

NFT는 주식 시장의 치트키일까? (엔터, 콘텐츠, NFT, 메타버스)

📅 촬영 @2021년 11월 16일

3줄 필기노트

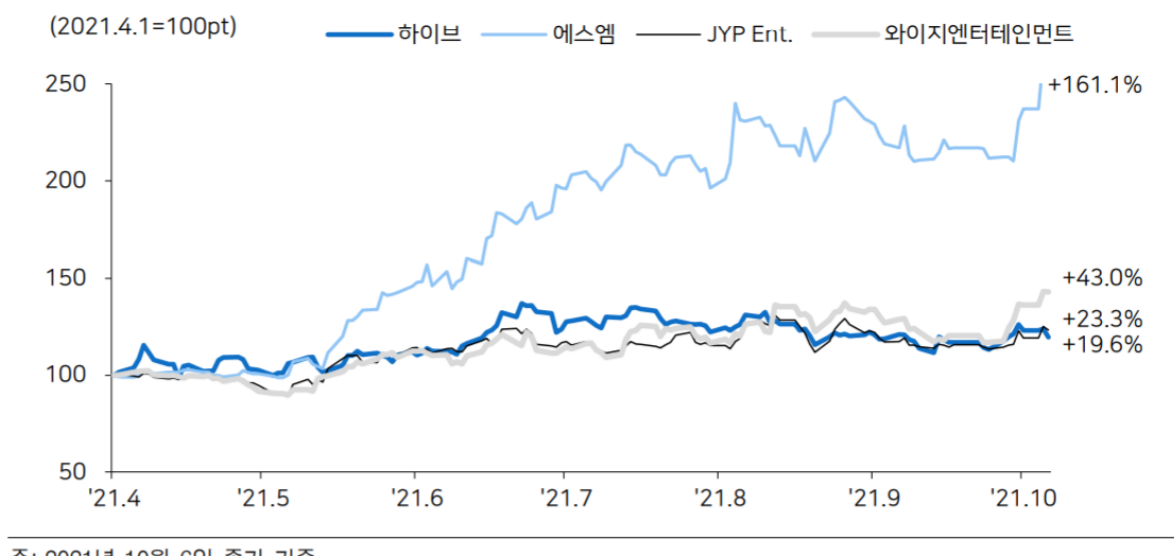
1. 콘텐츠, 게임에 이어 엔터 산업에서의 NFT 이슈가 시장을 떠들썩하게 만들고 있어요. 돈깡이 생각하는 NFT의 핵심은 블록체인 기술을 이용한 화폐를 이용할 수 있는 '생태계가 얼마나 잘 구성되어 있는가?'를 주목해 보아요!
2. 연말연시로 갈수록 위드 코로나와 함께 공연 재개에 대한 기대감 또한 엔터 주가에 반영되고 있는듯해요. 그러나 공연 수익은 아티스트가 대부분을 가져간다는 점, 1인당 소비액의 한계 또한 존재한다는 점을 유의하도록 해요!
3. 결국 블록체인, 암호화폐, NFT 등의 수혜 산업을 찾고 싶다면, 소비자들이 오래 머무를 수 있는 다양한 서비스들을 한 데 모아놓은, 경제 생태계를 구축할 수 있는 기업들을 공부해 보아요!

지금 주식시장은 이렇게 하고 있어요!

1. 엔터사 주가에 활기를 가져온 NFT

지난 6개월간 SM의 주가가 161%나 상승했다는 사실 알고 계셨나요?

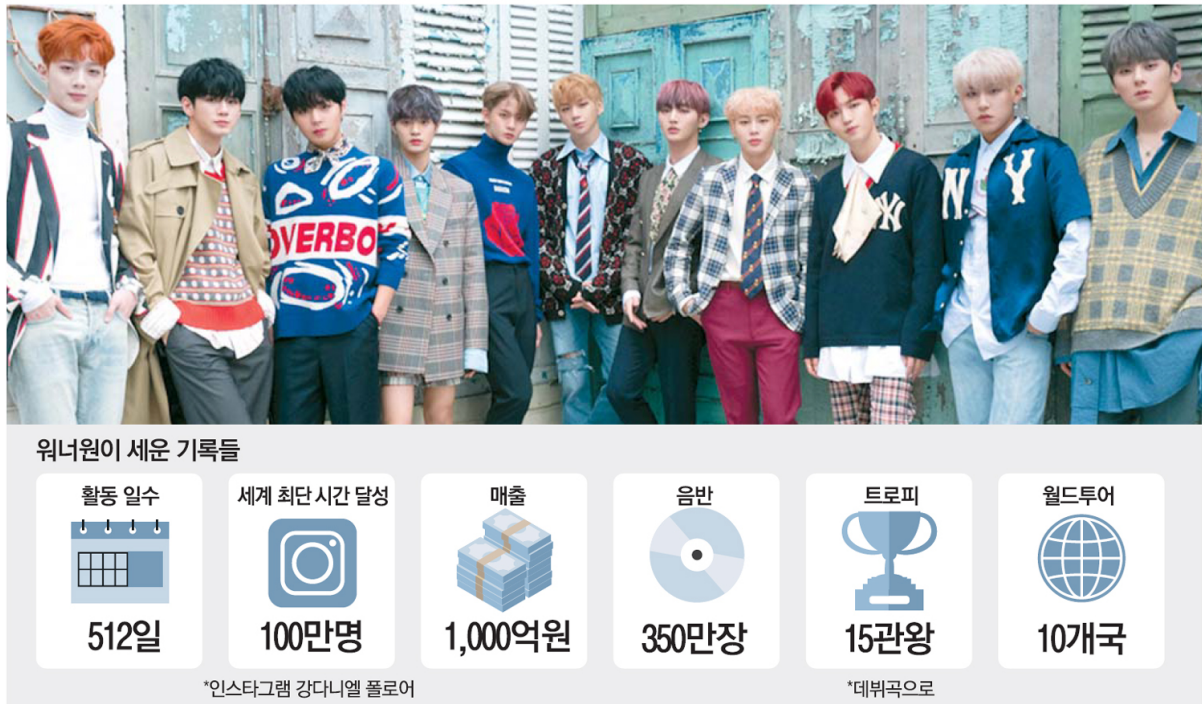
그림1 엔터 4개사 지난 6개월간 주가 흐름



2. SM의 NFT는 다른 엔터사와 다르다?

연일 화제인 NFT를 SM이 도입을 한다고 해서 화제인데요, '프로슈머(prosumer)'라는 말처럼 팬층이 각종 굿즈 제작에 참여할 예정이에요.

국민 프로듀서로 인해 화제였던 워너원의 사례를 생각해 본다면 그 파급력이 얼마나 클지 느껴지시나요?

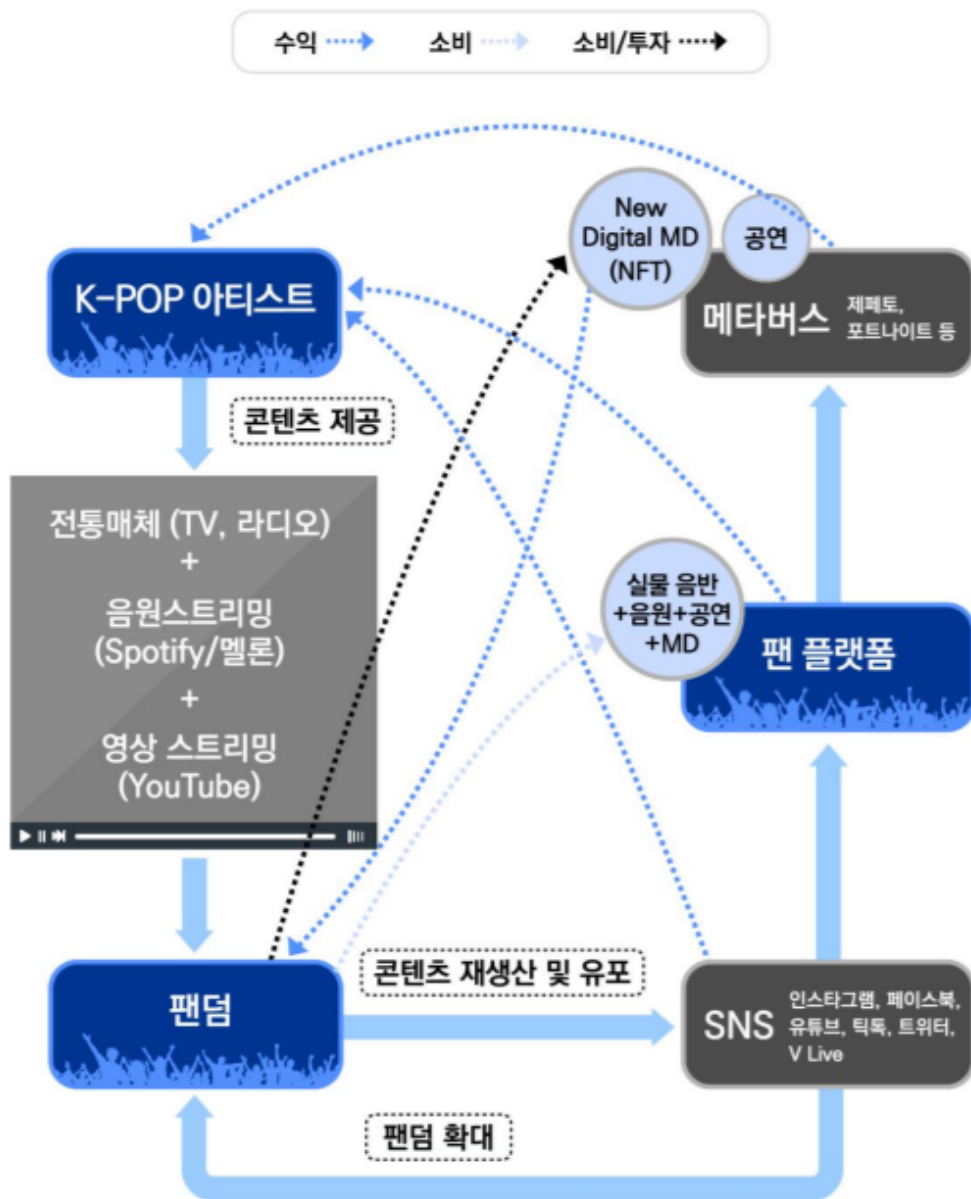


3. NFT의 핵심은 생태계 구축!

또 여기서 중요한 건 NFT로 거래가 된다는 점 간과할 수 없죠, NFT(Non-Fungible Token)는 대체 불가능 토큰이라는 뜻이에요. 우리가 시중에 화폐를 주고받는 건 국가가 발행했다는 신뢰를 기반으로 운영되는 거잖아요? NFT가 지금은 파급력이 와닿지 않을 수 있어도, 신뢰를 기반한 세계관이 확립되면 생태계는 더욱더 강력해지는 것은 시간문제예요.

한 예로, SM의 디어유는 SM의 인지도 및 기업 신뢰도를 바탕으로 메타버스 공간에서 가치를 창출하고 있어요.

그림 1. K-POP 아티스트 글로벌 성장 전략 도식화



[표1] 팬덤 전문 플랫폼 비교

항목	위버스(하이브)	버블(리슨)	유니버스
개발 제작사	하이브	에스엠	엔씨소프트
참여 제작사(동맹)	와이지엔터테인먼트, NAVER	JYP Ent.	CJ ENM 과 JV 설립 예정
팬덤 플랫폼 런칭시기	2019년 6월	2020년 2월	2021년 1월
참여 아티스트	하이브, 와이지 소속 아티스트, 선미, 헨리 등	에스엠, JYP Ent.를 비롯해 FNC 등 13개사 150여명 아티스트	아이즈원, 강다니엘, 위아이, 브레이브걸스 등 16팀
규모	MAU 500만 명, 2020년 매출 2,191억, 영업이익 156억 원(OPM 7.1%)	유료 구독자수 100만 명 이상, 해외 비중 70%, 2020년 연간 매출 130억, 1Q21 매출 89억, 영업이익 32억 원	출시 100일 만에 MAU 330만 명
비즈니스모델	무료 기반 팬 커뮤니티, 온라인 콘서트+굿즈 커머스등 수수료 기반	월정액 4,500원으로 구독 (그룹일 경우 멤버별로 구독권 결제)	기본 월정액 3,500원+프라이빗 메시지 1인권 4,400원 추가 시 7,900원
특징	네이버 V LIVE와 통합, 해외 아티스트 입점 용이	아티스트와 프라이빗 메시지로 소통	아티스트와 프라이빗 메시지로 소통, 엔씨소프트의 AI, IT 기술 및 게임 접목, 독점 콘텐츠 제공

4. 가상의 생태계를 가장 잘하는 곳은 어디일까요?

바로 엔씨소프트예요. 기존에 아데나라는 화폐를 리니지라는 세계관에서 잘 운영하기 때문에 롱런했어요. 얼마 전에는 NFT에 진출한다는 기사로 상한가를 달성했답니다.

메타버스는 건 어마어마하게 큰 세계관이고 작은 영역의 커머스가 있는 거고 또 작은 영역의 엔터 회사들이 있는 거고 게임이라는 요소가 있는 거고 궁극적으로는 그 모든 서비스가 하나의 생태계로 들어갈 때 이 세계관이 완성되는 거죠. 참고할 예시로는 마크 저커버그가 그리는 메타에서 살펴볼 수 있어요.



[그림 24] Facebook 10년 로드맵 -2016년 4월 발표



5. 중국이 규제가 메타버스에서는 완화된다?

엔터업계의 상황으로 돌아와보면, 지금 중국에서 한국 연예인을 좋아하는 것을 규제하고 있어요.

표4 중국 엔터 산업 관련 규제 흐름

일시	내용
2021-05-09	극성 팬들이 투표를 위해 구매한 우유를 버리는 영상이 공개되며 <청춘유니3> 프로그램 폐지
2021-08-27	중국 사이버공간 관리국(CAC)이 불건전한 팬문화를 단속하고 미성년자 팬의 극단적인 아이돌 팬 활동 규제를 위한 강화조치 발표
2021-09-05	중국의 주요 SNS인 시나 웨이보(Sina Weibo)가 방탄소년단(BTS), NCT, 아이유 등 일부 팬클럽 계정을 불법 모금한 혐의로 60일 동안 차단했다고 발표
2021-09-06	30일간 블랙핑크, 갓세븐, 엑소 외 18개의 다른 중국 일부 팬클럽 계정을 정지하는 작업을 진행하겠다고 발표
2021-09-07	중국 엔터테인먼트 심포지엄에서 유명인은 공적 및 사적인 생활에서 도덕적으로 행동하라고 지시
2021-09-18	문화관광부는 공연 활동 중 배우와 가수가 립싱크로 조작하는 행위를 하는 것을 일절 금지하겠다고 통보

자료: 언론보도종합, 메리츠증권 리서치센터

[표6] 중국 내 엔터테인먼트 산업 규제 일지

날짜	규제 내용
21-08-27	중국 인터넷 단속 기관인 국가인터넷안전정보화위원회 판공실이 '무질서한 팬덤에 대한 관리 강화 10대 방안' 발표 : 팬클럽 운영 관리 책임을 소속사가 지도록 하고, 미성년자가 팬클럽에서 돈을 쓰지 못하도록 제한하는 내용 (Ex. 연예인 모금 팬클럽 해산, 연예인 인기차트 발표 금지, 음원 중복 구매 금지 등) 발표 전 두달 가량 팬클럽 정화 캠페인 시행 : 웨이보는 매주 욕설이 달린 게시물 삭제, 정지된 팬클럽 계정 공개. 바이두는 인기투표 방식의 '스타 인플루언서' 운영 중단 중국 최대 음악 플랫폼 QQ뮤직 : 한명의 이용자가 음원을 중복으로 구매하지 못하도록 제한
21-09-02	중국 방송 규제 기관인 국가광전총국이 사회적으로 물의를 일으켰거나 정치적 입장이 명확하지 않은 연예인의 방송 출연을 금지하는 추가 통지 발표 : 외양이 여성적인 남연예인의 출연을 제한하는 내용도 포함. 아이들의 지나친 여성화 금지(화장 금지 등) → 대중문화를 공산당식 통제 하에 두려는 의도로 해석
21-09-05	모금으로 항공기를 띄운 BTS 지민의 팬클럽 계정 60일간 웨이보 활동 금지 BTS, 엑소, 블랙핑크 등 K팝 팬덤 계정 21 여개 30일간 이용 중지
21-09-18	문화관광부의 '립싱크 금지법' : 공연활동 중 배우와 가수가 립싱크로 조작하는 행위를 하는 것을 일절 금지 미성년자의 연예 활동 계약 시 에이전트 관계자들은 이들의 초중고교에서의 의무교육을 지원, 법률에 따라 미성년자의 학습할 권리 보장하도록 함 에이전트는 건전한 팬 응원 문화 정책을 위해 연예인을 향한 무분별한 선물 공세와 고액의 굿즈 판매 행위를 근절토록 관리감독해야 할 의무를 갖게 됨. 미성년자의 굿즈 구매도 모두 불법화
21-09-19	국가세무총국의 '연예인 세금 관리방안' 발표 : 유명 연예인뿐만 아니라 영향력이 큰 왕홍도 세무조사 실시(무작위 대상 선정 후 바로 결과 공개)

중국이나 북한에서 한국 드라마 보지 말라는 것들이 콘텐츠들 안에는 그 나라의 사상이라는
가 분위기가 녹아져 있는 경우가 많기 때문에 국민들이 통제하기 힘들어지기 때문에 나타나
는 현상이에요.

하지만, 한국 시장은 중국을 제외하고서도 콘텐츠의 영향력이 대단해지고 있기 때문에 큰 이
슈는 아니에요.

그림 5. 2012 K-POP 수출 대상국가



그림 6. 2020 K-POP 수출 대상국가



6. 가수의 본업인 콘서트가 주가에 영향을 미칠까?

빌보드 톱10 아티스트의 음악 수익의 80%가 투어에서 발생한다는 사실, 놀랍지 않나요?

그림24. 미국의 공연/레코드 시장 규모 및 추이

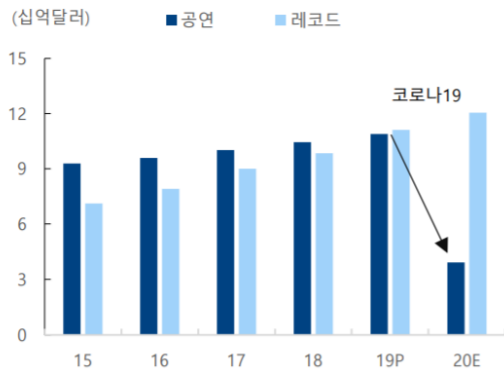
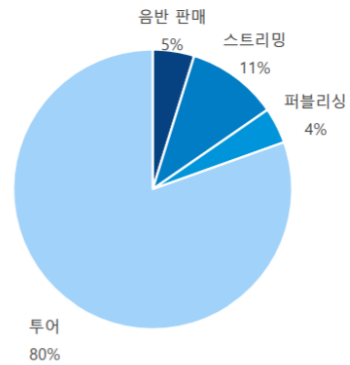


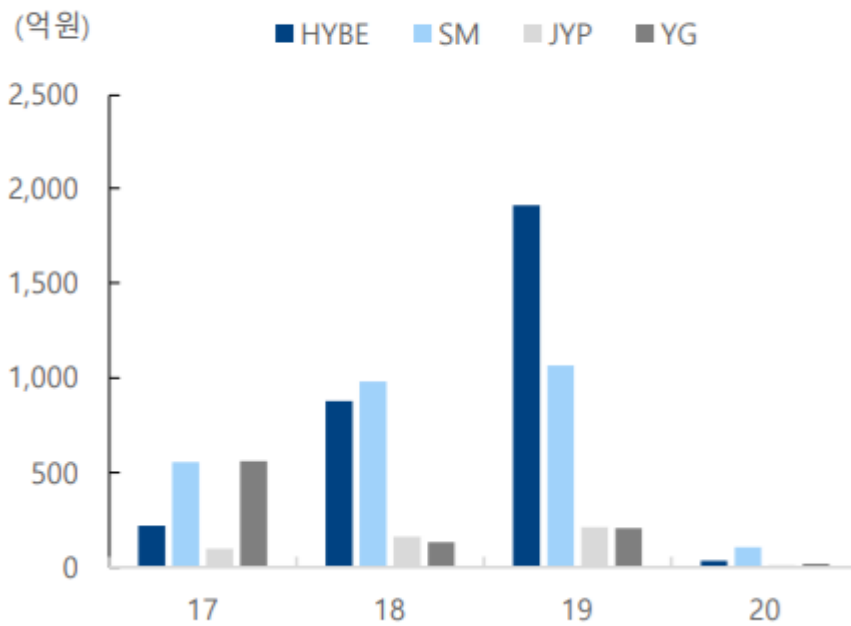
그림25. 빌보드 Top10 아티스트 음악 수입의 구성(2019년)



이제 워드 코로나로 인해서 실적이 개선되면 주가도 높아질까요? 답은 '아닐 확률이 높다'에
요

공연 수익은 아티스트에게 대부분 수익이 돌아가는 구조예요.

그림62. 4대 기획사 공연 매출은 근 2년간 공백



[그림4] BTS 온라인 vs. 오프라인 공연 실적 비교

형태	오프라인	온라인(무료)	온라인(유료)	온라인(유료)
공연명	Speak Yourself : the Final	방방콘	방방콘 더 라이브	Map of the Soul ON:E
소요시간	150분x3회 = 450분	베타테스트 격으로 23시간 = 1380분	90분	150분x2회 = 300분
관객수	150,000명	4,000,000명	756,000명	993,000명
MD매출	84억 원	372억 원	154억 원	추후 공개 예정
티켓매출	132억 원	무료	144억 원	541억 원
1분당 수익	4,800만 원	2,700만 원	33,111만 원	n/a

자료: 하이브, 한화투자증권 리서치센터

7. 위드 코로나 시기 지켜봐야 할 투자 포인트는?

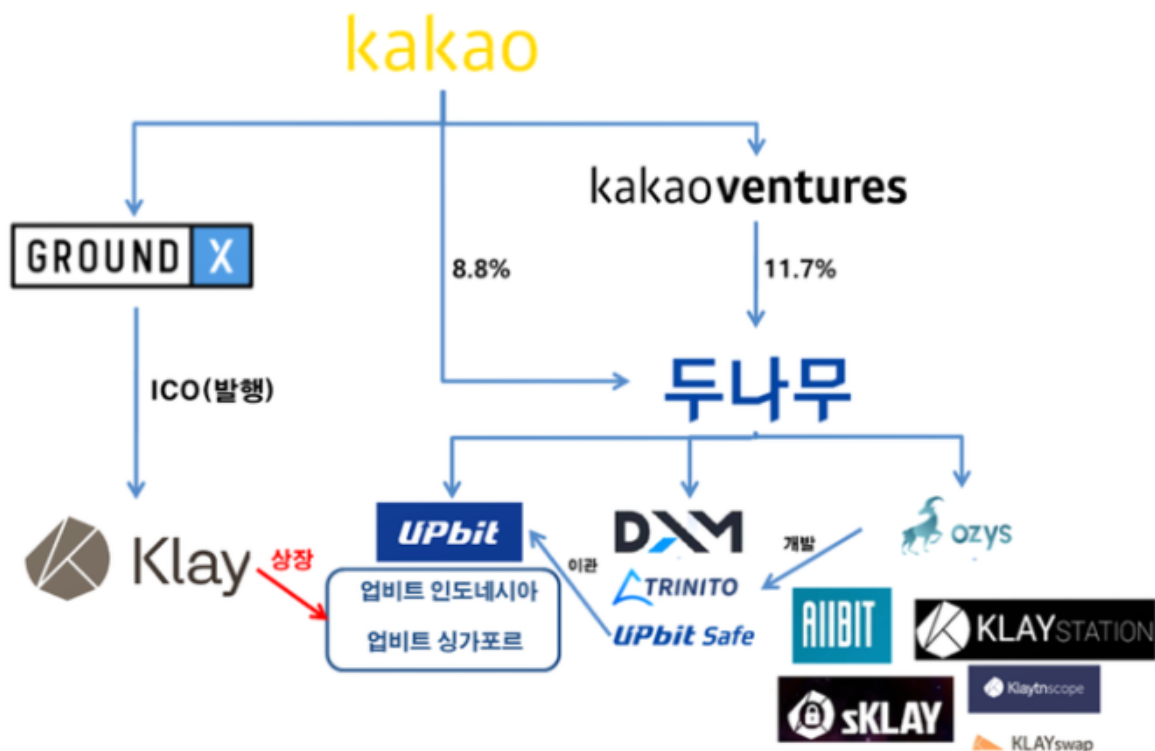
여러분은 온라인 플랫폼인 디어유에서 소비할 것인가요, 공연장에서 소비할 것인가요? 회사 입장에서는 디어유가 더 좋아요. 그래서 엔터 회사들은 온라인 공연을 진행하고 있습니다. 다만, 향후 온, 오프라인 공연에 모두 팬들이 참여할지, 선택해서 할지를 잘 확인해 봐야 해요. 온라인 공연에 참여를 많이 한다면 기업의 주가는 오를 확률이 높아요.

표 8. 전통적인 뮤직 비즈니스의 수익 모델

수익모델	내용
앨범 판매 수익	앨범 음반/음원 판매료 뮤직비디오 등 영상 출판 수익 음원 포털의 기획 및 맞춤형 상품 판매료
공연 수익	공연(콘서트) 제작 및 투자 수익(티켓판매, 협찬 등)
출연 수익	광고 개런티 방송 및 행사 출연료
저작권 수익	방송 프로그램, 비디오 음악, 드라마/영화 OST, 광고 음악, 게임 음악, 행사, 매장 음악 노래방 등 음원 사용료 및 악보 판매
퍼블리시티권 수익	아티스트의 초상 사용 허가로 제작된 브로마이드, 사진집, 서적, 굿즈 등

8. 중소형 엔터주 투자는 어떻게 하면 좋을까요?

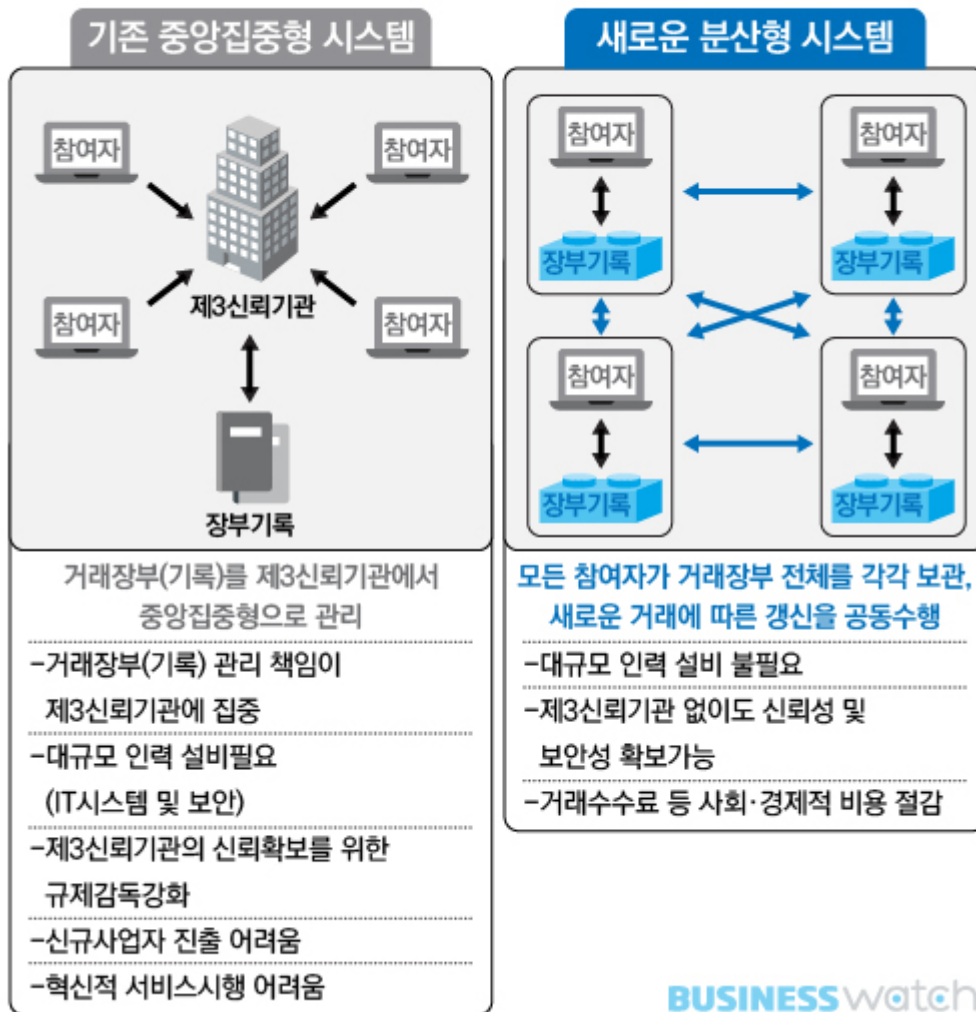
대형사인 SM, JYP, YG를 제외한 회사의 예로, 카카오엔터테인먼트를 손꼽을 수 있는데요. 카카오는 국내로만 시장을 점유하고 있기 때문에 국내 여론에 쉽게 휘둘린다는 점을 고려해서 투자를 해야 해요.



9. NFT 투자의 핵심은 블록체인

NFT라는 건 블록체인이고 이것은 금융 시스템을 관리하는 중앙 시스템을 말해요.

중앙집중형 시스템·분산형시스템 비교



BUSINESSwatch

NFT를 암호화폐로 인지하는 것을 넘어서서 블록체인이 어디를 기반으로 하는지, 앞으로 성장하는 NFT 시장 전반에 어떻게 영향을 미치는지, 어떤 조건이 갖춰져야 하는지를 지속적으로 공부해 보아요.

