



Full-Spectrum Global Entertainment Group

2025년 12월

Disclaimer and Contact Information

Investor Relations (이하 "IR")은 (주)디오디가 동사에 투자하고자 하는 잠재적 투자자의 이해를 돋고, 본 거래의 참여 여부를 결정하는데 필요한 기초적인 정보를 제공하고자 작성, 배포되었습니다. "IR"에 포함된 정보 외에도 본 거래와 관련하여 추가정보가 생성될 수 있으며, 투자자의 요구와 협의에 따라 "IR"이 수정될 수 있습니다.

"IR"은 본 거래를 검토하는데 필요한 일반적인 사실정보와 주관적인 예측정보를 전달하기 위해서 제공되는 것으로 명시된 목적 이외의 어떠한 목적으로도 이용되어서는 안됩니다. 귀 사에서 "IR"을 수령하였다는 것은 "IR"에 포함된 모든 자료가 대외비임을 인지하고 이를 기밀사항으로 취급하여 간접적 또는 직접적으로 어떠한 사항도 제3자에게 유포시키지 않을 것에 동의한 것을 의미합니다.

DOD는 보다 새롭고 정확한 정보를 잠재적 투자자에게 제공하고자, 보다 새롭고 정확한 정보가 있을 경우 "IR"을 수정 또는 교체할 예정입니다. 다만, DOD는 "IR"에 포함된 정보에 대하여 자체적인 검증을 실시하거나 이러한 정보의 정확성 또는 완전성에 대하여 명시적 또는 묵시적인 진술 및 보증을 하지는 않습니다. 또한, "IR"은 법적으로 제출되었거나 등록되지 아니하였으며, 어떠한 법률에 의하여도 승인된 것이 아님을 알려드립니다.

잠재적 투자자는 자체적으로 "IR"의 충실성과 적합성을 면밀히 검토하여 주시기 바라오며, 향후 장기적인 협조관계를 유지할 수 있게 되기를 희망합니다. "IR"에 대하여 문의 사항이 있으신 경우, 하기에 기재된 담당자에게 연락하여 주시기 바랍니다. 감사합니다.

Min Lee (이민형)

Founder/CEO

010 52247777

min.lee@dayonedream.com

INDEX

I. 회사 개요

DOD Business

DOD 지분 구조

DOD Key personnel

III. 사업 전략 및 트랙 레코드

FA 중심 IP 소싱 전략

디오디 IP Ecosystem 전략

V. 글로벌 IP 유통 트랙레코드

'25년 글로벌 주요 프로젝트 Highlight

VII. 디오디 2.0: Enter-Tech

디오디 2.0 개요

주요 진행 프로젝트

II. 디오디 아티스트 List

BTOB, 서은광, 이민혁, 임현식, 프니엘

2F (구-포맨), 신용재, 김원주

Nancy, 이채연, 유다연, JINI

'26년 신규 영입 아티스트

IV. 디오디 IP 부가사업

퍼블리싱 사업: On a Loop

공연/콘서트 사업: Set the Stage

IP 커머스 사업: B Factory

앨범 인쇄/제작 사업: DPA

VI. '26년 주요 사업 로드맵

① '26년 IP 확보 및 개발

② '26년 IP 부가사업의 Scale-up

③ 디오디 2.0: K-pop 엔터테크

VIII. 재무 및 IPO 계획

'25년 재무 현황

향후 5개년 재무 예상

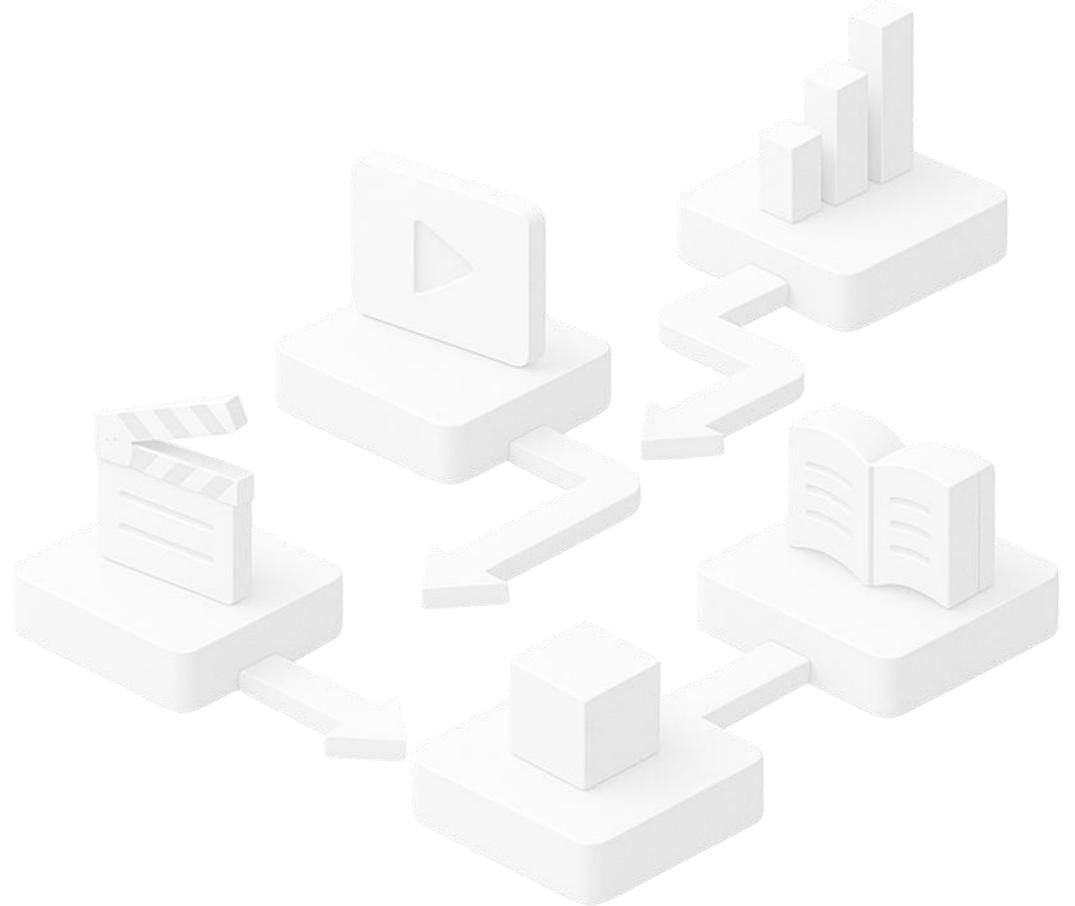
IPO 계획

I. 디오디 회사 개요

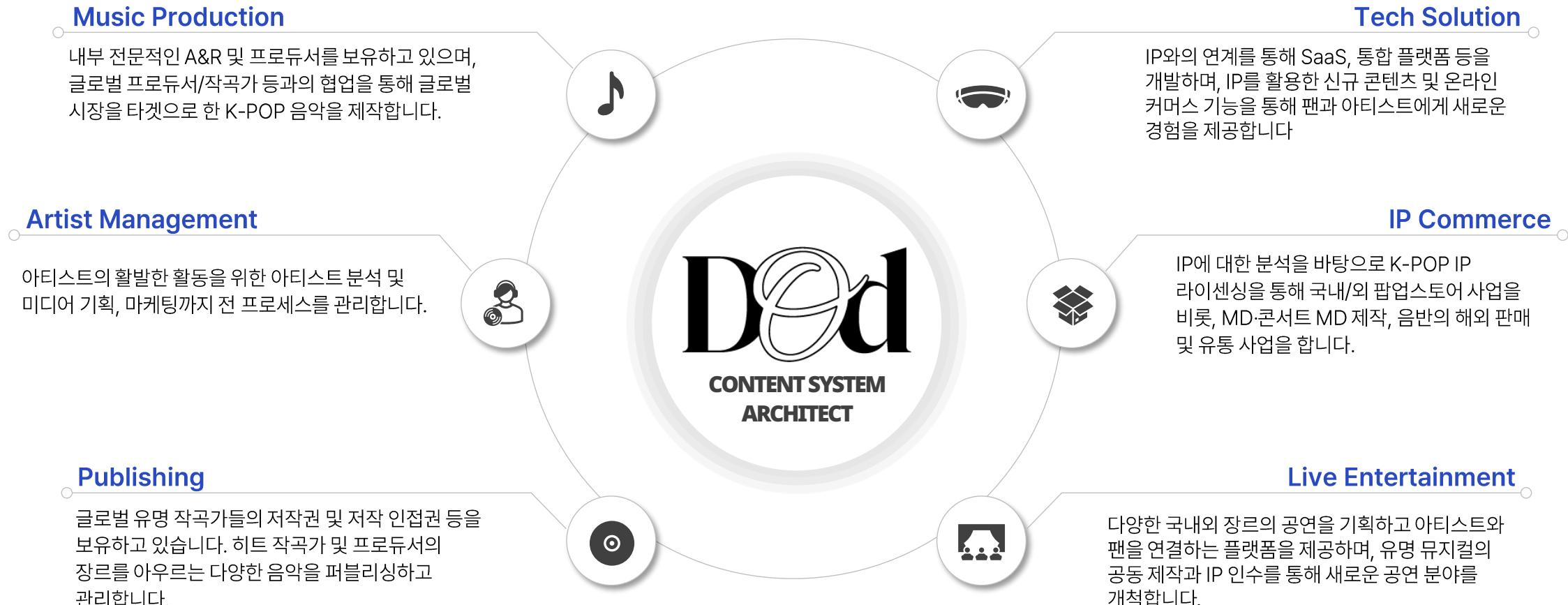
DOD Business

DOD 지분 구조

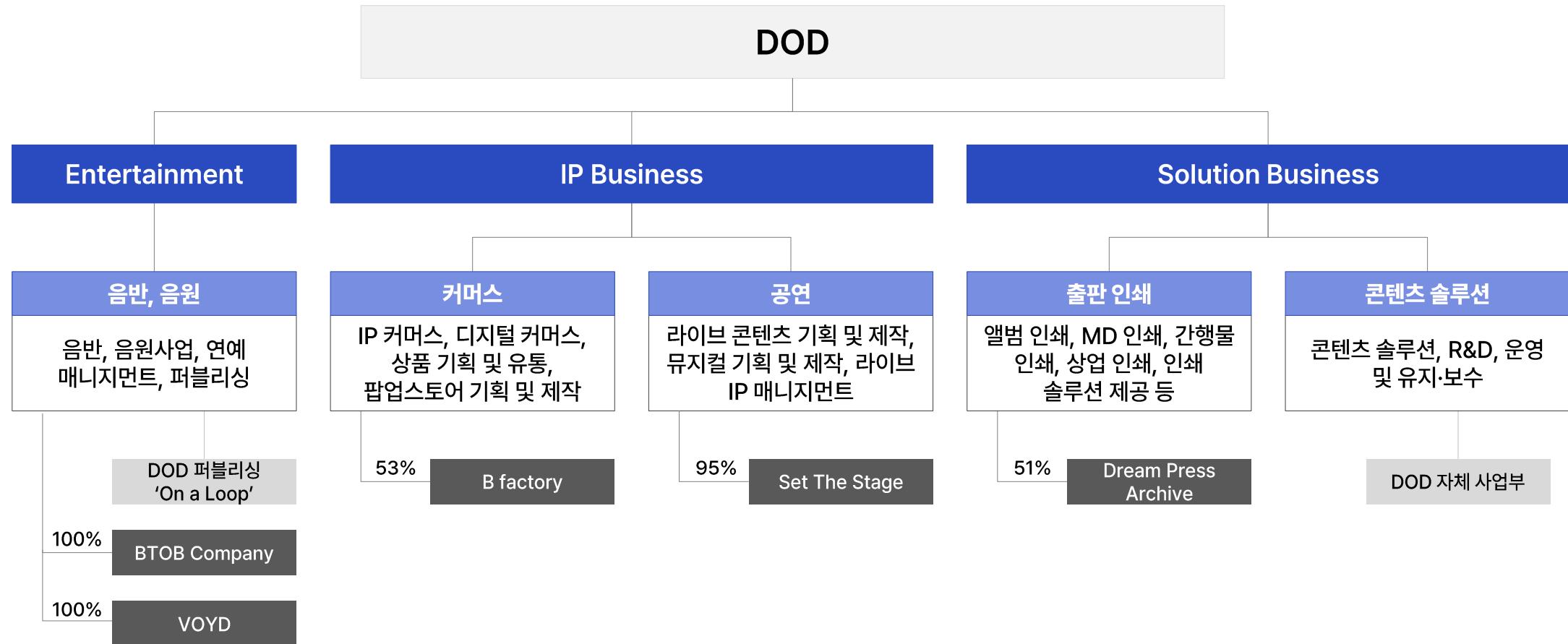
DOD Key personnel



디오디는 콘텐츠 산업의 중심에서 Value Chain을 설계하는 콘텐츠 시스템 설계자입니다



디오디 그룹은 엔터테인먼트, IP 비즈니스, 솔루션 비즈니스를 영위합니다



핵심 인력

Key Personnel

이민형 디오디 그룹 대표

- CEO**
- DOD 대표이사
 - 비투비컴퍼니, 셋더스테이지 공동 대표
 - 워너뮤직코리아 자회사 대표(UCP)
 - 라이브플렉스 게임부문 대표

전영재 전사 전략 총괄

- CFO**
- 한솔 홀딩스 지주 전략실 수석 (M&A 및 신사업)
 - 두산로보틱스 사업개발 총괄
 - 두산 그룹 지주 전략실 차장 (M&A 및 신사업)
 - 삼성증권 해외주식 리서치

박수현 전략 본부장

- Google Korea 전략 매니저
- 바이트댄스 (TikTok) 전략 시니어 매니저
- 스노우 (네이버 자회사) 전략기획실
- 하이퍼커넥트 Business Intelligence 리드
- 제일기획 중동 HQ 데이터 애널리스트

강덕유 음악 제작 총괄 이사

- 워너뮤직코리아 자회사(UCP) 총괄 이사 및 대표
- MKITRAIN 레이블 총괄 이사
- YG 엔터테인먼트 아티스트 제작 담당

노데이 총괄 프로듀서

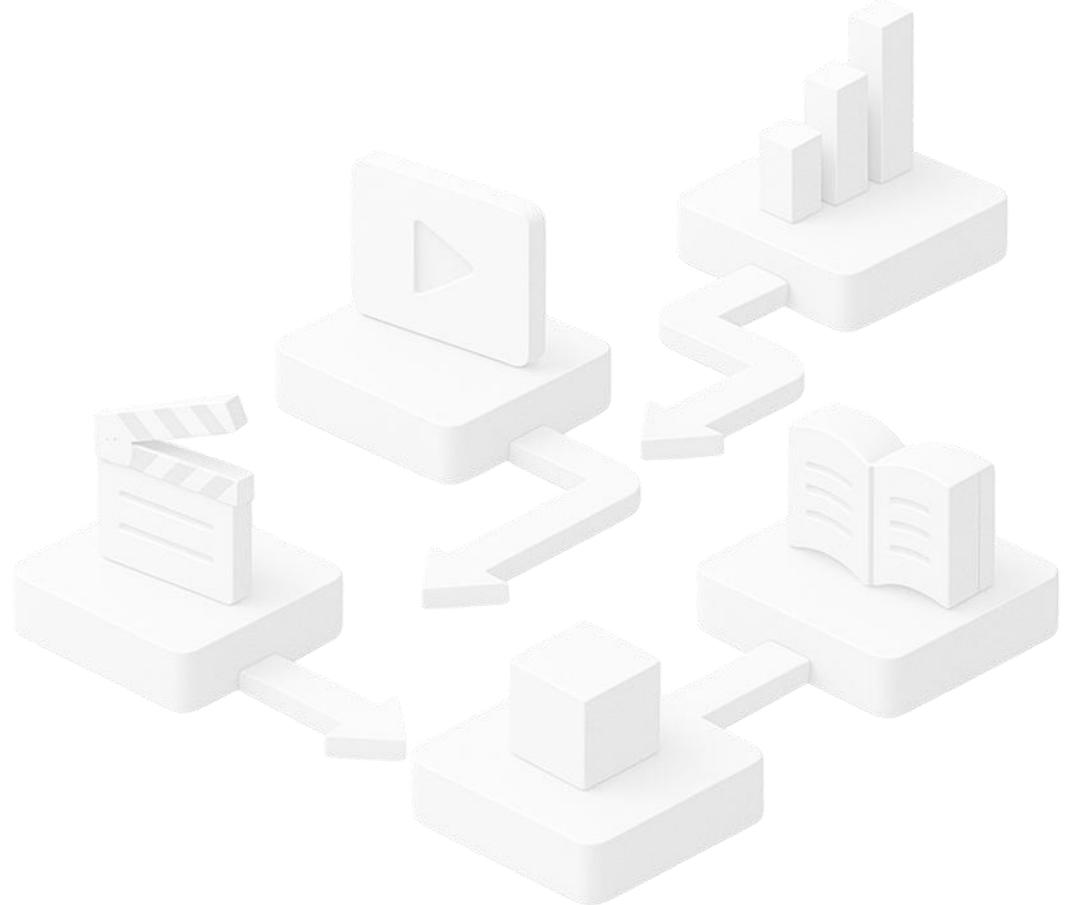
- JYP엔터테인먼트 프로듀서 출신
- NCT, TWICE, EXO, Itzy, 소녀시대, 강다니엘 등 다수의 메이저 음반 제작 참여
- 소녀시대 (미니1집 Dear. Mom), 엑소 수호(미니 2집 Morning Star, Hurdle)

문지현 제작 및 마케팅 실장

- 판타지오 제작 및 마케팅 총괄 실장
- YG엔터테인먼트 마케팅 및 팬마케팅 실장
- 스타십 엔터테인먼트 팬마케팅 팀장

II. 디오디 아티스트 IP List

- 1) BTOB, 서은광, 이민혁, 임현식, 프니엘
- 2) 2F (구-포맨), 신용재, 김원주
- 3) Solo Artists: Nancy, 이채연, 유다연, JINI
- 4) '26년 신규 영입 아티스트 (Upcoming)



BTOB



BTOB

3세대 대표 남자 아이돌 그룹

- '25년 상반기 글로벌 팬콘서트 투어 성료
- '25년 3월 13th 미니앨범 발매



서은광

안정적인 고음과 리더십의 메인보컬

- 뮤지컬 <광화문 연가> 주연 출연
- 솔로 정규 앨범 발매 ('25년 10월)



이민혁(HUTA)

랩, 보컬, 퍼포먼스 올라운더

- '25년 말 글로벌 솔로 투어 진행
- 워터밤 등 국내외 메이저 행사 참석



임현식

작사·작곡·프로듀싱 역량 보유

- 직접 작사·작곡 D/S 발매 ('25년 8월)
- 넷플릭스 글로벌 시리즈 < XO, Kitty > 출연 및 글로벌 행사 참여



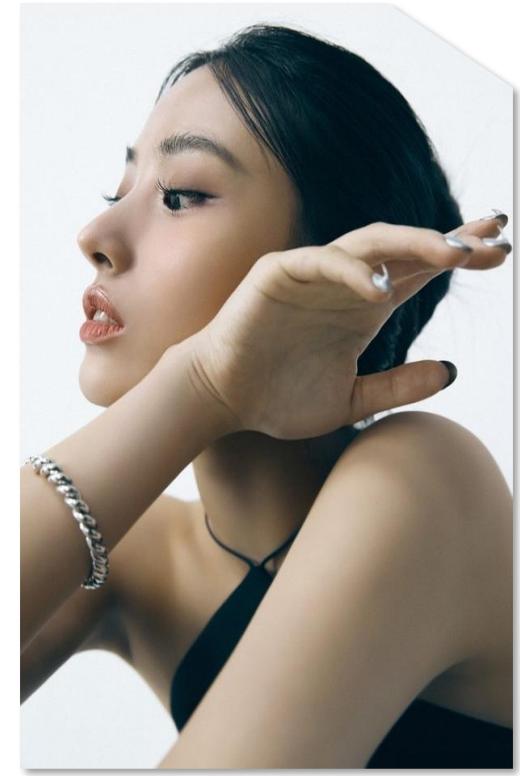
PENIEL

글로벌 매력의 메인댄서, 리드래퍼

2F



Solo Artists



NANCY

글로벌한 매력의 여성 아티스트

- 걸그룹 '모모랜드' 메인 멤버
- 화장품 브랜드 '에스티로더' 광고 모델
- 북미 제작 영화 <퍼펙트걸> 출연

이채연

다재다능 퍼포먼스형 K-POP 솔로 아티스트

- 방송 <프로듀스 48> 걸그룹 '아이즈원' 메인 댄서 출신
- 솔로 앨범과 댄스 퍼포먼스를 기반으로 메이저 방송 다수 출연

유다연

감각적 스타일과 개성의 글로벌 솔로 아티스트

- 일본 및 중국 솔로 활동 등 글로벌 활동 전개
- 중국 스트리밍 한국 차트 2위 기록 (1위 블랙핑크 제나)
- <쇼미더머니>, <걸스플래닛999> 등 메이저 방송 출연

JINI

음악·연기 올라운더 여성 솔로 아티스트

- '24년 여자 솔로 아티스트 음반판매 3위'
- 영화 'Boy'주연 출연 및 화장품 브랜드 '토니모리' 광고 모델 등

2026 신규 영입 예정 Artists

UPCOMING

K-pop 아이돌 그룹

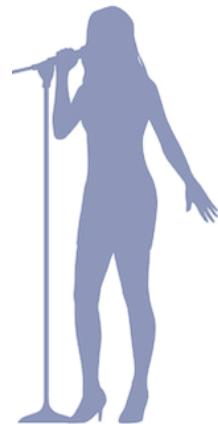
그룹 아티스트 2개팀 (협의 중)



- 연 매출 100억대 규모 아티스트 2개 팀 논의 진행 중
- 인수 후 당사 밸류체인(투어·MD·전시·STO) 결합하여 연 매출 150억 원 이상 밸류업

K-pop 솔로 아티스트

솔로 아티스트 2명 (협의 중)



- 매출 2~30억원 규모 아티스트 아티스트 2명 논의 진행 중
- 인수 후 글로벌 확장(일본·동남아 중심) 추진 연 매출 40~50억 원 이상 밸류업

신규 장르

신규 장르 아티스트 영입/기획 (협의 중)

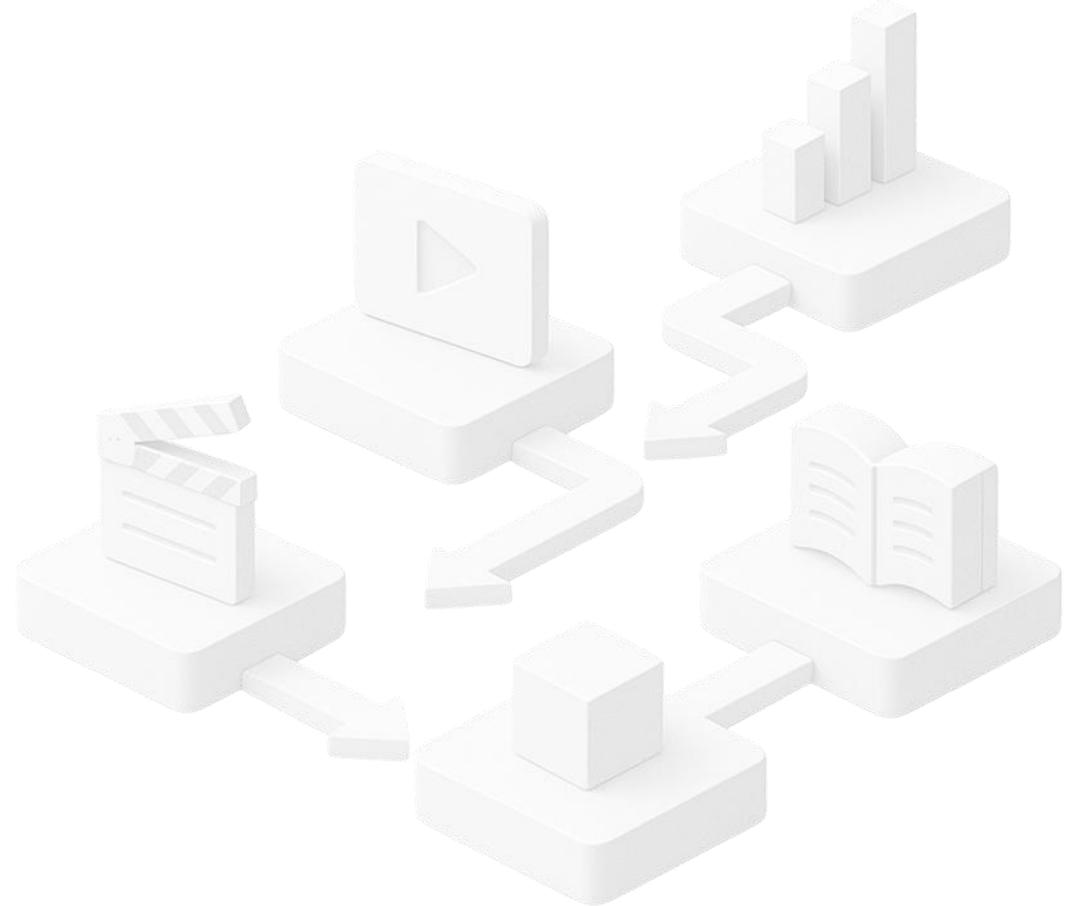


- 신규 장르 (락 및 장르 아티스트) 아티스트 영입 및 신규 그룹 결성 기획 중
- 최근 '음악 장르 다양화' 기조를 발판으로, 글로벌 중심 투어 중심의 그룹 결성 진행 예정

III. 디오디 사업 전략 및 트랙 레코드

FA 중심 IP 소싱 전략

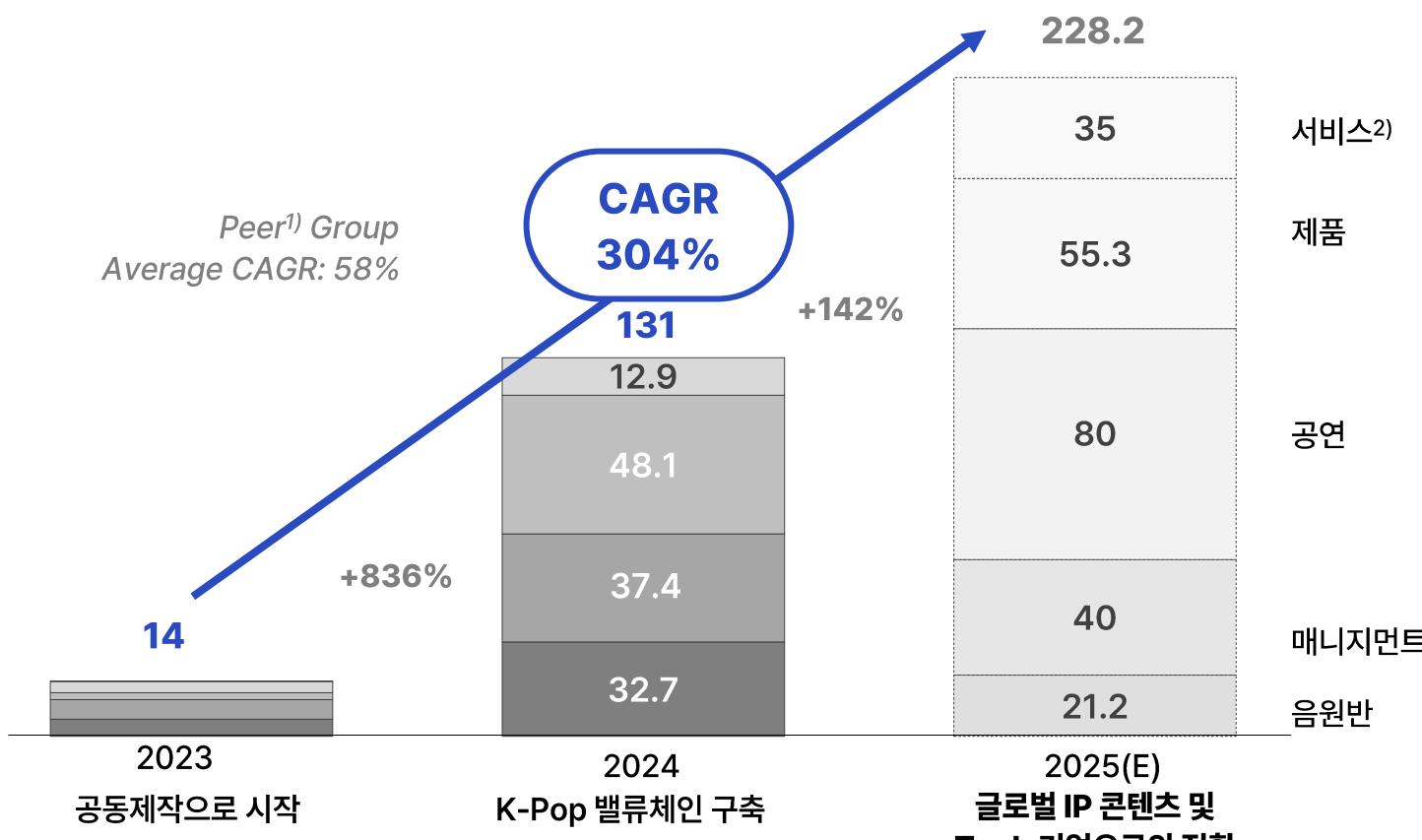
디오디 IP Ecosystem



디오디는 설립 후 지난 3년간 **CAGR 304%**로 시장 내 타 Peer 대비 outperform하며, 2025년 글로벌 K-POP IP 콘텐츠 기업으로의 도약을 추진함

최근 3년간 디오디 그룹 매출 성장과 요인

(단위: 억원)



창업기
2022 ~
2023

서비스²⁾

도약기
2023 ~
2024

제품

공연

성장기
2024 ~

매니지먼트
음원반

초기 디오디, 공동제작 프로젝트로 발돋움

- 공동제작 PF 1 유치 (Seoul Station 공연, BLOO 정규 앨범, Anne-Marie x 민니 ((여자)아이들))
- 프로젝트 음원 등 다수의 공동 제작 PJT 진행

K-Pop Value Chain 내재화

- MD/플랫폼사, 공연 기획사 인수; 비투비, 낸시 및 지니 등 유수 IP 전속 체결에 따른 밸류 체인 구축
- 밸류체인 안정화에 따른 사업 확장 성과 달성
- 공동제작 PF2 유치 (GOT7 영재 3집, 모모랜드 낸시 공동제작, 정승원 매니지먼트 등)

Content 산업으로 확장 및 IP/포트폴리오 확충

- 원형 IP 기반 2차 IP 사업 진출 및 활성화를 통한 추가 수익 창출; '25년 비투비 캐릭터 팝업스토어 성료
- MD·공연 역량 입증에 따른 S급 프로젝트(월드투어, 팝업스토어 등) 다수 확보; 백현, 지수, 혜리, 슈주 등
- VR 콘서트 특전 제작에 따른 글로벌 시장 유통망 확보
- 오프라인 팝업스토어 내 자체 SaaS 솔루션 도입으로 Tech 기반 성과 달성

1) Peer 그룹은 모드하우스, 더블랙레이블, RBW 등 중소형 매니지먼트사로 설정; 2) STO 신사업 등;

디오디는 1) 'FA 시장 타깃팅'으로 검증된 IP를 선별 인수하고, 2) DOD Ecosystem을 통해 수익을 극대화하는 구조적 성장 전략을 구축

최근 3개년 디오디 성장 전략

DOD 성장 공식 (Success Formula) IP 소싱 × 밸류업 시스템

FA 중심 IP 소싱 전략

FA 시장 중심 타깃팅 전략

- 자체 기획·데뷔 중심이 아닌, 시장에 매물로 나오는 IP(FA IP) 중 검증된 성과 보유 IP만 선별 인수
- 성공 확률이 높은 IP만 확보하여 낮은 리스크 대비 높은 수익성

수익성 + 성장성 동시 확보

- 타깃은 수익성과 글로벌 확장성이 있는 중상위급 이상 IP
- 인수 후, 내부 밸류업 전략을 적용해 기존 수익 구조 대비 2~3배 확대 달성
- 2H 25~1H 28, 3년 내 6개 IP 확보 예정 (FA 시장 내 Tier 1 수준)이며, 주요 IP 후보군 확보 중

IP Value-up 에코시스템

에코시스템 개요

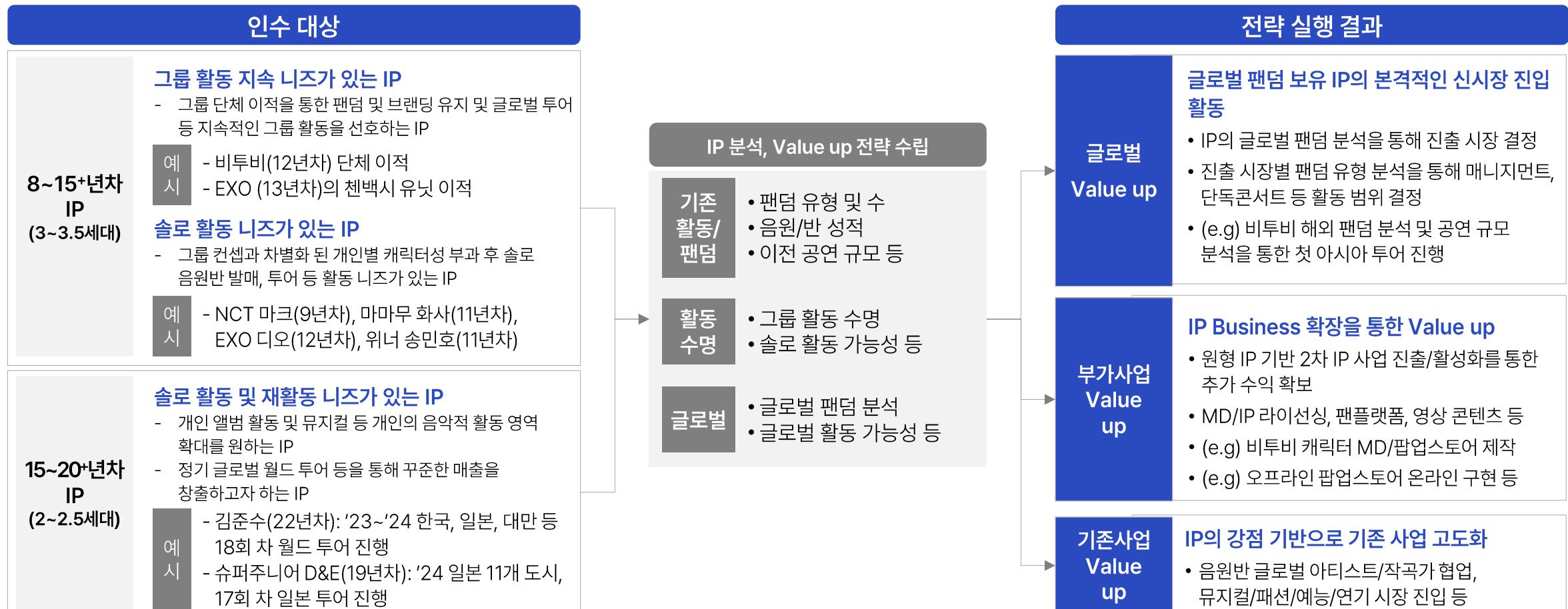
- 콘텐츠 → 투어 → MD까지의 전 과정을 직접 운영하며, IP의 가치를 극대화하는 구조 설계
- 글로벌 OSMU 전략으로 다양한 시장에서 IP를 확장
- 매출 극대화를 위한 구조적 설계 적용

Full-Stack 수익화 시스템

- 단순 제작이 아닌 IP 기반의 전방위적 수익화 체계 구축
- 콘텐츠 제작부터 공연/굿즈/퍼블리싱 및 자체 플랫폼 유통까지 내재화
- 하나의 IP가 다수 수익원으로 연결되는 Multi-layer OSMU 모델 적용

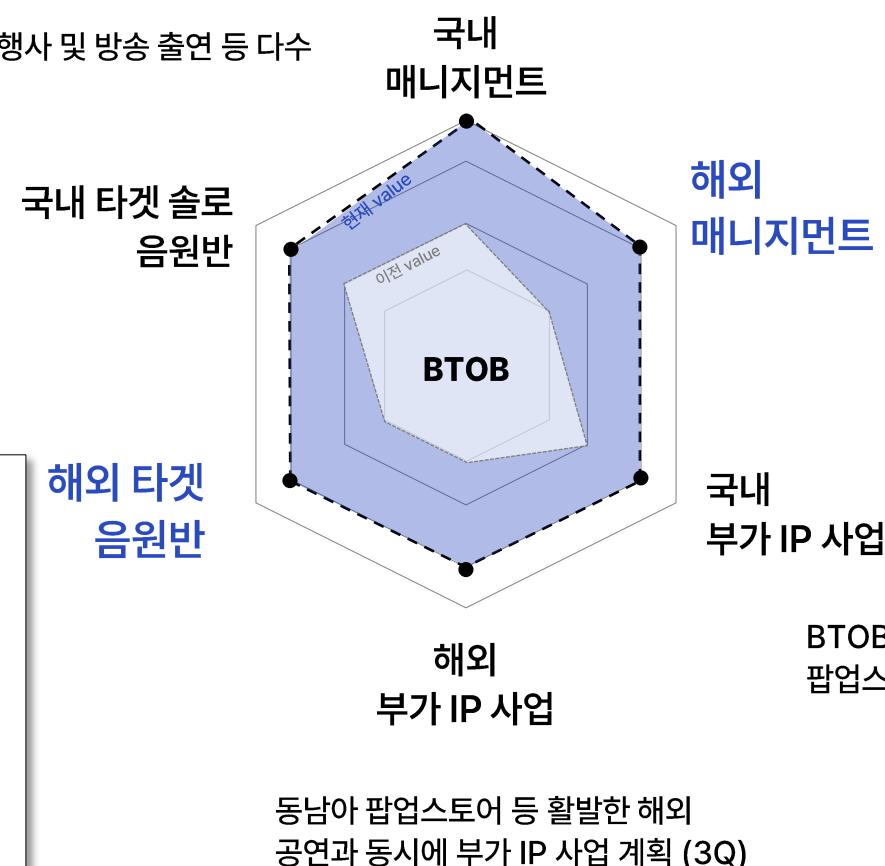
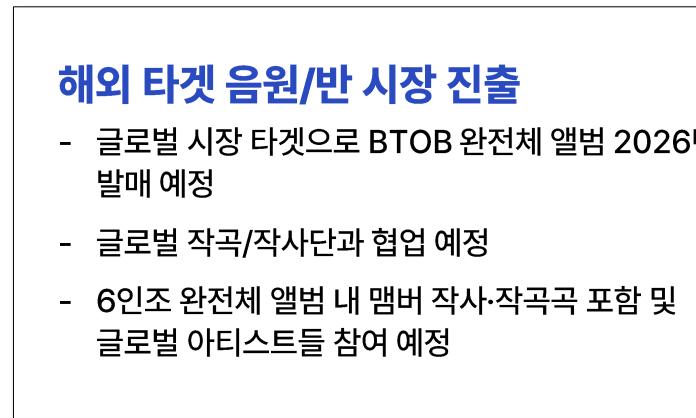
FA 중 수익성 높은 IP를 선별적으로 영입하여 Value-up 방식을 통해 IP 가치를 증진

IP Value up Framework



IP 신규 영입 후 DOD만의 밸류업을 통해 기존 대비 해외 활동 및 수익을 크게 증진

BTOB Value up 도식도



해외 공연 활동 비약적 증가

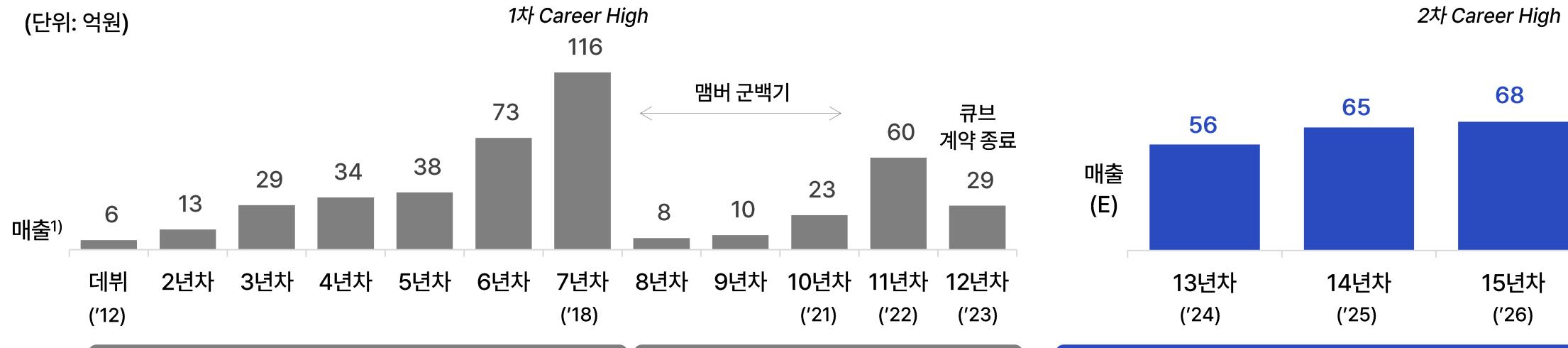
- [이전] 이전 소속사에서는 '17~'23년 비투비 그룹 해외 콘서트/팬미팅 0건으로 부재
- [영입 후] '24년 상반기 해외 콘서트 10회 공연 (일본, 홍콩, 태국, 대만, 필리핀 등)
- '25년 상반기 동남아시아 팬콘서트 투어 및 팬싸인회 진행 중

1) 임현식 미니 1집 <RENDEZ-VOUS> 판매량 22,000 대비 미니 2집 <The Young Man and the Deep Sea> 30,000장 판매

[Back up] 비투비는 '18년도(7년차) 연이은 앨범 흥행으로 실력파 남자 아이돌로서 대중 인지도를 높였으며, 군백기 이후 디오디에서 본격적인 활동을 도모함

비투비 활동 연차에 따른 매출 분석

(단위: 억원)



실력파 아이돌로서의 인지도 확보

활동 현황

- '17~'18년 '그리워하다', '너 없인 안 된다', '아름답고도 아프구나'의 연이은 흥행으로 실력파 아이돌의 입지를 다짐
- 데뷔 ~ 3년 차 이전, 큐브에서 데뷔한 그룹 '비스트'에 이은 악동 컨셉 남자 아이돌로 초기 인기를 끌지 못함
- 이후 감성적인 발라드 컨셉으로 탈바꿈한 뒤 '괜찮아요'로 음원 차트 1위를 달성하며 실력파 아이돌로서의 인지도를 높임
- '18년 발매한 스페셜 미니앨범 <hour moment>, 미니 11집 <This is us>가 각 초동 91,200장, 90,300장을 판매하면서 군 입대 전 1차 커리어하이를 달성함국내 코어팬 다지기식 활동 전략을 유지하며, 맴버 개인 활동량 또한 증가(뮤지컬, 연기 등)

군백기 이후 국내 시장 타겟으로 활동

군 제대 이후 '22년 정규 3집 <Be Together>로 화려한 복귀

- '22년 발매 정규 3집 초동 113,400장, '23년 발매 미니 <WIND AND WISH> 초동 103,100장을 판매하며 군 입대 이전보다 판매량 상승
- 국내 코어팬 다지기식 활동 전략을 유지하며, 맴버 개인 활동량 또한 증가(뮤지컬, 연기 등)

DOD IP Value up 전략

동남아시아/북미 시장 본격 진출

- '24년 아시아 투어를 시작으로 동남아/북미 지역 매니지먼트 진출 등 본격적인 글로벌 시장으로 활동 범위 확장

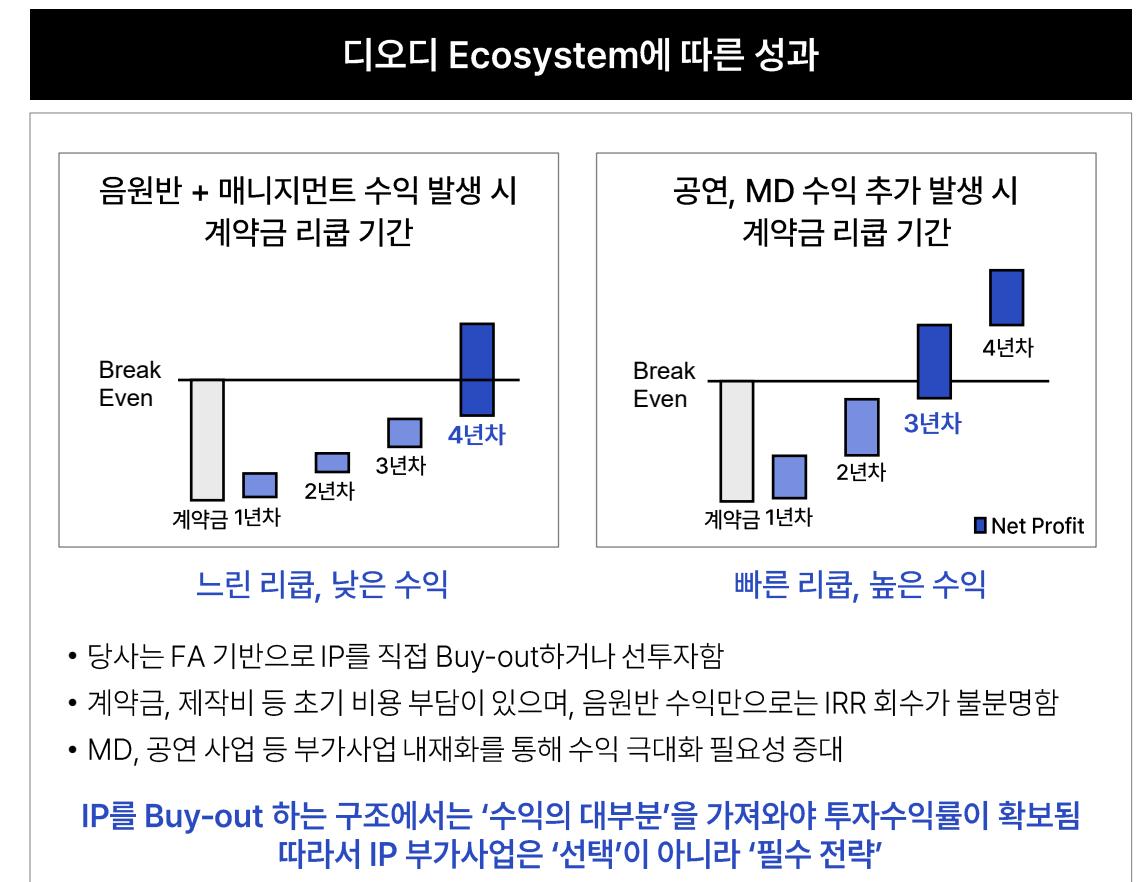
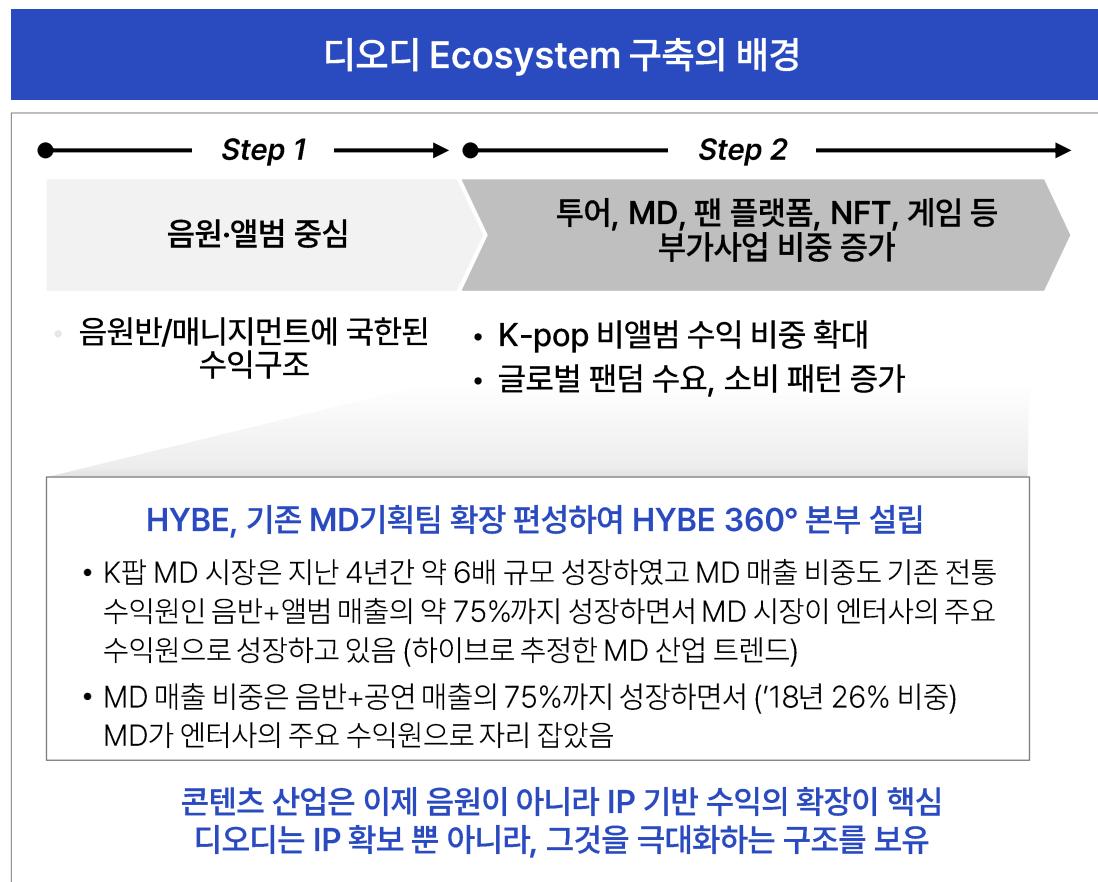
부가 IP 사업의 결합

- 글로벌 활동과 더불어 캐릭터 팝업스토어, 응원봉 신규 제작, 동남아시아 팝업스토어 등 IP 라이선스를 활용한 부가 매출 창출

1) 아티스트의 활동 및 이전 정산 내역 등을 기반으로 추정한 금액; 그룹 활동에 대한 매출 추정으로 현 비투비컴퍼니 소속이 아닌 맴버 개인 활동(이창섭 유튜브 수익, 육성재 드라마 출연 수익 등)으로 인한 매출은 계상하지 않음;

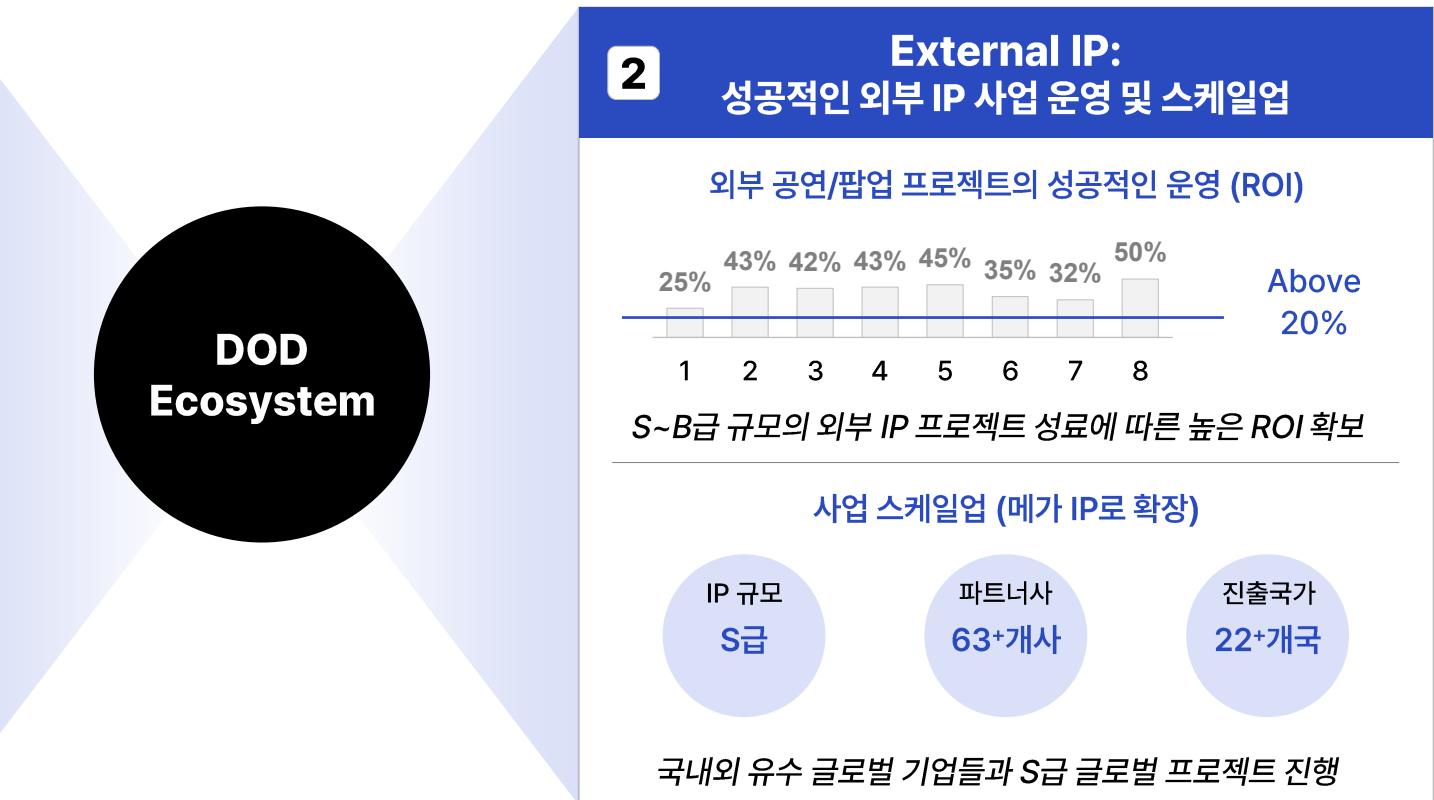
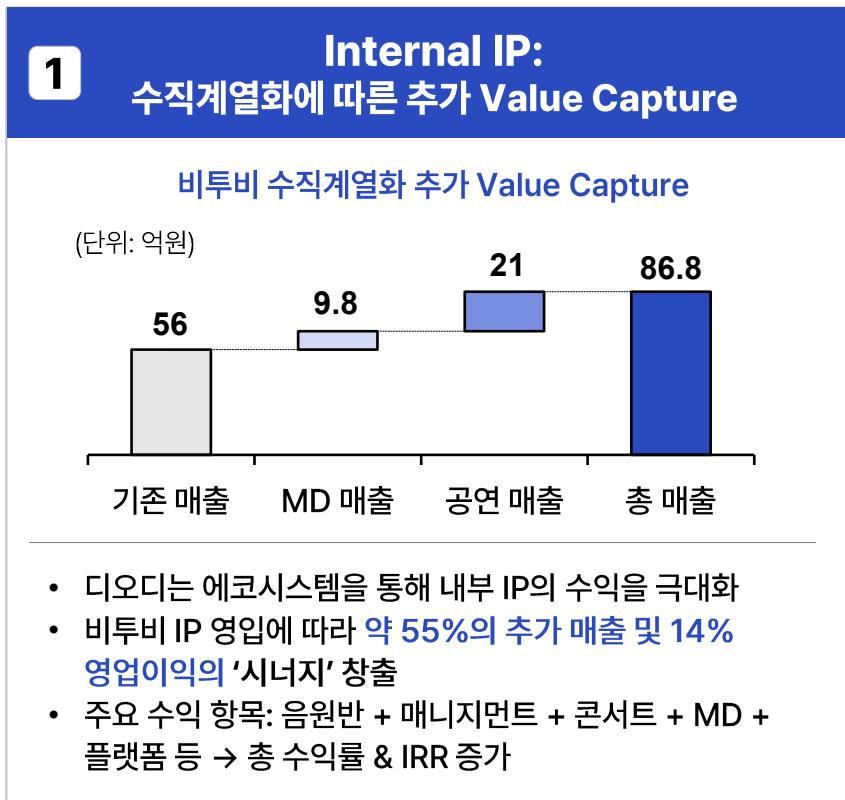
현재 K-Pop 시장은 IP 부가사업 중심으로 확장 중이며(하이브 등 대형 기획사 또한 IP 부가 사업 내재화 중), 디오디는 FA Buy-Out 투자금의 빠른 리큅을 위해 부가사업 내재화를 선택함

대형 기획사 중심 IP 부가사업 시장 확장 및 사업 역량 내재화의 필요성



디오디 에코시스템은 내부 IP의 수직계열화로 추가적인 가치 창출 역량을 확보했으며, 외부 IP 부가사업의 성공적인 운영과 스케일업을 통해 사업의 확장성과 수익성을 동시에 실현

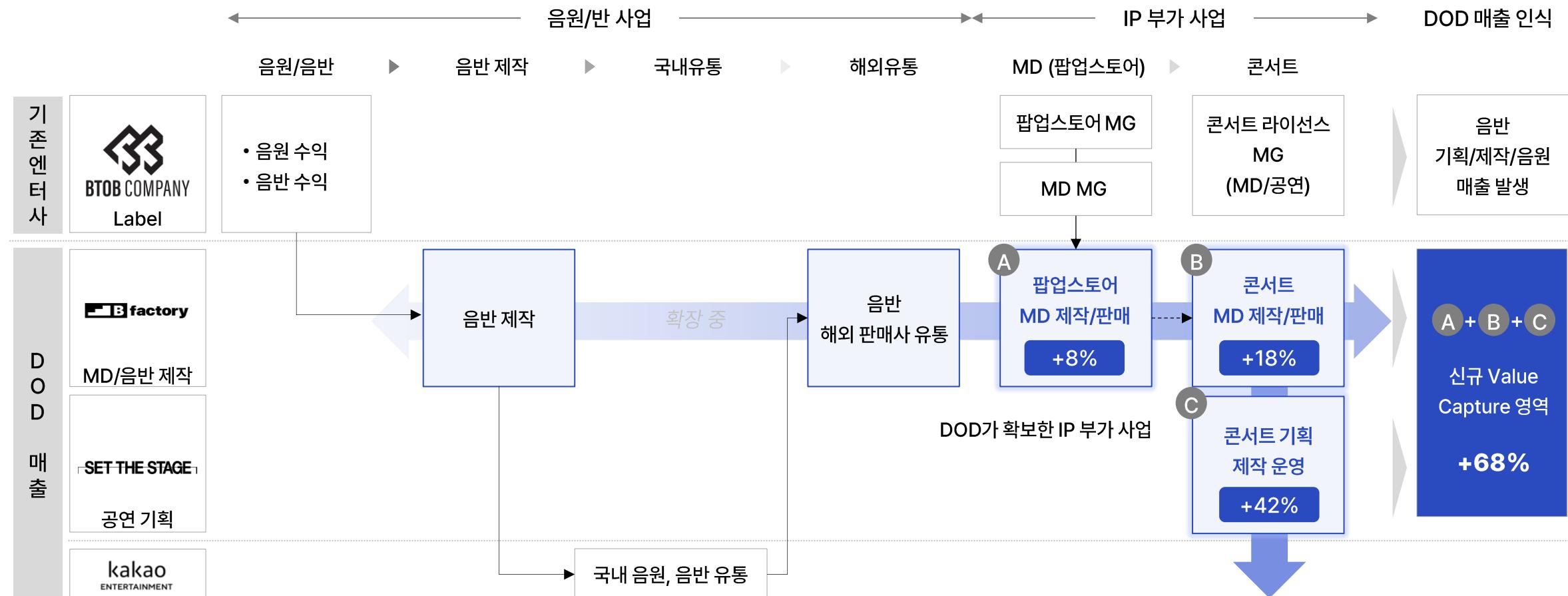
디오디 에코시스템이 내/외부 IP 사업에 미친 결과



디오디는 IP 부가사업을 내재화함으로써, 단순 유통/제작이 아닌 내/외부 IP를 둘러싼 모든 수익기회를 수직계열화

디오디 에코시스템은 비투비 IP 영입에 따라 **약 68%의 추가 매출 및 14% 영업이익¹⁾의 '시너지'를 만들어 냈으며, 당사의 플랫폼 및 운영 모델의 효율성과 시너지를 입증**

DOD 밸류 체인 내 신규 IP 유입 시너지 효과



1) 2024년 기준 작성; 2025년 상반기 기준 DPA 설립에 따른 앨범 제작 수익 등 매출 및 영업이익 증가;

Copyright © DOD Inc. All Rights Reserved

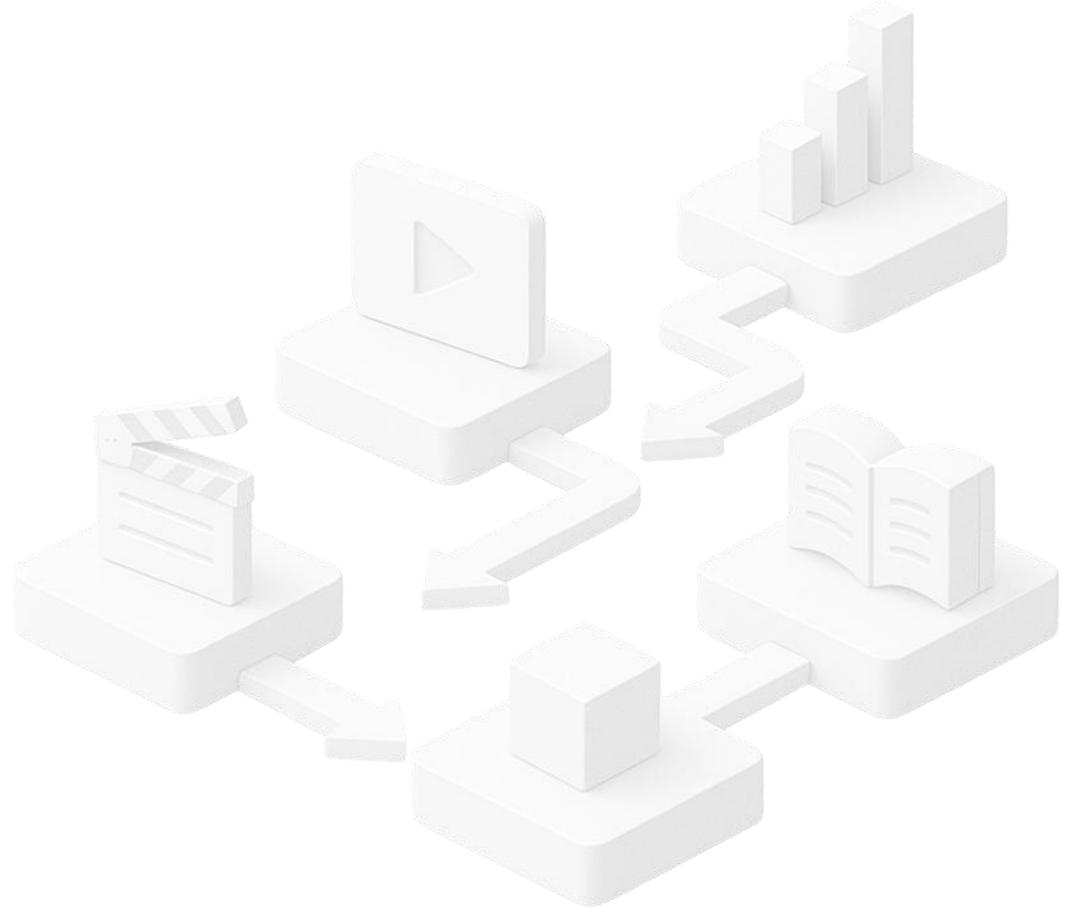
IV. 디오디 IP 부가사업

퍼블리싱 사업: On a Loop

공연/콘서트 사업: Set the Stage

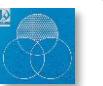
IP 커머스 사업: B Factory

앨범 인쇄/제작 사업: DPA



[On a Loop] Top-tier 프로듀서 보유 및 국내 주요 퍼블리셔와의 연계를 통해 글로벌 송캠프 운영과 4대 기획사 포함 곡 제작·납품 역량을 겸비

DOD Producing Capabilities

NODAY Chief Producer						Brandon Arreaga Sub Producer									
	Producer 라인업							...120 + Listed tracks							... 90 + Listed tracks

1 내부 아티스트에 대한 글로벌 최정상급 음원 소싱 경쟁력

글로벌 퍼블리셔 CTGA와
공고한 파트너십 구축

CTGA는 KPOP 퍼블리싱 시장의 강자

- 국내외 최정상급 작곡가/프로듀서 Roster 구축하고, K-POP 퍼블리싱 시장 메이저 플레이어로 등극

디오디는 중소 퍼블리셔 중 유일한 CTGA Sub-Publisher

- 소니뮤직 코리아, 유니버설 뮤직 코리아 등 대형 퍼블리셔만 계약 가능한 진입 장벽을 넘어 디오디가 계약

CTGA Roster 네트워크 기반
최정상 아티스트와 협업 중

- Kenzie**
SM 소속, BoA-SNSD-EXO-NCT 등 다수 히트곡 제작
- IMLAY**
Kai "ROVER", aespa "Dirty Work" 등 히트곡 작곡
- Harvey Mason Jr.**
Chris Brown "No Air", EXO "Overdose" 작곡
- VEDO**
美 R&B 싱어송라이터, Usher-Chris Brown 협업
... 약 60+ 명의 국내외 히트 작곡가 네트워킹 Pool 보유

2 외부 Top-tier 아티스트에 대한 음원 공급 경쟁력

디오디 크루에 대한 업계의 높은 신뢰

안정적 히트 성공률에 대한 높은 수요

- 노데이·브랜드의 지속적인 히트곡 성과로 인한 업계의 높은 수요 존재
- 특히, 보이 그룹 출신 브랜든이 보유한 아이돌 퍼포먼스에 대한 높은 이해도가 보이 그룹 기획사들의 수요를 견인

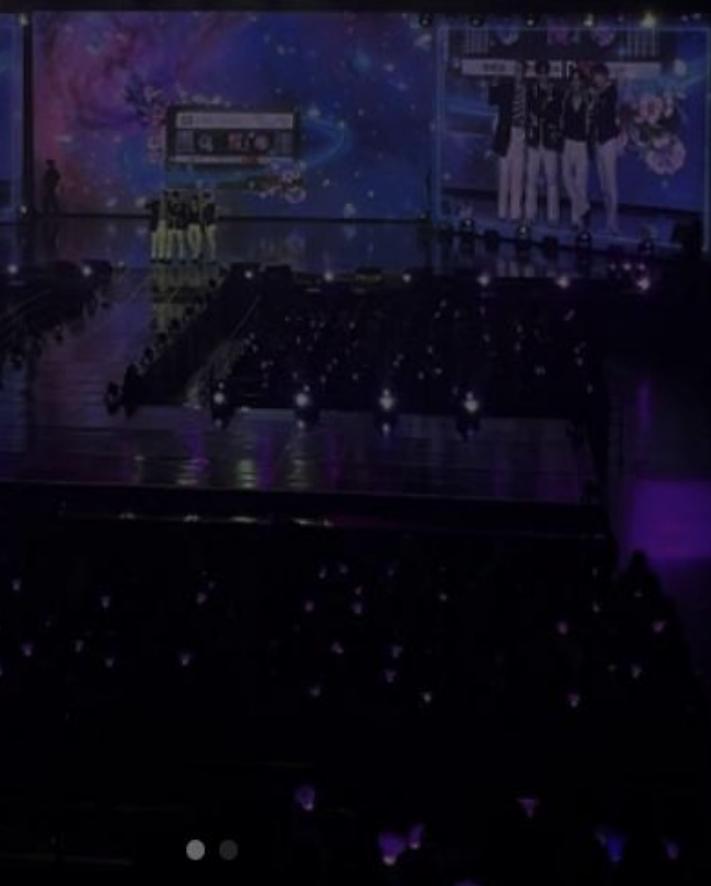
맞춤형 제작 역량에 대한 높은 만족도

- 노데이·브랜드의 다양한 장르에 대한 적응력은 다양한 기획사의 니즈 총족

히트 메이커 보유에 따른 업계의 러브콜

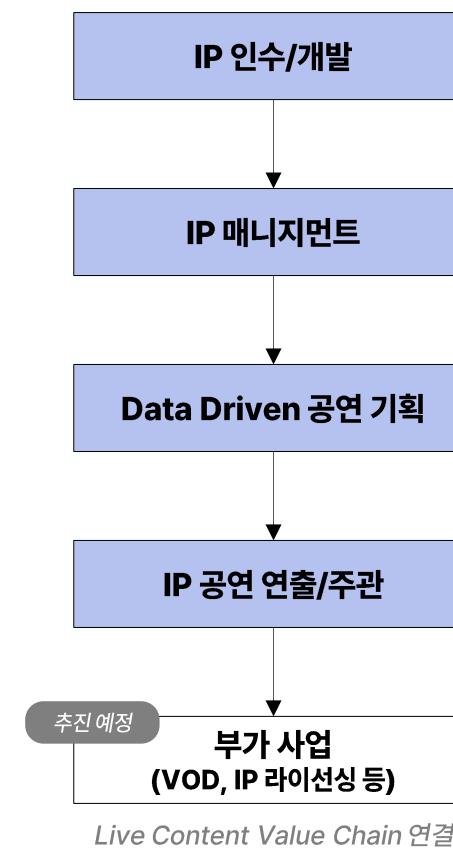
-  NCT, EXO 등 SM 대표 아티스트와의 앨범 제작 파트너십 구축
-  TWICE, ITZY, 예지 등 JYP 주요 아티스트 대상 작곡 프로젝트 진행 중
-  ENHYPEN 등 글로벌 히트 아이돌 그룹으로부터 작곡 의뢰 수주 진행 중
... 그외, 키스오브라이프, ZB1 등 Top 아이돌 곡 수주 완료

Set the Stage는



라이브 콘텐츠 Value를 연결하는 통합 라이브 콘텐츠사

셋더스테이지 Value Chain



- K-pop: 라이브 역량 보유 및 ROI가 높은 IP 영입을 통해 판권 확보 및 정산 비용 등 절감 예정
- 뮤지컬: 국내/외 1차 IP 인수 및 라이브 콘텐츠 IP 제작 예정
- 2F(신용재, 김원주) 셋더스테이지와 매니지먼트 전속 계약
 - 현재, 아티스트와 계약 조건 최종 논의 단계로 2분기 내 계약 예정
- 관객 데이터 분석을 통해 맞춤형 공연 기획 및 마케팅 실행
- 티켓 구매 패턴 및 피드백을 활용한 품질 관리 체계 도입
- 글로벌 시장 타깃 공연 주관 등 사업 범위 확장
- 온/오프라인 공연 내재화
- 보유 IP 대상 2차 IP 제작 및 라이선싱 사업 등을 통해 부가 매출 창출

2025 백현 월드투어, 혜리 글로벌 팬미팅 투어 등 대형 IP 국내외 콘서트 주관/연출

Set the Stage의 주요 사업 분야

내부 IP 콘서트/팬미팅 주관

- 내부 IP (BTOB 등)의 다수 국내외 콘서트 및 팬미팅 주관
 - '25년 4월 BTOB 국내 팬콘서트 주관
- BTOB의 '25년 5월 월드투어 연출 진행
 - 자카르타, 마카오, 싱가포르 등 동남아시아 국가
- 9월, 이민혁 단독 솔로 콘서트 및 12월 그룹 단체 콘서트 주관



2024 BTOB 연말 콘서트 [Be Alright]

외부 IP 콘서트/팬미팅 주관 및 연출

- '24년 10+ 개의 국내 유수 아티스트의 콘서트 기획 및 연출 진행
 - 김재중/김준수 (TVXQ) 국내 콘서트, 휘인 콘서트, STAYC 팬미팅, 김현중 투어, 테이 20주년 단독 콘서트, 신용재 연말 콘서트, APINK 콘서트 등
- '25년, 백현 월드투어 공동 주관 등 대형 IP 공연/팬미팅 파이프라인 강화
 - 백현 월드투어: 서울 공연 및 북미/남미 지역, 유럽, 동남아 등 30+ 회 차 공연 예정
 - 혜리 팬미팅 월드투어, 양세브로쇼 등 진행



어린이 뮤지컬 및 자체 IP 개발

- 국내 인기 어린이 뮤지컬 '친구의 전설' IP 확보 및 전국 투어 진행
- '25년 아티스트 콜라보 콘서트 **<MIXTAGE>** 공연 예정
 - 개발 및 제작을 통해 셋더스테이지 자체 IP 확보



어린이 뮤지컬 '친구의 전설'



[Set The Stage] 라이브 콘텐츠 주요 포트폴리오

콘서트



슈퍼주니어 D&E
<DElight Party>

에이핑크
<Pink Drive>

비비비
<3,2,1 GO!
MELYmpic>

BTOB
<Our Dream>

2F
<2F only>

태이
<소소한 콘서트>

정은지
<Travelog>

휘인
<WHEE IN THE
MOOD>



하이라이트
<하이라이트 운동회>

김준수
<The Best Ballad
Spring Concert
vol.3 In JAPAN>

김준수
<ENCORE
CONCERT>

김준수
<PALMTREE ISLAND
2nd Gala Concert>

김준수
<Recreation>

마사아키 키시베
<마사아키 키시베
라이브 in 서울>

Everglow
<ALL MY GIRLS>

경서
<너와 나의 봄>



정승원
<정승원 1st
Concert in Seoul>

정성하
<EMOTIONS>

정성하
<WINTER ROOM>

DKZ
<Welcome to DTU>

조하슬 (ARTMS)
<Music Studio
81.8Hz>

Sarah Kang
<Sarah Kang>

송민준
<챕터 1>



혜리
<Welcome to
HYERI's STUDIO>

양세찬&양세형
<양세브로쇼>

허영지
<Toi Toi Toi>

이규형
<Q:NIVERSE>

어린이 뮤지컬
<친구의 전설>



이민혁
<HUTAZONE>

김준수
<CO CO TIME>

방송
<미스터트롯2>

스테이씨
<MOVIE CLUB>

'24 아트센터인천
송년음악회



Weekly
<Weekly
University>

오드아이써클
<Version Up>

김현중
<HENECIA,
Let's party!>

얼미부부
<2023 얼미쇼>

'25 뮤지컬
<안풀포해전>

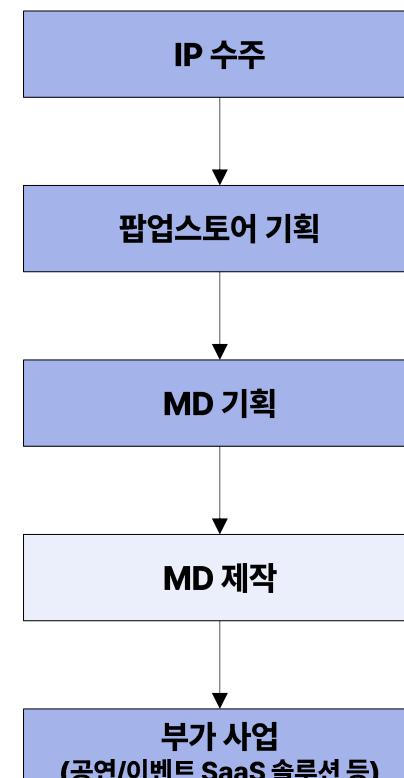
뮤지컬 / 예술공연

B factory는



IP를 팝업스토어 및 MD로 구현하는 통합 IP 커머스사

비팩토리 Value Chain



IP Commerce Value Chain 연결

- In/Out-Bound 전략을 바탕으로 IP 수주 다각화
- In-Bound: 팝업스토어 플랫폼 브랜드 'Popverse(가칭)'을 중심으로 K-pop, 웹툰, 만화, 정부사업 등 다양한 콘텐츠 기반의 팝업스토어/MD 사업 수주를 본격화할 예정
- IP Fandom Data 등을 통한 팝업스토어/MD 규모 및 견적 산정 등 Data Driven 기획 체계 도입
 - 향후 별도 사업으로 분리 예정
- 디오디 그룹 DPA 법인에서 MD 제작을 전담하여 비팩토리와 가격 시너지 효과 극대화
- '슈퍼주니어 팝업스토어 프로젝트'를 선두로 공연/이벤트형 SaaS 솔루션 운영 예정

IP Commerce 및 팝업스토어 사업 연간 100억원 규모 확대 예정

B factory의 주요 사업 분야

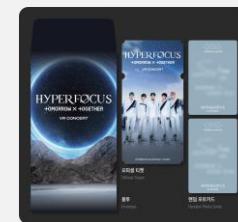
K-POP IP 국내외 팝업스토어 기획 및 제작

- 대형 K-pop IP를 라이선스를 활용한 국내외 팝업스토어 기획 및 제작 예정
 - 2025년 주요 진행 프로젝트: 슈퍼주니어 20주년 글로벌 팝업스토어
- 공연/게임/뮤지컬 IP를 활용한 팝업스토어 기획 및 제작
 - CJ E&M 뮤지컬 '브로드웨이 42번지', '비틀쥬스', '킹카부츠' 및 게임 '이터널 리턴' 등



내/외부 IP MD 기획 및 제작

- '24년 국내 유명 IP MD 기획 및 제작 진행
 - 하이브의 TXT VR 콘서트 MD 기획 및 납품 등
 - 국내 포함 대만, 중국, UAE 등 글로벌 유통망 보유
 - '25년 상반기 투어 국가 및 도시 추가 예정
- '25년 하반기 S급 걸그룹 개인 MD 제작 등
내/외부 IP MD 기획 예정



TXT AMAZE VR 콘서트 MD



BTOB 응원봉 리뉴얼

음반/MD 생산 및 유통

- 디오디·삼조인쇄 협작법인 Dream Press Archive 를 활용한 IP Value Chain 연결
 - 음반 및 MD 역량 내제화를 통해 벨류 체인 강화
- 내/외부 IP 앨범 및 지류 MD 품목 생산·유통 총괄
- 국내 3대 유통사인 에버라인과 협업 진행 중

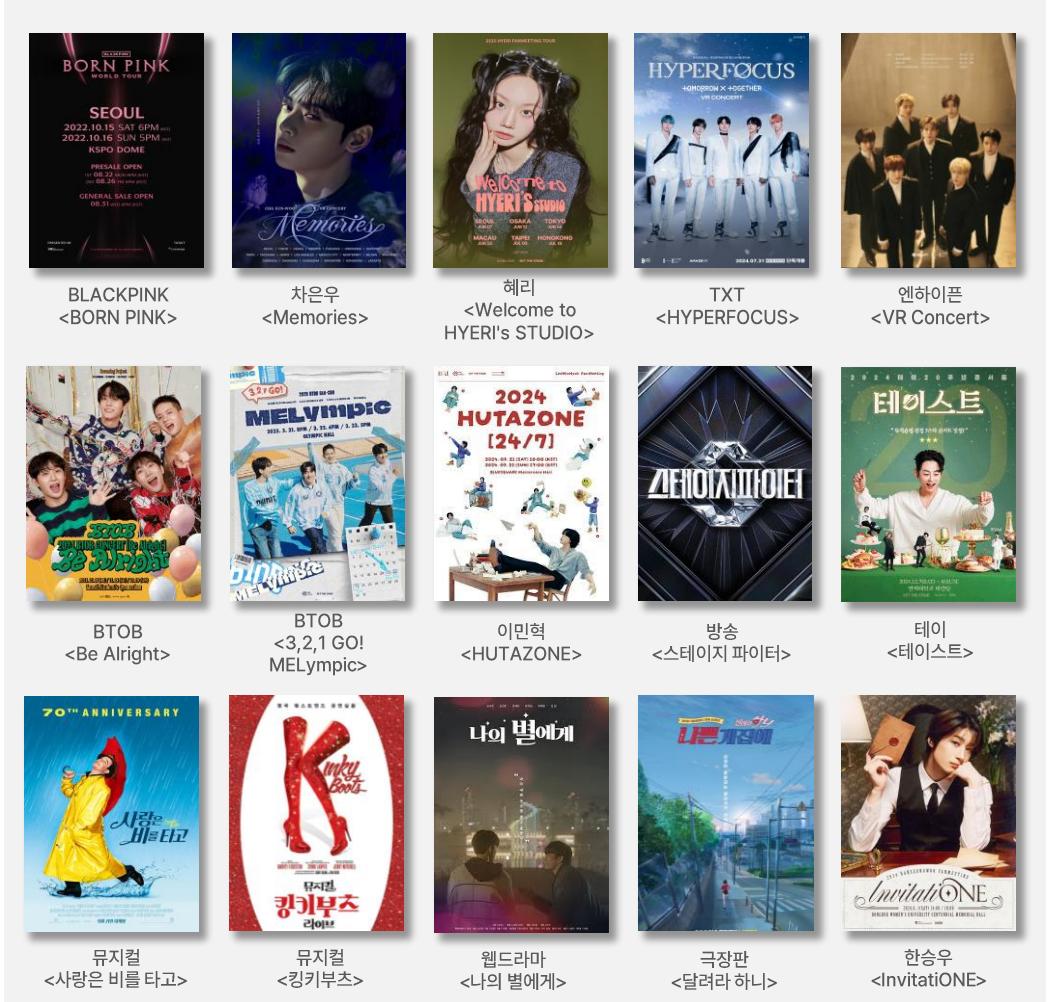
지니
<An Iron Hand In A Velvet Glove> '25년 BTOB 시즌그리팅

[B factory] IP 커머스 주요 포트폴리오

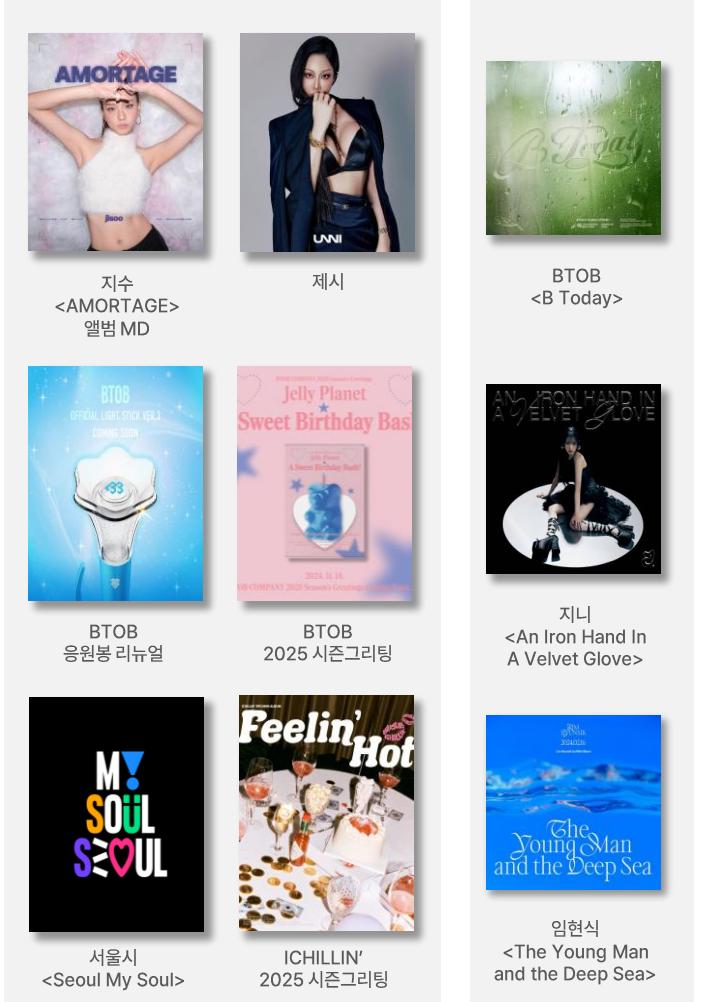
팝업스토어/전시



공연/방송 MD



IP MD

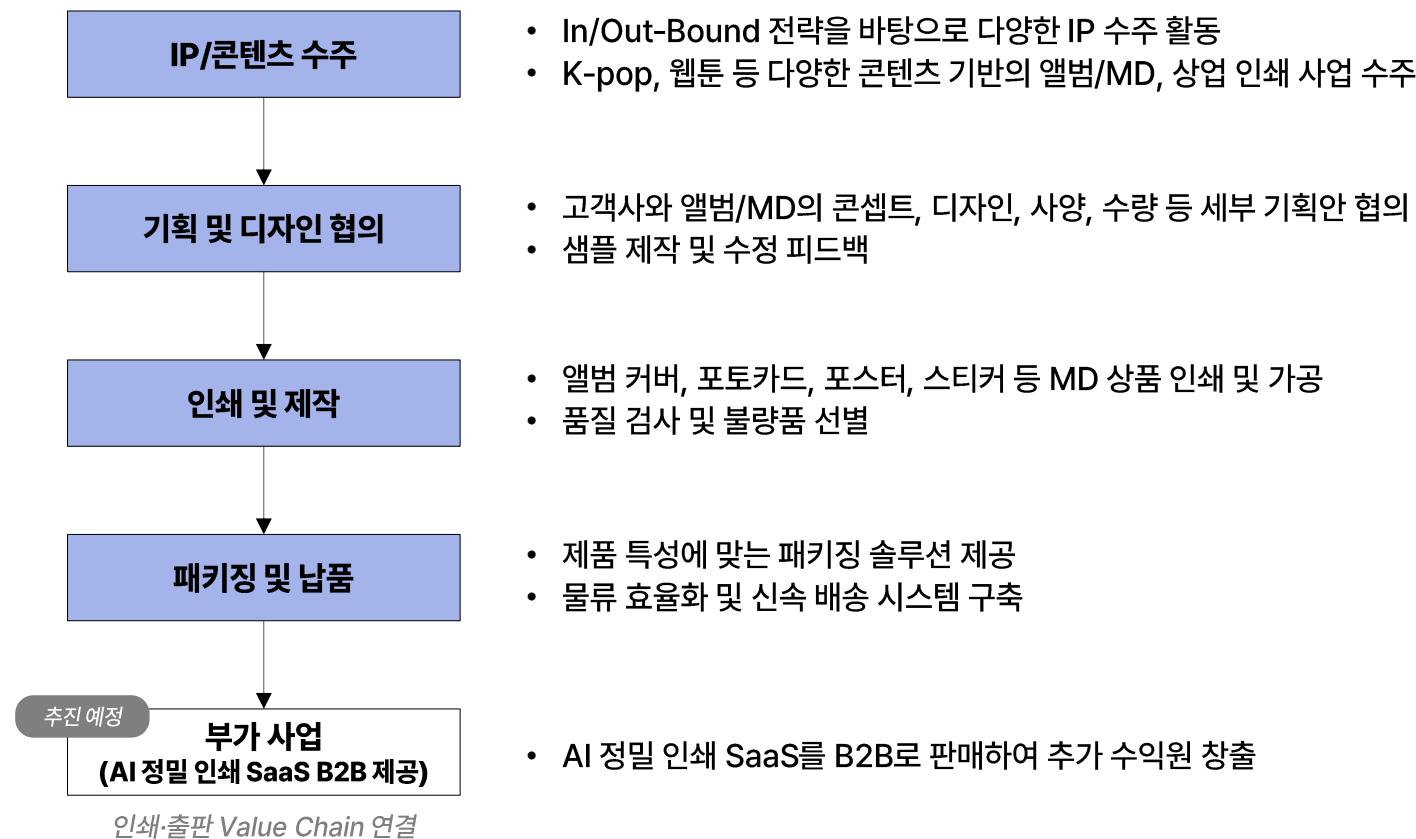


앨범 제작



정밀 인쇄 기술을 기반으로 한 고품질 앨범·MD 인쇄사

DPA Value Chain



[Dream Press Archive] 인쇄/출판 주요 포트폴리오

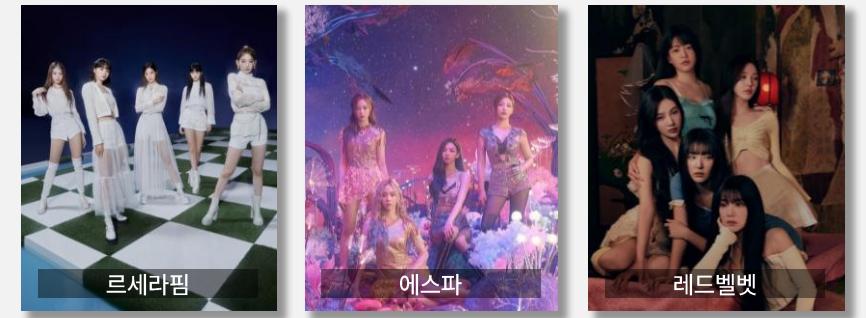
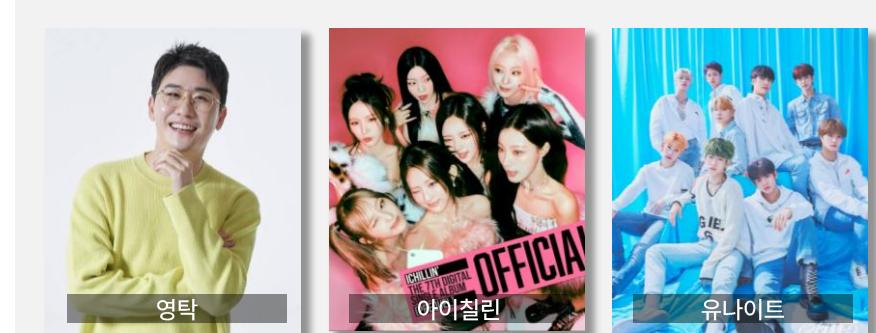
4대 기획사 앨범/MD 인쇄



중견 기획사 앨범/MD 인쇄

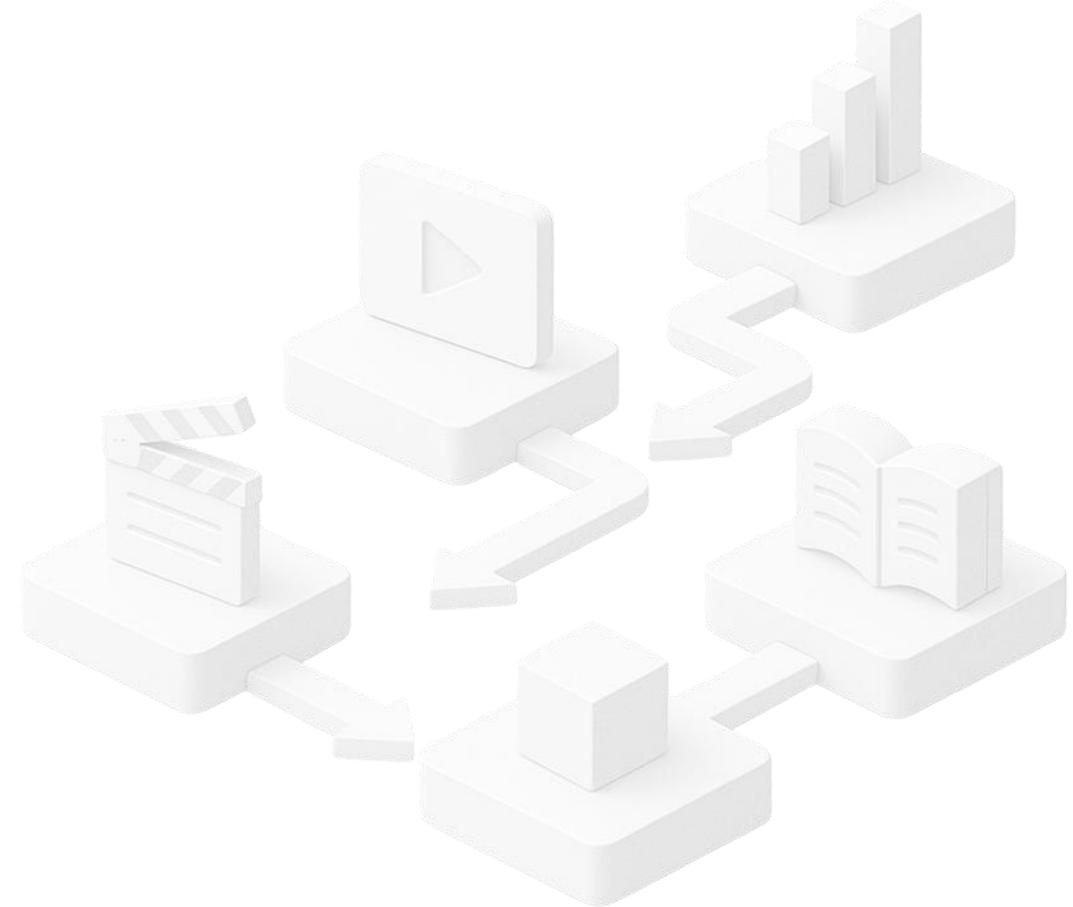


기타 아티스트 앨범/MD 인쇄



V. 디오디 글로벌 IP 유통 트랙레코드

'25년 글로벌 주요 프로젝트 Highlight



디오디는 검증된 K-Content를 동남아시아, 북·남미, 유럽 등 글로벌로 수출

글로벌 Mega IP Sourcing

국내에서 검증된 아티스트/K-Content의 다양한
부가 사업 기회를 발굴하여 프로젝트 소싱

22개국 이상 진출

일본, 중국, 홍콩, 대만, 태국, 인도네시아, 홍콩, 북미,
브라질, 칠레, 멕시코, 유럽 등 22개국으로 수출

국내외 우수 기업과 협력

필리핀 GMA, A Planet, GANADA Ent., AMAZE VR과
같은 국내외 우수 파트너사들과 협력하여 글로벌 시장 진출



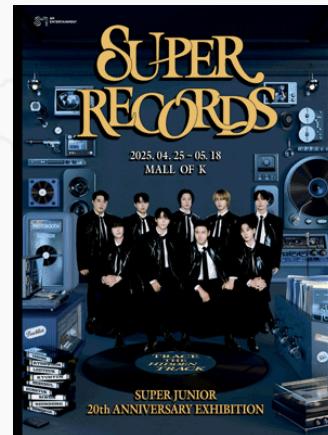
글로벌 22개국에 진출하는 '25년 디오디 글로벌 Mega IP 프로젝트

슈퍼주니어 20주년 팝업스토어

주관 DOD, 라이브커넥트, SM 엔터테인먼트

기간 '25.4 ~

타겟 한국, 일본, 중국, 타이완, 동남아시아
5개국 판권 판매 예정



2025 백현 월드 투어

주관 DOD, 밝은 누리, INB 100

기간 '25.6 ~

타겟 한국, 일본, 동남아시아, 북미, 남미, 유럽
등 총 37회+ 공연 예정



혜리 15주년 글로벌 팬미팅

주관 DOD, 셋더스테이지, 써브라임 등

기간 '25.6 ~

타겟 한국, 홍콩, 일본, 타이완, 동남아시아
등 총 11개+ 도시 팬미팅 진행 예정



Korea Grand Music Awards

주관 DOD, 셋더스테이지, KG Group

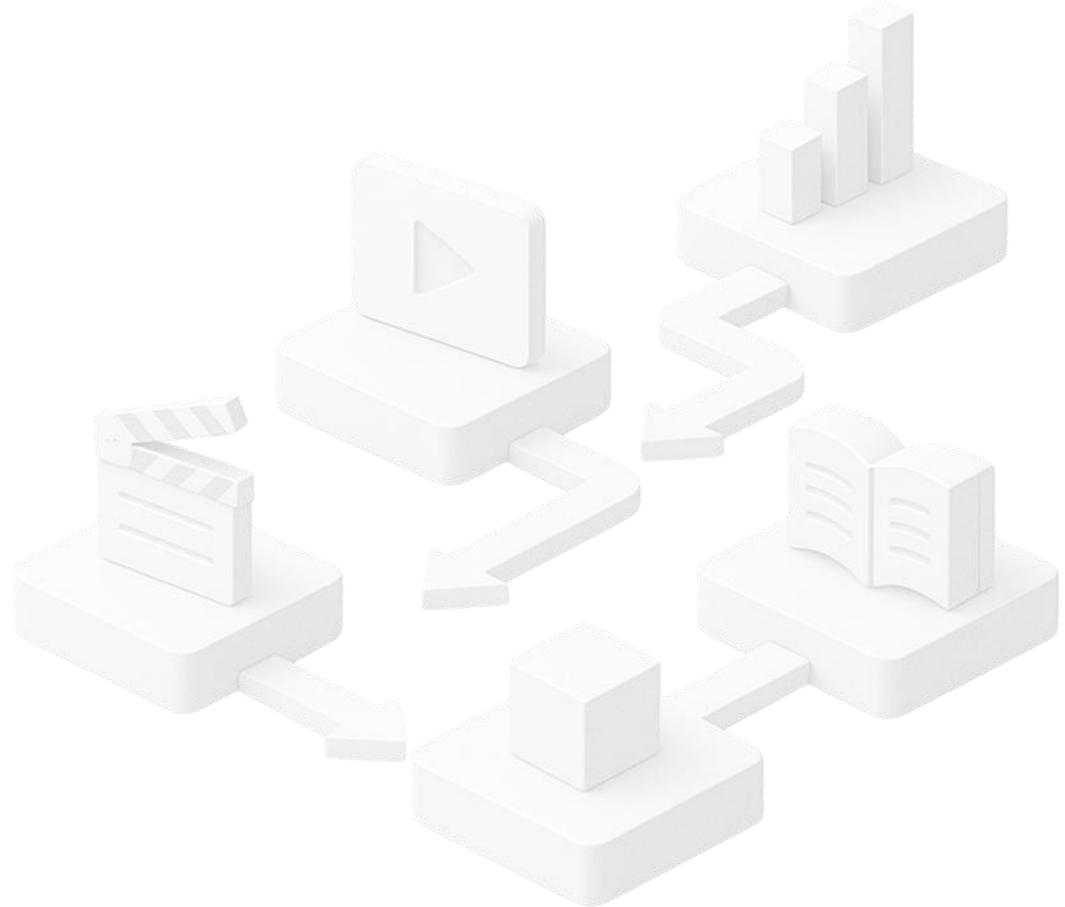
기간 '25.11

타겟 한국, 일본, 동남아시아 N개국 등
온라인 방영, OTT 판매 예정



VI. '26년 주요 사업 로드맵

- ① '26년 IP 확보 및 개발
- ② '26년 IP 부가사업의 Scale-up
- ③ 디오디 2.0: K-pop 엔터테크



DOD는 ① IP 확보 및 장르 확장 → ② 사업 확장 → ③ 엔터 테크 (금융)의 3단 성장 축을 통해 K-Contents 산업의 글로벌 밸류체인 중심으로 성장 계획임

DOD 사업별 메인 Growth drivers

DOD 사업별 메인 Growth drivers					
1	IP 확보 및 개발	2	IP 부가 사업 Scale-up	3	K-pop 엔터 테크
1-1 IP FA 시장 소싱 전략	4세대 주요 IP 확보 기회 선점 <ul style="list-style-type: none"> '26년 주요 4세대 IP FA를 본격적으로 시장에 나올 것 → 핵심 IP 타겟 '26년 100억대 아티스트 1개 이상, 솔로 아티스트 2개 이상으로 신규 IP로 추가 매출 150억원 이상 	2-1 글로벌 Mega IP 팝업스토어 ·MD	IP 수익 극대화 채널로 전환 <ul style="list-style-type: none"> 백현, BTOB 등 검증된 IP를 중심으로 글로벌 주요 국가 팝업스토어 및 MD 사업 전개기획·제작·운영까지 DOD 직접 수행 → 유통/마진 효율성 확보 아티스트 세계관 기반 공간형 팝업스토어 기획 및 팬덤 기반 고단가 MD 판매 모델 확대 향후 일본, 동남아, 북미 등 순차적 진출로 수익의 지역 다변화 실현 	3-1 STO 사업 기반 구축 ('25)	콘텐츠 투자 시장을 여는 STO 사업 <ul style="list-style-type: none"> 1호 펀드 45억 규모 확정 ('25.11) 실물 콘텐츠(IP) 기반 수익권을 토큰화하여 일반 투자자 참여 가능 기존 inaccessible market → DOD 통해 진입 가능 STO 컨소시엄 (SBI, 교보 등) 글로벌 구축 진행 완료
1-2 멀티 레이블 구축 (음악 장르의 다양화)	락 밴드 / EDM 등 음악 장르의 다변화 <ul style="list-style-type: none"> 일부 락밴드 등 대중적인 멜로디를 앞세운 밴드들이 아이돌 팬덤까지 흡수 및 글로벌 투어 진행까지 성장함 EDM 등 멀티 레이블 운영을 통한 획일화된 트렌드 탈피 및 다변화 	2-2 글로벌 Mega IP 콘서트/투어	콘서트·공연 사업의 글로벌화 <ul style="list-style-type: none"> FA 및 자체 개발 IP를 활용해 글로벌 투어/공연 사업 본격 확장 공연 기획→제작→유통까지 Full Stack 공연 운영 체계 투어 중심 수익 구조 → STO 연계 가능 구조로 발전 중 	3-2 플랫폼 Scale-up ('26 ~ '27)	STO 플랫폼 확장 + 글로벌 생태계 완성 + 투자자 다변화 <ul style="list-style-type: none"> 2호 펀드 ('26년 2월 결성 예정) 20M USD 규모로 현재 상세 협의 진행 중 Cross-Border STO 및 글로벌 투자자 참여 확대 (싱가포르·일본·미국) '27년 이후 개인 팬덤 투자자들까지 확장하는 팬덤 플랫폼으로 확장
1-3 컨텐츠 사업 확장 (인수 확장)	드라마·배우 IP 기반 콘텐츠 사업 확장 <ul style="list-style-type: none"> 드라마/예능 제작 중심의 작품 수 연 3개 이상의 드라마 제작 업체 인수 (확정) 배우 매니지먼트 연계를 통한 드라마 제작 사업과의 시너지 창출 (확정) 연 매출 약 300억 규모 추가 예정 	팝업스토어-공연간 Bolt-on 시너지 전략을 통한 사업성, 팬덤 경험, 마케팅 효율성 증가			

드라마 제작·매니지먼트 수직 계열화 회사인 스튜디오 힘 인수를 통해, 디오디의 제작 역량 강화 및 사업 시너지 극대화 (인수 확정)

스튜디오 힘은 검증된 히트 IP를 지속적으로 창출해온 Top-tier 콘텐츠 제작사

인수 대상 회사 개요

1. (주)스튜디오 힘

- 설립일: 2020년 1월 14일
- 주요 사업: 드라마·영화 제작 (13편 5년간 누적 제작)
- 지상파·OTT 흥행작 다수 제작, 검증된 시리즈 IP 역량

2. (주)매니지먼트 시선 (스튜디오 힘 100% 자회사)

- 주요 사업: 배우 매니지먼트 사업
- 소속 아티스트: [신혜선](#), [안성재](#), [박희순](#), [김현주](#), [김정현](#) 등

핵심 재무 지표 (Key Figures)

구분

주요 실적 및 전망

1. (주)스튜디오 힘

- '24년 매출 152억 / 영업이익 9.3억
- '25년 매출 64억 / 영업손실 9억 ('25.10 기준)

2. (주)매니지먼트 시선

- '25년 매출 52억 / 영업이익 6.8억
- 높은 영업이익률 (13.1%) ('25.10 기준)

주요 제작 성과

설립 5년 만에 누적 제작 13편을 달성하며
이례적인 제작 속도와 성공 확률 증명

꼰대인턴

- 시청률 7.1%
- MBC 연기대상 '올해의 드라마'

커넥트

- 매출 165억
- Disney+ 국내 1위
 - BIFF 온스크린 초청

나의 해리에게

- 매출 135억
- 공개 직후 화제성 TOP 2
 - 높은 시청자 반응

나의 별에게

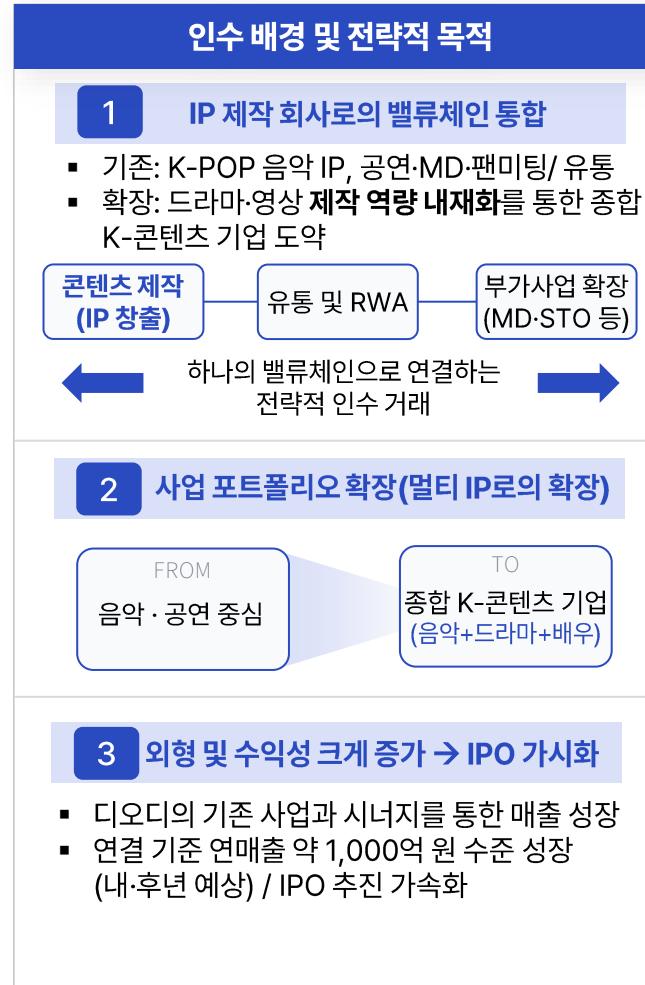
- TVING 1위
- 라쿠텐TV 1위

+ '26·'27 차기적 라인업 기반의 성장 가시성
: 쿠팡플레이·tvN·JTBC 등 주요 채널 편성작과
글로벌 OTT 편성작을 포함한 차기작 라인업 보유

디오디의 중장기 콘텐츠 파이프라인 경쟁력 강화



드라마 제작 IP 내재화를 통해 DOD는 음악·드라마·배우를 아우르는 K-콘텐츠 전 밸류체인을 통합하고, 멀티 IP 기반 수익 구조를 RWA·STO까지 확장하는 고성장 콘텐츠 플랫폼을 구축



매니지먼트 시선 - 주요 방송사 연기대상 및 글로벌 OTT 히트작으로 검증된 포트폴리오



신혜선
HAESUN SHIN

- 나의 혜리에게 (ENA)
- 그녀가 죽었다 (영화)
- 웰컴투 삼달리 (JTBC)
- 이번 생도 잘부탁해(tvN)



안성재
SUNGJAE AHN

- 흑백요리사(Netflix)



박희순
HEESOON PARK

- 45회
한국영화평론가협회상
남우조연상
- 오징어게임 시즌3
(Netflix)



김현주
HYUNJOO KIM

- 지옥 시즌2 (Netflix)
- 선산 (Netflix)
- 정이 (Netflix)
- 트롤리 (SBS)



김인권
INKWON KIM

- '24년 SBS 연기대상
미니시리즈 휴먼/
판타지 부문 남우조연상
- 귀궁 (SBS)



김정현
JUNGHYUN KIM

- '24년 KBS 연기대상
남자 최우수상
- 가는정 오는정
이민정(KBS2)
- 다리미 패밀리(KBS2)



이선
SUN LEE

- 아이돌 남침! (올웨이즈)
- 결혼해YOU (채널A)
- 태권도의 저주를 풀어줘
(Heavenly, TVING)



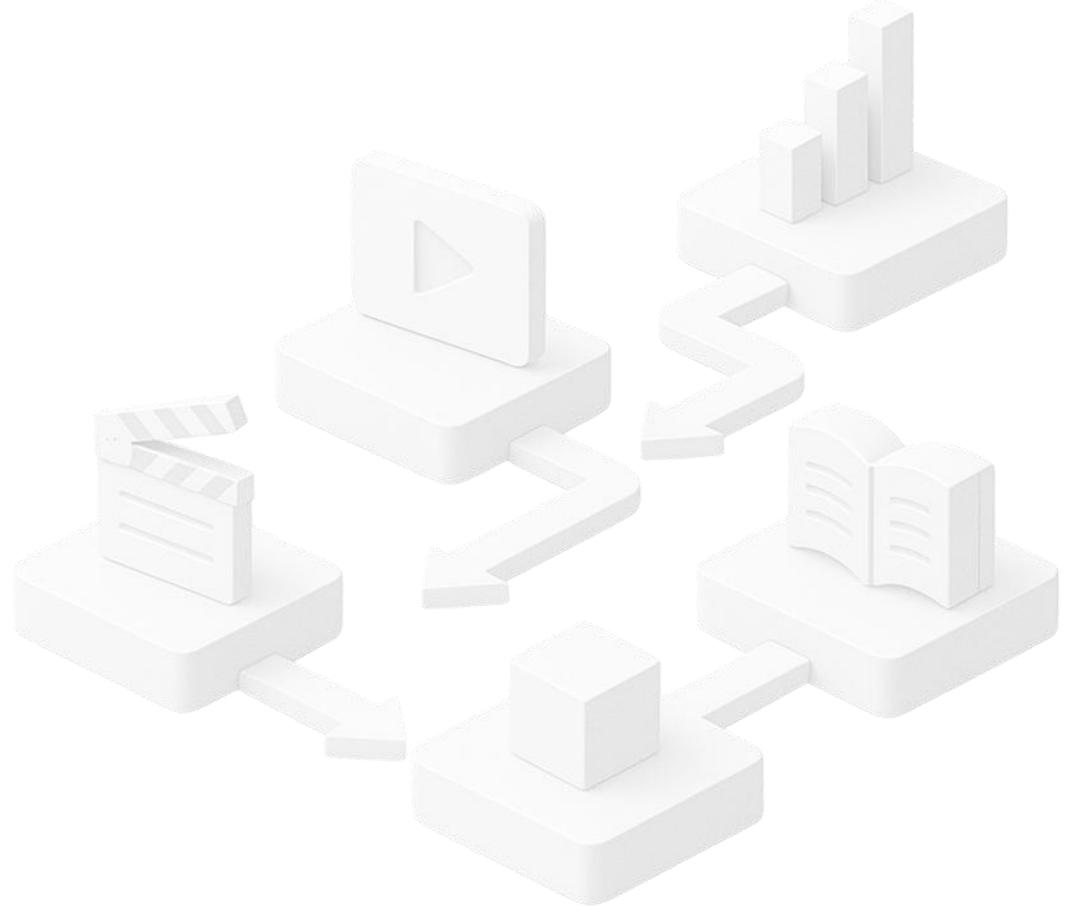
차청화
CHEONGHWA CHA

- '23년 MBC 연기대상
여자 조연상
- 금쪽같은 내스타 (ENA)
- 사계의 봄 (SBS)

VII. 디오디 2.0: Enter-Tech

디오디 2.0 개요

주요 진행 프로젝트 (Strictly Confidential)



DOD 2.0 엔터테크 생태계 전략 : 투자자 – 팬덤 – IP 컨텐츠를 연결하는 '글로벌 허브'

IP 선순환 경제 (Reinvestment Cycle) 구축

투자자 (Investors, 자금 공급)

K-Pop 산업 이너서클(Inner Circle) 참여

그동안 접근 불가능했던 고수의 K-pop 투자 프로젝트에 대한 간접 투자 기회 제공

타 STO 대비 높은 수익

타 버티컬 대비 K-POP IP 유통 수익권 (콘서트, MD, 전시 등) 기반의 높고, 리스크가 낮은 구조적 수익권 제공

블록체인 기반 투명한 수익 분배

모든 정산·수익 배분 과정을 블록체인 스마트 컨트랙트 기반으로 자동화·기록 위·변조가 불가능한 방식으로 투명성 증가

콘텐츠 수요처 (IP Supplier)

디오디 자체 IP (원천 IP 확보)

자체 보유 37개 IP 라이브러리

멀티 레이블 Artist IP 추가 확보

신규 IP 발굴 시스템 : Audition Voting

K-Culture 얼라이언스 구축 (외부 IP)

Top-tier
공연 제작사

OTT 플랫폼

중견/중형
기획사

콘텐츠,
드라마 제작사

K-STO PLATFORM HUB



DOD는 중심 허브 역할의
플랫폼 제공자로서 인프라 제공

팬덤 인프라 (경험 소비, 보상 획득)

구매/소유

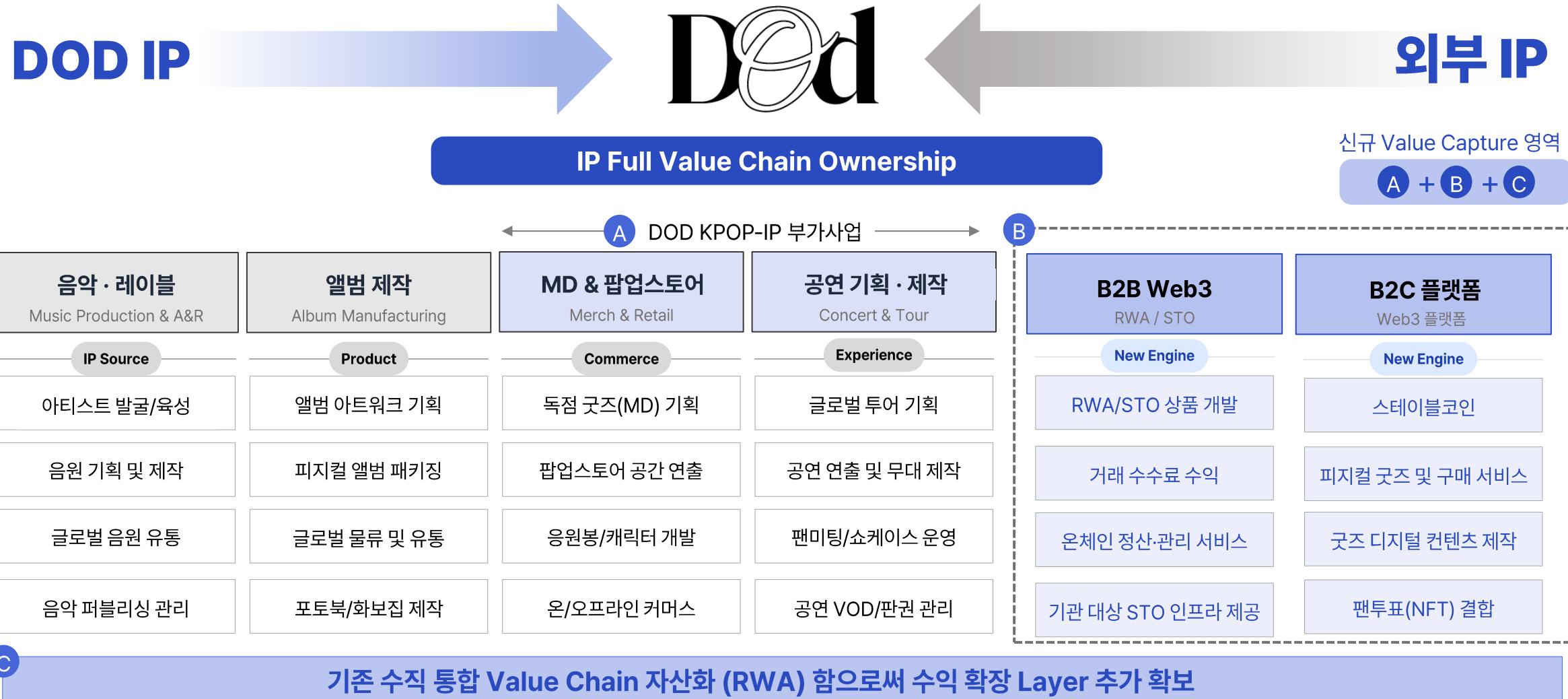
NFT, VIP 티켓, MD,
사인회 참가권 등

결제/보상

아티스트 스테이블 코인
DAT 보상 획득
NFT 특전 마켓플레이스

DAT 축적 → 투자자(Fan-vestor) 전환

디오디는 K-Pop 밸류체인 수직계열화 완성한 유일한 회사¹⁾로서, STO 상품화 가능한 IP 5개 영역 (sub 25개 상품군)에 대해서 글로벌 스케일로 운영함



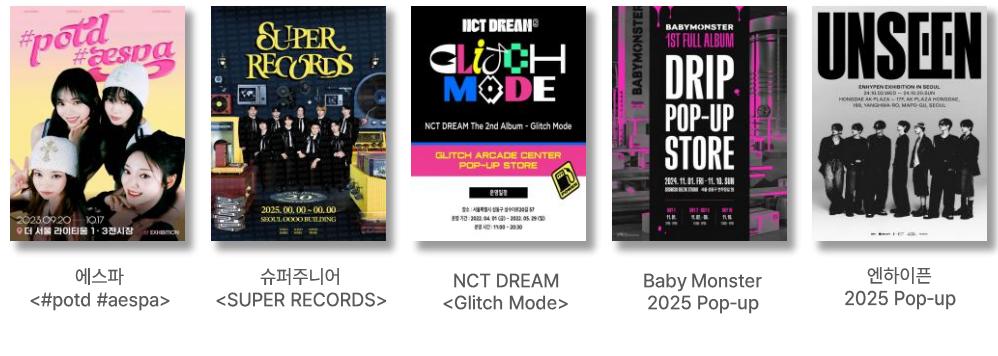
1) 밸류체인 수직계열화 완성 정의: A) 내부 IP + 외부 IP and B) 밸류체인 (IP 제작 + IP 유통) 수직계열화 and C) 글로벌 스케일업

1) K-Pop IP 유통 상품군: 글로벌 Top-tier IP의 국내 및 해외 공연, MD, 전시회, 팝업스토어 등의 수익권 기반 상품군

MD & 팝업스토어

아티스트 IP 가치 극대화를 이끌어온 MD·팝업스토어 기획·운영 역량

팝업스토어/전시

공연 기획·제작
Concert & Tour

다수 글로벌 아티스트 프로젝트를 통해 검증된 공연 기획·제작 역량

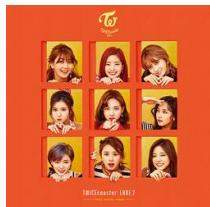
전세계 N개국 투어,
온라인 방영, OTT 판매

2) K-Pop IP 제작 상품군: 향후 음원/음반 공동 제작, 신규 아이돌 IP 개발 등 IP 제작 상품군으로 확장

음원반 제작 / A&R

2-5세대에 걸친 Top-tier K-POP 아티스트 작업 경험 기반의 곡 제작 및 프로듀싱 역량 확보

음원반 제작 및 프로듀싱



TWICE [TWICE Coaster]



ITZY [Cheshire]



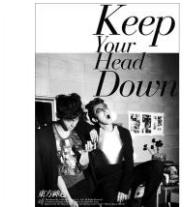
EXO 수호[Grey Suit]



B2ST [Highlight]



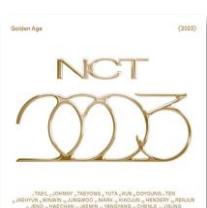
태민 ([Never Gonna Dance Again : Act 1])



TVXQ [K.Y.H.D]



NCT Dream [I.S.T.D]



NCT U [Golden Age]



Monsta X [All about luv]



EXO [EXIST]



Anne-Marie & 민니 (아이들)



BTOB [Love Today]

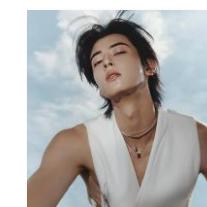
디오디 A&R staff 히스토리



TAEYANG



WINNER



차은우



Astro



Got7



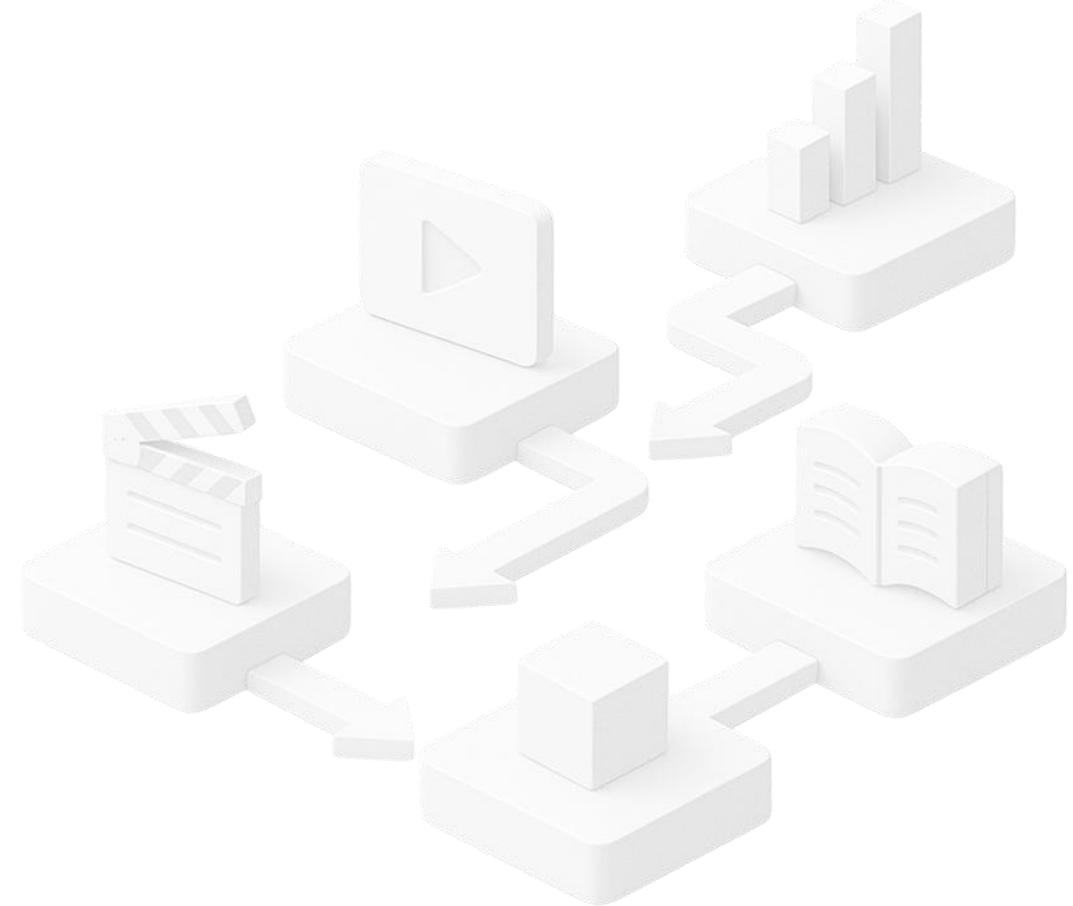
Monsta X

VII. 디오디 2.0:Enter-Tech

디오디 2.0 개요

주요 진행사항

1. SBI/교보 글로벌 STO 컨소시엄
2. 스토리프로토콜 컨소시엄
3. 스테이블 코인



글로벌 그룹인 SBI DM/ 교보생명 / 디오디 / 위치컴퍼니로 구성되는 글로벌 최초 K-pop STO 컨소시엄 구성 및 '0호 펀드' 완판 → 2026년 본격적인 스케일업 (2,000만 달러 커밋 완료)

컨소시엄 성공 사례



K-Contents STO 컨소시엄 사업 구조



스토리 프로토콜과의 전략적 파트너십을 통해 K-Contents 핵심 IP를 글로벌 Web3 인프라 상에서 RWA로 구조화, 상업성과 금융성을 겸비한 콘텐츠 자산 유통 모델을 구축

전략적 시너지 (양사 비전)

"인프라(Story)와 콘텐츠(DOD)의 결합으로 규제 준수형 RWA 모델 완성"

Story Protocol (Web3 IP 인프라)

IP/콘텐츠 대표 Web3 프로젝트로서 시가총액 3조 규모
이승윤 대표 : 카카오에 래디쉬 5천억 매각 후 설립하여,
하이브 방시혁 의장 및 4대 기획사 주요 임원들 투자자 참여
RWA 규제 준수 거래소 구축 목표
→ 핵심 니즈실물 IP 보유 파트너 필수

DOD/WITCH (핵심 실행 파트너)

37+ 검증된 K-Contents IP 포트폴리오(아티스트/공연/MD)
Story 생태계 내 실질적 RWA 공급자 (Supplier) 역할

1 DOD: IP 실사 · 상업성 검증

RWA 발행 및 온체인 구조 설계

- 단순 토큰화 지향, 금융 친화적 RWA 구조 설계
- IP 수익 구조 및 현금흐름 귀속 방식 명확화
- STO/DAT 연계 가능성을 고려한 온체인 설계

2 RWA 상품 기획

상업화 및 초기 판매 구조

- 초기 판매 구조 확립
- 기관/전략 파트너 대상 사전 구조화 상품 형태 유통
- 팬덤 트랜잭션 기반 수익 모델 결합

3 거래 구조 구성

생태계 확장 및 2차 거래

- Story 생태계 2차 거래소와 연계된 확장형 모델
- 지속 가능한 유통 루프 형성
- 단발성 발행이 아닌 포트폴리오 단위 확장

DOD IP → Story Chain → Global

4 글로벌 진입

글로벌 세일즈 및 기관 확장

- 글로벌 기관 투자자 대상 공동 세일즈 & IR
- K-Contents 기반 글로벌 RWA 레퍼런스 구축

DOD/WITCH
금융화 하브

Story
인프라 고도화

스테이블코인·팬덤토콘을 통해 팬덤 소비와 K-POP IP 자산가치를 동시 확장하는 순환 경제 구축

K-culture는 글로벌 수요가 폭발적으로 증가했으나, IP 플랫폼이 분산되어 있어 데이터 확보가 어렵고 팬덤 기여도에 대한 보상은 이루어지지 않고 있음

K-POP에서 스테이블코인의 가치

1 정확한 팬덤 소비 데이터 확보

모든 구매 내역의 온체인 기록을 통해 투명하고 신뢰할 수 있는 데이터베이스 구축

2 IP별 수요·매출 실시간 트래킹

아티스트 및 IP별 성과를 실시간으로 파악 IP별 온체인 현황을 대시보드로 제공해 참여 촉진

3 팬덤 참여형 리워드 시스템

기여도에 따른 공정한 보상 체계 마련으로 팬덤의 자발적 생태계 참여 유도

4 글로벌 크로스보더 결제 간소화

국경 없는 블록체인 결제로 글로벌 팬덤의 접근성 및 편의성 획기적 개선

자금 운용 및 수익 창출

원화 기반 스테이블코인에 실질적인 수요를 창출하여 안전자산으로 운용

스테이블코인 구매금
증권사 협업 운용

운용 수단
채권 등 안전자산

운용 수익 일부 환원
팬미팅/VIP 혜택
스테이블 사용 가치 증가

K-POP 스테이블코인과 팬덤 토큰을 통해 팬덤 소비를 내재화하고, 반복 가능한 트랜잭션 구조와 매출 증대로 K-POP IP의 금융적 자산가치를 지속적으로 증대

1 코인 발행

담보 기반 IP 스테이블 코인 발행

2 팬덤 경제 투입

결제·정산·보상 수단으로 유동성 공급

3 팬덤 활동 & 소비

팬덤 토큰 수요 증가 및 실질 소비 발생

4 소비 증가/ IP가치 증대

팬덤 소비 확대 /실물 매출 증가/RWA 가치 확대

C 선순환 구조 (Loop)

팬들이 스테이블코인을 선택하도는 유인

선예매 권한

얼리버드 1~3일 선행

이벤트 참여

팬미팅/특전 자격

팬덤 토큰

자동 적립 (투표권)

굿즈 할인

10~20% + 한정판 우선

K-POP 스테이블 코인

국내 스테이블코인 제도 정비 이후, K-culture 기반으로 실수요형 스테이블코인이 초기 시장 형성될 가능성이 높음.

팬덤 토큰

투표, 굿즈 할인, 선예매, 팬미팅, NFT에 사용 / 팬덤 트래픽 및 소비 촉진

STO 기반 K-Contents RWA 사업 기반 구축을 통해 IP 확대와 팬덤 유입을 동시에 실현, 전체 매출 성장 엔진을 완성

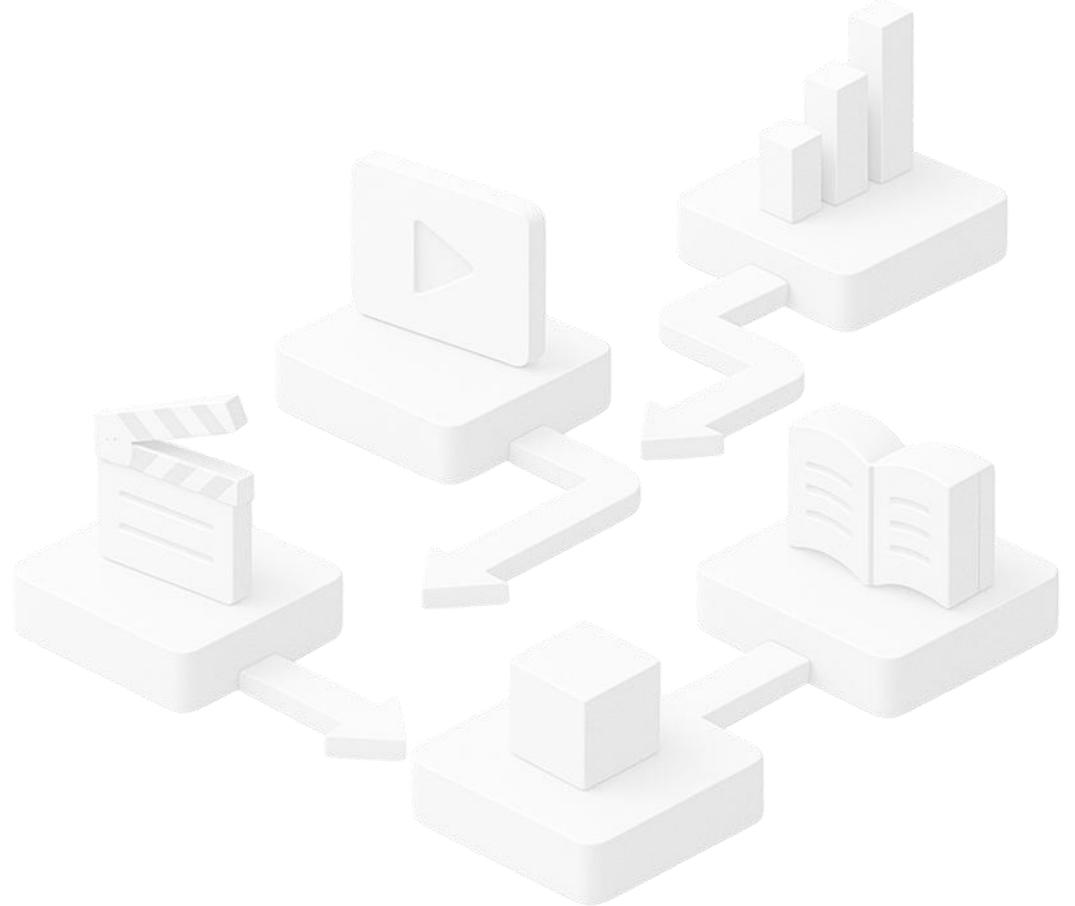
핵심 KPI	STO 기반 구축 (2025)	IP 확보로 규모 확장 동력 증가		Ecosystem 리더(2027)
		멀티 IP 확장기 (2026)		
1 인프라 구축 & 자산화 디오디의 K-Contents RWA 선점	규모/수익률	• 1호 발행액: 3.2 M USD 규모 (약 45억) 10%	• 누적 발행액: 20 M USD 규모 (약 300억) 10~15%	<ul style="list-style-type: none"> 연간 발행액: 150 M USD 규모 (약 2,000억) 10~15% K Pop수요 증가에 더해 드라마/영화등 K 컨텐츠 수요 증가가 견인하는 글로벌 발행 규모 확장
	운용 수수료 (AUM Fee)	STO 펀드 운용 및 관리에 대한 연간 보수 (3~4%)	펀드 규모(AUM) 증가에 따라 자동으로 고정 수익 증가	
2 안정적인 수요 확보 IP 활성화 및 글로벌 수요 확보	IP 확장	공연·투어·굿즈 등 유통 매출 기반의 현금흐름 토큰화	2-1 K-Contents로 IP Pool 확장 <ul style="list-style-type: none"> 스토리 기반 IP (웹툰, 웹소설) 영상 기반 IP (영화/드라마/영상 콘텐츠) 컨텐츠 제작사 파트너쉽 및 인수 	<ul style="list-style-type: none"> 추가 확보된 IP를 통해, 기존 매출 구성인 실물 기반 매출도 동시에 확보 및 시너지 음원 (OST) 매출 공연 매출 MD 매출 매니지먼트 매출
	디오디 자체 IP 확보	금융자산으로 발행하여 수익화 가능, K-POP 산업 밸류체인 전반 에 걸친 37개 핵심 IP 자산 기보유	2-2 아이돌 제작 / 오디션 프로그램 <ul style="list-style-type: none"> 자체 그룹 제작 / 방송사 및 제작사 파트너쉽 	
3 선순환 생태계 구축 Web 팬덤 플랫폼 구축 및 팬덤 유입	플랫폼 거래 량/수수료	플랫폼 개발 착수 및 구조 설계 <ul style="list-style-type: none"> P2P 거래 수수료 토큰 발행 수익 	3-1 결제 수단 및 토큰 발행 <ul style="list-style-type: none"> 아티스트 스테이블 코인 발행 보상 기반 팬덤 토큰(Voting) 	<ul style="list-style-type: none"> 토큰 발행 수익 및 거래 수수료 확대 (30억) 팬덤 토큰 기반 투표권 부여로 플랫폼 활성화 2차 창작물 거래 활성화
	플랫폼 MAU/직접 매출	팬덤 연동 컨텐츠 및 수익 구조 설계 <ul style="list-style-type: none"> 티켓/MD 연동 수수료 월간 멤버쉽 구독 NFT 판매 	3-2 플랫폼 MAU 30만 / 매출 20억 <ul style="list-style-type: none"> 소장 가치 높은 NFT 판매 (포토카드 등) Physical NFT 판매 활성화 수익 	

VIII. Financial Projection

'25년 재무 현황

향후 5개년 재무 예상

IPO 계획

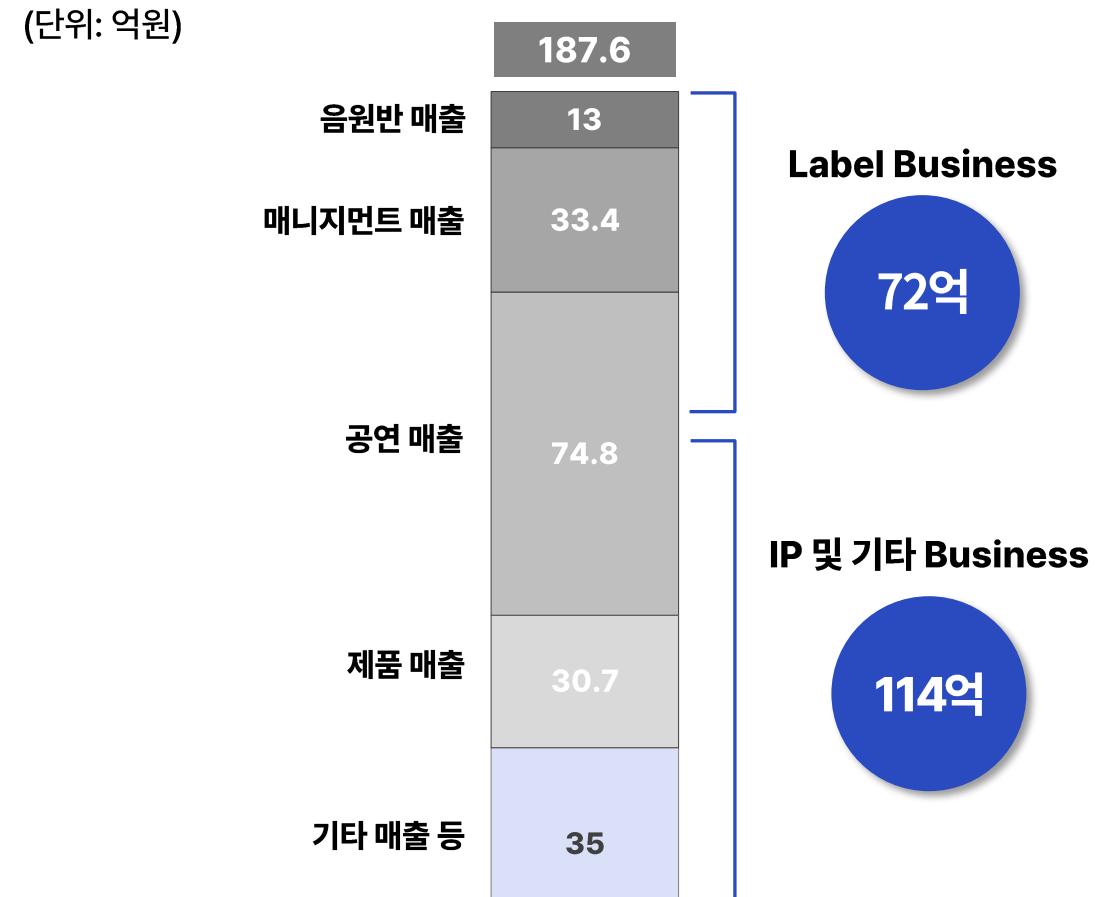


'25년 현재 ('25년 10월 末 기준) 연결 매출 기준 187억 및 순이익 4.2억¹⁾을 기록하며, yoy 대비 매출 92% 증가 및 순이익 흑자 전환을 달성

'25. 10월 기준 연결 재무제표

구분(원)	DOD ¹⁾
매출액	18,763,135,800
매출원가	13,416,107,906
% 매출원가율	71%
매출총이익	5,347,027,174
% 매출총이익률	29%
판매비와관리비	5,127,136,000
영업이익	219,891,174
순이익 (지배회사지분) ²⁾	423,765,306
지배회사지분순이익률%	1.2%
EBITDA	940,474,634
% EBITDA	5.0%

'25. 10월 재무 Break-Down

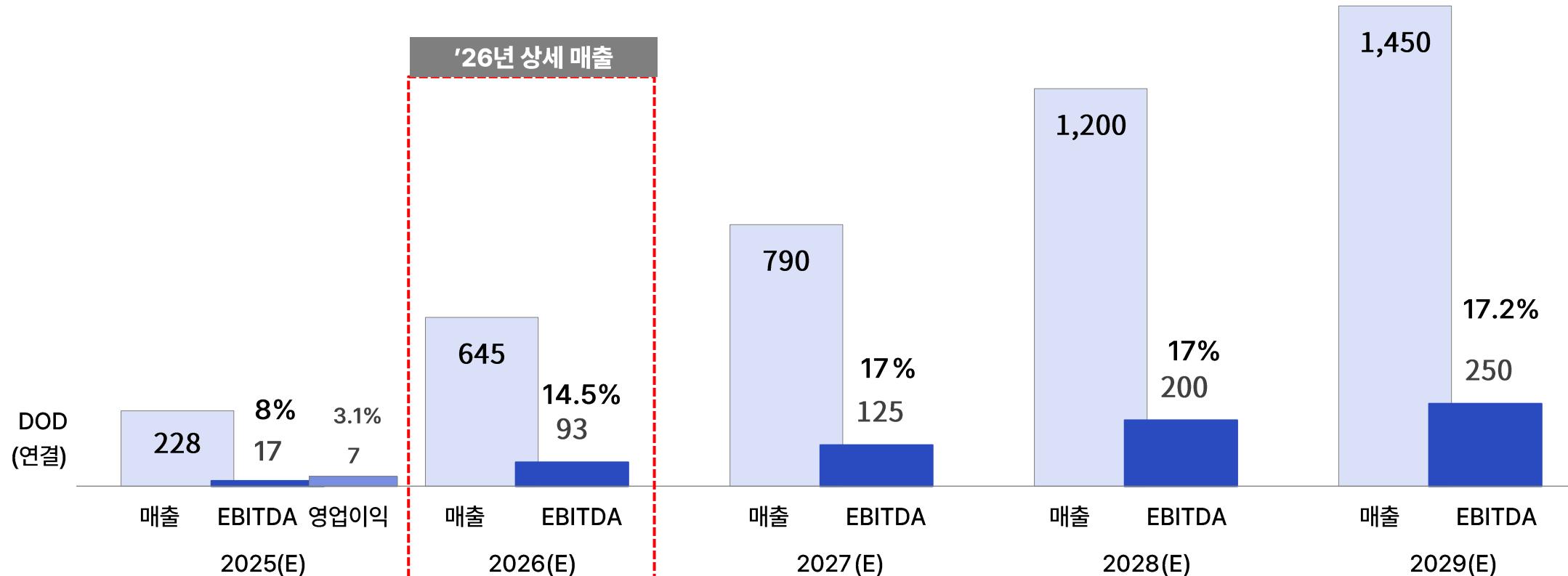


1) '25년 연결 재무제표 – 5개 계열사 포함 (BTOB Company, VYOD, B factory, Set the Stage, DPA), 순이익 기준: 지배회사지분당기순이익

'28년 IPO를 계획하고 있으며, IPO시 DOD의 예상 기업가치는 약 4,000억 ~ 4,300억 수준을 달성²⁾할 것으로 예상함

DOD '25~'29 매출 Projection¹⁾

(단위: 억원)



1) '25년 연결 재무제표 – 6개 계열사 포함 (BTB Company, VOYD, B factory, Set the Stage, DPA)

2) EBITDA 멀티플 18~22배로 산정 (한국 엔터테인먼트 상장 회사 range 적용)

디오디는 기존 KPOP사업·신규 IP사업·드라마 IP를 축으로, 배우 매니지먼트 사업으로 확장을 더해 포트폴리오를 다각화 하여 2026년 총매출 645억 원을 목표로 함

Revenue Breakdown Matrix: 2025-2026 (단위: 억원)

Business Segment	2025 (Forecast)		2026 (Projection)			Total 2026	RWA Capital Deployed (Internal IP / External IP)	
	기존 K-POP(내부/외부IP)	Total 2025	기존 K-POP(내부/외부IP)	신규 K-POP(3개)	드라마		10억 20억	
음원/앨범	23	23	36 (+57%)	12	-	44	10억	20억
공연/투어	80	80	86 (+8%)	51	-	141	65억	120억
MD/제품	40	40	52 (+30%)	18	-	72	15억	-
매니지먼트	45	45	62 (+37%)	25	100 (배우)	187	20억	-
드라마 제작	-	-	-	-	150 (제작)	150	30억	20억
위치컴퍼니	0	0	10	6		16	300억 AUM =Capital Multiplier	
기타 매출	40	40	35			35		
TOTAL	228 억	228 억	281 억 (+23%)	114 억	250 억	645 억	140 억	160 억

1 기존 K-POP 사업 성장

- 25년 신규 유입 IP(이채연, 유다연) 성장 견인
- 음원반 +57%, 매니지먼트 +37% 성장
- 위치컴퍼니 Value Chain 확대 효과

2 신규 K-POP IP 사업 New

- 3개 팀 2~3분기 매출 인식
- 디오디 Full Value Chain 통합 (음원, 공연, MD 등)
- 총 +114억 신규 매출 기여

3 드라마/배우 사업 진입

- 드라마 제작 150억 + 배우 매니지먼트 100억
- 신규 사업 영역 확장을 통한 포트폴리오 다각화

디오디는 IP 영입 및 부가사업 확장, STO 금융화 및 엔터테크 고성장을 기반으로 2028년 상반기 IPO를 목표로 하며, 기업가치를 약 4,000억~4,300억(EV 기준)으로 전망

추진 및 타이밍 선정 배경

- 1 대규모 성장의 투자 기반
- 2 지배구조 안정/투명화
- 3 회수 구조 명확화

K-Culture 기반 IP 확장, 글로벌 공연 플랫폼, STO 기반 IP-Fan 투자 시장 확대 등 성장 가속화에 필요한 기반 마련

'28년 IPO 시기 적정성

2025-2027 → 2028(성장성 + 안정성) →

- IP 라인업 확장
- 아티스트 라인업 구축
- 글로벌 투어 안정화
- STO구조 확립

'27년 성장률, EBITA 100억 수준 예상

- 엔터/콘텐츠 플랫폼에서 중요한 '성장률과 흑자 안정성' 달성**
- 멀티레이블 (남녀 아이돌, 락밴드 등 음악장르 다양화)
 - IP부가사업 글로벌화 / 글로벌 공연 매출
 - STO의 ARR수익 확립

28FY 매출 1,000억 / EBITA 200억 도달*
(EV/EBITA 20~22배 멀티플 적용 기반 마련)

1) * IB.VC 기준 IPO 적정 시점

'28년 기준 IPO 기업가치 산정

밸류에이션 멀티플 비교 분석

- 국내 주요 엔터/콘텐츠 상장사는 IP 보유력, 아티스트 영향력, 글로벌 매출 비중에 따라 EV/EBITDA 18~22배의 멀티플로 적용.
- 디오디는 STO를 비롯 NFT/블록체인 등 적용 시 추가 멀티플 상단 밸류로 진행될 가능성 높음

멀티플	EV(억)
20배	3,900
21배	4,095
22배	4,290

예상 IPO 기업가치

4,000억
~ 4,300억

Pre-IPO 투자자에게 연평균 25% 이상 IRR을 기대할 수 있는 구간

IPO 공모 구조 원칙 및 전략/로드맵

→ 신주 중심 구조를 기반, 필요 시 전략적 구주매출을 포함하는 혼합 구조 선택

1 2025-2026년

- IPO를 위한 구조적 기반(회계·법무·사업) 셋팅
- Pre-IPO 투자자 유치를 통해 시장검증

2 2027년

- 주관사 선정 → 실사 대응 → IR 스토리 패키징 → 연결·SPC 구조 완성

3 2028년

- 예비심사 → 수요예측 → 상장 완료까지 실제 IPO를 실행하는 시기

공모 시나리오

IPO 밸류 (중간값)	4,100억
공모 규모	600억
희석률	약 12~13%

희석률 10~13%는 국내 엔터·콘텐츠 IPO 중 가장 안정적인 수준으로서, 기관투자자와 Pre-IPO 투자자 모두 선호하는 구조로 진행



Full-Spectrum Global Entertainment Group

CONTACT US

CEO

이민형

E-mail

min.lee@dayonedream.com

Cell

+82-10-5224-7777

Address

6F, 17, Bongeunsa-ro 51-gil, Gangnam-gu, Seoul

