

주요 지표 및 뉴스

2025. 8. 6

하이브 352820

2Q25 실적 컨퍼런스콜 정리

엔터/레저

Analyst 김민영

02. 6454-4884

minyoung.kim02@meritz.co.kr

실적 주요 내용

2Q25 매출액 7,056억원(+10.2% YoY, +41.0% QoQ), 영업이익 659억원(+29.4% YoY, +204.7% QoQ) 기록하며 컨센서스 하회

재무실적

- 2분기 음반원/공연/광고/출연 등 직접 참여형 매출은 4,479억원으로 전체 매출의 63%, MD/라이선싱/콘텐츠/팬클럽 등 간접 참여형 매출은 2,578억원 기록하며 전체 매출의 37%. 제이홉, TXT, 르세라핌 등 월드 투어 영향. 하이브 뮤직 그룹 아티스트 컴백, 다수의 콘서트, 팬미팅 개최됨
- 영업이익 659억원, 영업이익률 9.3% 기록했으나, 주요 거점 시장 내에서 IP 확대를 위한 투자로 두 자릿수 이익률 달성 못함. 아오엔 데뷔 앨범은 오리콘 데일리 차트 1위 기록했으나, 초기 마케팅, 활동 비용 반영되며 단기 수익성 부담. 라틴 아메리카 '파세 아 라 파마' 제작비 영향. 6월 방영 시작, 제작비 일부 이번 분기 반영. 2분기 비용구조는 단기 성과보다는 장기 성장을 위한 기반 마련에 초점
- [음반원] 2,286억원(-8.4% YoY, +67.4% QoQ)
음반 판매량 하락하는 시장에서도 지난 해 상반기와 유사한 음반원 매출 기록. 한국 아티스트, 글로벌 아티스트 안정적 성장
음반: 진 미니 2집, 세븐틴 정규 3집, TXT 정규 4집, 엔하이픈 미니 6집, 르세라핌 일본 4집, 보넥도 미니 4집, 아일릿 미니 3집
음원: 음반원 내 비중 32%, 제이홉, 진 신곡 빌보드 HOT 100 진입. 투어스 일본 데뷔 싱글 오리콘 주간 차트 2관왕, 빌보드 재팬 HOT 100 1위
빅머신 소속 아티스트 견조한 성과 지속
- [공연] 1,887억원(+31.0% YoY, +21.6% QoQ)
제이홉, TXT, 르세라핌 월드투어 등 180만명 모객하며 매출 견인
제이홉 2월~6월 33회/50만명, 물라팔루자 베를린 헤드라이너로 참여. 진 6월부터 팬콘서트 진행 중, 호시X우지 팬콘서트 성료, 9월 세븐틴 완전체 월드투어
르세라핌 아시아투어 전석 매진, 11월 도쿄돔 앙코르 공연 확정, 엔하이픈, 보이넥스트도어는 해외 페스티벌로 인지도 올라감. TXT, 아일릿, 투어스 등 공연 지속
25년 상반기 140회 콘서트 및 팬미팅, 전년 동기 대비 56% 증가, 지속적인 성장세 기대

- [MD/콘텐츠] 1,529억원(+40.2% YoY), 702억원(-16.2% YoY)
: MD는 아티스트 투어에 따른 투어 MD, 응원봉, 캐릭터 상품 판매 호조, 콘텐츠는 세븐틴 나나민박, 아티스트 활동 담은 DVD 영상 상품이 건인

하이브 아메리카/라틴

- 전략 조정, 조직 개편 단행. 핵심은 사업의 무게를 레이블 비즈니스로 옮기는 것. 스트리밍 기반의 안정적인 수익을 창출할 수 있는 구조 강화. 수익성 및 체질 개선 추구. 하이브 아메리카, 라틴 아메리카 간 통합적 운영을 위한 시너지 창출 고려. LA, 멕시코 거점으로 IP와 솔루션 사업 유기적 연결되는 구조를 갖추고자 함
- 캣츠아이: 2분기 EP는 빌보드 200 차트 3주 연속 진입. 신곡 두 곡 모두 HOT 100 진입. 북미 투어, 추가 회차 전석 매진. 하이브 제작 시스템 및 프로듀싱 방식이 다른 문화권, 장르에도 적용 가능함을 보여줌
- 라틴: '파세 아 라 파마' 지난 6월 첫 방송 시작, 신규 라틴 프로젝트 '산토스 브라보스' 본격화. 리얼리티 프로그램으로 K-Pop 제작시스템을 라틴 장르에 적용. 현지 라틴 아티스트 영입을 통해 레이블, 매니지먼트 사업 기반 확대

위버스

- 글로벌 아티스트 유입 확대, 팬 경험 고도화. 일본 아티스트 합류. 2월 '미세스 그린 애플', 5월 '카토리 싱고', 7월 카와이랩 소속 4팀 합류. 카토리 싱고는 글로벌 앨범을 발매하면서 위버스 앨범과 협업. 후르츠 지퍼는 DM 오픈, 글로벌 멤버십 활용한 내한 공연 선예매 진행
- MAU 1,090만명 기록. BTS 멤버들의 복귀 및 입점 아티스트 활동이 건인. BTS 멤버 전원 복귀한 6월은 MAU 1,200만 기록. 전체 결제액은 전 분기 대비 41% 증가. 앨범 발매, 투어, 팬 이벤트에 따른 관련 소비 확대에 ARPPU 또한 증가

Q&A

Q. 북미/라틴 전속계약 구조, 제작 방식 차이?

A. 제작 방식은 K-Pop, J-Pop처럼 캐스팅해서 트레이닝 하는 구조가 라틴에서 일반적이진 않지만 없던 구조는 아님. 그 구조를 다시 가져온 것. 이러한 시스템은 우호적으로 받아들여지고 있음. 한국, 일본과 유사한 형태의 트레이닝 방식을 적용함. 장르만 다름. 참여하는 트레이너 등 풀이 글로벌로 확장되어 있음

계약 방식은 한국, 일본은 매니지먼트, 에이전시, MD, 유통, 퍼블리싱 등 통으로 묶어진 종합 매니지먼트 계약 방식임. 미국, 유럽, 라틴은 계약의 형태들이 각각의 전문 업체들로 쪼개져있음. 유통, 투어(별도 프로모터) 등 별도 에이전시 존재. 이런 구조 내에서 효과적인 방식을 고민함. 통 매니지먼트 계약은 아니지만 유사한 형태로 보완되어서 적용. 계약 구조가 우리의 노하우. 미국 성과는 유럽으로도 넘어갈 수 있어서 진출할 수 있는 시장이 큼

Q. 하이브 아메리카 레이블 비즈니스의 경쟁사 대비 차별점? 사업 확장 관련 투자 계획?

A. 미국 일반적인 레이블은 카탈로그, 디스트리뷰션에 치중되어 있음. 1) 우리는 레이블을 만들 때부터 슈퍼스타를 만들 수 있는 레이블이나를 요건으로 슈퍼스타를 발굴했던 레이블을 인수 했음. 2) 하이브 아티스트 포함해 레이블 서비스를 통합하고 있음. 팬덤 비즈니스를 미국 레이블에 접합하고 있음
추가적인 투자는 일반적인 수준, 통합, 효율화하는데 들어가는 수준
유통, 마케팅 프로모션(MMP) 등 UMG와 계약되어 있음. 글로벌 업체들과 협업하고 있어 유리한 고지에 있음. 하이브 자체적으로도 UMG 팀과 콜라보하면서 팬덤 비즈니스 기반으로 MMP를 하는데에 인력 등 많은 투자를 하고 있음. 글로벌에는 없는 구조

Q. 하반기 신인 론칭 계획?

A. 빅히트 뮤직 레이블 새 보이그룹 8/18 데뷔, 프로모션 방식도 새로운 방식으로 접근할 것. 라틴 밴드는 프로모션 방식이 다름. 빠른 속도로 팬들을 만날 수 있는 형태의 프로모션으로 진행될 가능성 높음. 라틴 보이그룹은 미국의 MMP 방식을 따라갈 것. 위버스를 통해서 팬들과 소통하는 팬덤 비즈니스 메커니즘은 한국, 일본, 라틴 등은 동일함

(하이브 컨퍼런스콜 참고)

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.