



덕질

글로벌 K-POP 팬 콘텐츠 유통 플랫폼



1. Market overview
2. Company overview

1. Market overview

K-POP 팬 콘텐츠 시장

팬 제작 콘텐츠(직접 촬영한 사진, 영상, 팬아트 등)는 양적인 측면에서 엔터테인먼트사 자체 콘텐츠 생산력을 압도하며 새로운 시장을 형성하여 잠재적 사업성이 큼

엔터테인먼트
사
제작 콘텐츠

글로벌 팬
제작 콘텐츠

콘텐츠 구성

- 사진
- 영상
- 굿즈
- 전시회
- 콘서트
- 팬 사인회
- 팬 아트
- NFT

.....

1. Market overview

팬 콘텐츠 생산, 홈마*

팬 커뮤니티의 프로슈머* 역할 수행을 통해 사업성 있는 콘텐츠 생산/유통



***홈마**: 홈페이지 마스터의 줄임말로, 연예인의 사진과 영상을 촬영해 자신의 SNS에 업로드하여 팬덤에 공유하는 영향력 있는 팬

***프로슈머**: 소비 행위에 그치지 않고 스스로 콘텐츠 제작자의 역할까지 하는 소비 형태를 지칭하는 말

1. Market overview

홈마 콘텐츠의 중요성

홈마는 콘텐츠 생산과 커뮤니티 활동을 선도하여 **팬더스트리(Fandustry)의 핵심**

콘텐츠 공급 / 팬 커뮤니티 환경 조성



핵심 마케터 / 팬덤 결집의 매개체



- 홈마의 콘텐츠는 KPOP 산업의 **다양성**과 엔터테인먼트사 중심 콘텐츠의 **대체재**를 제공
- 아티스트가 휴식기에 **공백기를 채울수** 있는 콘텐츠 제공으로 **팬덤 유지·관리**
- 팬덤이 새로운 문화와 의견을 만드는 **커뮤니티 형성 및 결집**에 핵심적인 존재

- 직캠, 해외 옥외 광고, 아티스트 이름으로 기부로 **브랜딩 및 인지도 제고 효과**
- (ex : EXID 역주행 신화 - 홈마 직캠 4,000만 뷰)
- 별도의 비용 없이 지속인 콘텐츠 재생산 및 공유를 통해 **마케팅 채널** 및 **글로벌 팬덤 유입의 플랫폼 역할 수행**

1. Market overview

홈마 콘텐츠 소개 - 굿즈

- 홈마가 직접 촬영한 사진과 디자인을 바탕으로 응원/인테리어/소장 목적의 굿즈를 직접 생산·유통
- 굿즈는 80가지 이상의 상품이 존재 (액자, 슬로건, 티셔츠, 포토카드, 키링, 핀버튼 등)



(사진) 도록



응원봉



포스터

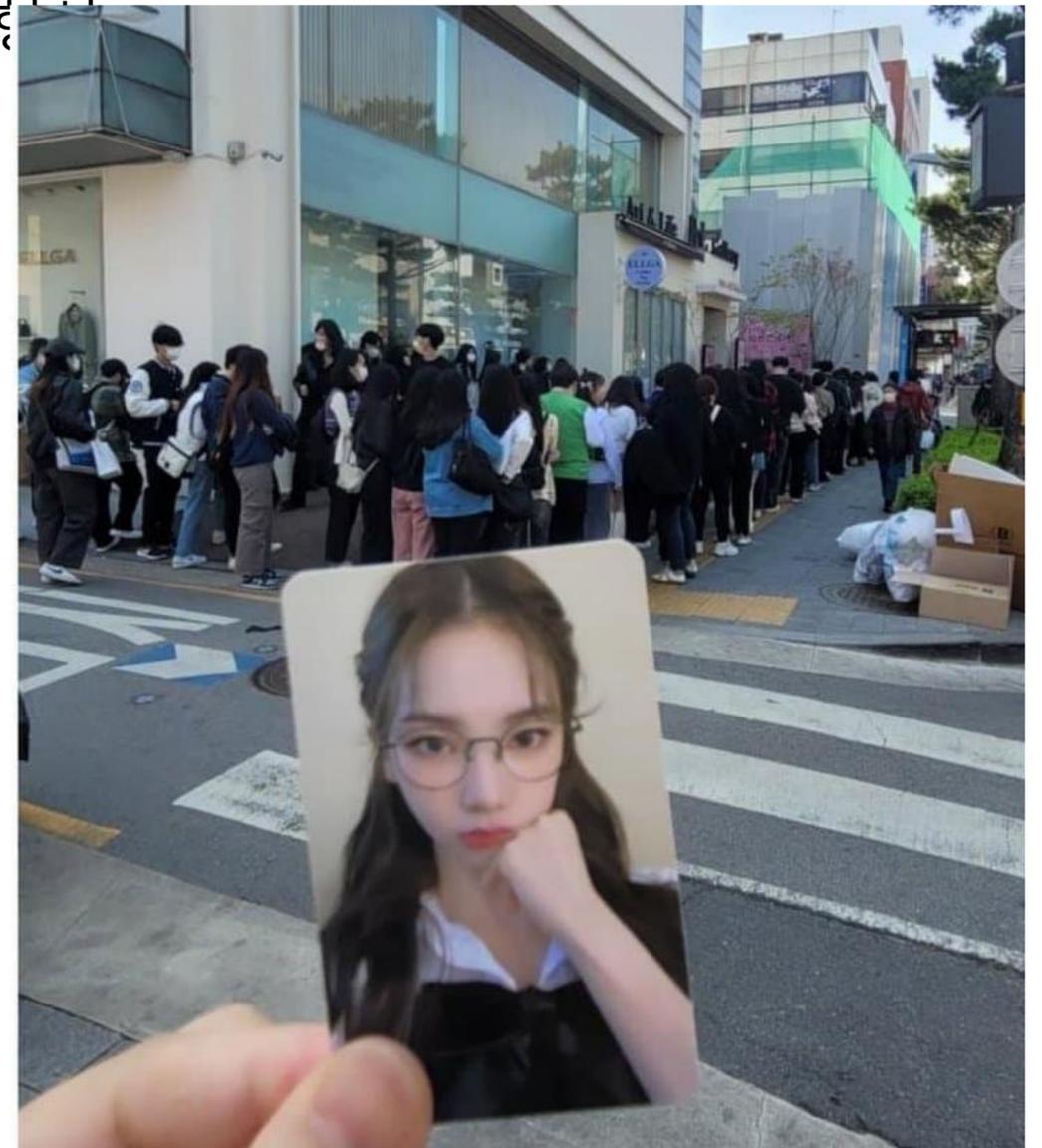
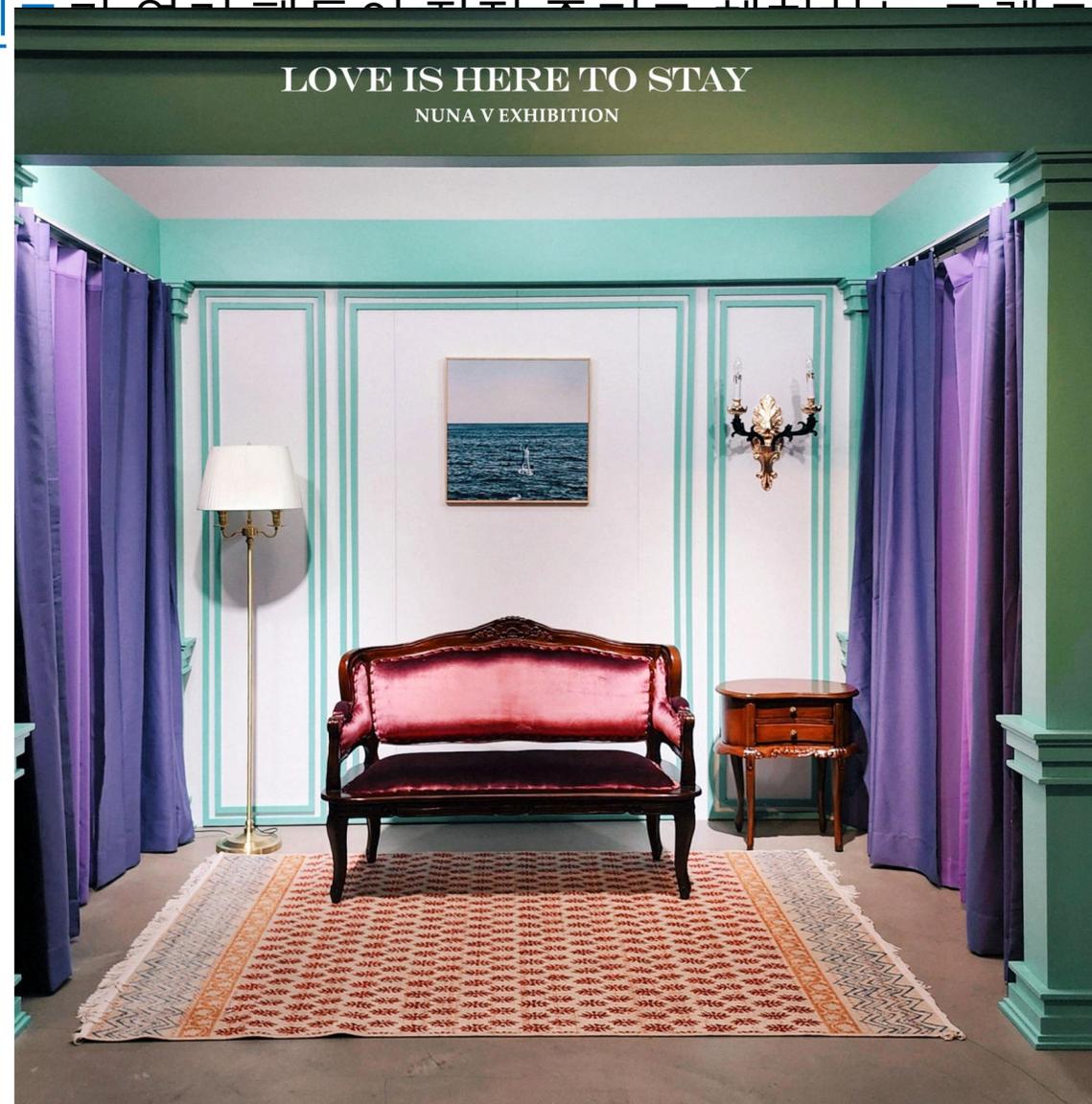


의류

1. Market overview

홈마 콘텐츠 소개 - 오프라인 이벤트

- 직접 찍은 사진을 공유하던 초창기와 달리, 각종 오프라인 콘텐츠를 개최하여 다양한 글로벌 팬들의 소비와 유입이 늘어나고 있음



1. Market overview

홈마 콘텐츠 소개 - 미디어 광고

아티스트의 기념일 마다 홈마가 국내/외 미디어 광고판을 활용하여 홍보 → 아티스트 인지도 및 가치 상승기여



실제 홈마가 진행한 아티스트 국내/외 광고





1. Market overview
2. Company overview

2. Company Overview



Mission

“팬 콘텐츠 글로벌 유통 플랫폼”

2. Company Overview

홈마 매니지먼트

- 홈마를 크리에이터로 인식, 플랫폼과 관리 서비스를 제공하는 MCN(Multi Channel Network) 서비스 런칭 및 운영중
- 콘텐츠에 대한 독점 계약 체결을 통해 110명 이상의 선별된 홈마 콘텐츠 활용 가능

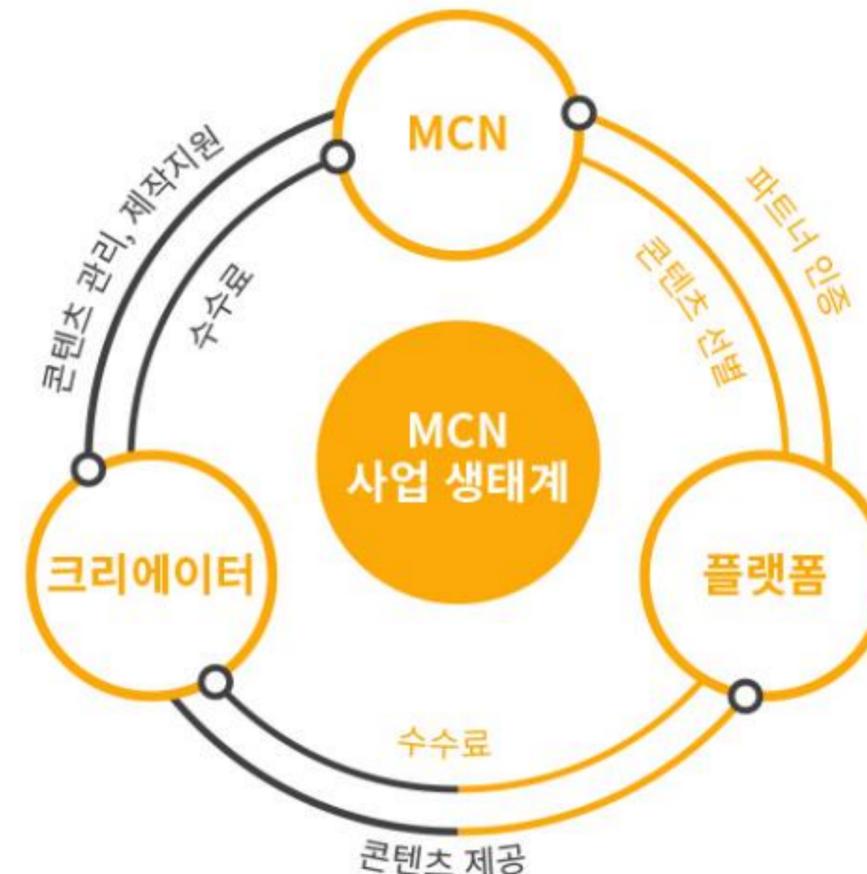
MCN 계약서 일부 발췌

제 3 조 [회사의 부여된 독점배타적 권한]

“크리에이터”는 “회사”에게 아래 각 권한을 독점배타적으로 부여하고, “회사”는 이로 인하여 발생한 수익을 본 계약에 따라 “크리에이터”에게 배분한다. 단, “회사”가 아래 각 권한에 의하여 “크리에이터”의 판매채널 및 제품을 관리함에 있어서 “크리에이터”의 저작권을 침해하지 않도록 유의하여야 하며 아래에 정한 구체적 사유 외에 “회사”의 필요에 따라 임의적으로 “크리에이터”의 “판매채널” 및 “제품”을 수정, 삭제하여서는 아니된다.

1. “크리에이터”의 “판매채널” 또는 “크리에이터”의 SNS 및 기타 판매채널을 통해 “회사”가 직접 광고형 제품을 제작, 판매하거나 이벤트, 프로모션 등 상업적 수익 활동을 할 수 있는 권리
2. “크리에이터”의 판매채널 또는 “크리에이터”의 SNS 에서 발생한 모든 제품 및 정보를 수집하여 이의 전부 또는 일부를 직접 이용하거나 이를 수정 또는 2차적저작물 작성 등으로 활용하여 실물 혹은 디지털 콘텐츠의 유통 채널을

MCN 비즈니스 모델 예시



2. Company Overview

덕질의 DIGIT

120⁺_명

함께 하는 인플루언서
직접 계약 체결 완료

2,000⁺_건

프로젝트 진행 건
오프라인, 굿즈, 콘텐츠 등

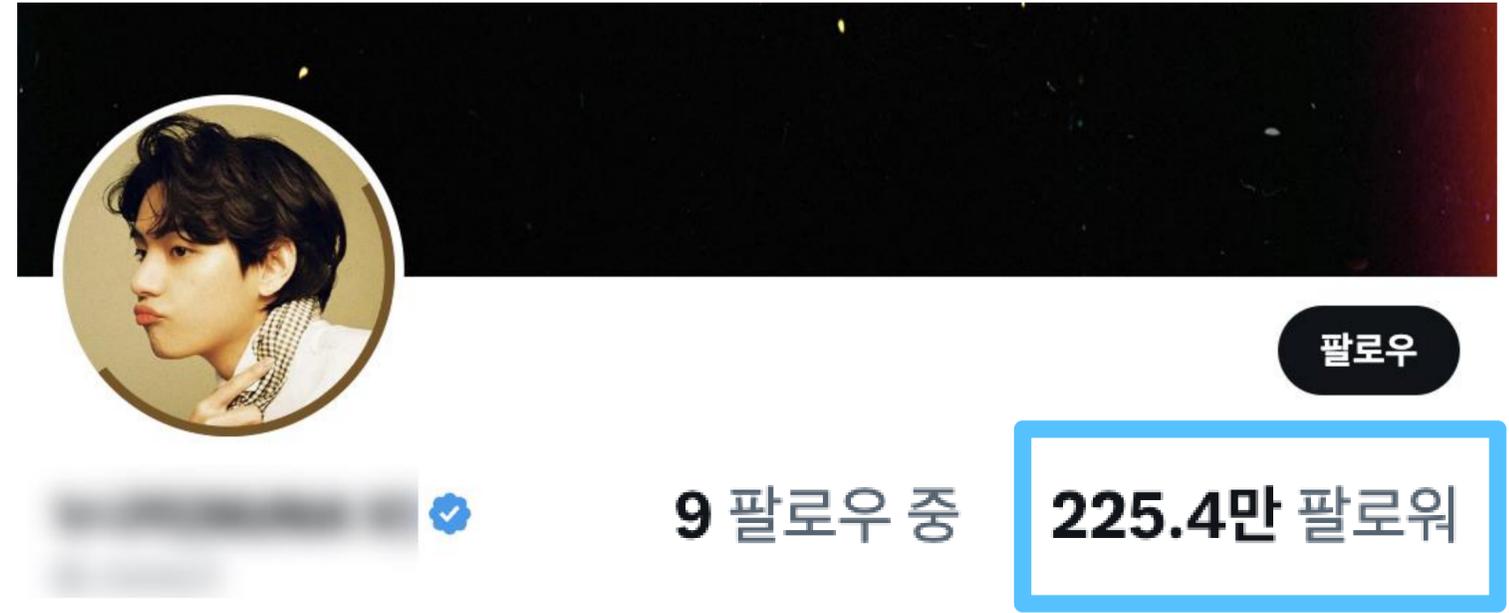
80⁺_{개국}

콘텐츠 유통 국가
유통 및 전시 프로젝트 진행

2. Company Overview

대표 소속 홈마

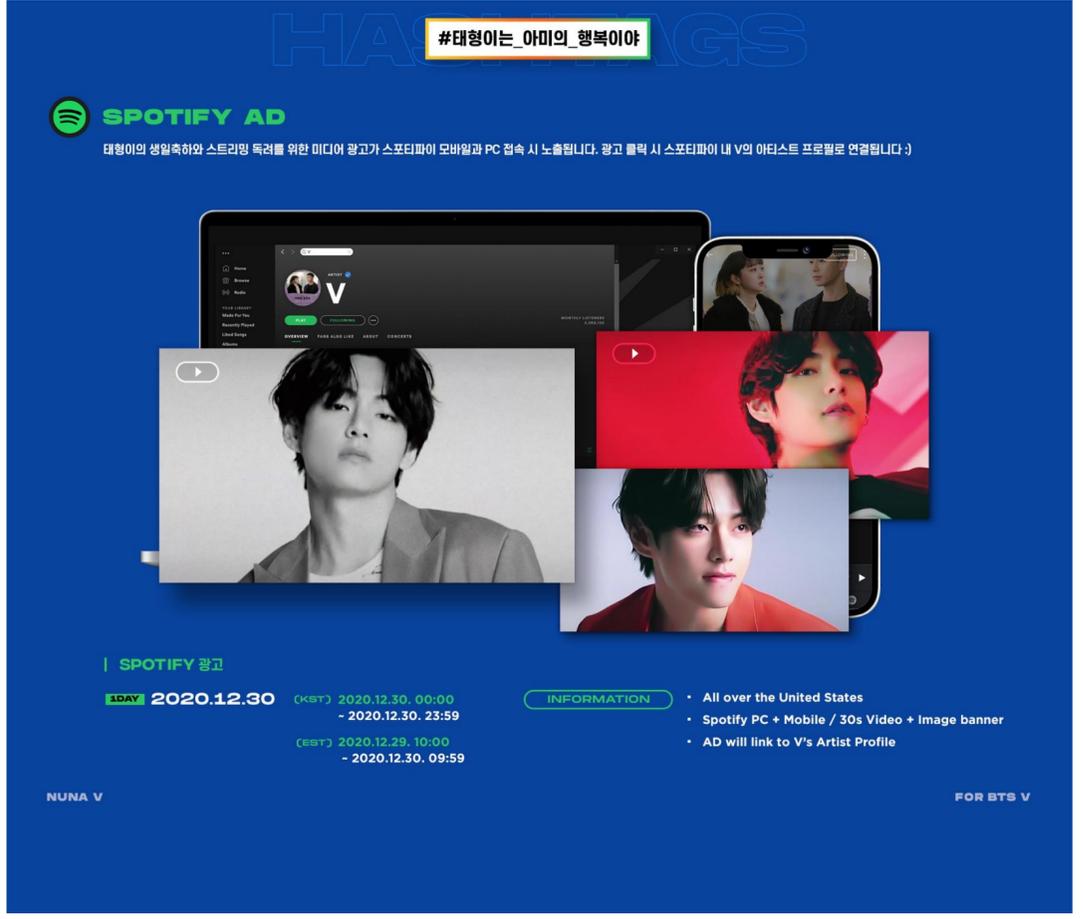
- 개인 팔로워 225만명 / 평균 게시물 노출수 3천만 이상
- 대형 팬덤 프로젝트 리딩 경험 다수



TV 광고 집행 (놀면뭐하니, M net 등)



글로벌 음원 사이트 (SPOTIFY) 프로모션



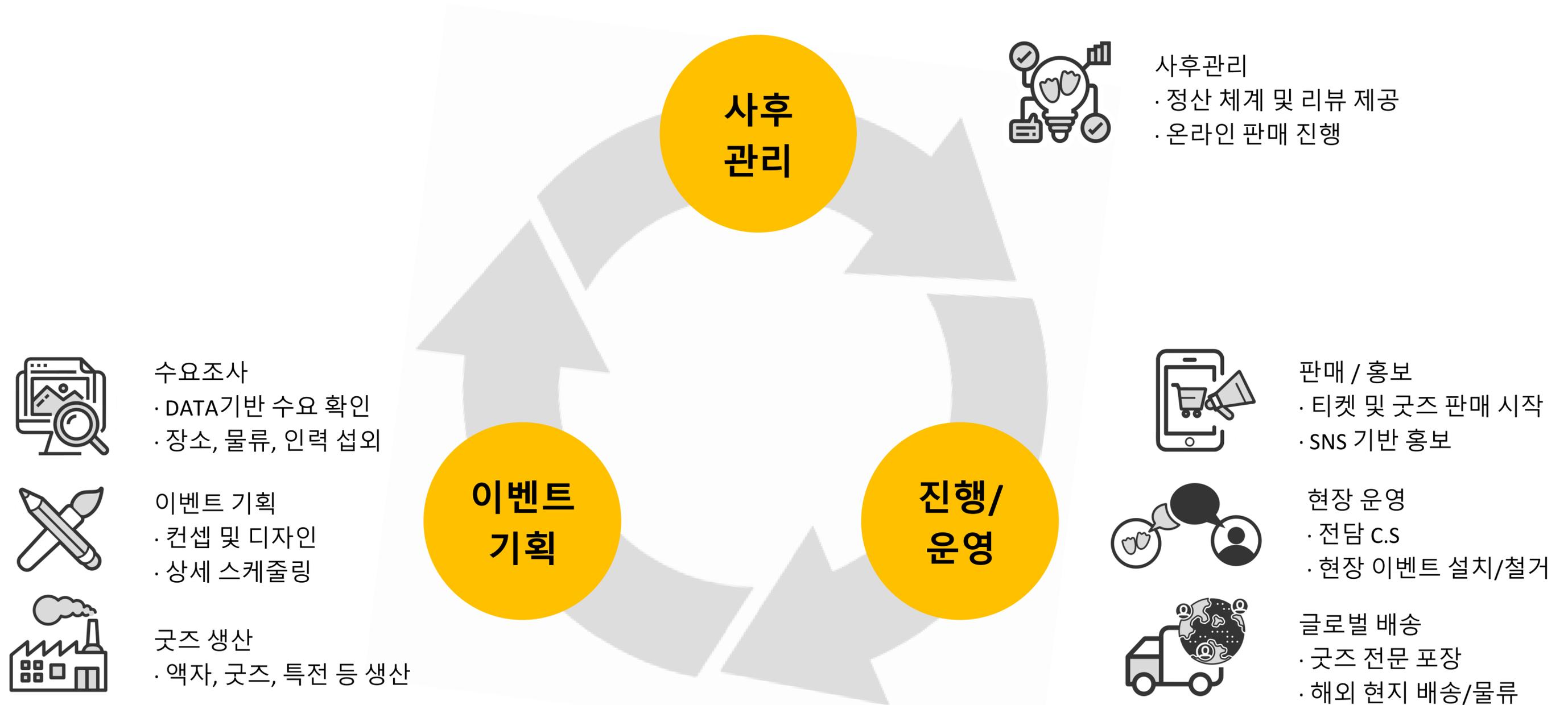
10m 비행선 서포트



2. Company Overview

비즈니스 모델

글로벌 전시회, 영상회, 생일 카페, 팝업 스토어 등 이벤트 진행의 A to Z 종합 인프라 보유



2. Company Overview

글로벌 인프라 소개

글로벌 시장 진출에 필요한 **물류·생산·오퍼레이팅** 네트워크 핵심 역량 보유

물류 인프라

일본·중국 등 주요 거점 지역에 물류 보관 포장, 배송 등이 가능한 물류 네트워크 확보

생산 인프라

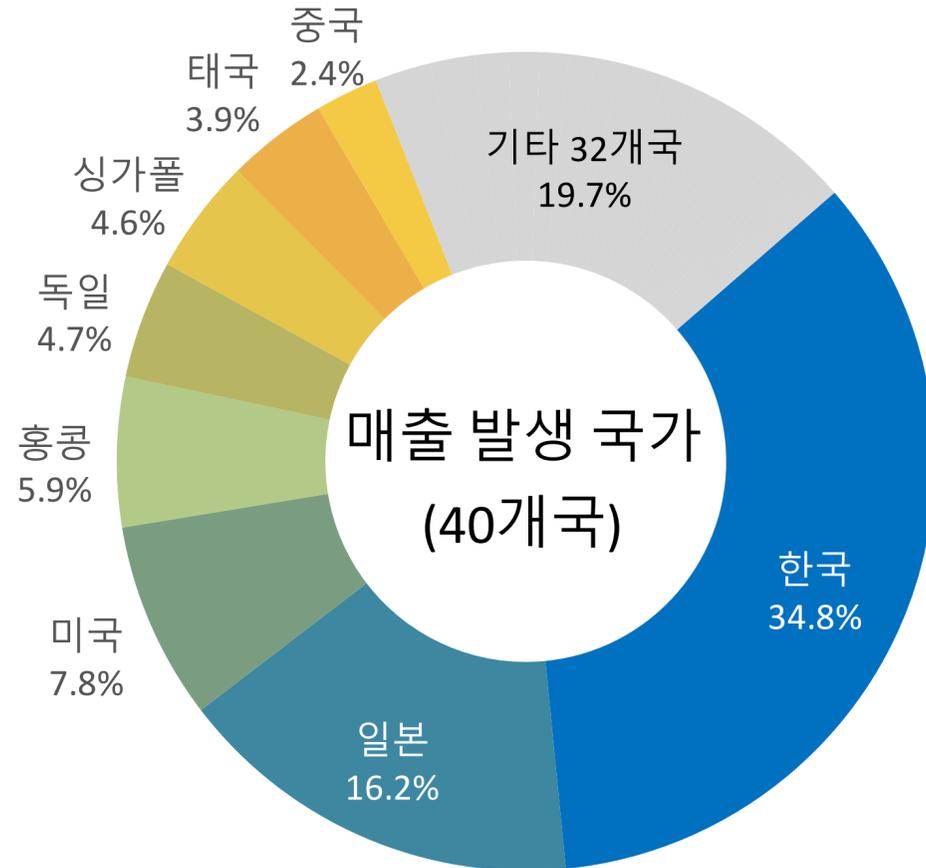
우리나라뿐만 아니라
일본·중국·인도네시아·베트남 등 주요
타겟 국가에 상품 생산 인프라 구축

오퍼레이팅 네트워크

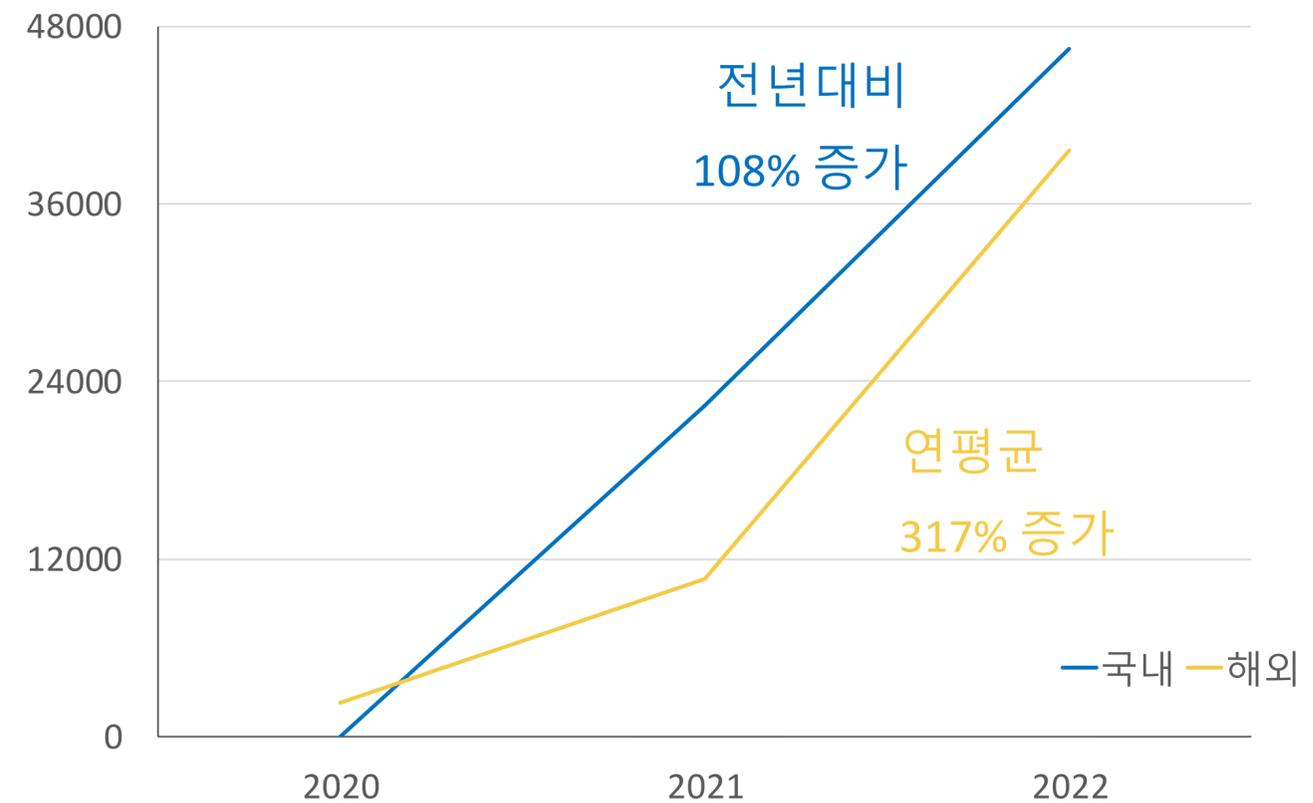
각 국가별 현지 오프라인 이벤트와
굿즈 및 콘텐츠 온라인 유통에 필요한
현지 인력, 파트너사 등 네트워크 확보

2. Company Overview

글로벌 데이터 확보



3개년 물류 출고 현황



- 2022~2023년도 주요 온라인 **매출 발생 국가 약 40여개** (일본, 싱가포르, 태국, 대만, 홍콩 등 동남아시아 비중 50% 이상)
- 팬 콘텐츠를 주도적으로 소비하는 유니크한 **고객 매출 데이터 약 20만건 이상 확보**
- KPOP 팬들을 대상으로 이벤트 **티켓 판매, 굿즈 판매, 광고 대행, 물류 대행 등의 전반적인 서비스를 제공하고 수수료 수익화**

2. Company Overview

일본 내 성과_ 23년 4분기 전시회

- 2023년 하반기 도쿄, 오사카 2개 지역을 거점으로 하여 전시회 진행
- 전시회 티켓 판매, 굿즈&액자 판매를 통한 매출 확보
- 2024년 역시 일본 내 BTS를 비롯한 다양한 아티스트 행사 배치 및 진행 예정.

전시정보(지역/아티스트)	행사 시기	관람객수(2일간)	매출액(JPY)
(도쿄) BTS V	23년 9월	1,668	13,146,400
(오사카) BTS 지민, 정국	23년 10월	989	7,092,900
(도쿄) BTS 단체	23년 10월	1,241	11,417,100
(오사카) BTS V	23년 11월	1,033	10,162,800
합계		4,931	41,819,200

2. Company Overview - 당사 주최 전시회 현장 사진

Korea (Busan, Seoul)



China (Beijing)



Indonesia (Jakarta)



2. Company Overview - 당사 주최 전시회 현장 사진

Taiwan (Taipei, Kaohsiung)



Japan (Tokyo, Osaka)



Vietnam (Hanoi, Hochiminh)

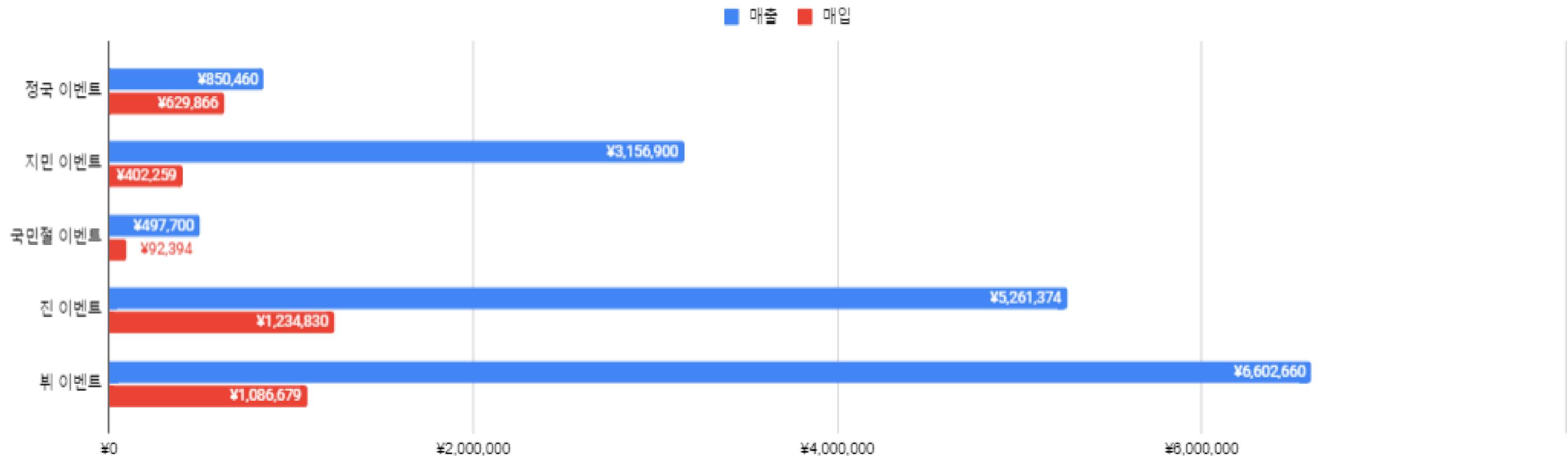


2. Company Overview

일본 내 성과_23년 4분기 카페이벤트

- 이벤트 기간에 판매된 이벤트 식/음료 데이터
- SNS 후기를 바탕으로 진행된 카페 브랜딩
- 2023 4분기 소/대형 이벤트 5건에 대한 누적 매출 : ¥16,369,094

도쿄 모 카페 이벤트 2023년 4분기 매출 데이터



2. Company Overview

'23 일본 이벤트 현장 사진

