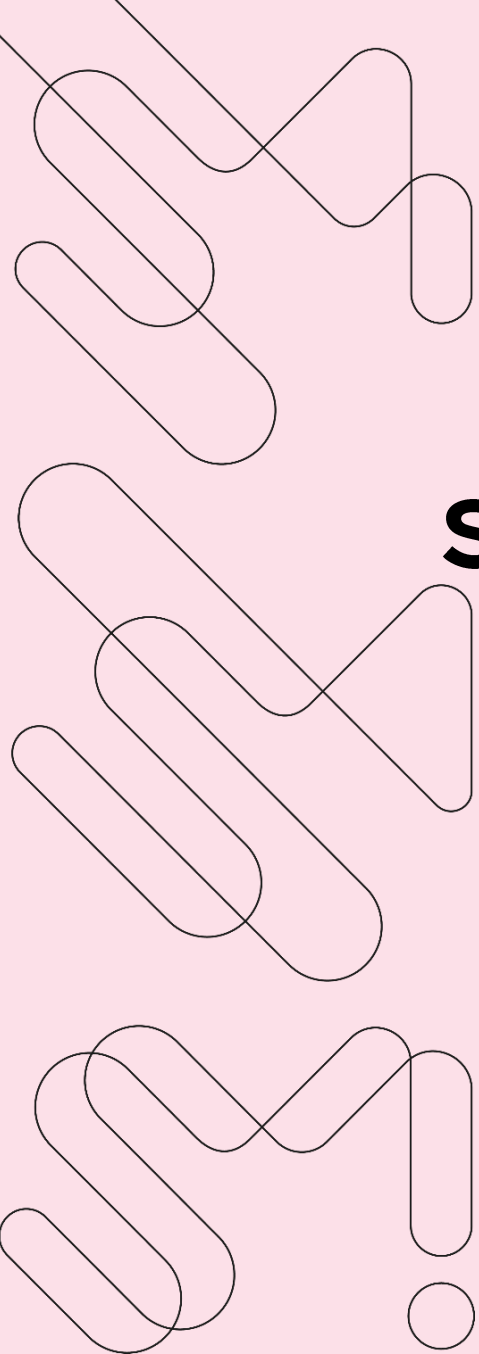




SM ENTERTAINMENT GROUP EARNINGS RELEASE

FY2018.1Q

MAY 2018

DISCLAIMER

본 자료의 실적은 투자자 여러분들의 편의를 위하여 작성된 자료로서,
내용 중 일부는 외부감사 결과에 따라 변동될 수 있음을 양지하시기 바랍니다.

본 자료는 투자자 여러분의 투자판단을 위한 참고자료로 작성된 것이며,
당사는 이 자료의 내용에 대하여 투자자 여러분에게 어떠한 보증을 제공하거나
책임을 부담하지 않습니다. 또한 당사는 투자자 여러분의 투자가
자신의 독단적이고 독립적인 판단에 의하여 이루어질 것으로 신뢰합니다.

본 자료의 재무자료는 IFRS 연결 및 IFRS 별도 기준입니다.

Table of Contents

01 18.1Q 경영 실적

- 18.1Q HIGHLIGHT
- SM ENTERTAINMENT
- SM C&C
- SM JAPAN / DREAM MAKER

02 GROWTH STRATEGY

03 18.2Q PREVIEW

01

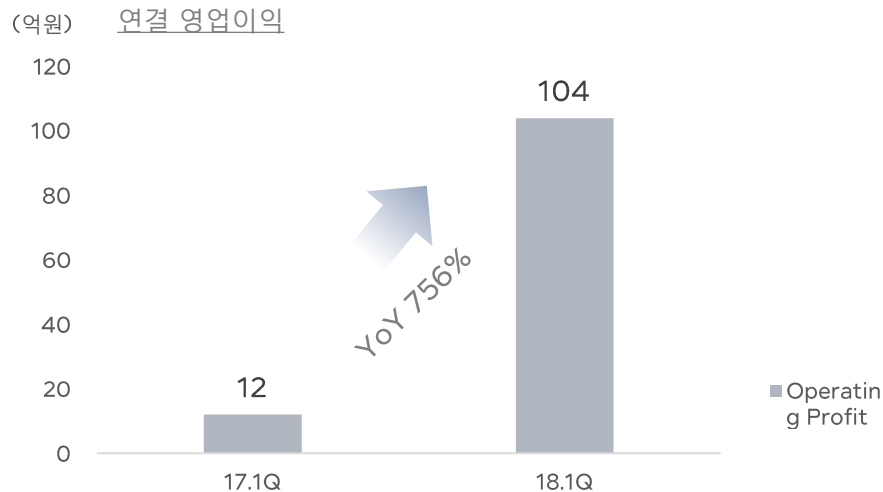
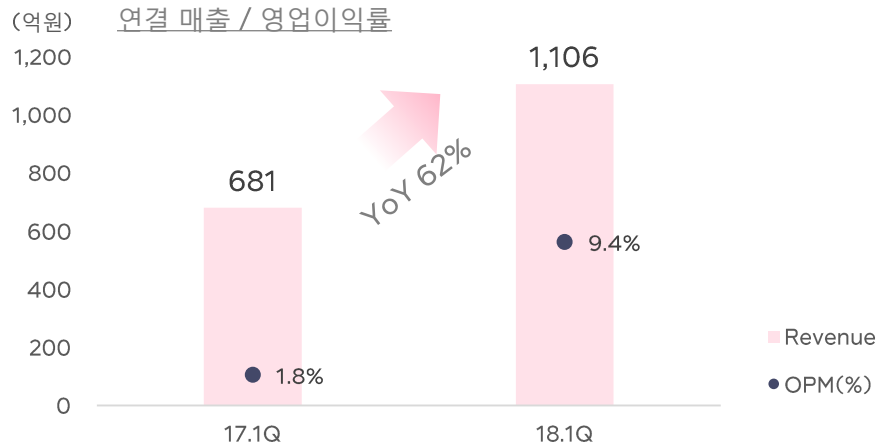
18.1Q 경영 실적

FY2018.1Q HIGHLIGHT

(억원)	FY16	FY17	FY17.1Q	FY18.1Q	YoY
Revenue	3,499	3,654	681	1,106	62.4%
SME	2,021	2,161	405	594	46.8%
SM JAPAN	506	588	130	263	102.3%
DREAM MAKER	511	425	56	67	19.1%
SM C&C	954	886	149	375	151.8%
Operating Profit	207	109	12	104	765.7%
SME	161	256	3	93	3003.7%
SM JAPAN	62	54	24	60	150.2%
DREAM MAKER	22	0	-3	3	-
SM C&C	36	-130	-6	-30	-

주) 내부거래 제거 전 실적이며 SM C&C는 연결

FY2018.1Q HIGHLIGHT



“아티스트 Full line up 국내외 활동에 따른
엔터테인먼트 본업 강화”

“광고업 신규 사업 추가에 따른
뚜렷한 외형 성장”

“1Q 기준 주요 계열사 사상
최대 질적/양적 성장”



1,106억원
연결 매출



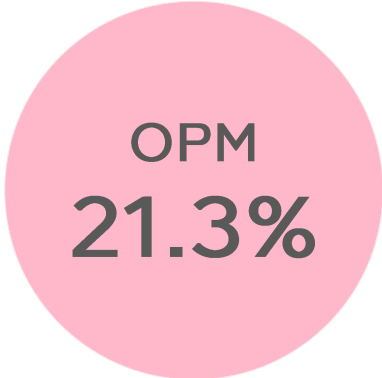
104억원
연결 영업이익

FY2018.1Q HIGHLIGHT



OP
156억원

SME + SM JAPAN + DM
합산 영업이익



OPM
21.3%

SME + SM JAPAN + DM
합산 영업이익률

FY2018.1Q HIGHLIGHT

30만장

‘NCT 2018 EMPATHY’ 판매량

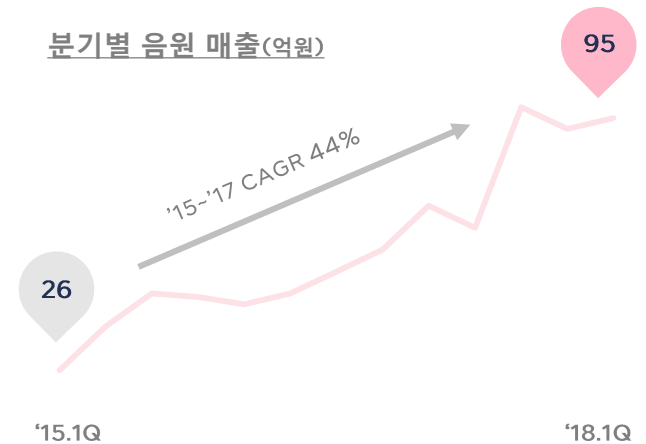
연간 음반 판매량 10위권
유튜브 조회수 1억4천만뷰 돌파
한국 가수 최초 빌보드 이머징차트 1위
성공적인 국내외 FANDOM 확보 증명

80만명

국내외 콘서트 모객 수

BoA, TVXQ! Super Junior
SHINee, EXO, Red Velvet
주요 아티스트의 국내외 글로벌 투어
12개 도시 37회 개최

분기별 음원 매출(억원)



기존 아티스트의 팬덤 유지

X

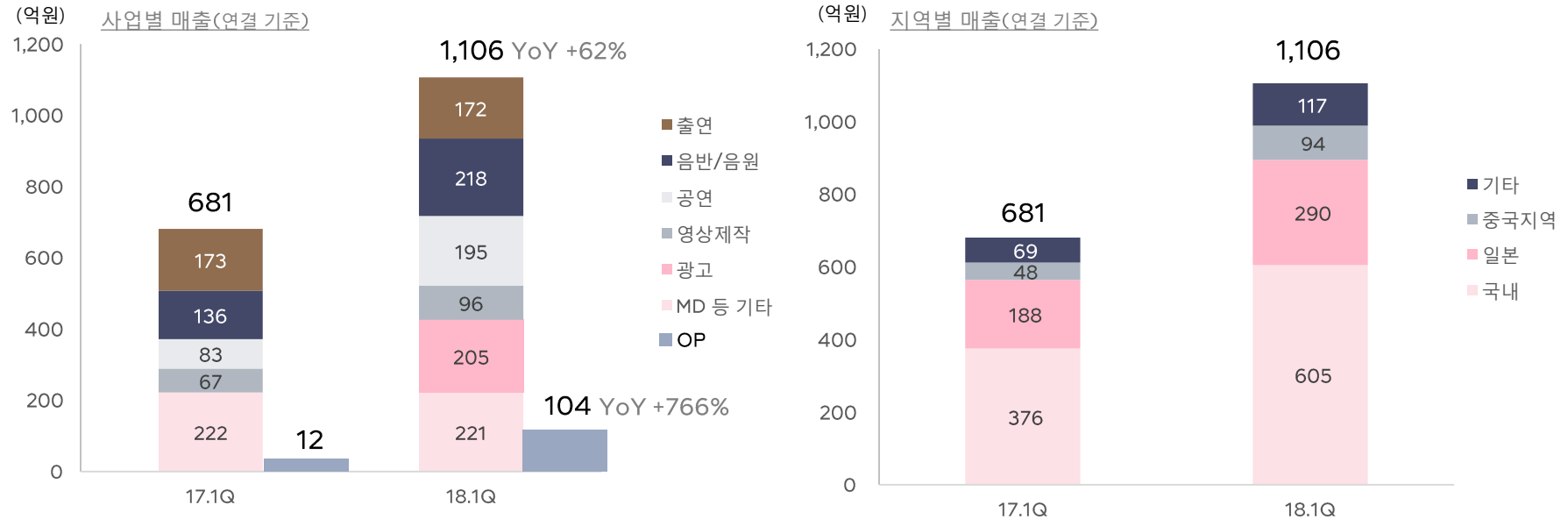
신인 아티스트 성장

▶ 팬덤 누적 효과

*. 2017 가온 음반차트 10위 33만장

FY2018.1Q SM ENTERTAINMENT (연결기준)

아티스트 FULL LINE UP의 글로벌 활동 증가에 따른 전 사업 부문/지역 매출 고른 성장세 시현



연결기준 매출 1,106억원 YoY +62.4% 영업이익 104억원 YoY +766%, OPM 7.6%

사업별 매출: 음반·음원 매출 218억원 YoY +60%, 공연 195억원 YoY +135%, 영상제작 96억원 YoY +43%

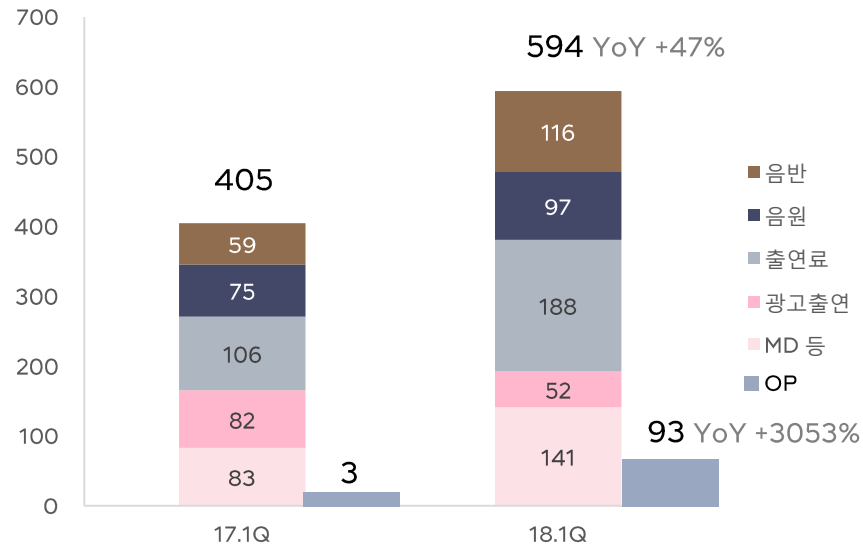
- 1Q 음반 8종 발매, 판매량 63만장 기록. 'NCT 2018 EMPATHY' 30만장 판매고 기록. NCT, 레드벨벳 음반·음원 동시 강세
- 신규 매출원인 광고사업부 매출 외형 성장 기여

지역별 매출: 국내 605억원 YoY +61%, 일본 290억원 YoY +54%, 중국지역 94억원 YoY 97%, 기타(동남아시아 등) 117억원 YoY +70%

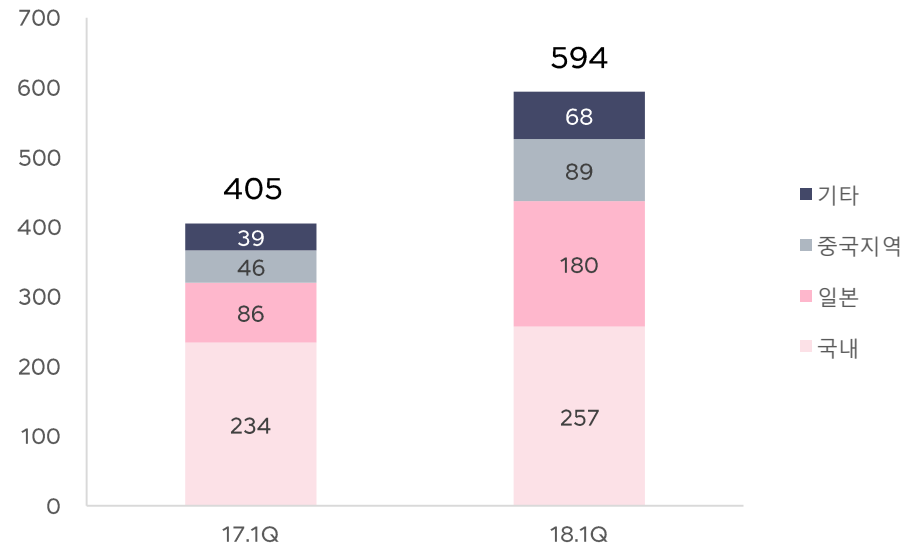
- 국내 BoA, 동방신기, 레드벨벳, NCT / 해외 투어 동방신기, Super Junior, SHINee, EXO 등 아티스트 Full line up 활동과 국내외 대형 공연 'TVXQ! Begin Again', 'Super Show 7', 'EXO Planet #4' 등 진행되며 전 지역에 걸쳐 매출 고성장 및 이익 증대 기여
- 일본 Cut off 적용으로 동방신기 돔투어 26만명 반영되었음에도 일본 지역 매출 고성장 및 영업이익 성장 기여

FY2018.1Q SM ENTERTAINMENT (별도기준)

(억원) 사업별 매출(별도 기준)



(억원) 지역별 매출(별도 기준)



별도기준 매출 594억원 YoY +46.7% 영업이익 93억원 YoY +3053%, OPM 16%

사업별 매출: 음반 매출 116억원 YoY +95%, 음원 매출 97억원 YoY +30%, 출연료 188억원 YoY +78%, MD등 기타 141억원 YoY +70%

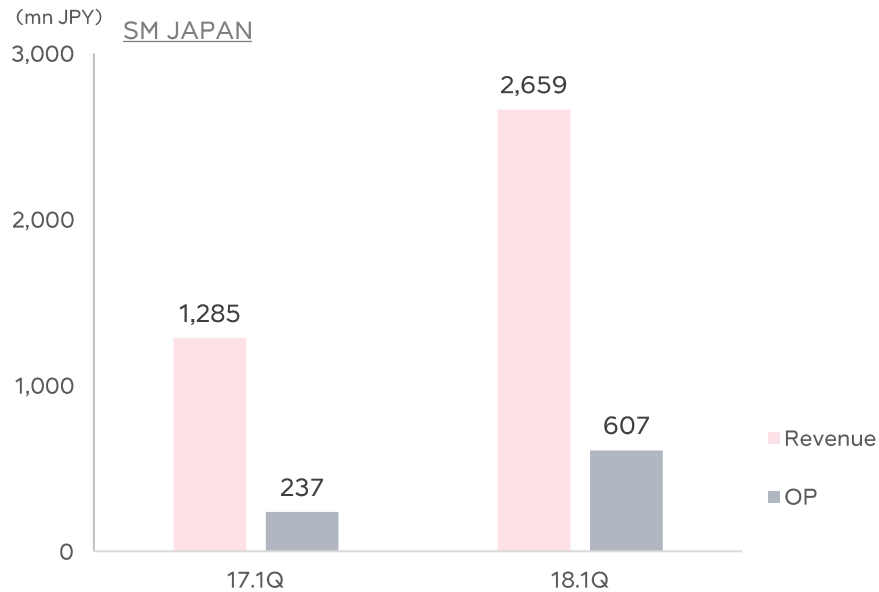
- NCT 팬덤기반 확대 및 아티스트 라인업 확대로 전 사업 부문/지역 전반적인 성장

지역별 매출: 국내 257억원 YoY +10%, 일본 180억원 YoY +110%, 중국지역 89억원 YoY +94%, 기타지역 68억원 YoY +76%

- 주요 아티스트들의 국내외 음반발매, 투어 지속되며 실적 성장

FY2018.1Q SM JAPAN / DREAM MAKER

SM JAPAN 동방신기 복귀 이후 1Q 사상 최대 매출

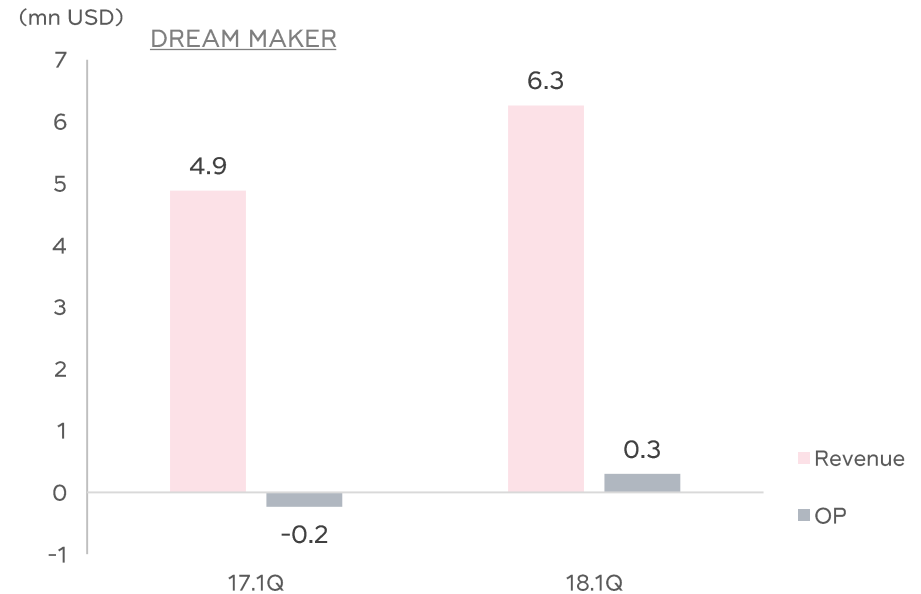


SM JAPAN

별도 매출 27억엔 YoY +106.9%, 영업이익 6.1억엔 YoY +115.7%, OPM 23%
회계기준 '당분기 인식' 으로 변경, 이익 추정 가시성 회복 기대

- FY18.1Q 공연 71만명(FC* 7만명 포함, YoY +145%) 모객
동방신기 24만명, SHINee 앵콜 19만명, EXO 14만명, 보아 2만명, 레드벨벳 2만명, FC 7만명
- FY18.2Q 공연 39만명 진행 중
동방신기 닛산 스타디움 앵콜 3회 23만명, EXO-CBX 9만명, 레드벨벳 2.2만명, NCT 쇼케이스 1.3만명, 태연 쇼케이스 1.2만명, FC 2.7만명

*. FC(Fan Club event)



DREAM MAKER

별도 매출 626만 달러 YoY +28.2%, 영업이익 30만달러 YoY 흑자전환
중국 나인퍼센트(우상연습생) 팬미팅 11회 제작 예정(2Q 7회)

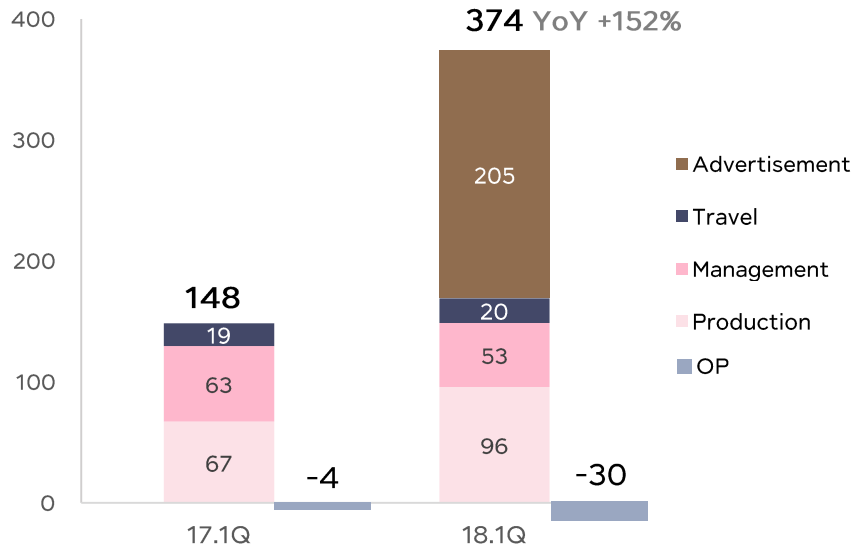
- FY18.1Q 공연 12회, 제작 1회
슈퍼주니어 동남아/홍콩/대만 4회, EXO 동남아/대만 6회, 손태진 2회
- FY18.2Q 공연 13회, 제작 9회 진행 중
SMTOWN LIVE 1회, 동방신기 2회, 슈퍼주니어 남미투어 포함 7회, EXO 3회
나인퍼센트 팬미팅 7회 제작, 기타 이벤트 2회 제작

FY2018.1Q SM Culture & Contents

광고업 신규 매출원 추가되며 분기 매출 역대 최대 달성

- 광고업 특성에 따른 계절적 비수기 영향 및 스포츠 행사로 일시적인 광고 집행 감소로 영업손실 발생

(억원) 매출 Breakdown(별도 기준)



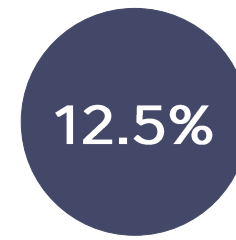
1Q 주요 KEYWORD



콘텐츠 수



에피소드 수



‘키스 먼저 할까요?’ 최고시청률*



자체제작 예능 수

별도기준 매출 374억원 YoY +152%, 영업이익 -30.6억원

사업별 매출: 제작 96억원 YoY +43%, 광고 205억원 달성

- 드라마 및 예능 16편 방영

‘키스 먼저 할까요’, 예능 ‘슈퍼TV’, ‘키워드#보아’, ‘슈가맨’, ‘효리네 민박’, ‘짬내투어’, ‘인생술집’ 등

영업이익: 영업손실 30억원 기록했으나, 2Q 성수기 효과와 신규 광고주 개발 지속으로 광고사업부 실적 개선 기대

- 1Q 광고업 특성상 나타나는 비수기 영향 (‘16.1Q, ‘17.1Q 광고부문 적자)

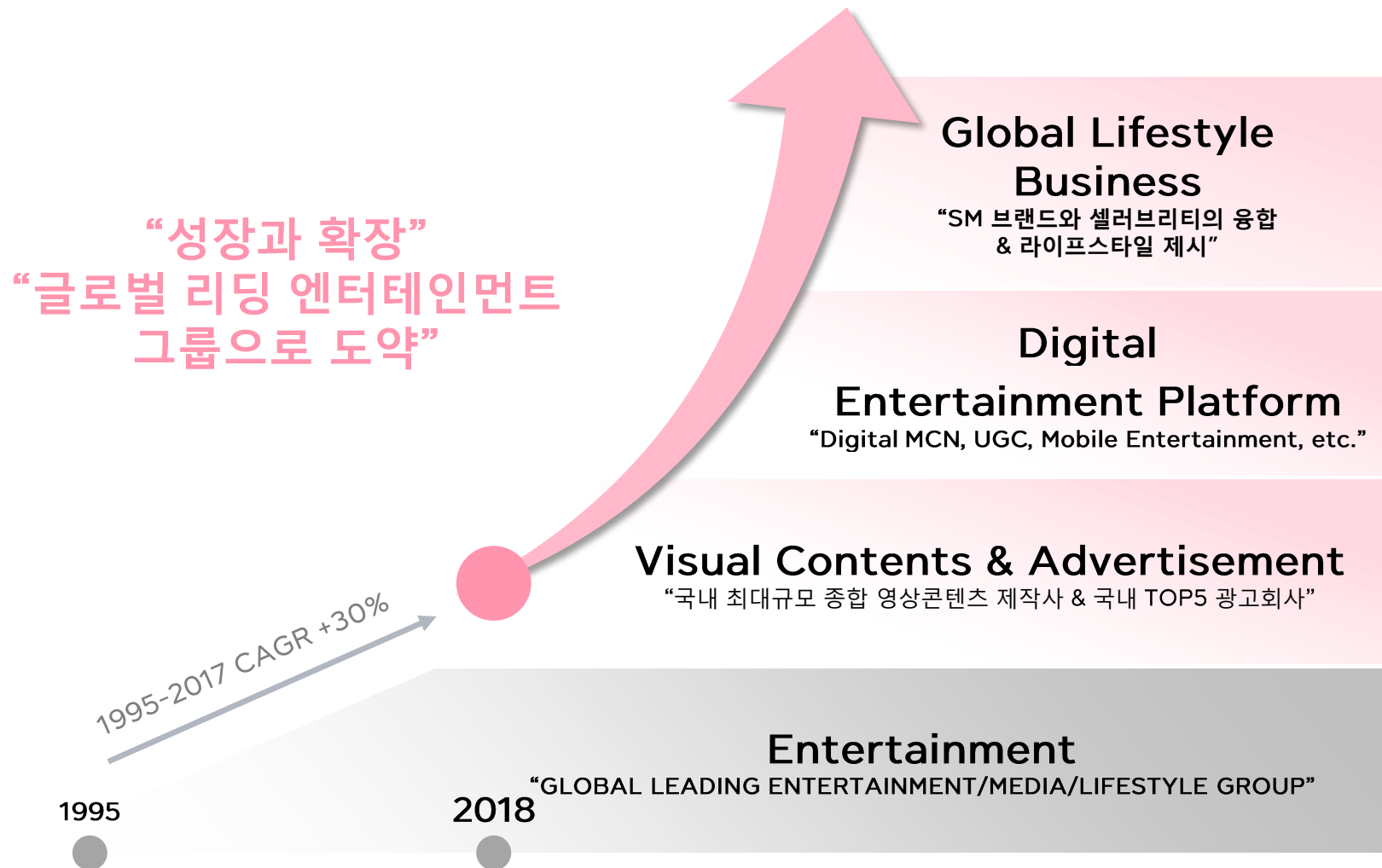
- 국제 스포츠 행사인 평창 동계 올림픽으로 인한 주요 광고주들의 광고 집행 일시적 감소

- 한국관광공사로부터 해외마케팅 대규모 캠페인 수주 등 하반기로 이어질 수록 신규 광고주 수주 및 집행 증가 지속 기대

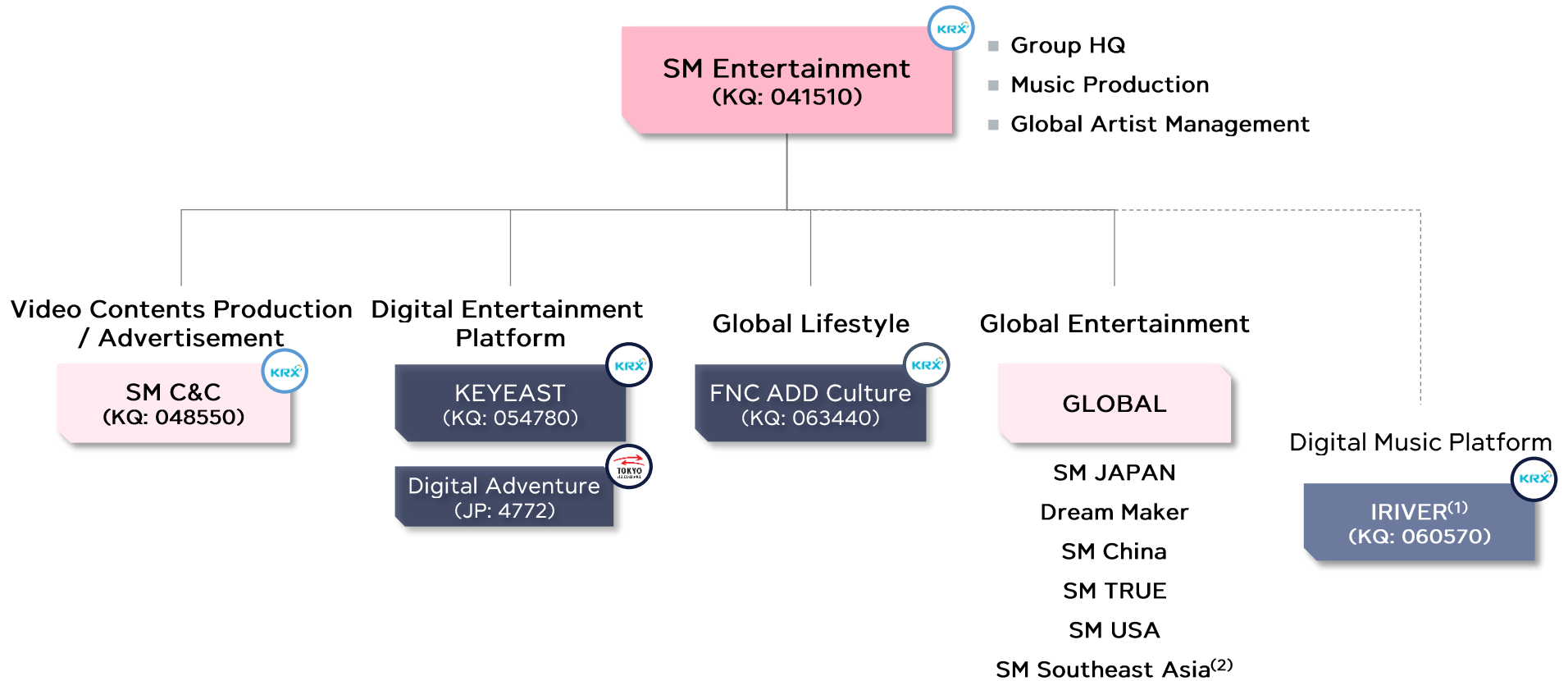
*. 닐슨코리아

02 GROWTH STRATEGY

GROWTH STRATEGY



GROWTH STRATEGY



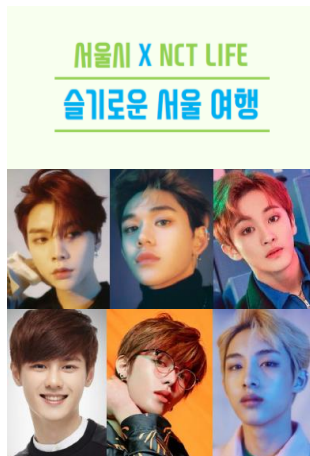
Note: (1) SM Entertainment is the 2nd largest shareholder of IRIVER following SK Telecom
 (2) To be established in 2018

 : Korea Exchange

 : Tokyo Stock Exchange

GROWTH STRATEGY – SM C&C

SYNERGY CREATION BETWEEN PRODUCTION & ADVERTISEMENT



브랜드 콘텐츠로 시너지 창출

광고 캠페인에 영상 콘텐츠가 접목된
광고목적의 드라마, 예능 제작

아티스트 x 예능 제작 x 광고
「NCT와 함께하는 슬기로운 서울 여행」

커머스 융합 예능 콘텐츠 수익성 증대

예능 프로그램에 커머스가 접목된
융합 예능 제작

라이프 스타일 콘텐츠 제작으로
셀러브리티의 '브랜드화'

자체 제작 IP 콘텐츠 확대

M&A를 통한 연기자·작가 확보
자체 IP 확대 되어
실적 성장 기대

중국향 콘텐츠 제작 증가

한한령 완화되어
합작 콘텐츠 제작 등
수출 재개 기대

GROWTH STRATEGY – GLOBAL

- **동남아시아** SM Southeast Asia 법인 설립에 따른 거점 확대
태국, 베트남, 인도네시아 등의 국가에서 현지 아티스트 발굴
현지 파트너사와 협업하여 광고, 라이프스타일, 콘텐츠 제작 등 사업 영역 확장
- **미국/중남미** 라틴 시장 엔터테인먼트 본격 진출 계획
현지 아티스트 제작 및 미디어 콘텐츠/프로젝트 제작 및 투자 본격화
미국 시장 마케팅/프로모션, 컬래버레이션 등 본격화
- **중국** NCT 중국팀 데뷔, 공연 제작, 합작 영상콘텐츠 제작 및 수출 등
다각화된 사업 부문에서 한한령 완화의 최대 수혜 및 매출, 이익 증대

03

18.2Q PREVIEW

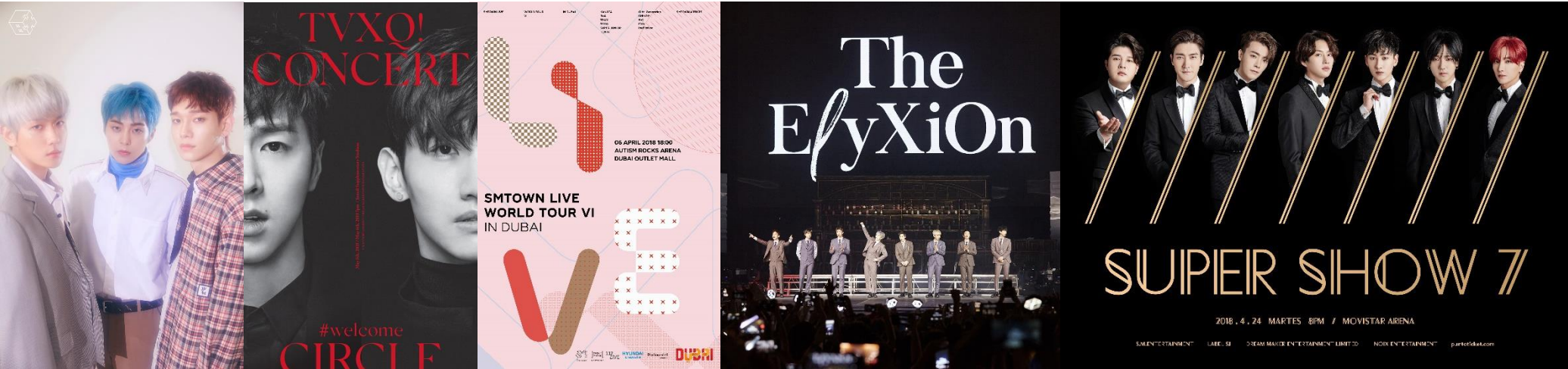
FY2018.2Q PREVIEW

KEY HIGHLIGHT



FY2018.2Q PREVIEW – SM ENTERTAINMENT

전 부문 수익성 개선에 따른 연간 영업이익 고성장 기대



- 키이스트, FNC애드컬쳐(5/18 SM 라이프디자인그룹으로 상호변경 예정) 인수로 대규모 외형 성장 기대 및 종합 엔터테인먼트, 미디어, 라이프스타일 그룹으로의 기틀 마련

- **국내 활동** EXO-CBX 미니2집 'Blooming Days' 판매량 35만장 기록, 4월 가온차트 1위 달성, 음원 동시 강세
슈퍼주니어 정규 8집 리패키지 'Replay' 판매량 13만장 기록, SHINee 음반 발매 예정
동방신기 음악 활동 및 콘서트 'TVXQ! CONCERT -CIRCLE- #welcome' 개최

해외 활동 동방신기 일본 사상 최초로 총 3일간 닛산 스타디움 연속 공연, 회당 7만5천여명 규모로 단일 투어 100만명 동원 예정
EXO-CBX 일본 첫 정규 'MAGIC' 오리콘 데일리 1위 기록, 첫 일본 아레나 투어 'Magical Circus' 진행 중
EXO 'EXO PLANET #4 - The ElyXiOn -' 글로벌 투어 진행 중, 누적 관객 32만명 기록
SHINee 일본 첫 베스트 앨범 'SHINee THE BEST FROM NOW ON' 오리콘 2일 연속 1위
슈퍼주니어 'Super Show 7' 남미/동남아시아 투어, 대만 음원차트 KKBOX 주간 차트 1위, 빌보드 남미차트 한국 최초 진입

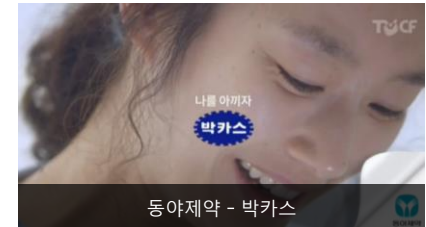
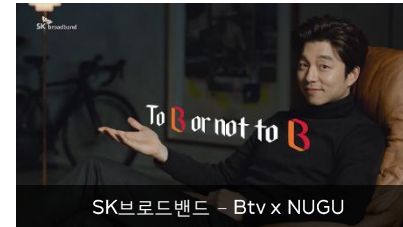
FY2018.2Q PREVIEW – SM C&C

자체 제작 콘텐츠 투자 지속 및 국내외 라인업 확대로 국내 최대 규모 제작사로 발돋움
광고 성수기 진입에 따른 광고 집행과 신규 광고주 유치로 실적 드라이브 예상

제작 KEY HIGHLIGHT

상반기 누적 콘텐츠 21	연간 예상 콘텐츠 38
누적 자체제작 예능 콘텐츠 25	그룹사 작가 라인업 10+

18.2Q 온에어 주요 광고



Production

자체제작 예능 상반기 8편 방영, 연간 15편 제작 계획
외주제작 예능 상반기 12편 방영, 연간 20편 이상 방영 계획

- 드라마 '기름진 멜로(SBS)', 예능 '동방신기의 72시간(XtvN, NaverTV)', '엑소의 사다리 타고 세계여행-첸백시편(oksusu, XtvN)', 커머스 융합 예능 '비밀언니(JTBC4)' 포함 11편 방영 중
- TOP 드라마 작가 라인업 강화
 - 키이스트 자회사 Contents K는 '밥 잘 사주는 예쁜 누나(JTBC)' 공동 제작 중이며, 하반기 '보이스2(OCN)' 방영 예정
 - FNC애드컬처는 2017년 '언니는 살아있다(SBS)', '달콤한 원수(SBS)', '란제리 소녀시대(KBS2)' 등을 제작하였으며, 김순옥 작가, 백영숙 작가 등 계약 보유

Advertisement

- 기존 SK그룹 광고주 대행 유지 지속 및 KB국민카드, 한국주택 금융공사, 라이나생명, 한국관광공사, 부산관광공사, 재규어랜드로버 등 신규 광고주 추가 유치
- 광고-제작 간 시너지 창출 기대
브랜드 콘텐츠 'NCT와 함께하는 슬기로운 서울 여행', EXO-한국관광공사 글로벌 마케팅, 저출산 고령화 캠페인 등 광고와 예능 콘텐츠의 융합 가속화

FY2018.2Q PREVIEW

SM JAPAN

아티스트 Full line up 활동 확대로 사상 최대 공연 관객수 210만명 이상 달성 예상

- 상반기 누적 관객 수 110만명 기록: BoA, 동방신기, SHINee 앵콜, 태연, EXO, EXO-CBX 레드벨벳, NCT127
- 하반기: SMTOWN LIVE, 동방신기, 슈퍼주니어, SHINee, NCT 활동 예정
- FY18.2Q 공연 39만4천명 진행 중
동방신기 'Begin Again' 닛산 스타디움 앵콜 3회 23만명, EXO-CBX 아레나 투어 'Magical Circus' 9만명
레드벨벳 'Red Room' 2.2만명, NCT 127 showcase tour 'chain' 1.3만명, 태연 showcase tour 1.2만명
팬클럽 이벤트 2.7만명

DREAM MAKER

중국 공연 제작 재개 / 하반기 '하나카드 프로젝트' 본격 시동으로 실적 드라이브 예상

- 상반기 누적 13개국 20개 도시 35회 공연 주관/제작
- FY18.2Q 공연 13회, 제작 9회 진행 중
SMTOWN LIVE 1회, 동방신기 'CIRCLE' 2회, 슈퍼주니어 'Super Show 7' 남미투어 포함 7회, EXO 'EXO Planet #4' 3회, 나인퍼센트 팬미팅 7회 제작, 기타 이벤트 2회 제작
- 하반기 하나카드와 '공동투자 문화프로젝트'의 본격 가동으로 해외 유명 아티스트의 내한 공연과 필름 콘서트, 토크형 뮤직 콘서트, 뮤지컬 페스티벌 등 다양한 장르의 콘서트 개최 예정
- 한한령 완화로 FY18 중국 큰 폭의 중국 매출 성장 기대

APPENDIX. FINANCIAL DATA

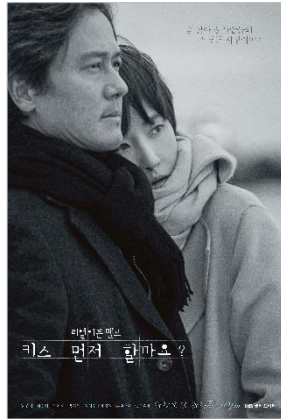
(억원)	FY17.1Q	FY18.1Q	YoY
Revenue	681	1,106	62.4%
SME	405	594	46.8%
SM C&C	149	375	151.8%
SM JAPAN	130	263	102.3%
DREAM MAKER	56	67	19.1%
Operating Income	12	104	765.7%
SME	3	93	3003.7%
SM C&C	(6)	(30)	적자지속
SM JAPAN	24	60	150.2%
DREAM MAKER	(3)	3	흑자전환
OP Margin (% , %p)	1.8%	9.4%	7.6%
SME	0.7%	15.7%	14.9%
SM C&C	-4.0%	-8.1%	-4.1%
SM JAPAN	18.5%	22.8%	4.4%
DREAM MAKER	-4.7%	4.8%	9.5%
Net Income	(80)	114	흑자전환
SME	(49)	89	흑자전환
SM C&C	(19)	(1)	적자지속
SM JAPAN	(1)	39	흑자전환
DREAM MAKER	1	3	188.0%

주) 내부거래 제거 전 실적임. SM C&C는 연결

APPENDIX. 18.2Q CONTENTS LINE UP



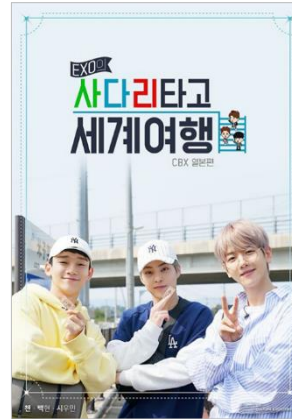
〈기름진 멜로〉
방영: SBS
2018.05.07-on air



〈키스 먼저 할까요?〉
방영: SBS
2018.02.20-2018.04.24



〈동방신기의 72시간〉
방영: 네이버, Xtvn, 일본 DATV
2018.04.30-on air



〈엑소의 사다리 타고 세계여행-첸백시편〉
방영: oksusu, Xtvn, 일본 DATV
2018.05.21 release



〈비밀 언니〉
방영: JTBC4
2018.04.20-on air



〈빅픽처2〉
방영: NaverTV
2018.03.05-on air



〈효리네 민박 시즌2〉
방영: JTBC
2018.02.04-on air



〈투유 프로젝트 슈가맨 시즌2〉
방영: JTBC
2018.01.14-on air



〈토크몬〉
방영: Olive, tvN
2018.01.15 ~ 2018.04.02



〈인생술집〉
방영: tvN
2016.12.08-on air



〈짬내투어〉
방영: tvN
2017.11.25-on air



〈토니 재원의 핫!라이브〉
방영: NaverTV
2018.03.05-on air