

팬더스트리의 등장과 팬플랫폼의 진화

KDB미래전략연구소 산업기술리서치센터
신 유 영 (shinyy@kdb.co.kr)

- ◆ 팬덤이 소비자 구매력에 미치는 영향이 커짐에 따라 팬덤을 기반으로 한 산업, 즉 팬더스트리가 주목받고 있음. 대표적으로 강한 팬덤을 기반으로 한 K-POP 음반시장 성장세가 뚜렷함
- ◆ 최근 대형 기획사 중심으로 디지털 기술을 기반으로 한 새로운 형태의 팬플랫폼이 탄생함에 따라 팬덤 소비를 더욱 활성화 하고, 팬더스트리의 성장을 견인할 것으로 전망

□ 팬더스트리란, 팬(Fan)과 인더스트리(Industry)의 합성어로, 팬덤을 기반으로 한 산업을 의미하며, 팬덤의 영향력이 커짐에 따라 주목받기 시작함

- 팬더스트리의 대표적 분야는 음악시장으로, 2020년도 국내 음악시장은 K-POP의 팬덤에 힘입어 전년대비 약 45% 성장하여, 세계에서 가장 높은 성장률을 보임*

* IFPI(2021), Global Music Report 2020

- 특히 스트리밍 음원 매출 비중이 증가하고 실물 음반 판매량은 감소하는 글로벌 트렌드를 거슬러, 국내 실물(CD)판매량은 오히려 작년대비 크게 증가하며 2020년 처음으로 미국시장을 역전*

* 가온차트, gaonchart.co.kr

글로벌 및 국내 음악시장 규모 추이



자료 : IFPI

(단위: 억달러)

한국 및 미국 CD 음반판매량 추이



자료 : IFPI, 가온차트

(단위: 만장)

- 이처럼 강한 팬덤은 소비자의 구매력에 상당한 영향력을 행사하며, 이를 기반으로 한 팬더스트리의 규모*도 상당히 클 것으로 예상

* 빅히트엔터테인먼트(2020)는 2020년 팬더스트리 규모가 약 7.9조원에 육박할 것이라고 발표

□ 소통형 팬플랫폼의 진화와 함께 팬더스트리의 경제적 영향력은 더욱 상승할 것으로 예상

○ 최근 팬데믹 장기화를 거치며 오프라인으로 충족되지 못하는 팬덤이 온라인으로 집중되면서, 팬덤 소비에 있어 온라인 실시간 소통, 가상콘텐츠 소비 수요 등이 증가

- 이런 수요를 바탕으로 최근 대형 기획사 등을 중심으로 디지털 기술 기반 소통형 팬플랫폼이 등장했으며, 빠르게 규모 키워가는 중*

* 대표적으로 BTS소속사인 하이브는 2019년 자체 팬플랫폼인 '위버스'를 출시하여 출시 1년만에 매출 약 2천억원 달성

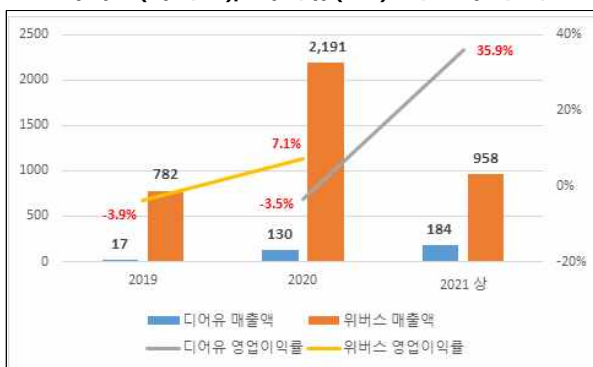
국내 주요 팬플랫폼 현황

(단위 : 십억달러)

	위버스	디어유(리슨)	유니버스
제작사	하이브	SM	NC소프트
출시일	2019년6월	2020년2월	2021년1월
이용자 수	MAU 530만명 (2Q2021)	유료구독자수 120만명 (2Q2021)	MAU 330만명 (2Q2021)
소속 아티스트	BTS, 선미 등 국내외 가수 24팀	SM, JYP 등 13개 소속사 150여명 아티스트	몬스타엑스, 오마이걸 등 국내 아이돌 18팀
특징적 서비스	팬-아티스트 네트워킹 오리지널 콘텐츠 제공	스타 프라이빗 메시지 공식 팬클럽 활동지원	온라인 콘서트, 팬파티

자료 : 각사자료, 언론 보도내용 취합

위버스(하이브), 디어유(SM) 매출액 추이



자료 : 각사 자료

(단위: 억원) 자료 : NC소프트

유니버스(NC소프트) 온라인 라이브 콘서트

○ 팬플랫폼은 메타버스, 블록체인 기술 등을 활용한 다양한 수익모델*을 추가하며 팬덤소비의 구심점으로 자리잡고 있으며, 오프라인에 한정되어 있던 팬덤소비를 실시간으로, 공간 제약없이 가능하게 해줌에 따라 팬더스트리의 가치를 더욱 증대시킬 것으로 예상

* (위버스) 두나무와의 협업을 통해 스타 콘텐츠를 상품으로 하는 NFT 신규사업 추진 중

KDB산업은행 미래전략연구소

Weekly KDB Report | 2022. 2. 22 2