

2025

STUDIO DRAGON CEO ANALYST DAY



2025.12.9

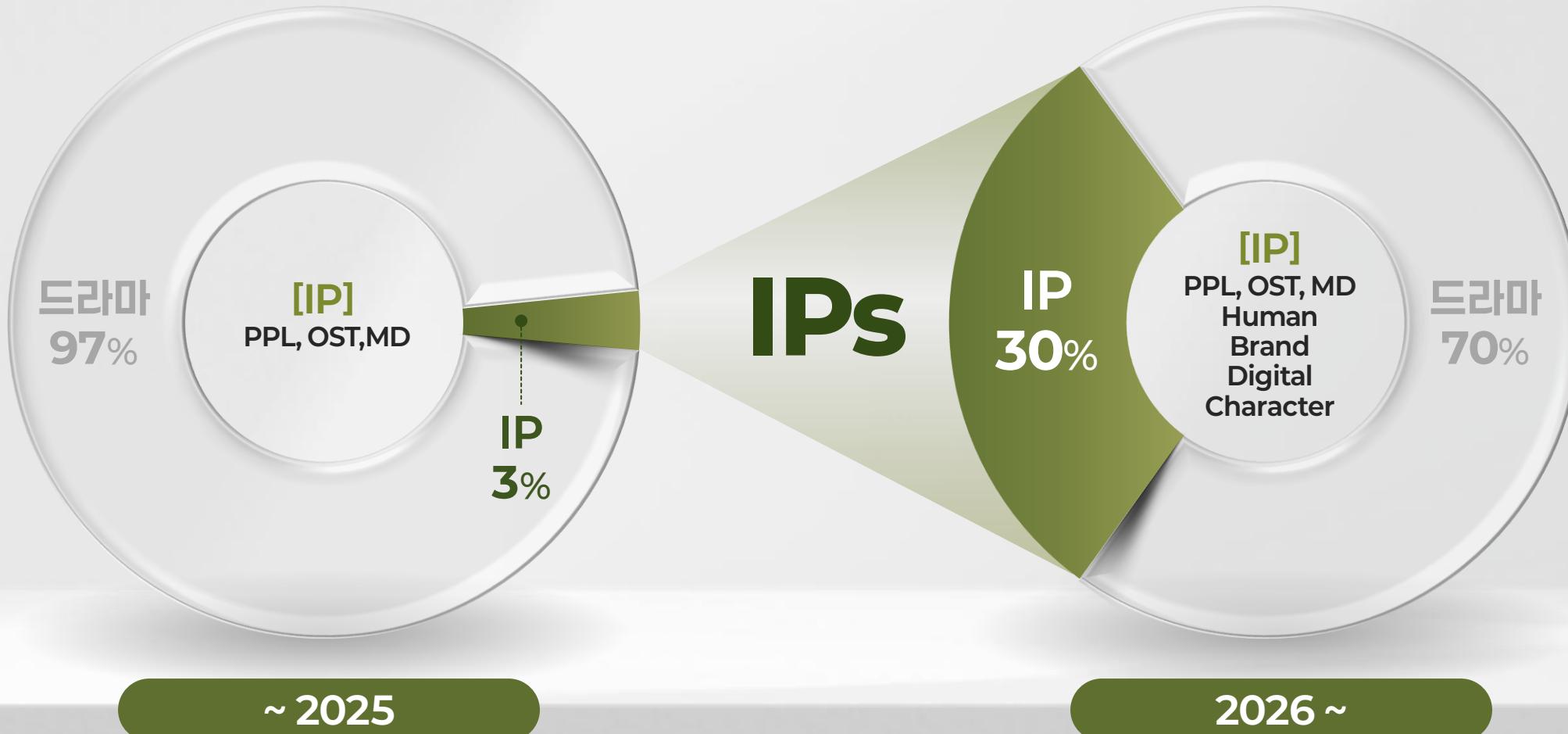
Last 10 Years of Studio Dragon

ASIA **No.1** STUDIO

The Next : From Local Hits to Long-Tail IP

**Beyond Drama,
IP Value-Up Studio**

IP Value Up 본격화, 신 성장 동력 추진 → IP사업 매출 비중 30% 확대 목표



* 2022~2025년 IP사업 매출 비중 평균

드라마 소비는 시청에서 뷰티·푸드 등으로 진화, SD가 다수 소비 산업 고성장 견인

1st Window : 시청



2nd Window : 소비



STUDIO
Dragon

'소비 영역 진입' IP 사업 다각화 추진

[AS-IS] 드라마 제작

- 핵심 역량: 기획개발 및 제작
- 드라마 편성, 판매 중심 Biz 모델
⇒ '드라마 제작 스튜디오'

[TO-BE] IP Value-Up

- 핵심 역량: IP 총괄 코디네이션
- 드라마 기획부터 체험까지
IP Biz 영역 확장
⇒ 'IP 종합 스튜디오' 전환

01. 2025년 점검

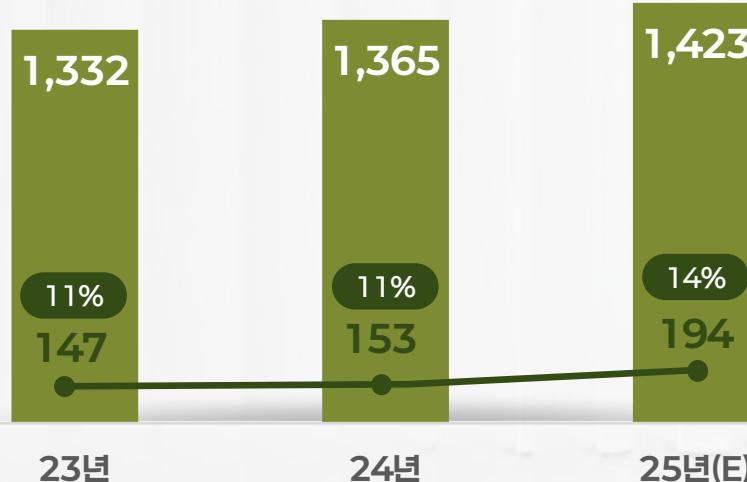
글로벌 시청자들의 한국 콘텐츠 시청시간 증가

'23년-'25년

넷플릭스 TV 시리즈 시청시간 '22.7부터 측정'

- 전체 시청시간
- 한국 시리즈 시청시간 및 비중

(단위: 억시간)



* '25년 하반기 시청시간 상반기와 동일한 것으로 추정

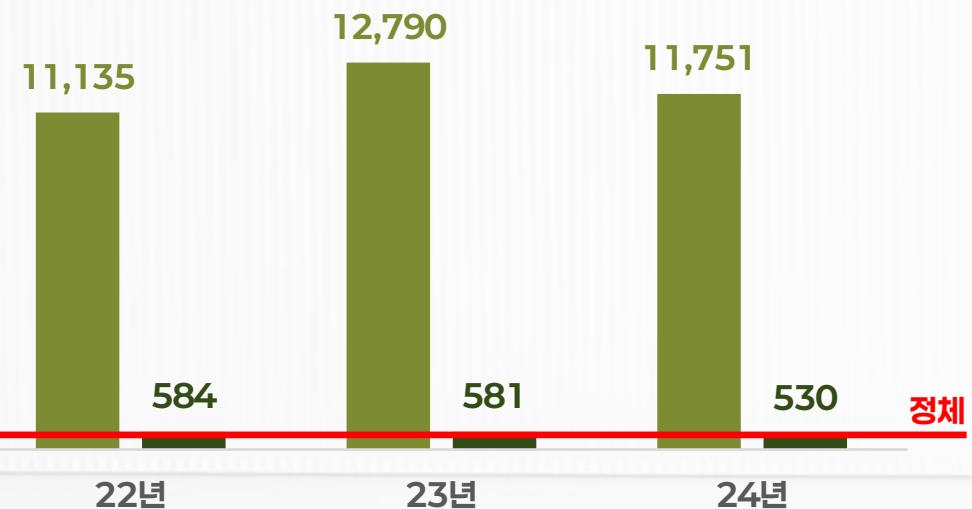
스튜디오들의 매출과 수익은 감소/정체

'22년-'24년

국내 주요 스튜디오 3개사 매출/영업이익 합 추이 공시실적

- 매출
- 영업이익

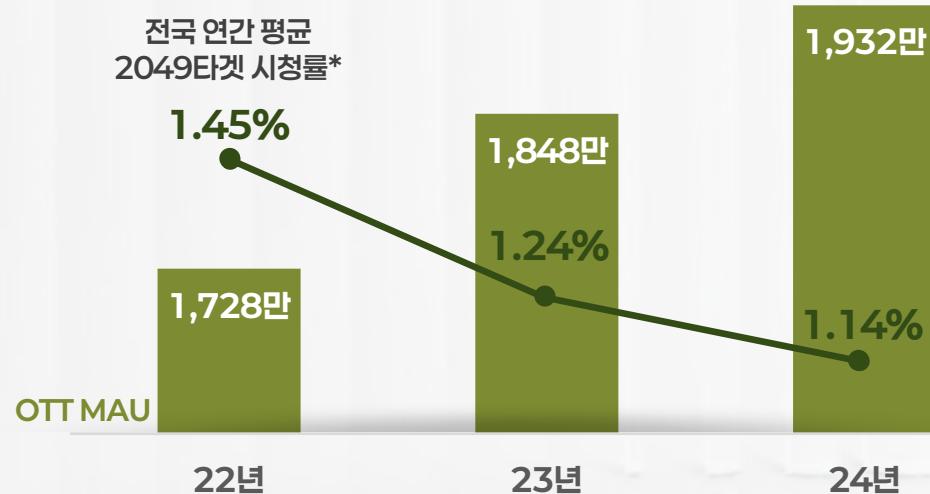
(단위: 억원)



01. 2025년 점검

<미지의 서울>, <폭군의 세프>, <신사장 프로젝트>, <태풍상사> 등 주요 라인업의 높은 성과에도 불구하고, 시청 성과 분산으로 인해 성과-실적 간 괴리 발생

'22년~'24년 방송5사 타겟 TV시청률과 OTT MAU



* 채널 전체 평균 시청률 (예능/드라마/다큐/뉴스 등 전체)

경우와 선녀

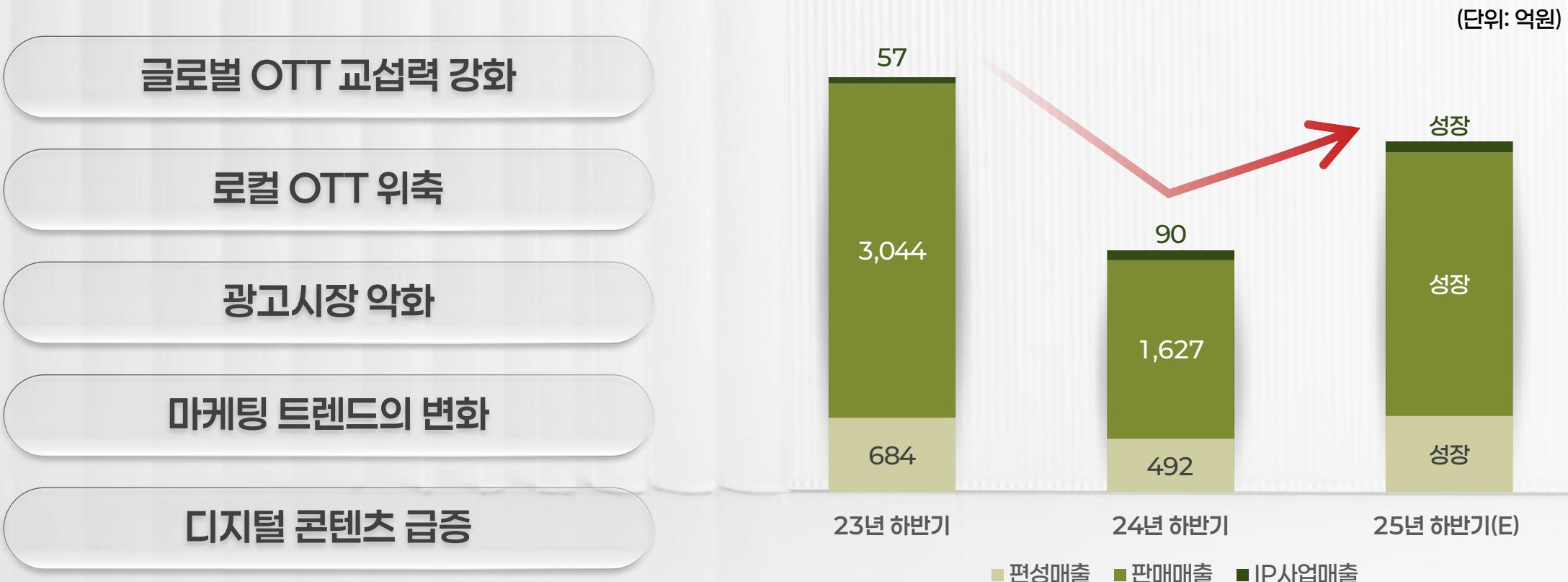
리니어 평일 앵커 수준 시청률 기록,
TVING은 '25년 드라마 전체 최고 성과 창출

미지의 서울

리니어 주말 시청률 2% 중반대 기록 대비
높은 화제성 기록하며 Well-made 호평

01. 2025년 점검

대외적 변화 요인 불구, '25년 하반기 V자 턴어라운드 증명 목표

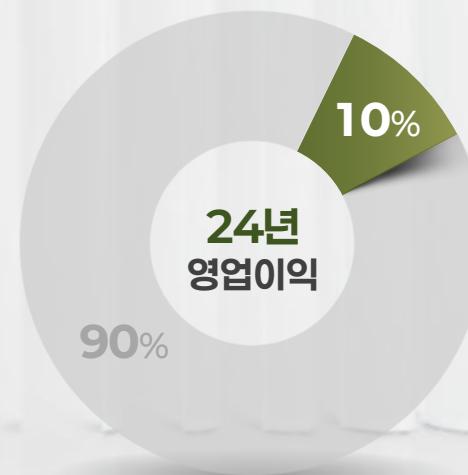
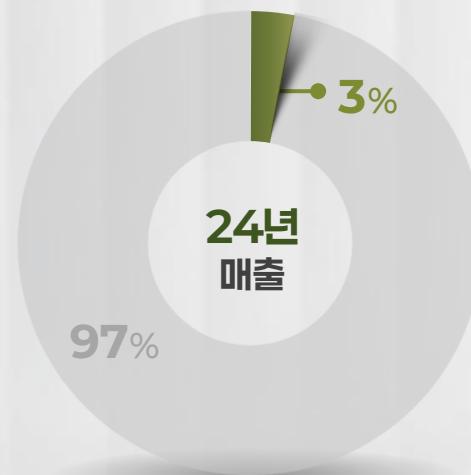


01. 2025년 점검 : 전환의 필요성

글로벌 선도사는 상품, 굿즈, F&B, 테마파크 등 IP사업이 핵심 수익원
스튜디오드래곤의 IP사업 매출·이익 비중은 상대적 열세

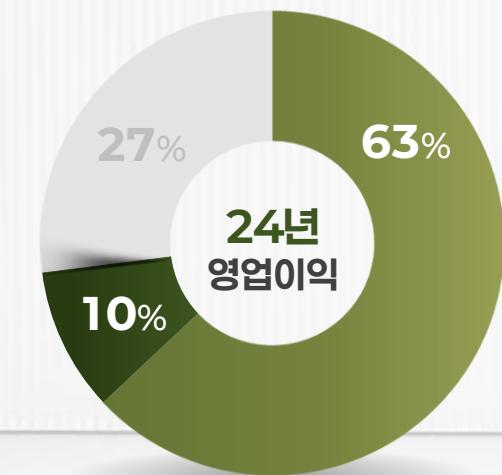
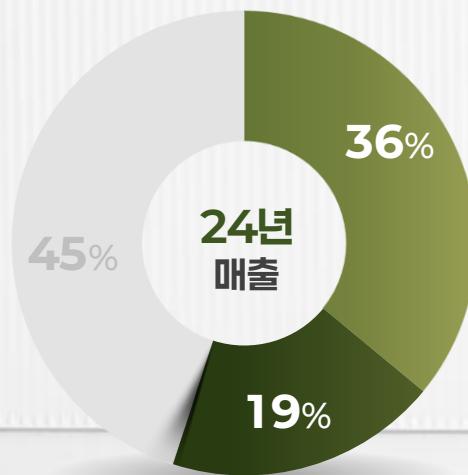
STUDIO
Dragon

매출 中 약 3%, 영업이익 中 약 10%를
IP사업이 차지



글로벌 선도사
(D사)

매출 中 약 36%, 영업이익 中 약 63%를
IP사업에서 창출



■ IP사업

■ 편성/판매

■ IP사업

■ 스포츠

■ 엔터테인먼트

01. 2025년 점검 : 전환의 필요성



확장성 Expansion Engine

세계관, 캐릭터, 감정선을
중심으로 한 강력한 내러티브 IP
스핀오프, 멀티버스 확장에 최적화

+

동시다발적 글로벌 파급력이
IP 확산 속도 가속화



소비방식 Monetization Flywheel

IP 관련 '경험'을 구매하는
굿즈, 팝업, 체험형 공간 등
2차·3차 소비자로 진화

+

전 세계 어디서든
유입되는 시청자



K-Culture Powerful Showroom

- | | |
|-------|-------|
| 음식 | 패션·뷰티 |
| 여행 | 음악 |
| 웹툰·소설 | 역사 |



수익성 Revenue & Profit

IP 사업 마진
50%+

+

α

02. 전략: Beyond Drama, IP Value-Up

IP 중심 생태계를 바탕으로, '기획~소비'까지
드라마의 본원적 가치 경쟁력 강화로 문화적인 종합 경험을 제공하는 스튜디오로 도약

기존 목표와 결과

아시아 #1 스튜디오



프리미엄 IP
기획 제작



장르다양화
Size-Up



글로벌
영향력



향후 목표 및 실행안

IP Value-Up 스튜디오



IP 중심
생태계 기획



팬덤
소통 확대



디지털
커머스

02. 전략: 2026년 Highlight



Contents

Non-Captive ➡️ Line Up↑

퀄리티 제고 ➡️ Hit Ratio↑

IP Expansion ➡️ New Biz.



Growth

IP Biz.

동시방영↑

오리지널↑

실비 정산

AI 효율화

매출

이익



Global

글로벌 레퍼런스 및 영역 확장



- 1~2편 방영 목표
- Paramount Skydance 등 현지 협업 확장



- 1~2편 방영 목표
- 드라마 시장 성장 주도
- 일본 내 성공스토리 확대



- 드라마 공동 기획, 제작
- 중화권 진출, 영역 확장

03. IP 신규사업

IP에 열광하는 콘텐츠 소비 방식의 증가

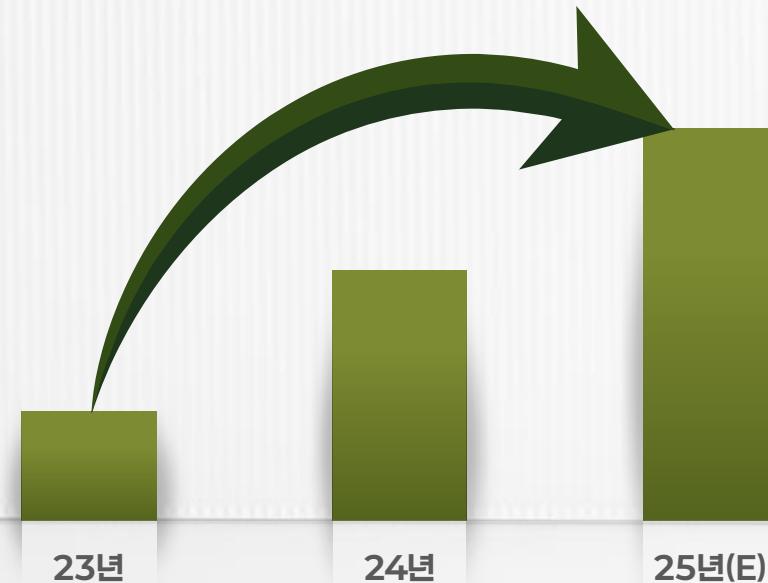


‘경험’을 판매하는 시장의 성장
팬덤 비즈니스의 성장



관점의 변화

IP사업 (굿즈/팝업) 매출
매년 성장 中



모두가 스튜디오드래곤 드라마를 보고, IP를 소비하는 비즈니스 구조 확립



03. IP 신규사업

반복·확장·체험을 통해 가치를 누적하는 경제적 자산 IP Lifecycle Extension, 새로운 패러다임의 시작



커머스

Upcoming

브랜디드 커머스



디지털

Upcoming

유튜브·숏폼



캐릭터

Upcoming

공식 캐릭터 세계관



휴먼IP

Initiated

신인 배우 발굴

03. IP 신규사업 : 중장기 목표

콘텐츠는 순간의 성과이고, IP는 축적의 구조
콘텐츠를 ‘잘 만드는’을 넘어 IP를 ‘잘 설계하는’ 디자인 셋업

콘텐츠

IP

정의

하나의 완성된 결과물(드라마, 영화, 예능 등)

반복적으로 활용 가능한 ‘원천자산’

초점

‘완성도’ - 얼마나 잘 만들었는가?

‘지속성’ - 얼마나 오래 살아 남는가?

평가기준

시청률, 화제성, 수상 등

팬덤, 브랜드화, 확장성, 수익 다각화 등

수명

방영 후 3개월

수년간 확장 가능

예시

<눈물의 여왕> 한 편의 성공

원작 웹툰 → 드라마 → 굿즈 → 게임

역할

PD, 작가, 감독 중심의 크리에이티브

PD, IP전략, 콘텐츠사업 공동 설계

03. IP 신규사업 : 중장기 목표

IP Value-Up 통한 IP Long-Tail 비즈니스 모델로 변화



감사합니다.

**STUDIO
Dragon**

Studio Dragon Investor Relations | ir.sd@cj.net | www.studiodragon.net