

산업별 주요 이슈 분석

# IT·통신 & 미디어

Industry Issue Report (2023년 10월 4주)

삼일PwC경영연구원



삼일회계법인

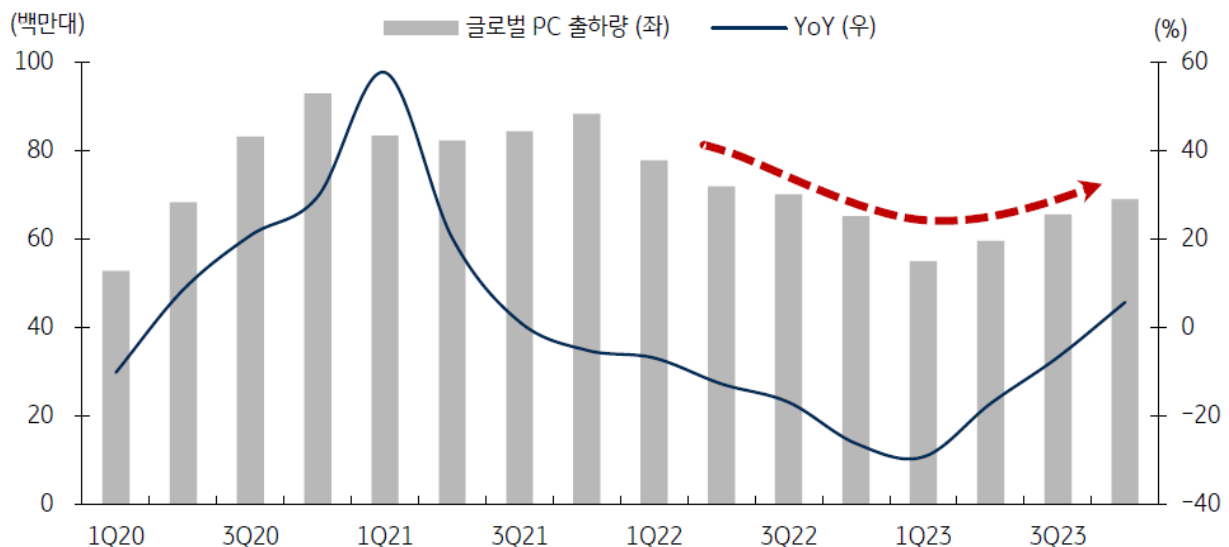
## PC 출하량 반등 전망으로 반도체·디스플레이 업계 기대감 ↑

- ✓ 3Q23 글로벌 PC 출하량: 6,560 만대(-7% YoY), 8 분기 연속 전년대비 감소세 기록했으나, 감소폭 축소 추세
- ✓ 4Q23E 출하량: 판매 성수기 앞두고 글로벌 PC 업체들의 프로모션 활성화로 재고 감소세, 게임용 등 소비자 PC 수요 회복세 → 전년대비 증가세로 반전될 것으로 전망
- ✓ 상기 PC 수요 회복은 반도체 및 디스플레이 업계 실적 개선으로 이어질 것으로 기대

### 삼일 PwC 경영연구원 Comment

- '23년 10월 13일 시장조사기관 Canalys에 따르면, 3분기 글로벌 PC 출하량은 6,560만대(-7% YoY, +8% QoQ)를 기록했음. 제품별로는 노트북 5,210만대(-6% YoY), 모니터 1,350만대(-8% YoY)를 기록함. 상기 글로벌 PC 출하량은 8분기 연속 전년대비 감소세를 지속했으나, 감소폭이 줄고 있다는 점이 긍정적임. (1Q23 -33% YoY → 2Q23 -12% YoY → 3Q23 -7% YoY) 금년도 4분기부터는 전년대비 증가세로 반전될 것으로 전망되고 있음.

[분기별 글로벌 PC 출하량 추이 및 전망]

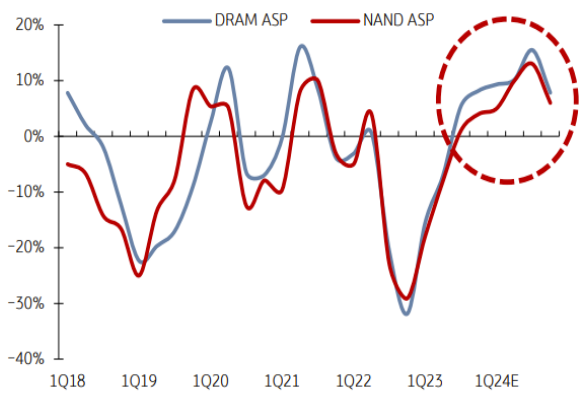


(자료: Canalys, KB 증권)

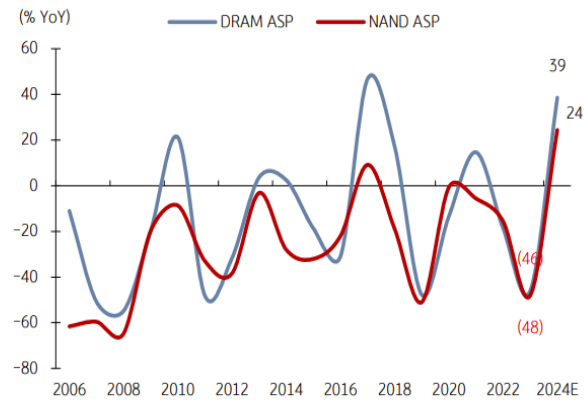
- 향후 PC 출하량 반등을 예상하는 근거는 블랙프라이데이와 크리스마스 등 성수기를 앞두고 글로벌 PC 업체들의 마케팅 프로모션이 활성화되면서 재고 감소세가 두드러지고 있으며, 게임용 등 소비자 PC 수요가 회복되고 있기 때문임. 2024년 글로벌 PC 출하량은 약 2억 6,700만대(+5.5% YoY)를 기록하며, 3년만에 성장세로 전환될 것으로 기대되고 있음. COVID-19 사태 이전 2.7억대 수준이었던 연간 글로벌 PC 출하량은 재택 근무 활성화 및 온라인 교육 확대 등으로 인해 3.4억대까지 증가했다가 최근 2년 사이 2.5억대 수준으로 감소했던 바 있음.

- 현재 글로벌 주요 PC 업체들의 메모리 반도체 재고도 대폭 감소된 것으로 추정되는데, Canalys 등에 따르면 해당 기업들의 재고 보유 수준이 정상 재고의 50% 수준까지 내려가 최근 3년간 최저치를 기록한 것으로 분석되고 있음. 업황의 선행 지표인 메모리 반도체 재고 수치 고려 시, 향후 PC 수요는 바텀아웃 할 것으로 기대됨. 인텔, HP, 델 등의 CEO 도 '24년부터 PC 수요가 회복할 것으로 전망했으며, 각종 시장조사기관들도 내년 PC 출하량이 전년대비 3~5% 증가할 것으로 예상하고 있음.
- 시장에서는 상기 PC 수요 회복이 '24년 반도체뿐만 아니라 디스플레이 기업의 실적 개선에도 기여할 것으로 기대하고 있음. PC 및 모바일 기업들의 재고 조정이 마무리되고 부품 구매 확대가 개시되면서 4Q23 DRAM 및 NAND 고정거래가격은 3Q21 이후 2년만의 동시 상승 전환될 것으로 전망됨. 특히, 삼성전자의 경우 4분기 DRAM 및 NAND 계약 가격 인상을 추진 중이라 ASP가 동시 반등할 것으로 기대되며, DRAM은 4Q23부터, NAND는 2Q24부터 흑자전환이 기대되는 상황임. LG 디스플레이는 전체 매출 중 PC 포함 IT 부문 매출 비중이 약 45%로, PC 수요 회복으로 IT 패널 가격 상승 시 실적 개선이 기대됨.

[4Q23 DRAM, NAND ASP 상승 전환 전망]



[2024 ASP DRAM+39%, NAND +24% YoY 전망]



(자료: TrendForce, KB 증권)

## 미디어

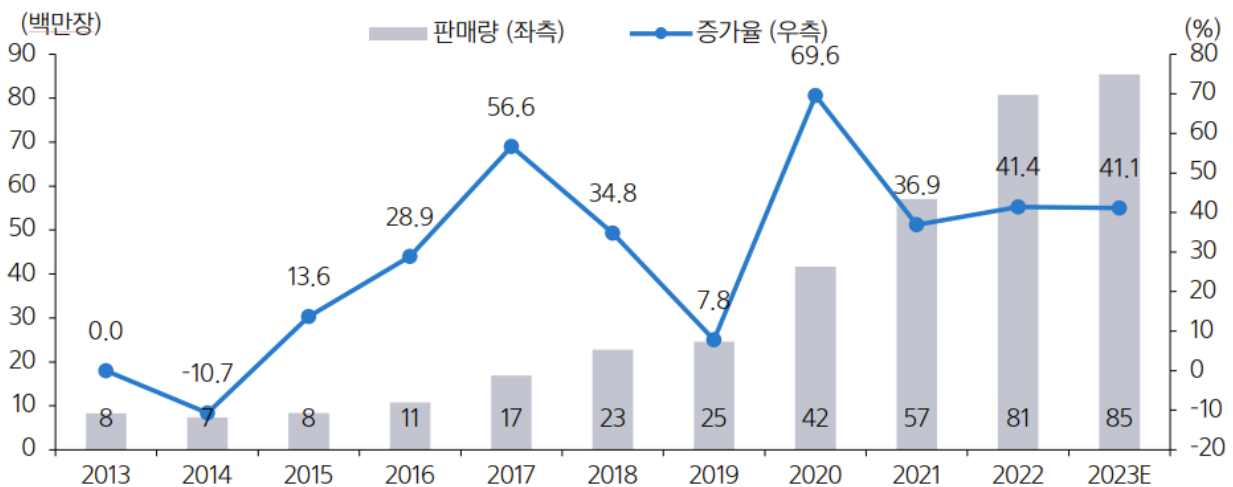
### K-팝 음반 시장, 연 판매량 1 억장 시대 진입할까?

- ✓ 2023년 9월 기준 음반 판매량(이하 톱 400 앨범 기준) 집계치는 8,500 만장을 돌파
- ✓ 올해는 거대 글로벌 팬덤을 거느린 보이그룹들과 걸그룹들의 고른 활약으로 음반 시장 확장됨
- ✓ 해외에서 K-팝을 육성하는 고도화된 현지화 전략인 'K-팝 3.0' 트렌드 주목 필요

#### 삼일 PwC 경영연구원 Comment

- K-팝 음반 시장은 지난 2022년 처음으로 연간 음반 판매량 8,000 만장 시대를 맞이함. 그러나 올해 9월 누적 기준 국내 음반 판매량(Top 400 앨범 기준)은 8,541 만 장에 달하며, 지난해 총 음반 판매량을 뛰어넘음. 올해 10월부터 12월까지 3개월간 음반 판매량이 전년 수준(약 2,000 만장)으로만 유지되면 음반 1 억장 시대가 열릴 가능성 존재. 올해 3분기 국내 음반 판매량은 2,978 만 장에 달해 18.9% YoY 증가했으며, 특히 국내 4대 엔터사(YG, SM, JYP, 하이브) 합산 점유율은 73.9%로 상승하며 음반 판매량은 27.3% YoY 증가한 것으로 나타남

[국내 음반 판매량 추이]

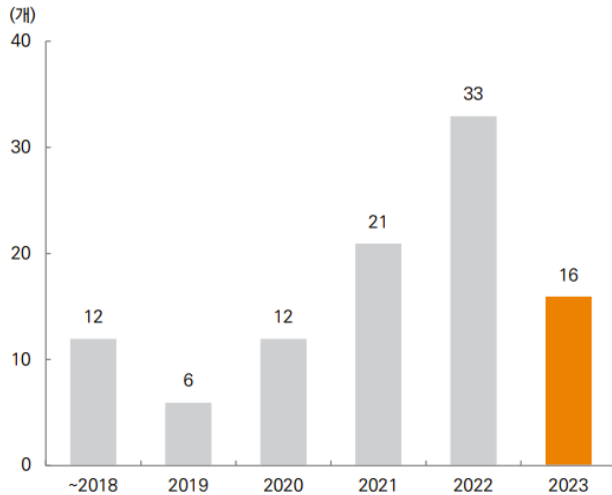


\*씨클차트 Top 400 기준, 2023E는 9월 누적치  
(자료: 씨클차트, 삼성증권)

- 각 엔터사별 음반(신보+구보) 판매량은 SM 896 만 장(+81.7% YoY), 하이브 718 만 장(+18.7% YoY), JYP 310 만 장(+2.0% YoY), YG 엔터테인먼트 214 만 장(-22.9% YoY) 순으로, SM의 증가율이 돋보임. 이와 같은 SM 성과는 NCT Dream 정규 3집과 EXO의 정규 7집의 성공과 NCT 이후 7년 만에 론칭한 보이그룹 라이즈(RIIZE)가 데뷔 앨범으로 million seller에 등극한 것이 컸음
- 이처럼 거대 글로벌 팬덤을 거느린 국내 아티스트들의 꾸준한 활약으로 음반 시장 호황을 맞이한 것으로 판단됨. 특히 올해 컴백한 대다수의 팀이 음반 분야에서 '커리어 하이'를 찍었으며, 보이그룹 '세븐틴'의 경우 데뷔 후 처음으로 한 해 동안 1,000 만장이 넘는 음반 판매고를 올리는 대기록을 달성한 바 있음. 뿐만 아니라 신인 그룹의 데뷔앨범 초동 판매량(앨범 발매 후 일주일 간의 음반 판매량)이 과거 대비 큰 폭으로

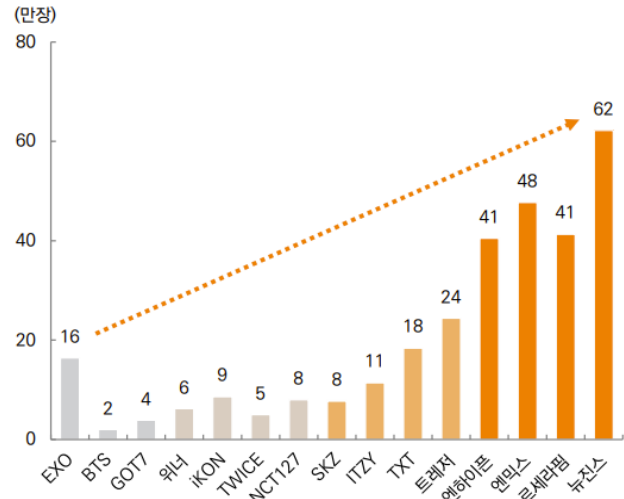
성장했는데, 이는 엔터사 자체 팬덤 및 해외 유통 채널 강화 및 확보로 데뷔 전~초부터 팬덤 구축이 가능해지고 있다는 것을 보여줌. 그리고 북미와 유럽 지역을 중심으로 K-팝 팬층이 꾸준히 늘어나며 신보뿐만 아니라 구보 판매량도 증가한 것으로 알려짐

[역대 초동 음반 판매량 기준 TOP 100 이 발매된 연도]



\*'23년 5월 21일 기준 (자료: 미래에셋증권)

[신인그룹 데뷔앨범 초동 판매량]



(자료: 서클차트, 미래에셋증권)

- ▶ 한편 국내 4 대 엔터사들은 점차 K-팝 '현지화' 전략을 통해 음반 시장 입지를 다지고자 함. 내수시장의 한계에서 벗어나고자 함과 동시에 글로벌화 흐름에 따르는 전략인 'K-팝 3.0' 시대 흐름을 기반으로 입지를 넓혀가고자 하는 것임. 이제는 한국인들만으로 구성된 그룹이 아닌, 다양한 국적의 해외 멤버를 영입하고, 현지 회사와의 음반 유통 협업과 같은 소극적인 현지화 전략에서 나아가 K-팝 시스템을 통해 local 아티스트를 만드는 전략을 추진하는 것임. 즉, K-팝의 성공 노하우를 일본, 중국, 미국까지 이식하고자 하는 고도화된 현지화 전략으로 볼 수 있음

※ K-팝 세대 분류: (K-팝 1.0) 한국 콘텐츠를 수출하는 것 → (K-팝 2.0) 해외 인재를 발굴해 한국으로 들여오는 것 → (K-팝 3.0) 해외에서 직접 인재를 육성하고 프로듀싱하는 것

- ▶ K-팝 3.0 시대의 화두를 올린 엔터사 SM 은 2019 년 전원 외국인 멤버로 구성된 '웨이션브이'를 데뷔시켰으며, 이들의 주요 활동무대는 중국. JYP 는 일본에서 '니지 프로젝트'를 시작하고 전원 일본인 멤버로 구성된 걸그룹 '니쥬(NiziU)'를 2020 년 데뷔시킴. JYP 는 니쥬를 시작으로 현재 'A2K'와 니지 프로젝트 보이그룹까지 확장함. 이후 하이브도 글로벌 오디션을 진행하는 등, 엔터사들은 K 팝 3.0 트렌드에 맞춰 내수시장을 넘어 북미 시장까지 점유율을 키워나가고자 함
- ▶ 올해 3 분기 하이브 아티스트의 일본 현지 앨범 판매량 합계는 140 만 장이 훌쩍 넘는 등, 국내 아티스트들의 해외 현지 음반은 이미 괄목할 만한 성장을 보이고 있음. 여기에 K 팝 3.0 추세에 따른 현지화 아티스트의 증가 추세로 해외 현지 판매량도 주목할 필요가 있어 보임. 무엇보다 K-팝 시스템을 통한 외국인 그룹의 육성은 다양성과 스펙트럼이 넓어진다는 점에서 K-팝의 지속가능한 성장에 중요한 분기점이 될 것으로 판단

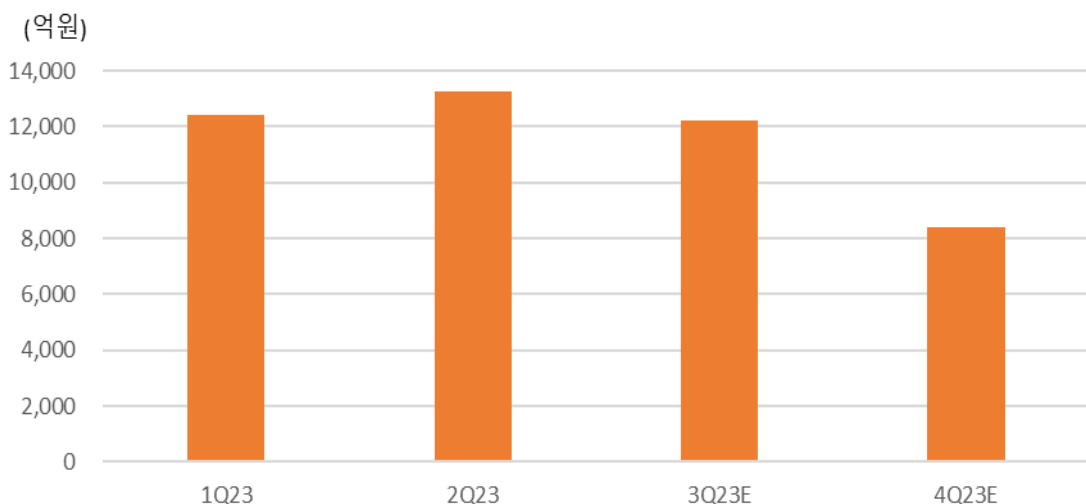
## 통신 3사, 하반기 영업실적 전망은?

- ✓ 3Q23 국내 통신사 영업실적은 5G 가입자 수 증가로 개선될 전망 → 3사 합산 영업이익 1조원 돌파 예상
- ✓ 다만 5G 가입자 수 증가세 둔화, 연간 계획된 설비투자 집행 등으로 4Q23 실적은 타 분기 대비 부진할 것

### 삼일 PwC 경영연구원 Comment

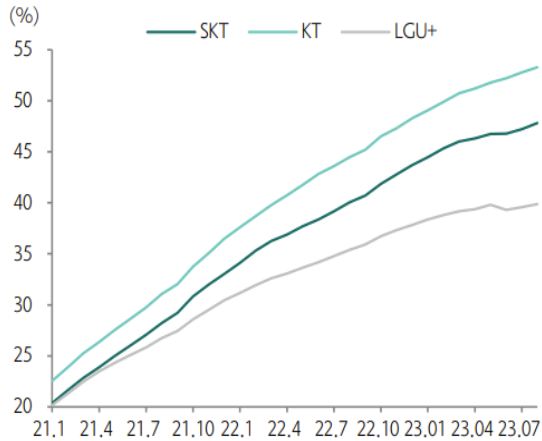
- '23년 3분기 국내 통신 3사의 영업실적은 4세대 LTE 대비 마진이 높은 5G 가입자 수 증가로 인해 개선될 것으로 전망되고 있음. 통신 3사의 LTE 기반 ARPU는 2~3만원, 5G 기반 ARPU는 5~6만원으로 알려져 있으며, 5G 가입자 수는 6월 3076만명, 7월 3110만명, 8월 3151만명으로 지속적으로 증가하는 추세임. 에프엔가이드에 따르면, SK텔레콤의 3Q23 영업이익 전망치는 4,871억원(+4.6% YoY), KT는 4,556억원(+0.6% YoY), LG유플러스는 2,800억원(-1.8% YoY)로 집계되었으며, 3사 합산 영업이익은 1조 2,227억원으로 3분기 연속 1조원을 초과 달성할 것으로 예상됨.
- 국내 통신 3사의 2023년 영업이익 합계 전망치는 4조 6,307억원(+5.6% YoY)으로 집계됨. 3사 합산 연간 영업이익은 2019년과 2020년에는 3조원대, 2021년부터 4조원대를 기록해왔음. 통신사들의 5G 가입자 수 증가를 통한 매출 증대 및 영업수익성 개선이 차세대 이동통신 등장 전까지 가능할 것이라는 낙관적인 전망도 있지만, 5G와 LTE 구분 없는 통합요금제 시행과 3만원대 5G 요금제 도입이 시작되면 향후 수익성 약화가 불가피하다는 우려도 존재함. 금년도 월간 5G 가입자 수 증가분은 '23년 2월 58만명으로 정점 기록 후 8월 41만명까지 축소된 바 있음.

[2023년 SK텔레콤, KT, LG유플러스 분기별 영업이익 합산 추이 및 전망치]

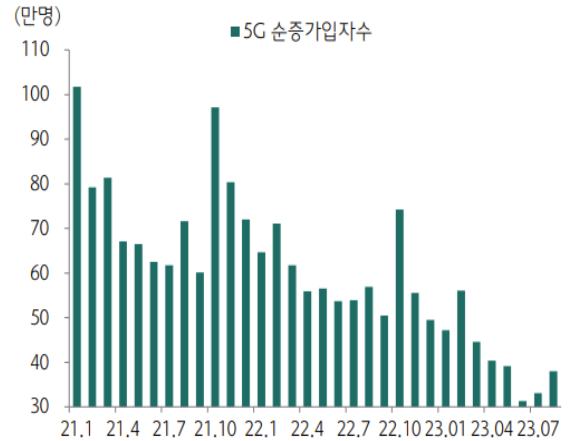


(자료: 각 사, 에프엔가이드, 삼일 PwC 경영연구원)

[통신 3사 5G 보급률 추이]



[5G 순증가입자 동향]



(자료: 과기부, 하나증권)

- SK 텔레콤의 경우 3분기 실적이 통신 3사 중 가장 좋을 것으로 기대되고 있는데, 2분기 0원 요금제 경쟁에 대응하며 부진했던 무선 매출액이 관련 경쟁 약화로 3분기엔 회복될 것으로 예상됨. KT는 임금단체협상 관련 일회성 비용 약 1,000 억원이 3분기에 반영되는 등 실적에 다소 아쉬운 이슈가 있을 것으로 보이며, LGU+는 기업인프라 매출이 3분기 회복될 것으로 기대되나 매출 규모 자체가 작아 전력비용 등의 영향은 크게 받을 것으로 예상되고 있음.
- '23년 4분기의 통신 3사 실적은 전분기 대비 부진할 것으로 전망되고 있음. 에프엔가이드에 따르면 3사의 4분기 영업이익은 SKT 2,905 억원, KT 2,658 억원, LGU+ 2,826 억원 수준으로, 연간 계획된 설비투자 집행 등으로 인해 타 분기 대비 영업이익이 축소될 것으로 예상됨. 또한 앞서 언급되었듯이 5G 가입자 증가세가 둔화되고 있다는 점도 통신사 4분기 실적에 부정적임. 특히 최근 MZ 세대의 알뜰폰 선호 현상, 5G 중간요금제 도입 등이 4분기 실적 변수로 작용할 수 있을 것으로 보임.