



INVESTOR DAY

2018. 5. 9

Market Trend

디지털화로 인해 미디어와 유통의 혁신 불가피

“Degree of Digital Disruption”

1st Stage

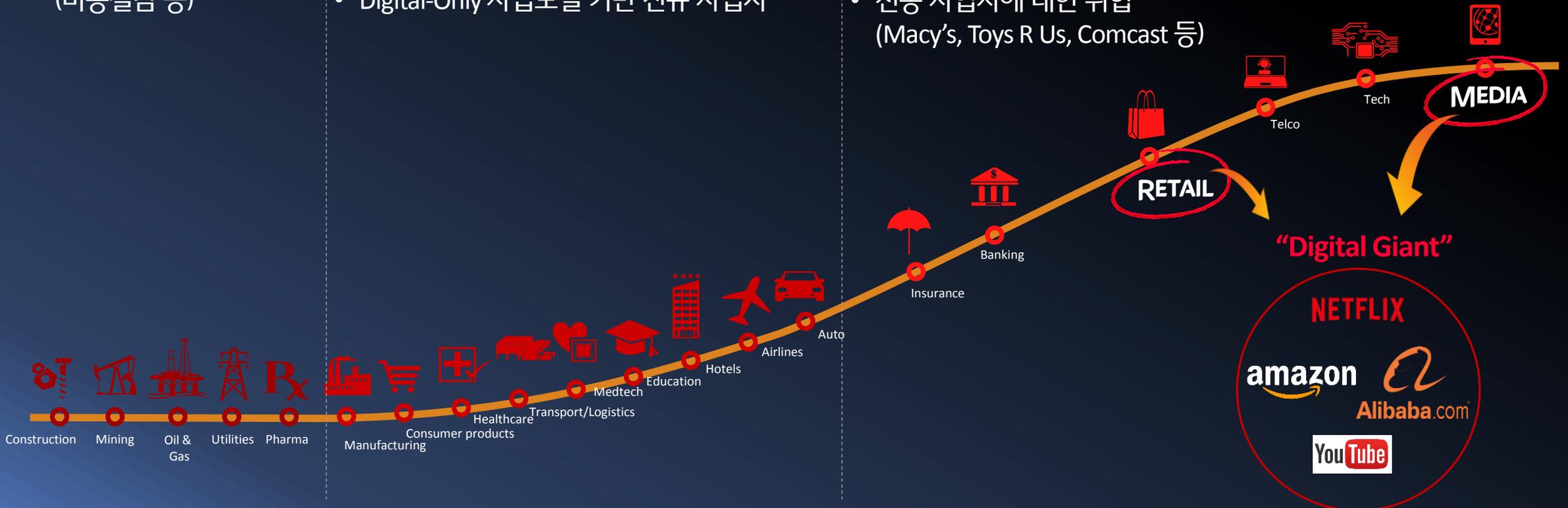
- 운영 효율화 (비용절감 등)

2nd Stage

- 서비스 차별화(O2O, Customized SVC)
- Digital-Only 사업모델 기반 신규 사업자

3rd Stage

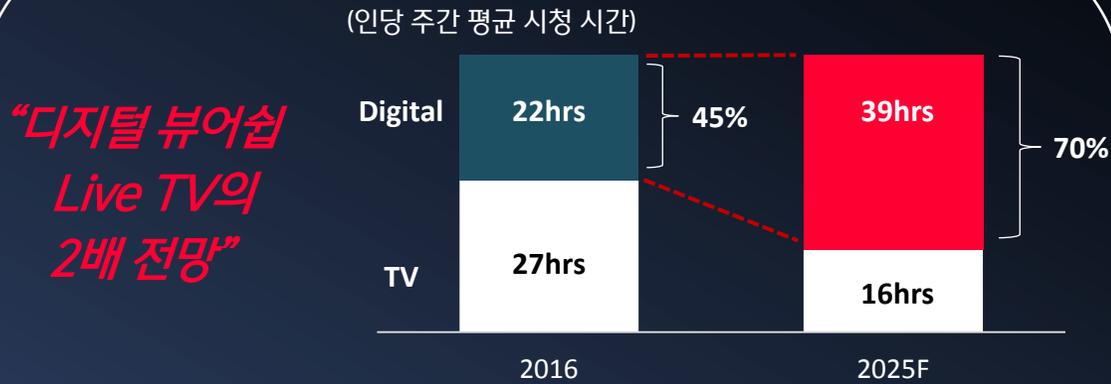
- Digital 사업자 경쟁력 강화
- 전통 사업자에 대한 위협 (Macy's, Toys R Us, Comcast 등)



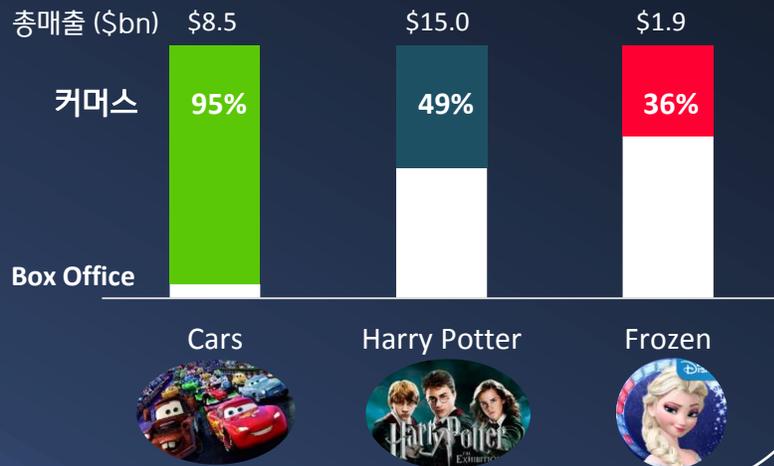
Market Trend

프리미엄 콘텐츠/트렌디 상품 가치는 지속 상승

콘텐츠 사업자



*“메가 IP의
커머스
수익 확대”*



유통 사업자

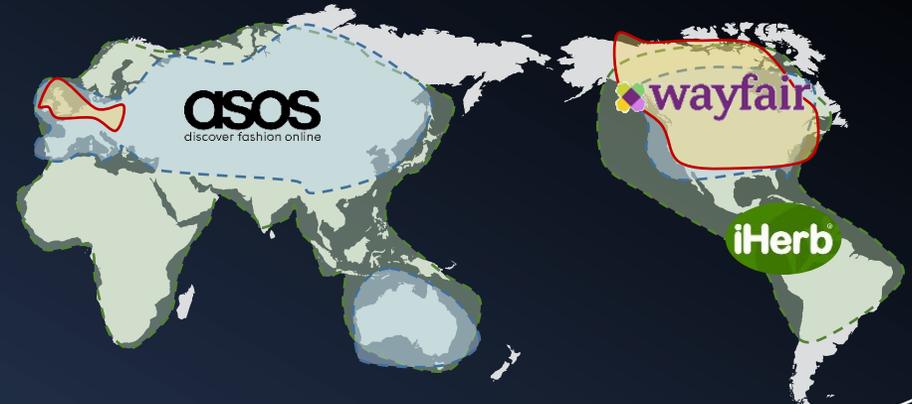
“Digital Commerce Giants’ Content Investment”

amazon \$9.0 bn+
(2017-2018E)



\$7.2 bn+
(2017-2019E)

“Vertical Platform - Global Success Story”



합병 필요성

1

프리미엄 콘텐츠 / 트렌디 상품을 통해
글로벌 플랫폼 주도 Trend에 선제적 대응

2

콘텐츠 + 커머스 시너지 기반의 기존 사업모델 혁신

3

디지털 융복합 신사업 모델 통한 글로벌 성장 동력 확보

No. 1 Content Creator

즐겁고 가치있는 프리미엄 콘텐츠로 고객의 Time Share/Mind Share 확대

Media

7,500+

Hours
/ Year

Music

2,500+

Songs
/ Year

Pictures

20+

Movies
/ Year

Digital

25 bn

Views
/ Year

No. 1 Content Creator - Growth Strategy

강력한 IP기반 수익모델/글로벌 확장 추진

“글로벌 Top-tier 콘텐츠 사업자”

수익모델
확대



콘텐츠 카테고리 확장

No. 1 Commerce Leader

트렌디하고 가치있는 OnlyOne 쇼핑경험으로 고객의 Time Share/Mind Share 확대

Live TV
Commerce

650+
Brands

New Media
(DADA Studio)

8.5mn+
Followers

Global
Business

6+
Countries

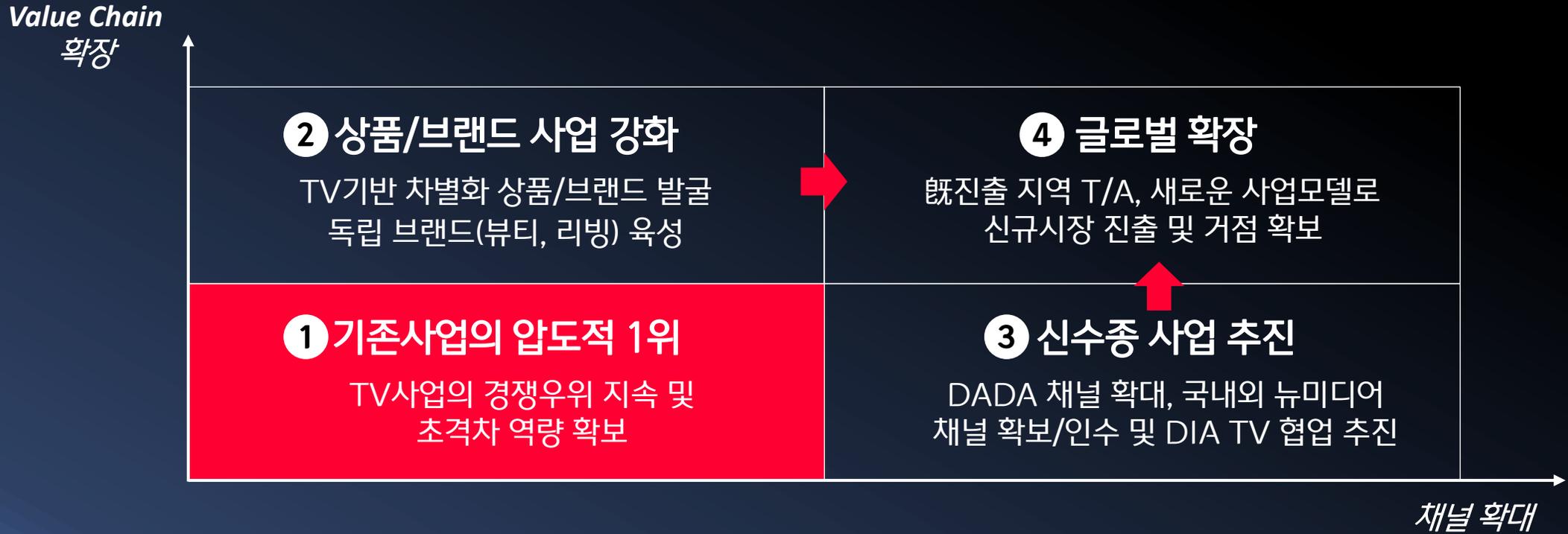
GMV

4.4 tn
KRW

No. 1 Commerce Leader - Growth Strategy

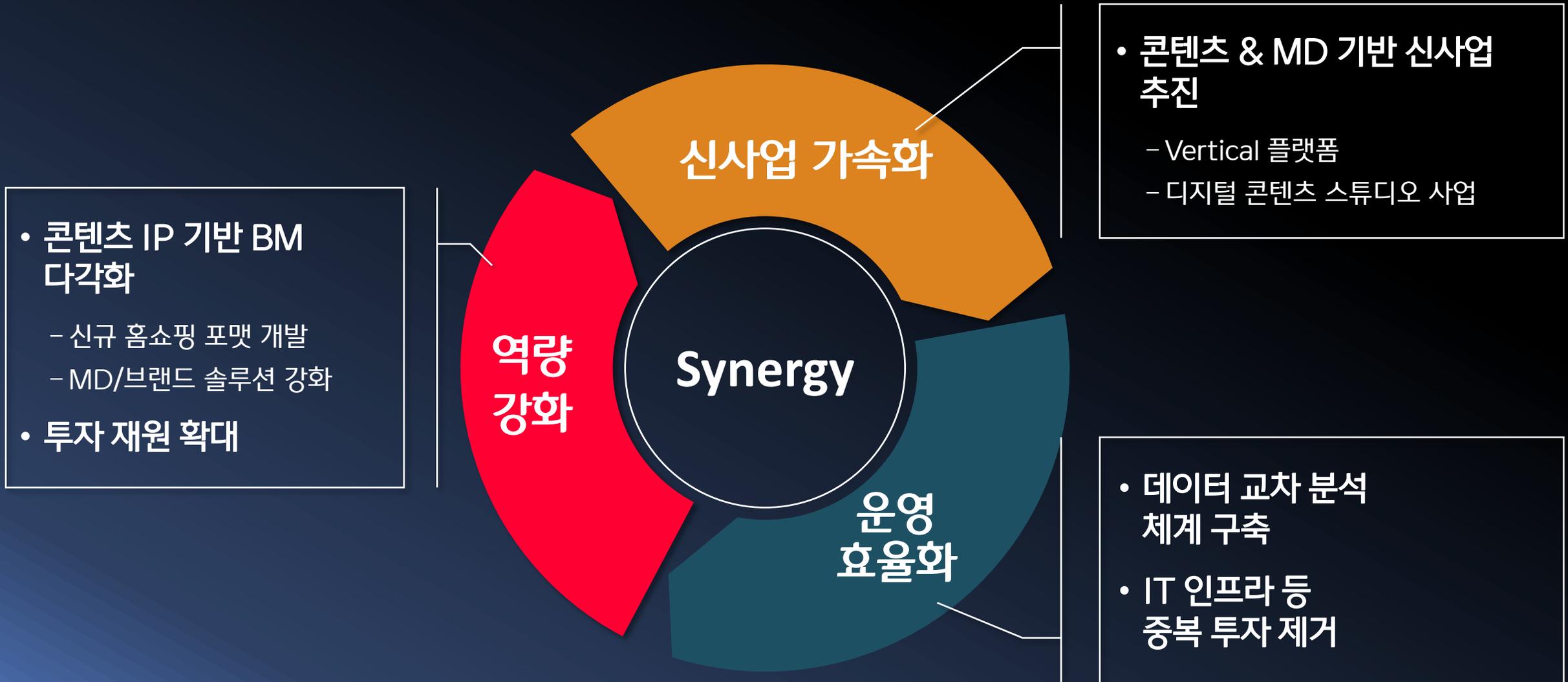
상품 경쟁력 기반 신수종/글로벌 확장 병행 추진

“Beyond Homeshopping”

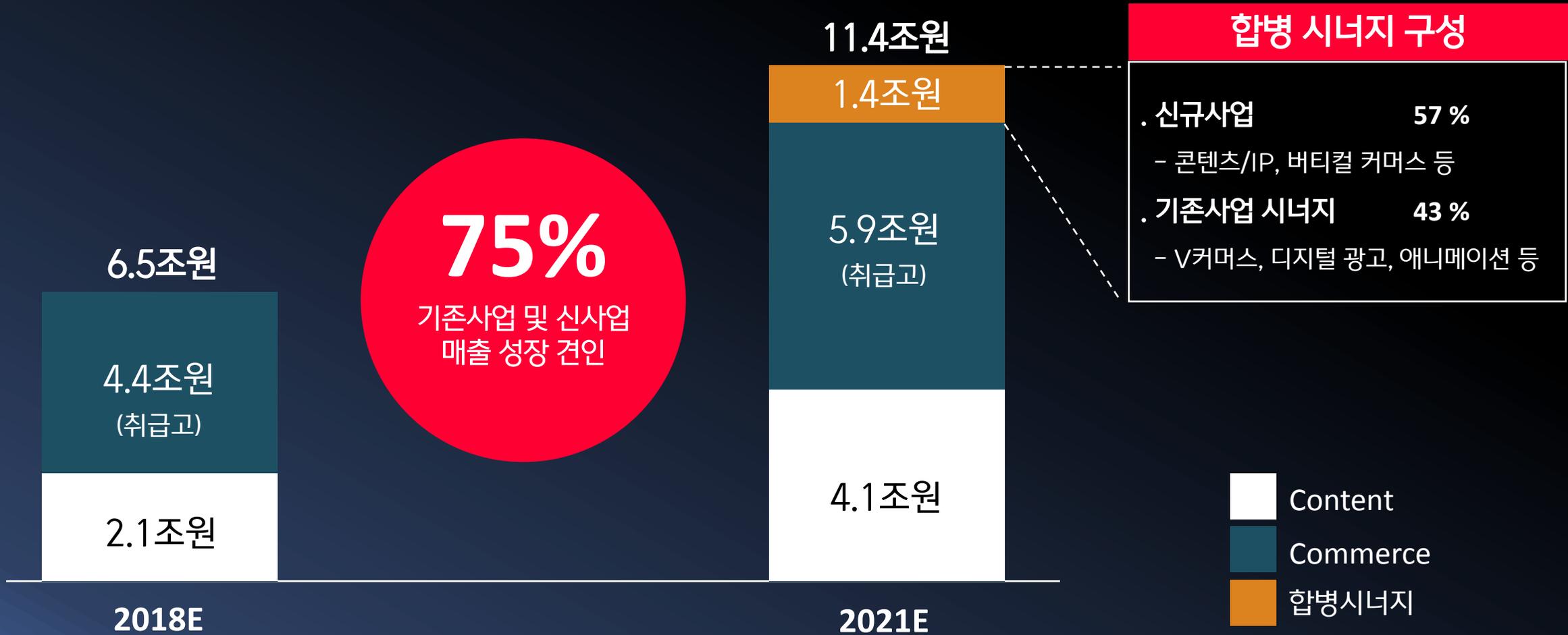


합병 시너지

통합을 통한 각 사 성장전략 강화 및 새로운 성장 기회 창출



Business Outlook



※ Commerce 부문 매출액 전망은 취급고(Gross Merchandise Volume) 기준