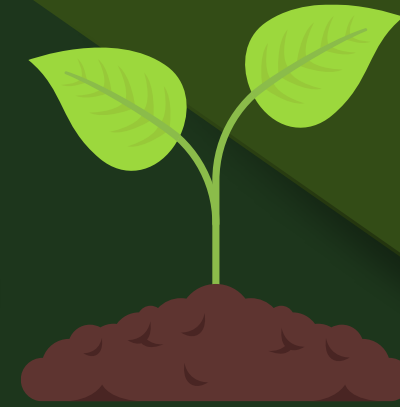


2025

STUDIO DRAGON CEO ANALYST DAY



2025.12.9

**STUDIO
Dragon**

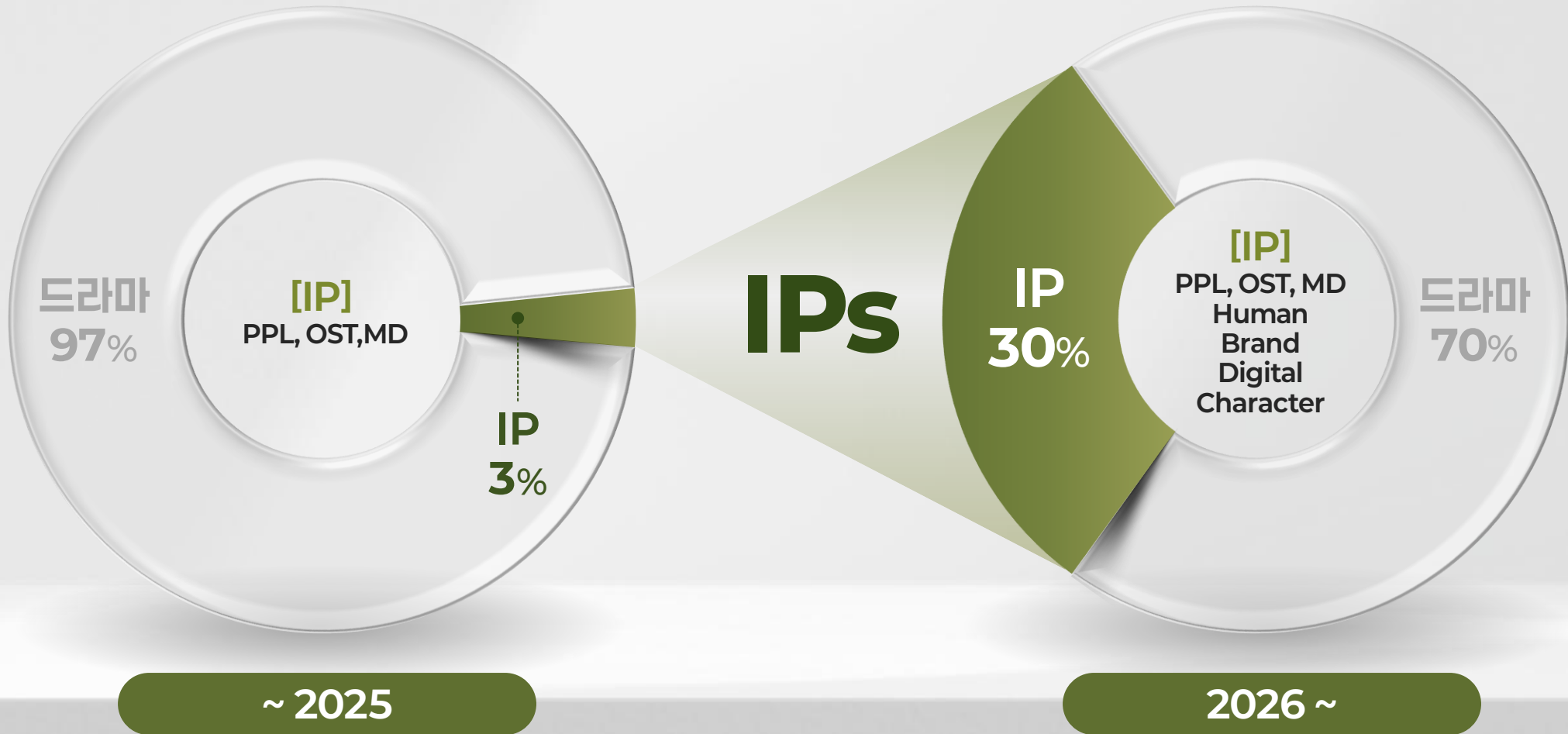
Last 10 Years of Studio Dragon

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’

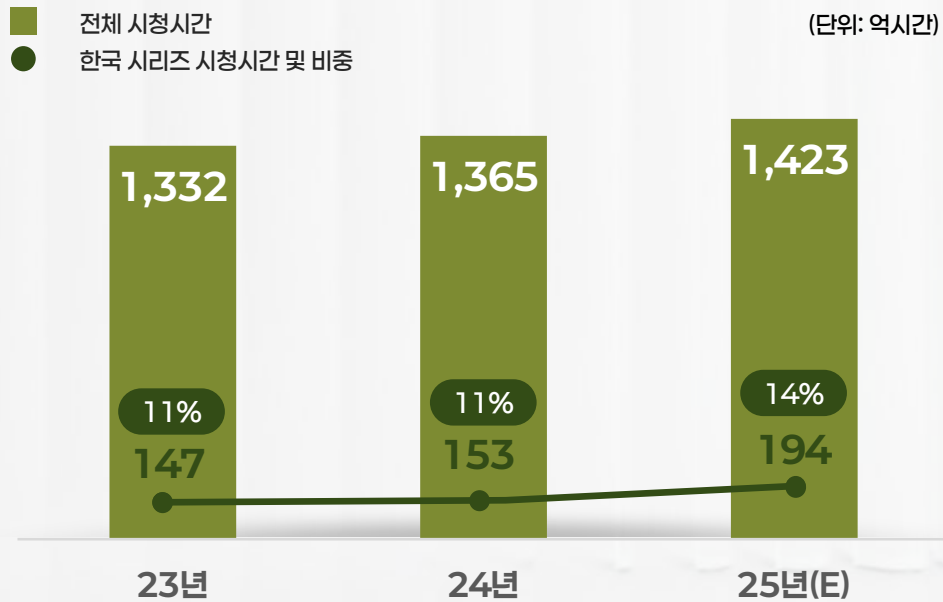
[TO-BE] IP Value-Up

- 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

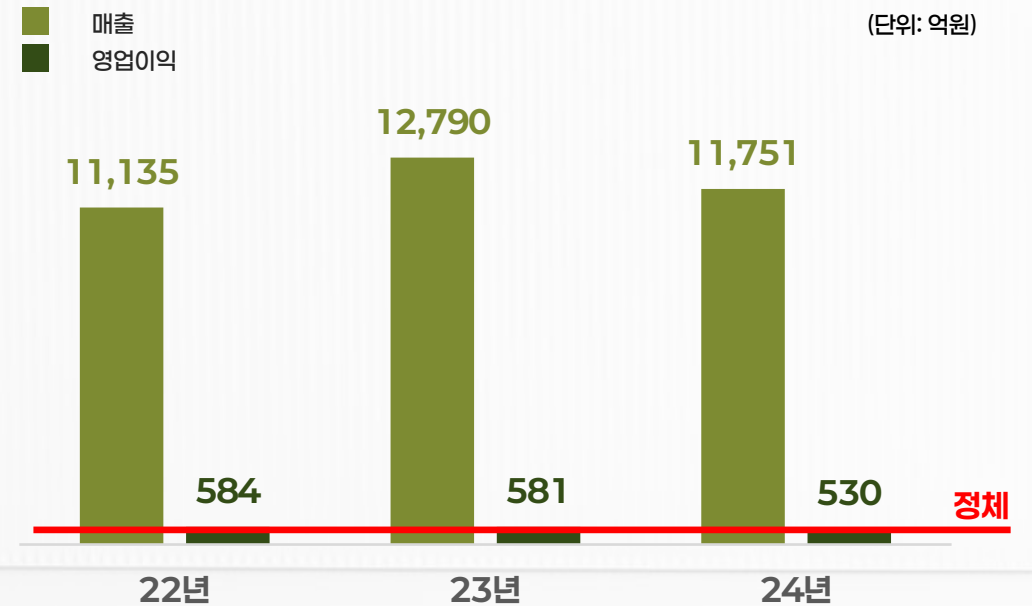
'23년-'25년
넷플릭스 TV 시리즈 시청시간 '22.7부터 측정



* '25년 하반기 시청시간 상반기와 동일한 것으로 추정

스튜디오들의 매출과 수익은 감소/정체

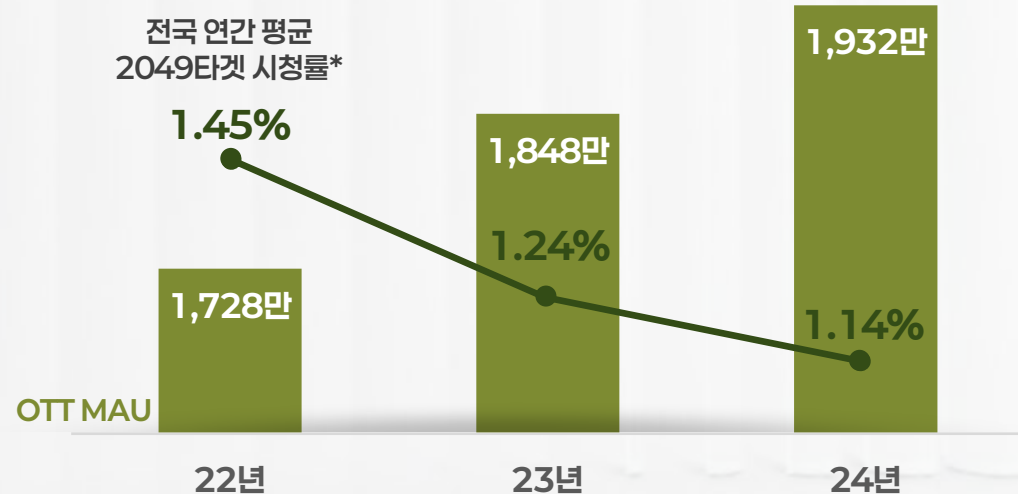
'22년-'24년
국내 주요 스튜디오 3개사 매출/영업이익 합 추이 공시실적



01. 2025년 점검

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

'22년~'24년 방송5사 타겟 TV시청률과 OTT MAU



* 채널 전체 평균 시청률 (예능/드라마/다큐/뉴스 등 전체)

견우화선녀

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

글로벌 OTT 교섭력 강화

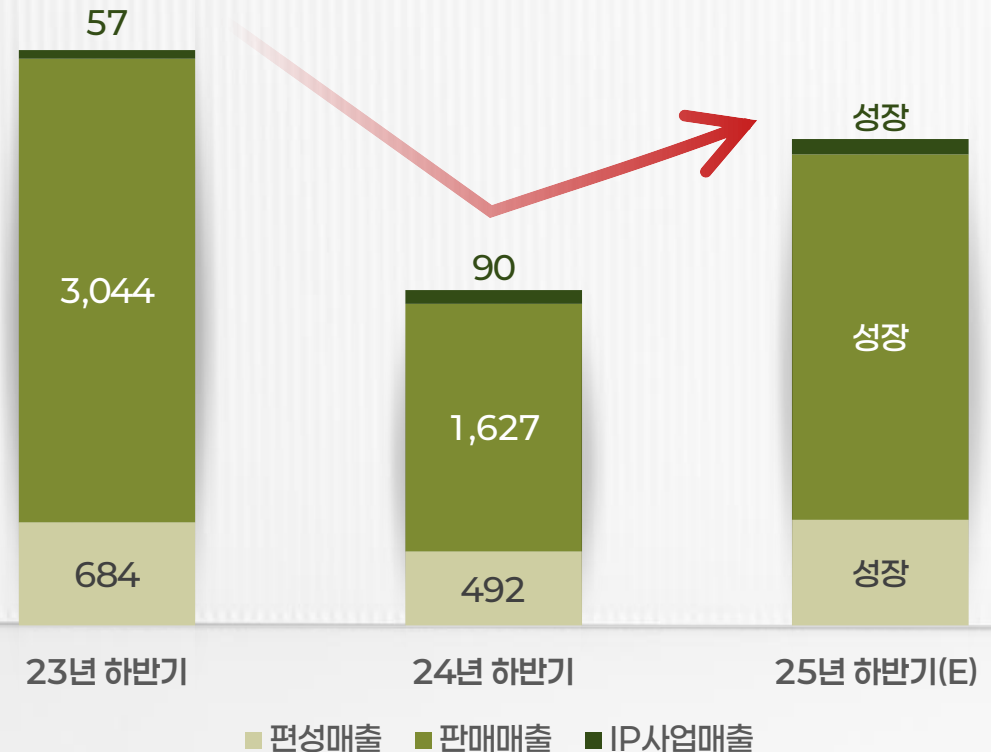
로컬 OTT 위축

광고시장 약화

마케팅 트렌드의 변화

디지털 콘텐츠 급증

(단위: 억원)

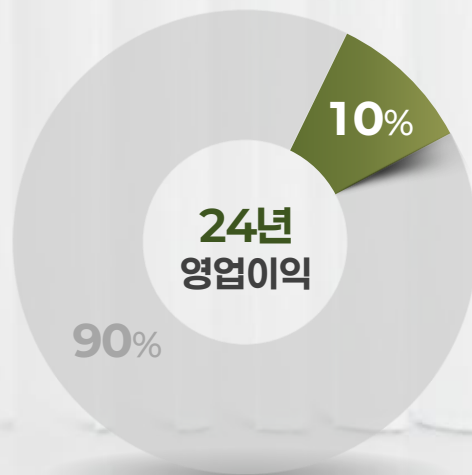
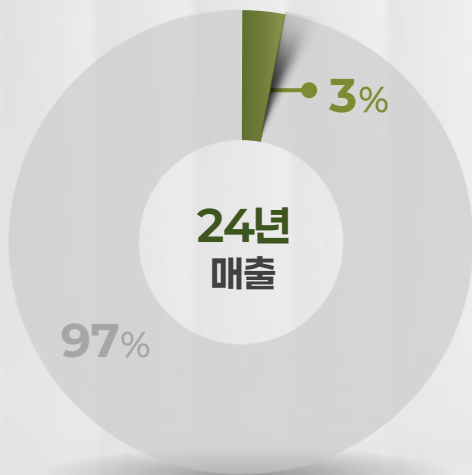


01. 2025년 점검 : 전환의 필요성

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

STUDIO
Dragon

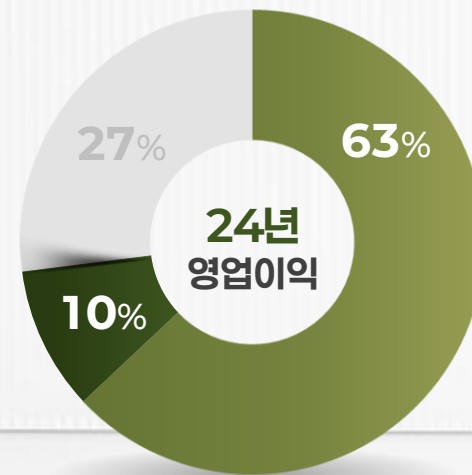
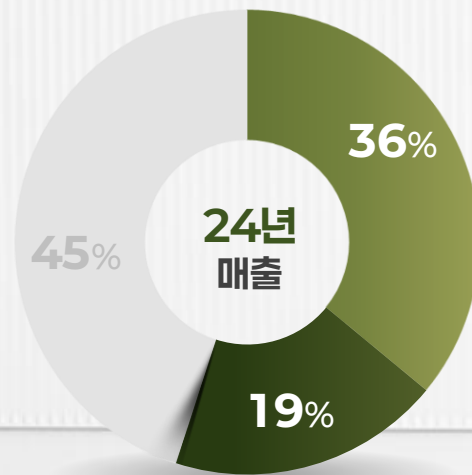
매출 중 약 **3%**, 영업이익 중 약 **10%**를
IP사업이 차지



■ IP사업 ■ 편성/판매

글로벌 선도사
(D사)

매출 중 약 **36%**, 영업이익 중 약 **63%**를
IP사업에서 창출



■ IP사업 ■ 스포츠 ■ 엔터테인먼트

01. 2025년 점검 : 전환의 필요성



01

확장성

Expansion Engine

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

+

동시다발적 글로벌 파급력이
IP 확산 속도 가속화



02

소비방식

Monetization Flywheel

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

+

전 세계 어디서든
유입되는 시청자



03

K-Culture

Powerful Showroom

음식

패션·뷰티

여행

음악

웹툰·소설

역사



04

수익성

Revenue & Profit

IP사업 마진
50%+

+

 α

02. 전략 : Beyond Drama, IP Value-Up

IP 중심 생태계를 바탕으로, '기획~소비'까지
드라마의 본원적 가치 경쟁력 강화로 **문화적인 종합 경험**을 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

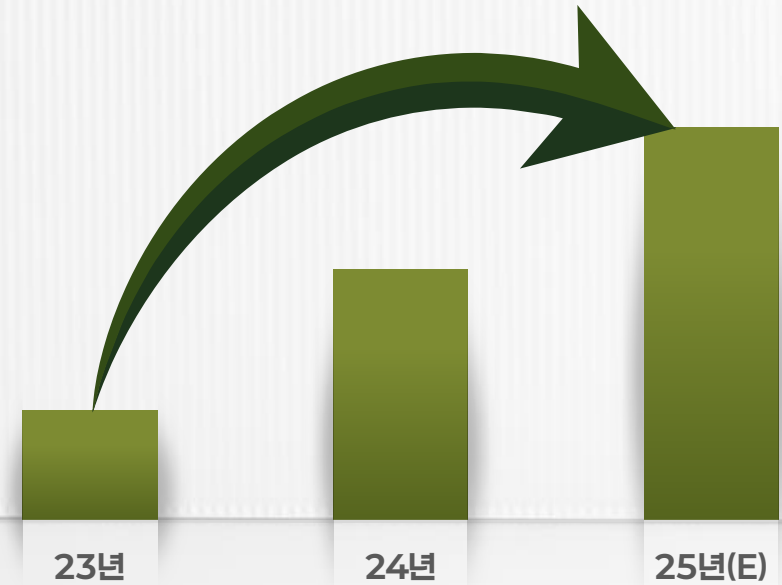
IP에 열광하는 콘텐츠 소비 방식의 증가

Opportunity

‘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

핵심역량

드래곤만의 Creativity
역량을 '사업 역량으로 진화'

IP Creativity

스토리부터 소비까지 벨류체인

IP Fandom

글로벌 시청자 영향력 TOP

CJ Synergy

커머스·식품·뷰티 등 그룹 시너지

성장전략

'드라마 IP + 양방향 콘텐츠'
→ 소비자 접점 및 커머스 극대화

숏폼 / 숏드라마

AI 콘텐츠

STUDIO
Dragon

Goods

STUDIO
Dragon

Foods

STUDIO
Dragon

Cafe

초상권 기반 IP사업

STUDIO
Dragon

Beauty



Shift to
"Long-Tail IP"

Growth



Earning



Value



03. IP 신규사업

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

01

**커머스**

Upcoming

브랜드 커머스

02

**디지털**

Upcoming

유튜브·숏폼

03

**캐릭터**

Upcoming

공식 캐릭터 세계관

04

**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

IP Value-Up



IP사업 매출 성장 목표



IP사업 다각화



매출 6배 성장

IP사업 영업이익 비중 성장 목표

AS IS → TO BE

10%

38%

선도사 (D社)

63%

*영업이익 기준

중장기 매출 구성 목표

IP
30%PPL, OST, MD
Human
Brand
Digital
Character드라마
70%

감사합니다.

**STUDIO
Dragon**

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