로 작성되었으며, 어떠한 경우에도 무단 복제 및 배포 될 수 없습니다. 또한 본 자료에 수록된 내용은 당사가 신뢰할 만한 자료 및 정보로 얻어진 것이나, 그 정확성이나 완전성을 보장할 수 없으므로 투자자 자신의 판단과 책임하에 최종결정을 하시기 바랍니다. 따라서 어떠한 경우에도 본 자료는 고객의 주식투자의 결과에 대한 법적 책임소재의 증빙자료로 사용될 수 없습니다.