

주요 지표 및 뉴스

2025. 4. 29

SOOP₀₆₇₁₆₀

1Q25 실적 발표

인터넷/게임

Analyst 이효진

02. 6454-4864

hyojinlee@meritz.co.kr

[재무실적]

■ 매출 1,076억원 / YoY 14.1+%, QoQ -3.7% / 컨센서스 대비 +2.3%

1. 플랫폼 매출 YoY +7.9%, QoQ +2.9%

2. 광고 매출 YoY +49.5%, QoQ -21.5%

- 광고 비수기로 인해 QoQ 감소
- 플레이디 인수를 통해 광고 사업 경쟁력 제고
- 광고 비수기 영향

1) 플랫폼 광고 YoY +50.5%, QoQ -18.9%

2) 콘텐츠형 광고 YoY +44.9%, QoQ -37.6%

3) 광고 기타 YoY +57.0%, QoQ +29.2%

3. 기타 매출 YoY -12.8%, QoQ -35.6%

■ 영업비용

- 전분기 대비 광고 매출 변동비 감소와 연말 이벤트 행사비 감소
- 전년 동기 대비로는 매출 성장에 따른 변동비 증가

1. 지급수수료(광고) YoY -6.8%, QoQ -59.0%

2. 지급수수료(중계권/기타) YoY +25.9%, QoQ -12.1%

3. 콘텐츠 제작비 YoY +155.0%, QoQ +47.2%

- 리그 제작에 따라 상승

4. 인건비 YoY +11.2%, QoQ +5.5%

5. 스트리머 지원금 YoY +22.7%, QoQ -20.0%

6. 과금수수료 YoY +13.4%, QoQ +5.3%

7. 회선사용료 YoY +17.4%, QoQ +8.3%

8. 행사비 YoY -66.8%, QoQ -93.7%

- 지스타 및 연말 시상식 비용 제거로 감소

9. 기타 YoY +5.4%, QoQ +26.1%

■ 영업이익 327억원 / YoY +14.8%, QoQ +17.8% / 컨센서스 대비 +7.7%

■ 당기순이익 271억원 / YoY +9.5%, QoQ +4.3% / 컨센서스 대비 +6.8%

■ 기타

- 국내외 옥외 광고, SNS 광고 준비 중
- 스트리머 베네핏 준비 중

Q&A

Q 올해 플랫폼 매출 성장 이끌 수 있는 전략

A ■ 작년과 유사. 플랫폼 유입 확대를 위해 국내외 캠페인 등 예정

Q 글로벌 SOOP 콘텐츠 및 마케팅 전략

A ■ 콘텐츠 확대 중. 태국의 경우 이스포츠 중심에서 벗어나 소셜 스트리머와 연계
 ■ 태국/동남아 뿐만 아니라 대만 중심 중화권도 준비 중

Q 스트리머 동시 송출의 진입장벽과 해소 방법

A ■ 시스템적인 부분에서 익숙하지 않은 점이 진입 장벽
 ■ 고도화된 방송 톨로 편의를 제공하면 해소될 것

Q 1분기 광고 경기 좋지 않았음에도 높은 실적을 기록할 수 있던 요인과 지속 가능성

A ■ 콘텐츠형 광고 중 E스포츠 리그 제작 매출이 성장함
 ■ 리그를 통한 콘텐츠형 광고 매출 상승을 기대

Q 플레이디 인수 효과

A ■ 매출/이익 기여도는 1분기부터 반영되지는 않음. 2분기부터 매출 반영될 예정. 플레이디는 2분기부터 성수기
 ■ SOOP 광고 본부와 시너지 효과 기대

Q SOOP AI 프로젝트 전략

A ■ 자체 기술 확보를 통해 방송함에 있어 편의를 주는 것이 목표
 ■ 짜버, 살사, 수퍼 등 매니저 기능이 출시되었음. 서비스 지원 뿐만 아니라 새로운 비즈니스 기회 창출할 것

Q SOOP 리브랜딩의 성과

A ■ 유저 유입은 지속 성장, 평균적 시청자 머무르는 시간 성장, Active 스트리머 및 동시 방송 수 소폭 성장
 ■ 5/16부터 SOOP 홍보를 위한 대규모 캠페인 시작할 예정

Q 라이트 유저를 모객하기 위한 콘텐츠 투자 계획과 동시 송출 스트리머 확장 계획

A ■ 오리지널/라이선스 콘텐츠 중요
 ■ 대만 같은 경우, LCK 콘텐츠 중국어 중계 시작. 브랜드 캠페인과 시너지 낼 것
 ■ 동시 송출 희망하는 스트리머는 상당히 많은 수준. 동시 송출을 위해서 투자가 수반되기 때문에 가능성 있는 스트리머 및 협업이 용이한 스트리머를 우선적으로 선택하여 확장이 느려 보일 수 있음
 ■ 특히 대만 시장에서 긍정적인 반응을 봄. 선호 콘텐츠/문화가 한국 문화와 유사하기 때문. 다만 글로벌은 시간이 걸리는 시장임

Q 인앱 결제 관련된 국내/글로벌 영향

A ■ 안드로이드 폰은 원스토어에서 많이 결제 중. 이용자 지표에 큰 변화는 없음
 ■ 글로벌은 모수가 작기 때문에 큰 변화 없음

Q 인건비/광고비/콘텐츠 광고 비용

A ■ 인건비는 매출 성장률을 넘어서지는 않을 것, 1Q 트렌드와 유사
 ■ 광고비: 2~3Q 걸쳐서 증가할 것. 옥외 광고/플랫폼 내 이벤트로 큰 규모는 아닐 것
 ■ 콘텐츠 제작비: 콘텐츠형 광고 제작 매출에 연동되기 때문에 매출 가이드نس 참고할 것

Q 글로벌 SOOP engagement 활성화 전략

A ■ 콘텐츠 종류에 따라 다를 것. 게임 콘텐츠의 경우 채팅창이 활발하나, 보이는 라디오는 덜 활발함
 ■ 채팅창 통합은 기술적으로 구현을 하여 제공하여 이용하는 스트리머 있음

자료: 금융감독원 전자공시시스템, SOOP

Compliance Notice

본 자료는 투자자들의 투자판단에 참고가 되는 정보제공을 목적으로 배포되는 자료입니다. 본 자료에 수록된 내용은 당사 리서치센터의 추정치로서 오차가 발생할 수 있으며 정확성이나 완벽성은 보장하지 않습니다. 본 자료를 이용하시는 분은 본 자료와 관련한 투자의 최종 결정은 자신의 판단으로 하시기 바랍니다. 따라서 어떠한 경우에도 본 자료는 투자 결과와 관련한 법적 책임소재의 증빙자료로 사용될 수 없습니다. 본 자료는 당사 고객에 한하여 배포되는 자료로 당사의 허락 없이 복사, 대여, 배포 될 수 없습니다.