



미디어업종 Weekly

미디어/통신 Analyst 김희재 hoijae.kim@daishin.com

1. 주가 현황

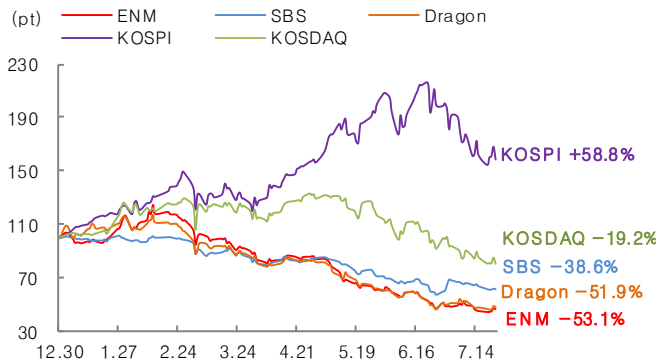
구분	기업	25/12/30	7/16	7/24	연간상승	수익률	주간상승	수익률	주간 그래프
콘텐츠	스튜디오드래곤 (253450)	42,750	20,400	20,550	▼ 22,200	▼ 51.9%	▲ 150	▲ 0.7%	
	SBS (034120)	18,700	11,900	11,480	▼ 7,220	▼ 38.6%	▼ 420	▼ 3.5%	
	CJ ENM (035760)	64,600	29,300	30,300	▼ 34,300	▼ 53.1%	▲ 1,000	▲ 3.4%	
광고	제일기획 (030000)	21,000	18,610	19,110	▼ 1,890	▼ 9.0%	▲ 500	▲ 2.7%	
	이노션 (214320)	18,460	18,300	19,150	▲ 690	▲ 3.7%	▲ 850	▲ 4.6%	
유료 방송	스카이라이프 (053210)	5,030	4,110	4,070	▼ 960	▼ 19.1%	▼ 40	▼ 1.0%	
	LG 헬로비전 (037560)	2,345	1,565	1,591	▼ 754	▼ 32.2%	▲ 26	▲ 1.7%	
영화	CJ CGV (079160)	5,950	4,375	4,855	▼ 1,095	▼ 18.4%	▲ 480	▲ 11.0%	
지수	KOSPI	4,214.2	6,820.6	6,690.6	▲ 2,476.5	▲ 58.8%	▼ 130.0	▼ 1.9%	
	KOSDAQ	925.5	791.8	748.2	▼ 177.3	▼ 19.2%	▼ 43.6	▼ 5.5%	

주가 Comment

- 주가 코멘트: **제일기획 무난한 실적 스타트**
- 시장 변동성 확대 속에 고배당 매력에 안정성이 부각된 제일기획과 이노션은 2주 연속 지수 대비 아웃퍼폼. 제일기획은 무난한 2Q 실적 발표
- 콘텐츠도 반등. 주요 플랫폼 작품들의 시청률이 높고, 넷플릭스 Top 10에서도 랭킹이 높은 등 좋은 펀더멘털이 주가에 영향
- 다만, 아직 매체 광고가 회복되고 있다는 뚜렷한 징후가 보이고있지 않기 때문에, 8월초 발표할 실적 및 이후 매체 광고의 전망이 중요
- 극장도 할인쿠폰 효과 및 대작과 신작들의 흥행이 이어지면서 활기. <호프>, <스파이더맨: 브랜즈 뉴 데이>, <오징어> 등 국내외 기대작들이 개봉(예정)하면서 9월까지 성수기 효과 지속 기대
- 다만, 23년부터 큰 반등 없이 지속 하락한 만큼 펀더멘털과 실적 및 주변환경 등 모든 면을 충분히 검토한 후 비중확대 여부를 결정하는 것이 바람직

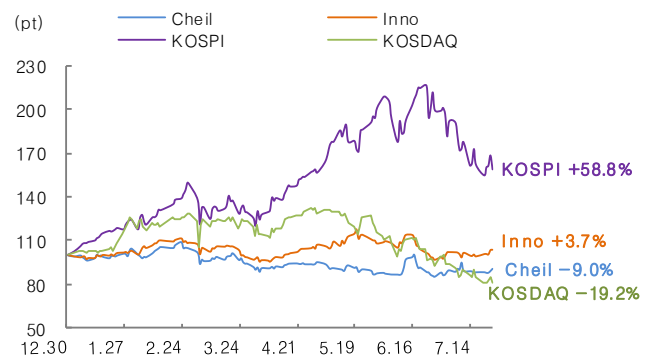
2. 주가 차트

콘텐츠, 25년 작품 수 회복 확인. 26년 추가 확대 전망. 매체 광고 회복이 관건



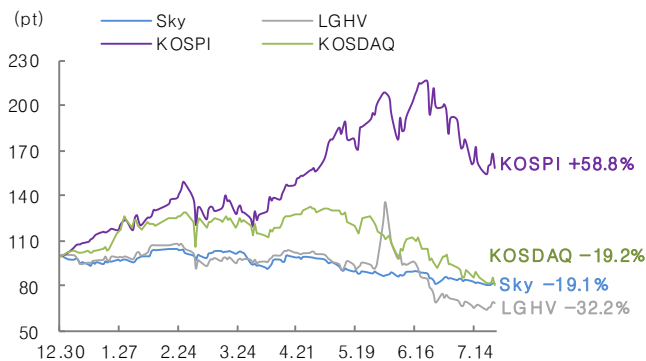
자료: FnGuide, 대신증권 Research Center

광고, 25년 대비 개선될 경기 전망. 디지털 중심의 광고 성장 지속



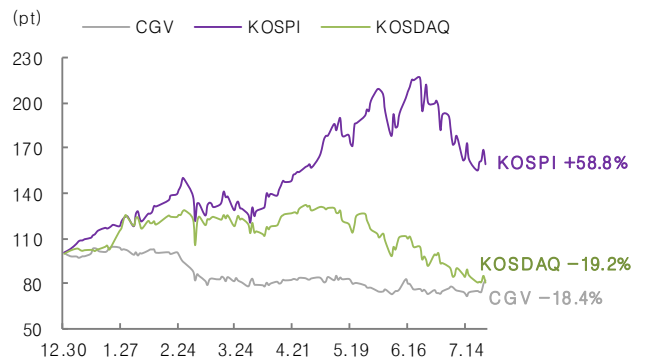
자료: FnGuide, 대신증권 Research Center

유료방송, 본업은 부진하지만, 신사업에서는 조금씩 나타나는 성과



자료: FnGuide, 대신증권 Research Center

영화, 7~9월 영화 최대 성수기



자료: FnGuide, 대신증권 Research Center

3. 주간 코멘트

NFLX 실적, 특별관 <호프> 효과, 마이크로드라마 성장, CJ ENM 콘텐츠 성과, AI 제작 비용 지원

NFLX

NFLX 실적

1. 넷플릭스가 2Q 시장 예상에 부합하는 실적을 기록했지만 3Q 전망이 기대를 밑돌며 투자 심리 위축. 실적 발표 이후 시간의 거래에서 주가 8% 이상 하락
2. 2분기 매출은 전년 대비 13.4% 증가한 125.6억달러, 주당순이익은 0.80달러 기록. 회원 수 증가와 구독료 인상, 광고 매출 확대가 실적 개선의 주요 배경
3. 지역별 매출은 북미 54억달러, 유럽·중동·아프리카 40억달러, 중남미 16억달러, 아시아태평양 15억달러. 광고 매출은 연말까지 30억달러 달성 전망 유지
4. 상반기 총 시청 시간은 970억시간으로 전년 대비 성장률 2% 기록하며 콘텐츠 소비 확대 지속. 전체 시청 시간의 3분의 1은 비영어권 작품이 차지하고 한국 콘텐츠도 높은 이용 성과 확보
5. 한국 드라마 <참교육>은 시청 5,500만회를 기록하며 <오징어게임> 다음 수준의 K드라마 흥행 성과 기록. <이 사랑 통역 되나요>, <레이디 두아>, <사냥개들 시즌2>, <동궁> 등 한국 작품 경쟁력도 함께 부각. 상반기 한국 제작 시리즈의 국가별 시청 시간 점유율은 미국에 이어 2위 기록
6. 3Q 가이던스는 매출액 128.6억달러, 주당순이익 0.82달러 제시. 시장 기대를 밑도는 수치에 성장성 우려 확대

공정적

- NFLX는 매분기 최고의 실적을 경신하는 중. 가입자도 지속적으로 증가 중이고, 콘텐츠 투자도 헐리우드 파업 영향에서 완전히 벗어나면서 역대 최고 수준 회복. 또한, K-콘텐츠가 강점이 있는 아시아 지역에서 가입자와 매출 성장률이 평균을 웃돌고 있어서 K-콘텐츠 전망도 여전히 밝음

CJ CGV

특별관 <호프> 효과

1. 영화 <호프> 흥행과 함께 CGV 특별관 SCREENX와 4DX 관람 수요가 크게 확대. 개봉 첫 주 특별관 객석률이 올해 평균을 크게 웃돌며 프리미엄 상영관 경쟁력 부각
2. 개봉 첫 주 SCREENX와 4DX 객석률은 각각 40%에 육박하며 올해 개봉작 평균 대비 2배 이상 기록. SCREENX와 4DX 통합관은 50%에 가까운 객석률을 기록. 영화는 개봉 5일 만에 200만 관객 돌파
3. SCREENX는 광활한 자연과 추격 장면을 3면 스크린으로 확장해 공간감과 몰입감 강화. 숲과 도로를 배경으로 한 액션 장면이 시야 전반으로 이어지며 현장감 극대화
4. 4DX는 모션체어와 바람, 진동 등 환경 효과를 활용해 카체이싱과 말 추격, 충격 장면의 속도감과 타격감 구현. SCREENX와 결합한 통합관에서는 시각과 오감을 결합한 몰입형 관람 경험 제공
5. 관람객 평가로는 SCREENX의 공간감과 자연 풍광, 4DX의 현장감과 긴장감에 높은 만족도 확인. 작품의 액션과 영상미가 특화관 기술과 결합
6. CGV는 <호프>를 통해 SCREENX와 4DX의 기술적 강점을 흥행작과 결합. 해당 전략이 객석 점유율과 관객 유입을 높이는 핵심 요소로 부각

공정적

- 극장에 대한 오해. 비싸서 안 간다, OTT와의 경쟁 때문에 안 간다
- 현실은 비싼 돈을 주고서라도 특별관을 이용하는 비율 증가. 즉, 가격은 극장 수요에 영향을 주는 요소가 아님
- OTT와의 경쟁 때문에 극장을 찾지 않는 것이 아니고, 신작이 부족했기 때문. 올해 흥행작들을 보면 대부분 Lead Time 10개월 전후의 신작
- 이제 구작 소진은 대부분 마무리 되었고, 관객들은 비싼 비용을 지불하고서라도 특별관을 선호하기 때문에, 극장의 전망이 어두운 것은 아니라고 판단

산업

마이크로드라마 성장

1. 마이크로드라마 시장이 모바일 중심 콘텐츠 소비 확대와 AI 제작 확산을 기반으로 빠르게 성장하며 글로벌 핵심 콘텐츠 시장으로 부상. 올해 시장 규모는 140억달러를 넘어 약 21.7조원 수준 전망
2. 글로벌 매출은 25년 110억달러에서 올해 140억달러로 확대 전망. 미국에서는 릴쇼트 이용자의 하루 평균 시청 시간이 35.7분으로 넷플릭스와 디즈니플러스 등 주요 OTT를 상회
3. 중국은 AI 기반 마이크로드라마 제작을 가장 빠르게 확대하는 시장으로 자리매김. 더우인에는 매일 약 5만편의 AI 기반 작품이 공개되고 올해 1분기 신규 제작물의 95% 이상이 AI 기반 제작
4. 국내에서는 SLL과 KT스튜디오지니 등이 숏폼 드라마 제작과 글로벌 플랫폼 협업 확대. KT스튜디오지니 작품은 드라마박스와 릴숏에서 인기 1위를 기록하며 해외 시장 경쟁력 확보
5. AI 제작 확산과 함께 AI 배우 활용에 따른 초상권 침해와 저작권, 콘텐츠 유사성 논란도 확대. 기술 경쟁보다 스토리와 콘텐츠 완성도가 장기적인 시장 경쟁력을 결정하는 핵심 요소로 부각
6. 움디아는 마이크로드라마를 통신사에 새로운 수익 기회를 제공하는 콘텐츠로 평가. 번들 상품 경쟁력 강화와 가입자 이탈 방지, 광고 기반 제휴 확대를 지원하는 핵심 서비스로 활용 가능성 확대

중립적

- 소비자들의 선호도가 롱폼에서 숏폼으로 바뀌는 모습이 나타나고 있지만, 서비스 프로바이더 입장에서는 숏폼의 수익성에 대해서 고민을 해야 할 것
- 롱폼의 경우 콘텐츠 시청 전후나 콘텐츠 중간에 광고가 삽입되면서, 또는 구독 형태로 수익 창출이 가능하지만, 숏폼은 이러한 전통적인 BM이 적용되기 어려운 형태여서, 새로운 BM을 발굴해야 할 것

CJ ENM

CJ ENM 콘텐츠 성과

1. CJ ENM 콘텐츠 12개 작품이 콘텐츠아시아 어워즈 2026에서 7개 부문 후보에 오르며 글로벌 경쟁력 입증. 드라마와 리얼리티, 버라이어티 등 다양한 장르에서 고른 성과 확보
2. 드라마 부문에서는 <폭군의 셰프>와 <친애하는 X>가 최우수 드라마 시리즈 후보 선정. 시청자 투표 부문에서는 <친애하는 X>와 <태풍상사>가 최고 인기 TV 시리즈 후보 선정. <스프링 피버>는 최고의 로맨틱 모먼트 후보에 올라 작품 화제성 확대
3. 예능 부문에서는 <환상연애4>가 국제 시장 대상 최우수 픽처얼 엔터테인먼트 프로그램 후보 진출. <아이 엠 북서>, <방과후 태리 쌤>, <보검 매직컬>도 최우수 오리지널 리얼리티 후보 선정
4. 버라이어티 부문에서는 <월드 오브 스트릿 우먼 파이터>와 <보이즈 2 플래닛>이 후보에 오르며 음악·퍼포먼스 예능 경쟁력 부각. 하나의 시상식에서 12개 작품이 7개 부문 후보에 오른 점이 주요 성과
5. CJ ENM은 지난해에도 <정년아>와 <아이랜드2: N/a> 수상으로 글로벌 시장 경쟁력을 입증한 바 있으며 올해도 성과 확대 기대. 장르 다변화와 콘텐츠 IP 경쟁력을 기반으로 글로벌 프리미엄 콘텐츠 전략 지속

공정적

- ENM의 콘텐츠 제작 능력은 우수. 다만, 아쉬운 점은 수익에서 차지하는 비중이 아직 무시할 수 없는 수준인 매체 광고 부진에서 벗어나고 있지 못하다는 점. 그래도, 꾸준히 좋은 콘텐츠를 만들고 국내외 다양한 분야에서 그 성과를 인정받으면, 실적도 점진적으로 개선될 수 있을 것으로 전망

CJ ENM, 스튜디오드래곤

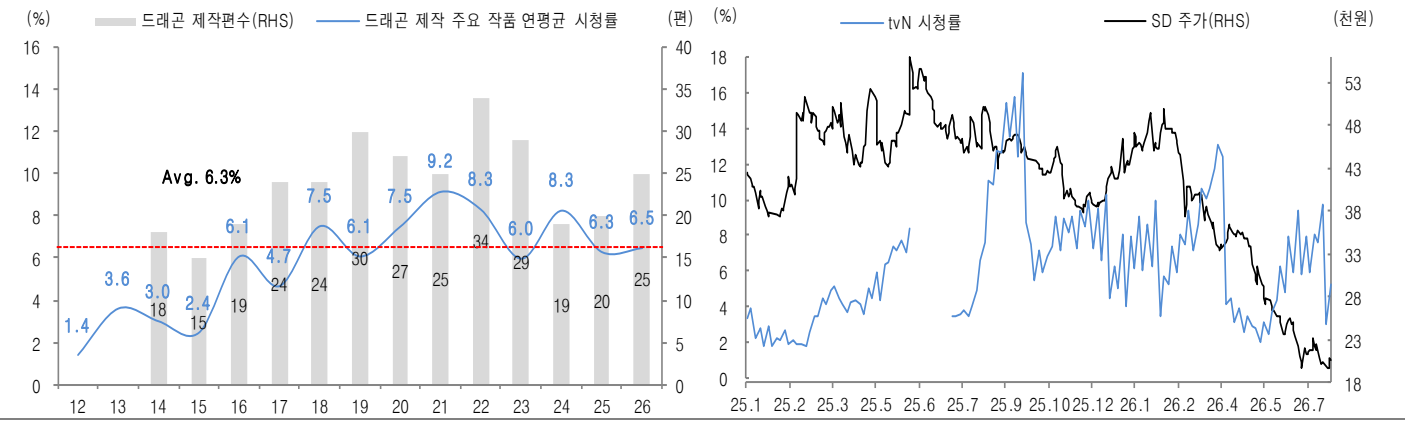
AI 제작 비용 지원

1. 방송·영상업계가 AI 제작 확산에 따른 비용 부담 완화와 공동 인프라 구축 필요성을 정부에 제안. 문화체육관광부는 업계 의견을 반영해 AI 기반 K-콘텐츠 경쟁력 강화 전략 마련 추진
2. 영화계는 생성형 AI 제작 비용이 크게 증가하며 중소 제작사와 AI 스타트업의 부담 확대 지적. AI 제작 품질이 투자 규모에 좌우되는 구조 속 기술과 정보 격차 심화 우려 제기
3. CJ ENM은 개별 기업 지원보다 GPU 기반 통합 제작센터와 AI 콘텐츠 제작 허브 구축 필요성 제안. 전기료 상승과 고가 인프라 부담을 고려한 공동 제작 환경 조성이 핵심 과제
4. 스튜디오드래곤은 블록버스터 콘텐츠 투자와 확보한 IP를 산업 전반에 활용하는 정책 지원 필요성 강조. AI 시대에도 콘텐츠 경쟁력의 핵심 자산으로 지식재산권 가치 확대
5. 정부는 외산 AI 파운데이션 모델 의존에 따른 데이터 유출과 콘텐츠 IP 학습 문제를 주요 과제로 인식. 국내 콘텐츠를 보호하면서 AI 활용 역량을 확보할 수 있는 생태계 구축 방향 제시
6. 문체부는 업계 의견을 '글로벌 AI 문화강국 전략'(가칭)에 반영할 계획. AI를 창작 역량 확대의 핵심 도구로 활용하고 국내 AI 콘텐츠 산업 경쟁력 강화를 위한 정책 지원 확대 추진

- 긍정적**
- 콘텐츠 산업에서 AI의 역할은 제작 효율화에 따른 비용 절감과, 새로운 형태의 제작이라는 신규 매출 창출 두 가지
 - 아직까지는 CG를 대체하는 비용 절감 영역에서 주로 활용 중이나, 온/오프라인으로 구현이 어려운 형태의 콘텐츠를 새로 제작하는 형태로 발전하는 중

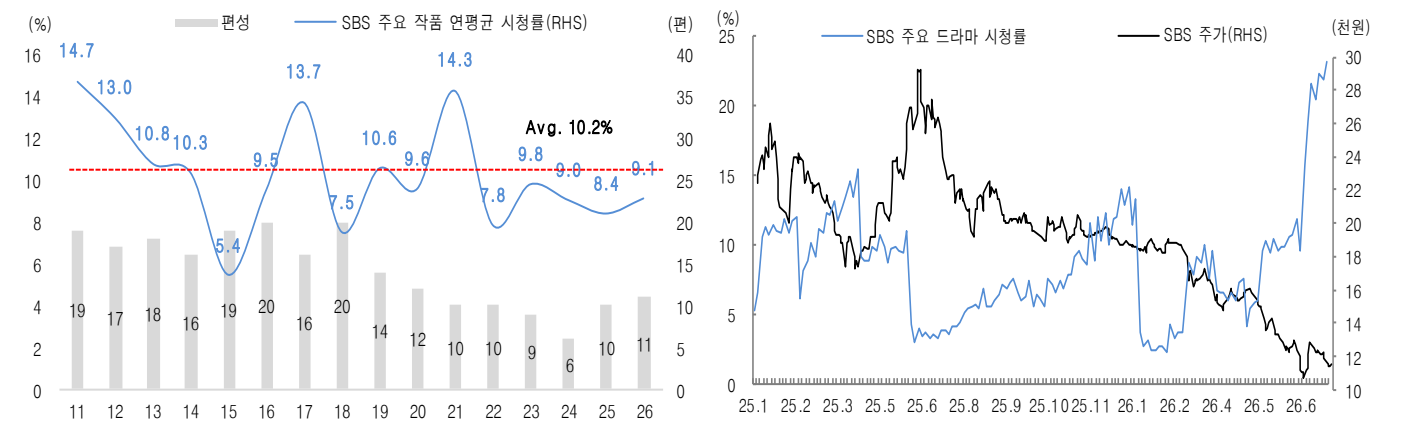
4. 주요 지표

스튜디오드래곤 제작 주요 작품 tvN 시청률, 주가 동향



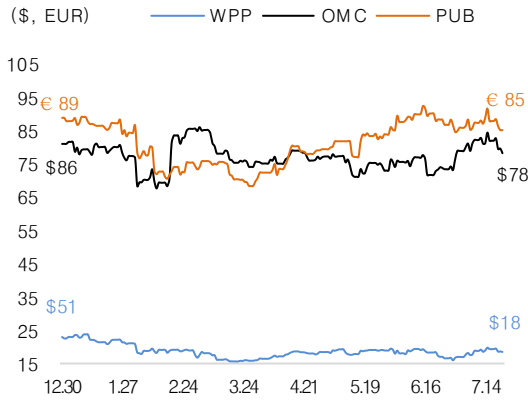
자료: AGB Nielsen, 추정은 대신증권 Research Center

SBS 주요 작품 시청률, 주가 동향



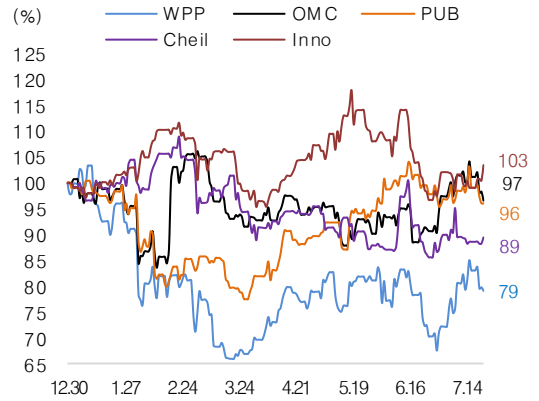
자료: AGB Nielsen, 추정은 대신증권 Research Center

Global Ad Agency 주가



자료: yahoo finance, 대신증권 Research Center

Global Ad Agency 주가수익률



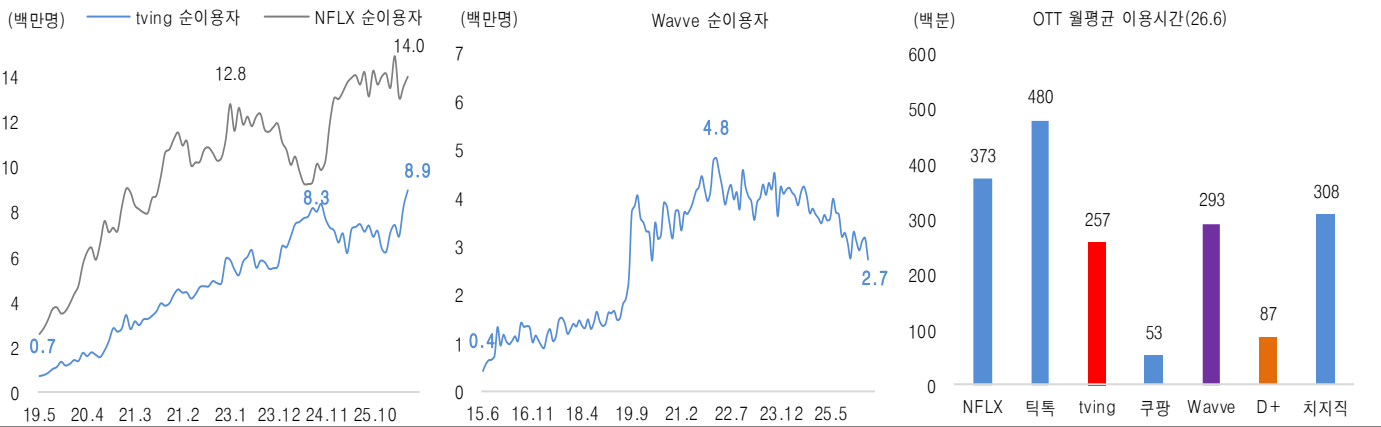
자료: yahoo finance, 대신증권 Research Center

넷플릭스 주가 vs. 드래곤 주가



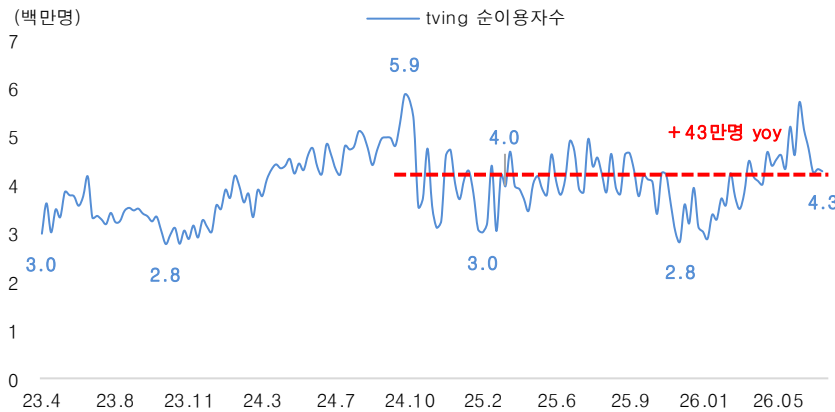
자료: FnGuide, 대신증권 Research Center

티빙, 넷플릭스, 웨이브 가입자 현황 및 월평균 이용시간(26.06월)



자료: 코리아앤클릭, 대신증권 Research Center

07/19주 기준 티빙 순이용자 429만명, -4만명 wow, +43만명 yoy. 24.10월 586만명 고점 대비 -157만명, 25.12월 285만명 저점 대비 +144만 명



자료: 코리아클릭, 대신증권 Research Center

5. 주간 시청률

구분	작품명	방송사	드라마 시청률 현황. 1회 vs, 주간(7/17~7/23) 시청률						주간	누적																																													
주말	사랑을 처방해 드립니다	KBS2	<table><thead><tr><th>작품명</th><th>방송사</th><th>1회</th><th>주간</th><th>월화</th></tr></thead><tbody><tr><td>사랑을 처방해 드립니다</td><td>KBS2</td><td>14.3</td><td>15.3</td><td>-</td></tr><tr><td>결혼의 완성</td><td>KBS2</td><td>4.4</td><td>6.4</td><td>-</td></tr><tr><td>킬러들의 쇼핑물</td><td>MBC</td><td>1.7</td><td>1.1</td><td>-</td></tr><tr><td>오싹한 연애</td><td>tvN</td><td>3.0</td><td>5.3</td><td>-</td></tr><tr><td>아파트</td><td>JTBC</td><td>4.6</td><td>6.0</td><td>-</td></tr><tr><td>김부장</td><td>SBS</td><td>9.5</td><td>23.1</td><td>-</td></tr><tr><td>내일도 출근!</td><td>tvN</td><td>4.8</td><td>4.4</td><td>-</td></tr><tr><td>그대에게 드림</td><td>ENA</td><td>2.7</td><td>2.7</td><td>-</td></tr></tbody></table>						작품명	방송사	1회	주간	월화	사랑을 처방해 드립니다	KBS2	14.3	15.3	-	결혼의 완성	KBS2	4.4	6.4	-	킬러들의 쇼핑물	MBC	1.7	1.1	-	오싹한 연애	tvN	3.0	5.3	-	아파트	JTBC	4.6	6.0	-	김부장	SBS	9.5	23.1	-	내일도 출근!	tvN	4.8	4.4	-	그대에게 드림	ENA	2.7	2.7	-	▼0.2	▲1.0
	작품명	방송사							1회	주간	월화																																												
	사랑을 처방해 드립니다	KBS2							14.3	15.3	-																																												
	결혼의 완성	KBS2							4.4	6.4	-																																												
	킬러들의 쇼핑물	MBC							1.7	1.1	-																																												
	오싹한 연애	tvN							3.0	5.3	-																																												
아파트	JTBC	4.6	6.0	-																																																			
김부장	SBS	9.5	23.1	-																																																			
내일도 출근!	tvN	4.8	4.4	-																																																			
그대에게 드림	ENA	2.7	2.7	-																																																			
결혼의 완성	KBS2	▼0.8	▲2.0																																																				
킬러들의 쇼핑물	MBC	▼0.2	▼0.6																																																				
오싹한 연애	tvN	▲5.3	▲2.3																																																				
아파트	JTBC	▲0.6	▲1.4																																																				
김부장	SBS	▲0.8	▲13.6																																																				
월화	내일도 출근!	tvN	-	▼0.4																																																			
	그대에게 드림	ENA	▼0.1	-																																																			
수목																																																							

자료: AGB Nielsen, 대신증권 Research Center

6. 방영예정 드라마

KBS2 <사랑이 온다> 7/25



MBC <유부녀 킬러> 7/31



tvN <최애의 사원> 8/3



SBS <재벌X형사2> 8/7



자료: 네이버, 대신증권 Research Center

7. 개봉예정 영화

<스파이더맨: 브랜즈 뉴 데이> 7/29



자료: 네이버, 대신증권 Research Center

<오디세이> 8/5



<사랑의 하츠픽> 8/5

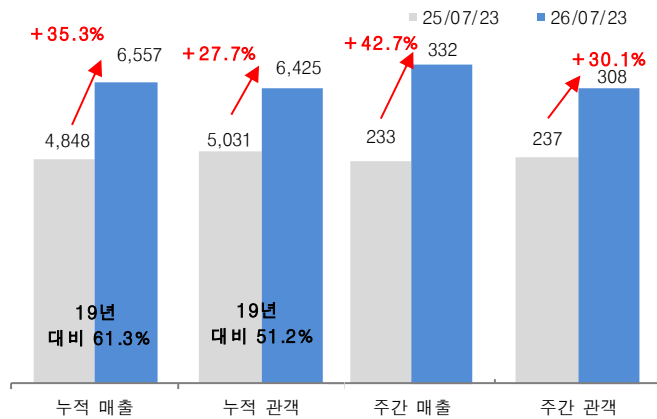


<오케이 마담2> 8/12



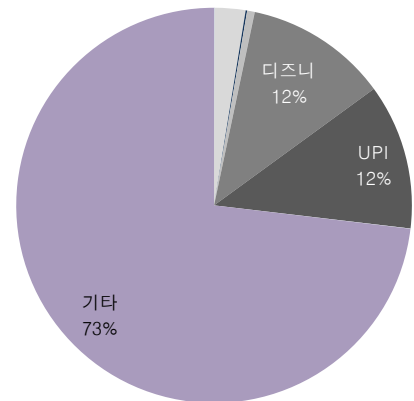
8. 주간 박스오피스 현황

7~9월 최성수기 진입. 영화 할인쿠폰 효과 기대. <HOPE>의 흥행



자료: KOFIC, 대신증권 Research Center

국내 영화시장 배급사별 주간 M/S

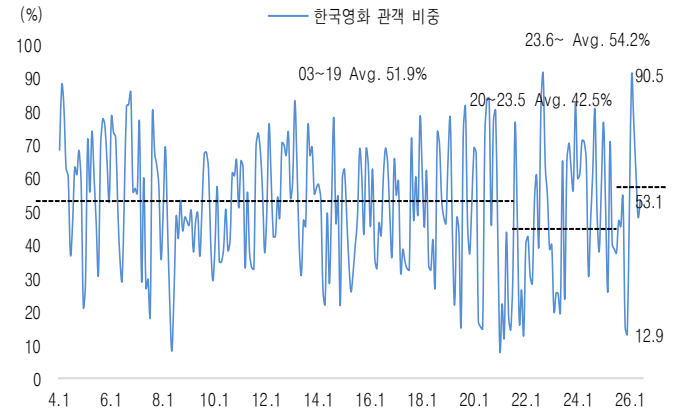


자료: KOFIC, 대신증권 Research Center

영화명	배급사	주간(7/17~7/23) 흥행 영화 관객수		주간매출	누적 매출
호프	메가박스중앙			252	291
미니언즈 & 몬스터즈	유니버설픽처스			42	46
모아나	월트디즈니			25	89
토이 스토리 5	월트디즈니			17	287
눈동자	바이포엠 스튜디오			14	152

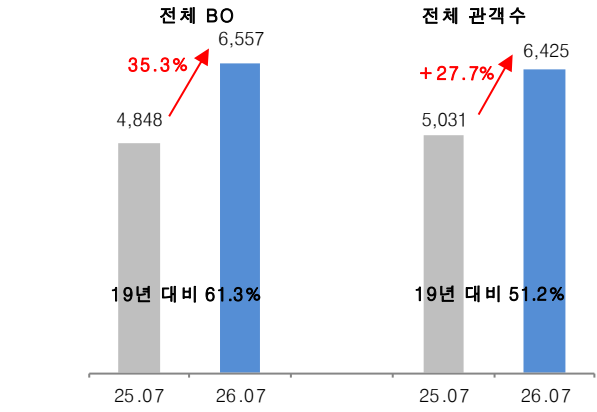
자료: KOFIC, 대신증권 Research Center

한국영화 관객 비중. 26.6월. 53.1%



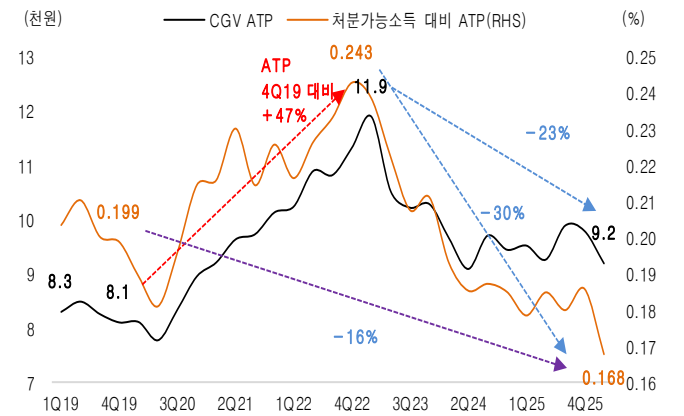
자료: KOFIC, 대신증권 Research Center

한국 영화 BO(7/23 누적 기준) 35.3% yoy, 19년 전체 BO의 84.3%



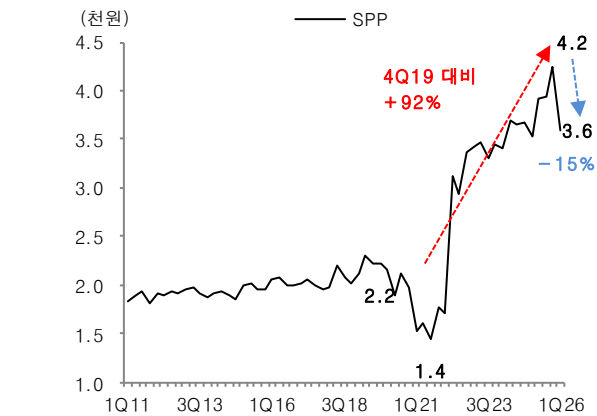
자료: KOFIC, 대신증권 Research Center

ATP 현황. 4Q19 대비 +47% 상승 후 -23% 하락. 소득 대비 ATP는 하락



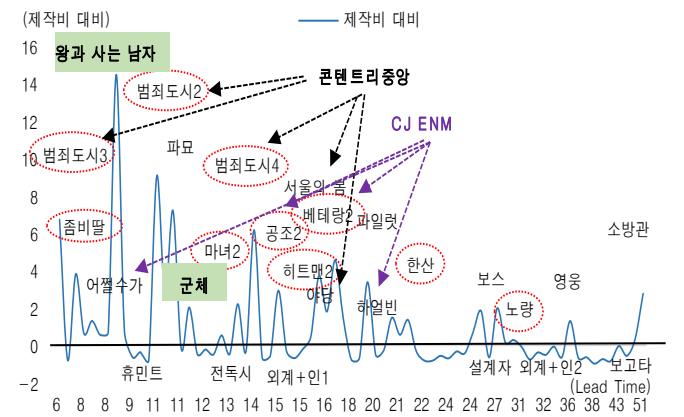
자료: CJ CGV, 통계청, 대신증권 Research Center

SPP. 4Q19 대비 +92% 상승 후 -15% 하락



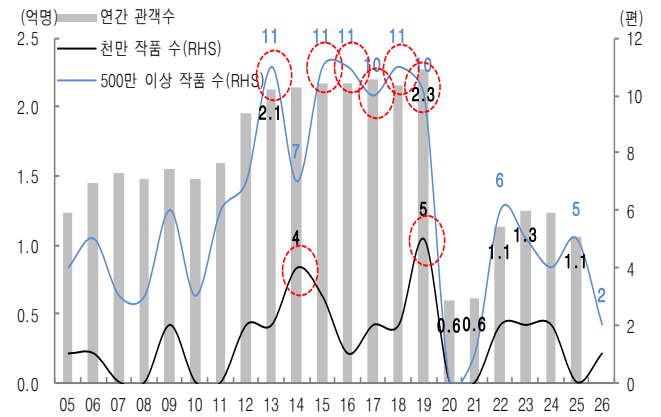
자료: CJ CGV, 대신증권 Research Center

Lead Time이 짧을수록 흥행에 성공. <왕사남> 8개월, <군체> 11개월



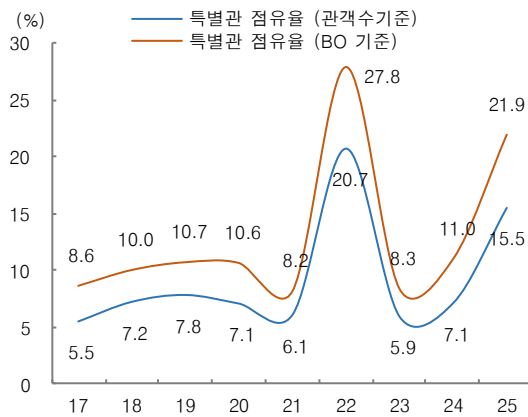
자료: KOFIC, 언론보도인용, 대신증권 Research Center

500만 이상의 흥작 영화가 중요. 25년 5편, 26년 2편



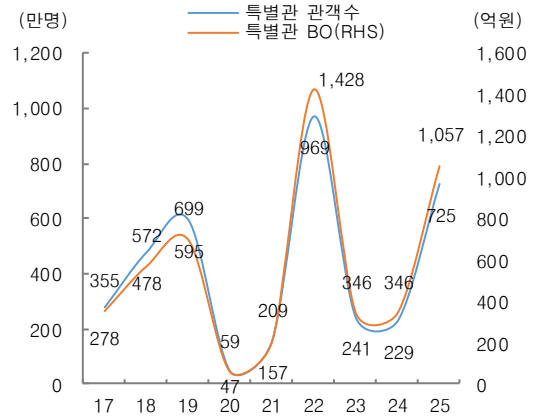
자료: KOFIC, 추정은 대신증권 Research Center

특별관 이용 증가. 22, 25년 <아바타> 효과



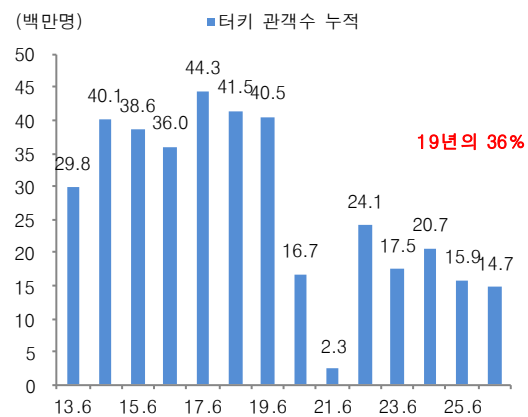
자료: KOFIC, 언론보도인용, 대신증권 Research Center

특별관 이용 증가. 22, 25년 <아바타> 효과



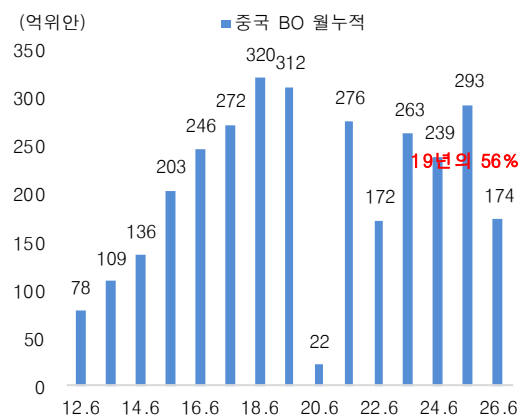
자료: KOFIC, 추정은 대신증권 Research Center

터키 영화시장. 26.6월 관객수, 19년의 36%



자료: KOFIC, 대신증권 Research Center

중국 영화시장. 26.6월 BO, 19년의 56%



자료: endata, 대신증권 Research Center

[Compliance Notice]

금융투자업규정 4-20조 1항5호사목에 따라 작성일 현재 사전고지와 관련한 사항이 없으며, 당사의 금융투자분석사는 자료작성일 현재 본 자료에 관련하여 재산적 이해관계가 없습니다. 당사는 동 자료에 언급된 종목과 계열회사의 관계가 없으며 당사의 금융투자분석사는 본 자료의 작성과 관련하여 외부 부당한 압력이나 간섭을 받지 않고 본인의 의견을 정확하게 반영하였습니다.

(담당자: 김희재)

본 자료는 투자자들의 투자판단에 참고가 되는 정보제공을 목적으로 배포되는 자료입니다. 본 자료에 수록된 내용은 당사 Research Center의 추정치로서 오차가 발생할 수 있으며 정확성이나 완벽성은 보장하지 않습니다. 본 자료를 이용하시는 분은 동 자료와 관련한 투자의 최종 결정은 자신의 판단으로 하시기 바랍니다.
