

엔터테인먼트

글로벌 플랫폼의 K-POP 활용 증가

임도영

엔터 | dy.lim@daolfn.com

● Spotify, 스트리밍을 넘어 슈퍼팬 수익화로 사업 영역 확대 중

최근 넷플릭스, 디즈니플러스 등 OTT 사업자에 이어 Spotify도 팬덤 참여 확대 전략을 추구하고 있다. 동일한 음원을 제공하는 기존 사업 구조에서는 콘텐츠 자체만으로 서비스 차별화가 어렵기에 단순 가격 인상보다 참여도와 지불의사가 높은 이용자, 즉 슈퍼팬을 중심으로 추가 수익화 기회를 확대하는 전략을 주요 성장축으로 제시했다. 무료 이용자의 프리미엄 전환을 넘어 MV 선공개, 비디오 팟캐스트, 오프라인 팬 이벤트 등을 확대하고 있으며, 라이브네이션과의 협업을 통해 일부 프리미엄 이용자들에게 공연 티켓 예매 기회를 우선 제공하는 Reserved by Spotify도 출시했다. 즉 기존의 스트리밍 중심 구독 모델에서 스트리밍-비디오-티켓/MD 등 팬 활동 전반을 자사 플랫폼과 연결시키려는 시도다. 티켓 예매 기회 우선 제공 서비스는 6월 출시 이후 현재 누적 약 10만장을 판매, 일부 투어에서는 배정 물량 소진으로 라이브네이션이 추가 물량을 공급하는 등 초기 성과가 확인되고 있다.

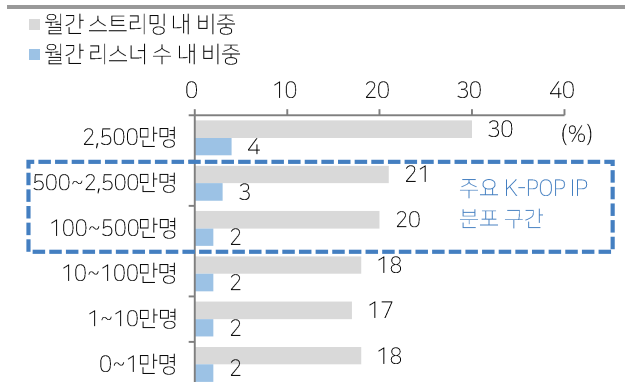
● Spotify의 슈퍼팬 중심 전략과 적합성이 높은 K-POP

Spotify는 높은 MAU와 청취 데이터를 기반으로 슈퍼팬 식별이 가능한 장점이 있다. 슈퍼팬은 평균적으로 아티스트 월간 리스너의 2%에 불과하지만 전체 스트리밍의 18% 이상, Spotify내 티켓 판매의 50%를 차지한다. 비디오 역시 최근 이용자의 몰입을 심화시키는 수단으로 활용되고 있는데 프리미엄 이용자의 2/3 이상이 플랫폼 내에서 MV를 시청 중이며, 직후 해당 아티스트 음악 소비가 증가하는 경향이 나타났다. 비디오 팟캐스트 또한 숏폼과 달리 멤버간의 30분 이상의 대화를 통해 출연자에 대한 이해와 친밀도를 높일 수 있다는 점에서 팬덤 형성에 유리한 포맷이다. 실제로 팟캐스트 이용자 중 후원 및 멤버십 가입 등 콘텐츠 소비가 관계 기반 지출로 연결되는 비중도 높은 편이다. K-POP은 슈퍼팬 비중이 높은 동시에 음악뿐 아니라 MV, 퍼포먼스, 멤버 간 관계성 등 비음원 콘텐츠가 팬덤 형성에 중요한 역할을 한다는 점에서 이러한 전략과 적합성이 높다고 판단한다. 실제로 Spotify는 최근 퍼포먼스 비디오, 비디오 팟캐스트, MV 선공개 등 신규 전략의 초기 사례로 K-POP 아티스트들을 다수 활용하고 있다.

● 글로벌 플랫폼들의 팬덤 사업 확대, 국내 팬 플랫폼과 시너지 기대

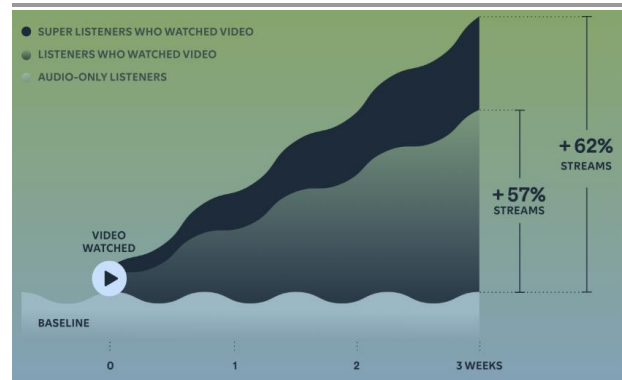
글로벌 플랫폼들의 팬덤 사업 확대는 국내 엔터사들과의 경쟁보다 상호 보완 효과가 클 것으로 판단한다. 이들이 대규모 이용자들을 기반으로 한 슈퍼팬 전환에 초점을 맞췄다면 국내 팬 플랫폼은 아티스트와의 직접적인 소통과 커뮤니티를 기반으로 이미 형성된 팬덤의 이용 빈도와 소비 영역을 확대하는데 경쟁력이 있기 때문이다. 따라서 글로벌 플랫폼들의 K-POP 활용 확대는 기존에 K-POP에 익숙하지 않았던 글로벌 이용자와의 접점을 넓히는 신규 팬덤 유입 채널로 작용할 수 있으며 국내 플랫폼들은 확대된 팬 접점을 자사 팬 플랫폼으로 유입시켜 아티스트와의 직접적인 관계 형성을 통해 공연, MD, 멤버십 등으로 소비를 확장시킬 수 있다. 결국 글로벌 플랫폼들의 전략은 국내 팬 플랫폼의 역할을 침해하기보다는 K-POP 팬덤의 상단을 넓혀주고 팬덤 규모와 팬당 수익화를 확대할 수 있는 기회로 이어질 것으로 전망한다.

Fig. 1: 아티스트 규모별 월간 리스너 및 스트리밍 횟수 내 슈퍼팬의 기여도: 2~4%에 불과한 슈퍼팬이 전체 스트리밍의 18~30% 수준을 차지



Source: Spotify, 다올투자증권

Fig. 2: Spotify에서 MV를 시청한 이용자는 직후 3주간 해당 아티스트의 음악을 57%(슈퍼팬은 62%) 더 많이 스트리밍하는 경향



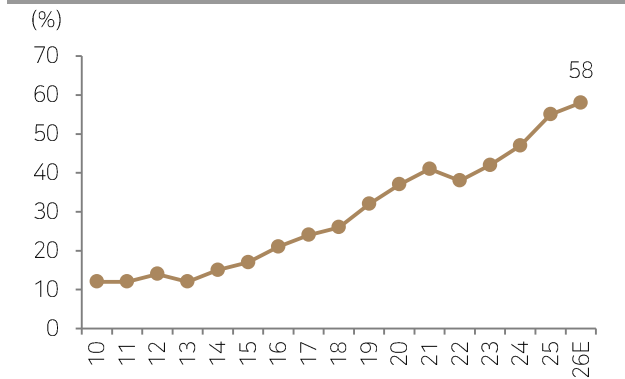
Source: Spotify, 다올투자증권

Fig. 3: Spotify는 신규 전략의 초기 사례로 K-POP 아티스트들을 다수 활용 중 → 최근에는 비디오 팟캐스트, 뮤직비디오 선공개 등

유형	엔터사	협력 내용	아티스트	일시
비디오 팟캐스트	HYBE	- 글로벌 콘텐츠 제휴 파트너십 체결, 비디오 팟캐스트 채널 '스탠에이(STAN:A)' 오픈 - 하이브는 콘텐츠 기획 및 제작 주도, 스포티파이는 플랫폼 서비스 지원 - 주요 시청 지역은 인도네시아, 북미, 독일, 영국, 필리핀 등이며 최근 유럽 지역의 시청자 증가세 두드러지는 중 - 주간 순 시청자 수 기준인 TOP Podcast 차트에서 11개국(영국, 캐나다, 프랑스 등) 진입, 팟캐스트내 뮤직 차트에서는 4개국(독일, 미국, 영국, 호주) 1위 기록 - 엔하이픈의 경우 실제 팟캐스트 시청 이후 음원 소비 증가 확인 언급	엔하이픈	26.03.23
	JYP	- 글로벌 콘텐츠 제휴 파트너십 체결, 비디오 팟캐스트 채널 'JYP Podcast' 오픈 - JYP는 콘텐츠 기획 및 제작 주도, 스포티파이는 플랫폼 서비스 지원 - TOP Podcast 차트 진입(미국, 호주, 뉴질랜드 등)	스키즈 (쓰리라차)	26.08.03
뮤직비디오 선공개	HYBE JYP	- 뮤비 공개 48시간 전 스포티파이내 선공개 - BTS NORMAL(26.07), 스트레이키즈 After You(26.07) 뮤비 선공개	BTS, 스키즈	26.07
Exclusive Live	HYBE	- BTS(26.03), 르세라핌(26.05) 진행 - 300~1,000명 초청 후 신곡 선공개 공연 등 핵심 슈퍼팬 전용 오프라인 경험 제공	BTS, 르세라핌	26.03~
퍼포먼스 비디오	HYBE	- 엔하이픈(Loose), 투어스(Freestyle) 퍼포먼스 비디오 독점 공개	엔하이픈, 투어스	25.06~

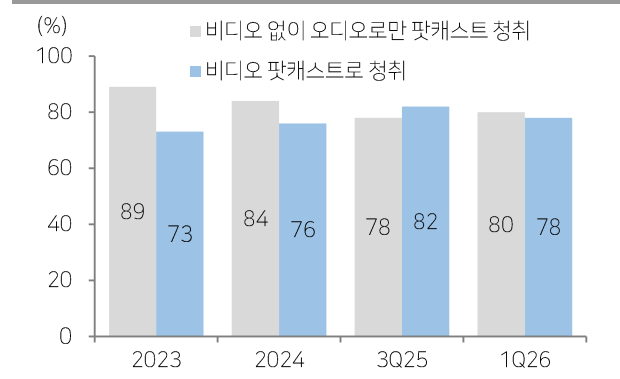
Source: Spotify, 다올투자증권

Fig. 4: 미국 12세 이상 인구 중 최근 1개월내 팟캐스트 이용자 비중 추이. 현재 약 58%의 이용률



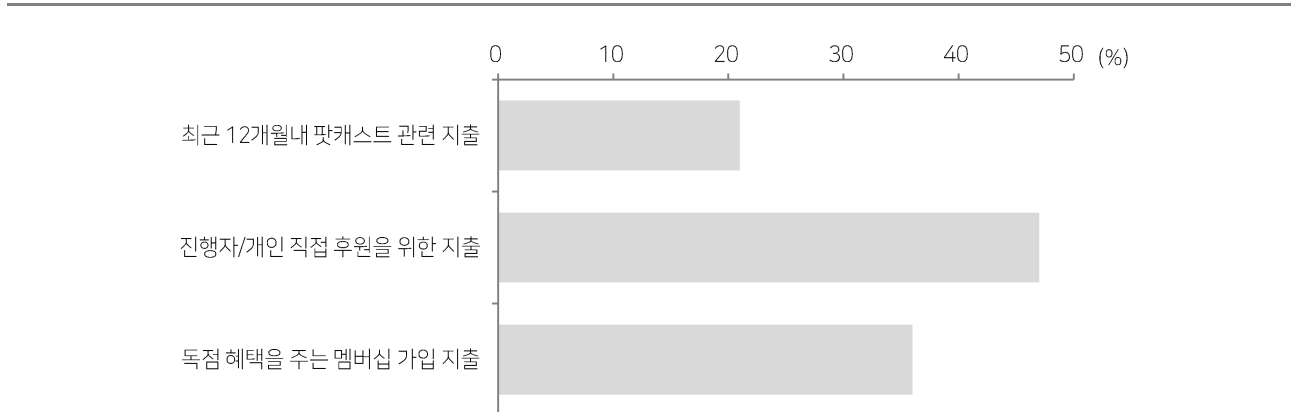
Source: Edison Research, 다올투자증권

Fig. 5: 미국 팟캐스트 이용자내 비디오 팟캐스트 소비 비중 확대



Source: Edison Research, 다올투자증권

Fig. 6: 미국 주간 팟캐스트 이용자들은 특정 개인 후원(47%) 또는 독점 혜택 제공 멤버십 가입을 위한 지출(36%) 경험 있음 → 팟캐스트 이용자는 K-POP과 유사하게 관계 기반 수익화로도 연결 가능한 집단



Source: Edison Research, 다올투자증권

Compliance Notice

당사는 본 자료를 기관투자자 등 제 3자에게 사전 제공한 사실이 없습니다. 당사는 본 자료 발간일 현재 해당 기업의 인수·합병의 주선 업무를 수행하고 있지 않습니다. 당사는 자료작성일 현재 본 자료에서 추천한 종목의 지분을 1% 이상 보유하고 있지 않습니다. 당사는 본 자료 발간일 현재 해당 기업의 계열사가 아닙니다. 당사는 동 종목에 대해 자료작성일 기준 유가증권 발행(DR, CB, IPO, 시장조성 등)과 관련하여 지난 12개월간 주간사로 참여하지 않았습니다. 당사는 상기 명시한 사항 외에 고지해야 하는 특별한 이해관계가 없습니다. 본 자료를 작성한 애널리스트 및 그 배우자는 발간일 현재 해당 기업의 주식 및 주식 관련 파생상품 등을 보유하고 있지 않습니다. 본 자료의 조사분석담당자는 어떠한 외부 압력이나 간섭 없이 본인의 의견을 정확하게 반영하여 작성하였습니다. 본 자료는 '나눔스퀘어'와 '아리따 글꼴'을 사용하여 작성하였습니다.

투자등급 비율

BUY : 93.5% HOLD : 6.5% SELL : 0.0%

투자등급 관련사항

아래 종목투자 의견은 향후 12개월간 추천기준일 종가대비 추천종목의 예상 기대수익률을 의미
 · BUY: 추천기준일 종가대비 +15% 이상.
 · HOLD: 추천기준일 종가대비 -15% 이상 ~ +15% 미만.
 · REDUCE: 추천기준일 종가대비 -15% 미만.
 · SUSPENDED: 기업가치 전망에 불확실성이 일시적으로 커진 경우, 분석 잠정적 중단. 적정주가 미제시.

투자 의견이 시장 상황에 따라 투자등급 기준과 일시적으로 다를 수 있음

동 조사분석자료에서 제시된 업종 투자 의견은 시장 대비 업종의 초과수익률 수준에 근거한 것으로, 개별 종목에 대한 투자 의견과 다를 수 있음

· Overweight: 해당 업종 수익률이 향후 12개월 동안 KOSPI 수익률을 상회할 것으로 예상하는 경우

· Neutral: 해당 업종 수익률이 향후 12개월 동안 KOSPI 수익률과 유사할 것으로 예상하는 경우

· Underweight: 해당 업종 수익률이 향후 12개월 동안 KOSPI 수익률을 하회할 것으로 예상 경우

주) 업종 수익률은 위험을 감안한 수치