

# 엔터테인먼트

2026.06.15

## BIGBANG 20주년 기념 월드투어 공개

엔터/레저  
송지원

02) 739-5935  
bd21312@

heungkuksec.co.kr

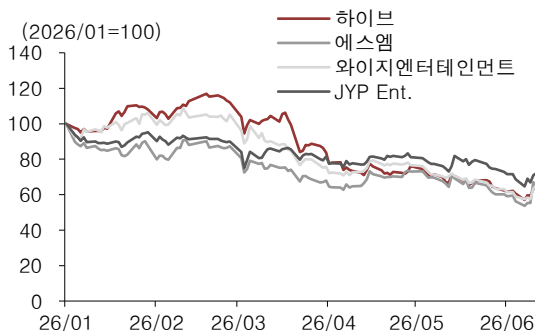
**와이지엔터테인먼트 - <BIGSHOW: REBORN>, 레거시 IP의 하반기 실적 기여**

지난주 6/11 와이지엔터테인먼트 빅뱅 20주년 기념 월드투어 <BIGSHOW: REBORN> 플랜이 공개되었다 (26/08/21~27/02/28). 신규 투어는 지난 2015년 두번째 월드투어 <MADE> 이후 약 10년 만의 재개이다. 8월 고양종합경기장 공연을 시작으로 아시아를 비롯해 북미·유럽·오세아니아 등 총 13개국/ 18개 도시/ 31회차 진행되며, 전회차 돔·스타디움 규모의 베뉴로 구성되었다. 모객은 최대 캐파 기준 약 165만명, 실관객수 기준 약 123.6만명을 예상하며 당사 추정치(31회차, 약 100만명)을 크게 상회하는 규모이다. 총 13개국, 총 150만명 모객의 직전 투어 대비 회차는 66회→ 31회(-53%)로 축소되었으나 회당 모객 수는 2.3만 명→ 4.0만 명(+74%)로 증가할 전망이다. 직전 <MADE>(2015-16)는 투어 기간만 약 10개월로 근 1년간 진행된 일정임에 반해, 신규 투어는 약 6~7개월의 기념비적인 활동임을 감안하면 그간의 공백기가 무색한 레거시 IP로서의 화력은 증명된 셈이다.

이번 투어는 주요 엔터 4사 중 연초 대비 가장 큰 낙폭을 보인 YG에 2H26~1H27 매출 가시성을 높이는 이벤트이다. 신규 투어의 전체 평균 티켓가 \$173(한화 약 25.5만원) 가정 시, 단순 계산으로 약 3,150억의 티켓 매출이 창출되며 YG 귀속으로 인식되는 규모만 약 750억원 이상 추정된다. MD의 경우 블랙핑크 <DEADLINE> 투어의 1Q 추정 MD 객단가 7.7만원을 고려, 빅뱅 MD 객단가 \$44.5 가정 시 이번 투어 공식 MD로만 최소 680억원 이상 추가 매출 창출이 가능할 것으로 전망한다(MD+로열티 인식 합계).

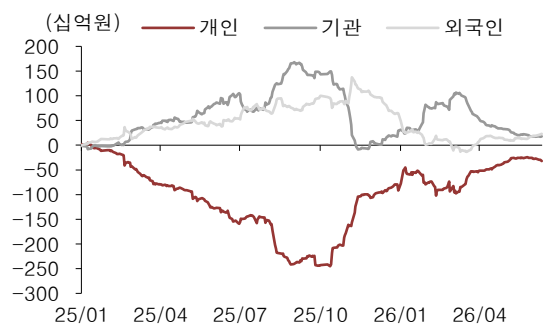
한편, 상반기 과도한 조정을 겪어온 엔터 업종은 지난주 코스닥 반등 구간에서 순환매 자금이 유입되며 장기간 수급 공백에 따라 타업종 대비 강한 반등 탄성을 보였고 6/11 전일대비 평균 11.9%의 상승세를 보였다. 와이지엔터테인먼트 또한 빅뱅 20주년 월드투어 공개와 맞물리며 당일 주가는 전일 대비 9.5% 반등하였다. 당분간 엔터 주가는 펀더멘탈보다 수급의 영향이 크게 작용할 전망이며, 이로 인한 변동성이 심화될수록 모멘텀 여부에 따른 종목 간 격차는 더욱 확대될 것으로 판단한다.

그림 1 주요 엔터4사 상대주가 추이



자료: Quantwise, 한국증권 리서치센터

그림 2 와이지엔터테인먼트 4사 수급 동향



자료: Quantwise, 한국증권 리서치센터

표 1 BIGBANG 20주년 월드 투어 <BIGSHOW: REBORN> 일정 및 회당 모객수 (3Q26-1Q27)

연도	날짜	국가/지역		공연장	최대 모객	실 모객 추정
2026	08월 21일	대한민국	고양	고양종합운동장 주경기장	120,000	90,000
	08월 22일					
	08월 23일					
	09월 05일	미국	캘리포니아	Oakland-Alameda County Coliseum	64,829	48,622
	09월 11일		뉴욕	메트라이프 스타디움	82,500	61,875
	09월 19일	프랑스	파리	STADE DE FRANCE	81,338	61,004
	09월 26일	영국	런던	토티엄 핫스퍼 스타디움	62,850	47,138
	10월 10일	대만	타이베이	타이베이돔	119,666	89,750
	10월 11일					
	10월 17일	싱가포르	싱가포르	싱가포르 국립경기장	55,000	41,250
	10월 24일	베트남	하노이	미딘 국립 경기장	80,384	60,288
	10월 25일					
	10월 31일	호주	시드니	Accor Stadium	83,500	62,625
	11월 07일	태국	방콕	라자망칼라 국립경기장	51,560	38,670
	11월 13일	홍콩	홍콩	카이탁 스포츠파크	135,000	101,250
	11월 14일					
	11월 15일					
	11월 27일	일본	오사카	교세라돔	120,000	90,000
	11월 28일					
	11월 29일		나고야	반테린돔 나고야	80,000	60,000
12월 05일						
12월 06일	도쿄		도쿄돔	150,000	112,500	
12월 13일						
12월 14일						
12월 15일						
12월 26일	후쿠오카	미즈호 PayPay돔 후쿠오카	80,000	60,000		
12월 27일						
2027	01월 09일	말레이시아	쿠알라룸푸르	부킷잘릴 경기장	90,000	67,500
	01월 16일	인도네시아	자카르타	자카르타 국제 경기장	82,000	61,500
	02월 27일	대만	가오슝	가오슝 국립경기장	110,000	41,250
	02월 28일					
		14개국	18개 도시	회당 평균 4만 명	약 165만 명 (31회)	약 124만 명 (31회)

주1: 실모객은 최대 수용인원의 75% 수준 추정  
 자료: 와이즈엔터테인먼트, 홍국증권 리서치센터

표 2 빅뱅 20주년 기념 투어에 따른 신규 공연 및 MD 매출 추정

지역	추정 ATP	추정 실모객 수(명)	단순 추정 매출(억원)	비교(ATP 근거값)
국내	170,000원	90,000	153	GD 솔로콘 <Übermensch> 약 16만원, 블랙핑크 단콘 약 18만원 Avg.
일본	¥21,500	322,500	659	GD 솔로콘 약 ¥17,700, 블랙핑크 단콘 약 ¥25,000 Avg.
아시아	\$180	542,708	1,436	GD 솔로콘/ 블랙핑크 단콘 약 \$180 추정
북미	\$269	110,497	437	GD 솔로콘 \$277 기준
유럽	\$190	108,141	302	GD 솔로콘/블랙핑크 단콘 \$180~200 추정 Avg.
오세아니아	\$174	62,625	160	GD 솔로콘 약 \$171, 블랙핑크 <BORN PINK> 약 \$177 추정 Avg.
<b>티켓</b>			<b>3,147</b>	<b>(YG) 예상 매출 약 752억원</b>
	추정 MD 객단가	추정 실모객 수(명)	단순 추정 매출(억원)	
	\$44.5	약 124만	809	블랙핑크 <DEADLINE TOUR> 1Q 추정 MD 객단가 약 7.7만원 대비 지역별 구매력 차이 감안
		MD 귀속	566	
		로열티 귀속	114	
<b>MD</b>				<b>(YG) 예상 매출 약 680억원</b>

주1: 환율 1,470원 적용(최근 6개월 평균)

주2: 전지역 블랙핑크 <DEADLINE> 기준 ATP, 해당 투어 회사 부재로 오세아니아만 <BORN PINK> 투어 기준 추정

자료: Touring Data, 홍콩증권 리서치센터

표 3 G-DRAGON 공식 Merch 가격대 분포

대분류	품목	대표가격(만원)
Entry MD	미니 라이트 키링, 덕테이프, 경량우산	2.7 ~ 3.9
일반 잡화	스카프, 스톨, 볼캡, 니트캡, 우산	6.8 ~ 9.8
프리미엄 잡화	클래식 캡, 백팩, 목걸이, GARDEN START 키트	17.8 ~ 25.0
일반 의류	티셔츠, 롱슬리브, 스웨트셔츠, 후디	14.5 ~ 38.0
고가 아우터/가방	코치자켓, 스타프코트, PAPER/PU BAG	25.0 ~ 75.0

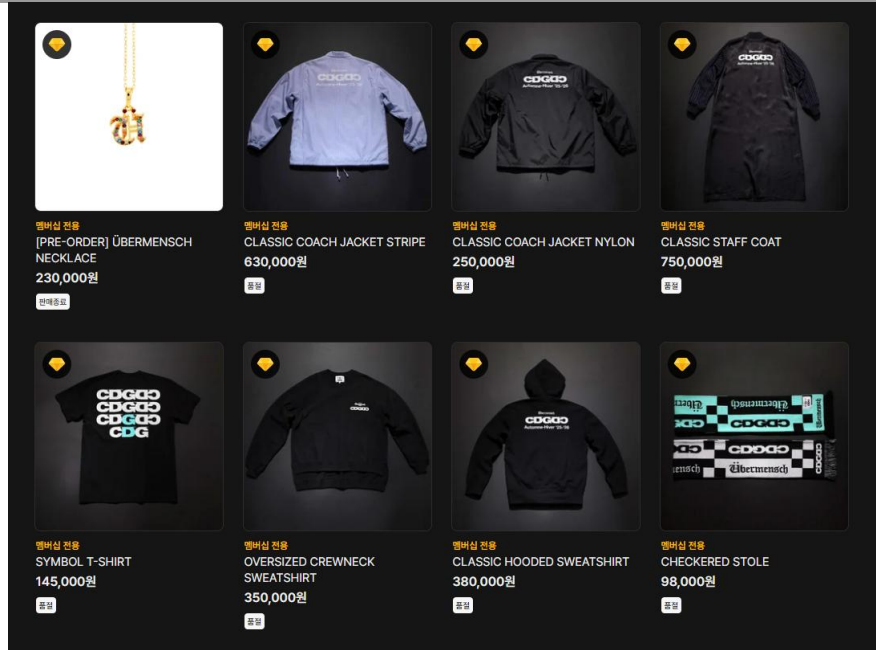
자료: 갤럭시코퍼레이션, 홍콩증권 리서치센터

표 4 블랙핑크 공식 Merch 가격대 분포

대분류	가격대(USD)	가격대(만원)	포함 품목 예시
응원봉/응원봉 액세서리	12.9~27.9	1.7~3.8	공식 응원봉, 라이트스틱 스트랩, 패치커버
Entry MD/소형 잡화	5.4~24.5	0.7~3.3	핀버튼, 키링, 아크릴스탠드, 파우치, 스티커, 트래블키트
생활-패션잡화	19~46	2.6~6.2	비니, 반다나, 슬리퍼, 솔더백, 토트백, 볼캡, 백팩
티셔츠/크롭티	30~45	4.0~6.1	투어 티셔츠, 시티 티셔츠
유니폼/저지	60~125	8.2~16.9	유니폼, 베이스볼/농구 저지, 크롭 저지
후디/자켓	80.9~94.6	10.9~12.8	투어 후디, 비람막이

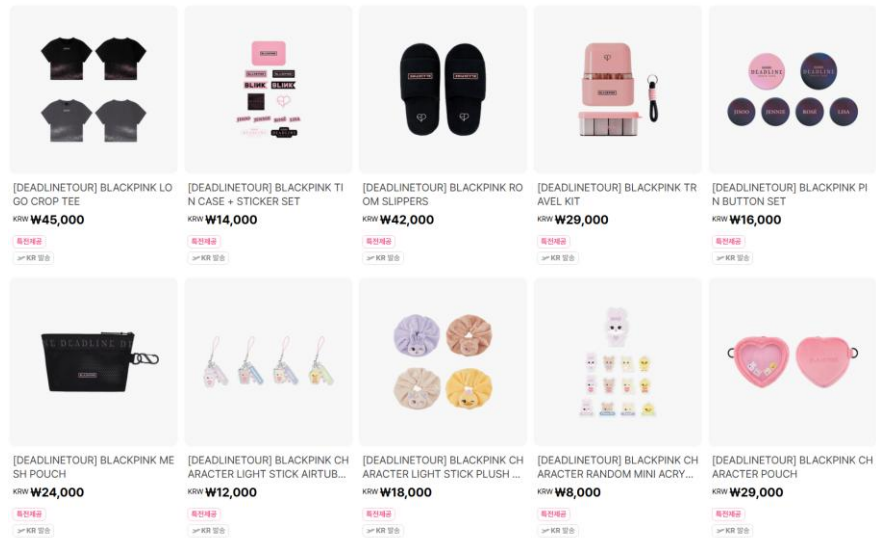
자료: 와이지엔터테인먼트, 홍콩증권 리서치센터

그림 3 G-DRAGON 멤버십 전용 MD 예시



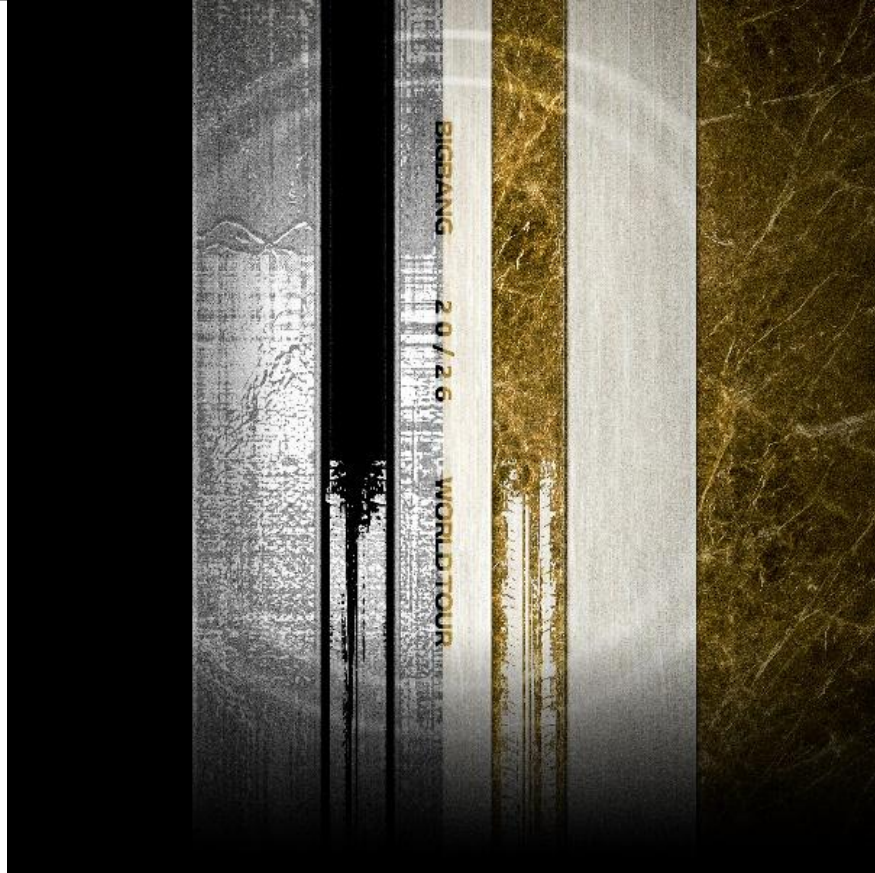
자료: 갤럭시코퍼레이션, 홍국증권 리서치센터

그림 4 블랙핑크 <DEADLINE> 투어 Merch 예시



자료: 와이지엔터테인먼트, Weverse, 홍국증권 리서치센터

그림 5 빅뱅 데뷔 20주년 기념 투어 <BIGSHOW: REBORN> 포스터



자료: 와이지엔터테인먼트, 흥국증권 리서치센터

**Compliance Notice**

- 당사는 보고서 제공시점 현재 상기 종목을 1% 이상 보유하고 있지 않으며, 동 보고서를 기관투자가 또는 제3자에게 사전 제공한 사실이 없습니다.
- 동 자료의 조사분석 담당자 및 그 배우자 등 관련자는 상기 종목의 유가증권을 보유하고 있지 않습니다.
- 당사는 보고서 제공시점 기준으로 지난 6개월간 상기 종목의 유가증권 발행에 중간사로 참여한 사실이 없습니다.
- 본 자료에 게재된 내용들은 본인의 의견을 정확하게 반영하고 있으며, 외부의 부당한 압력이나 간섭없이 작성되었음을 확인합니다.

본 보고서는 당사 고객들의 투자에 관한 정보를 제공할 목적으로 당사 고객에 한하여 배포되는 자료입니다. 본 보고서의 내용은 당사의 리서치센터가 신뢰할 수 있는 자료 및 정보로부터 얻어진 것이나, 당사가 그 신뢰성이나 완전성을 보증하는 것이 아닙니다. 따라서 어떠한 경우에도 본 보고서가 고객의 증권투자 결과에 대한 법적 책임소재의 증빙자료로 사용될 수 없습니다. 또한 본 보고서의 지적재산권은 당사에 있으므로 당사의 동의없이 무단 복제, 대어, 전송, 변형 및 배포 될 수 없습니다.

**흥국씨앳체**

본 보고서에 사용된 흥국씨앳체는 흥국의 기업철학 모티브를 반영한 글씨체로서, 세계 3대 디자인상인 독일 '2015 iF 디자인 어워드'에서 커뮤니케이션 분야 브랜드 아이덴티티 부문 본상을 수상하였습니다. 친근하고 희망적인 느낌의 흥국씨앳체는 고객존중과 으뜸을 지향하는 흥국의 아이덴티티를 부각시킵니다.