# YG ENTERTAINMENT

2026.11.09

**3Q26 Earnings Presentation**

# Disclaimer

본 자료는 주식회사 와이지엔터테인먼트(이하 "회사")가 기업설명(IR)을 위하여 작성한 것으로, 정보 제공만을 목적으로 합니다. 본 자료는 회사 증권의 매매·인수에 관한 청약 또는 청약의 권유나 투자권유에 해당하지 않고, 투자자문을 제공하기 위한 것도 아닙니다. 또한 본 자료로 인하여 회사와 본 자료의 이용자 사이 또는 이들과 제3자 사이에 어떠한 계약이나 약정이 성립하지 않으며, 그 밖에 법적 구속력 있는 의무도 발생하지 않습니다.

본 자료에 포함된 정보는 작성 시점 기준으로 회사가 신뢰할 수 있다고 판단하는 자료 및 정보에 근거하여 작성되었으나, 그 정확성, 완전성, 적시성에 대하여 회사는 명시적 또는 묵시적으로 어떠한 보장도 하지 않습니다. 본 자료의 사용 또는 본 자료에 근거한 의사결정과 관련하여 발생하는 손해에 대해 회사는 관련 법령이 허용하는 범위 내에서 책임을 부담하지 않습니다.

본 자료에 포함된 재무정보는 달리 명시되지 않는 한 K-IFRS(한국채택국제회계기준)에 따라 작성된 연결 기준 정보이며, 금액의 단위는 본문에 표시된 단위를 따릅니다. 일부 수치는 반올림으로 인해 합계와 일치하지 않을 수 있습니다. 또한 분기/누적 등 중간(Interim) 재무정보 또는 잠정 수치가 포함된 경우, 해당 정보는 내부 결산에 근거하여 작성되었을 수 있으며 외부감사 및/또는 검토를 거치지 않았을 수 있습니다.

본 자료에는 회사의 사업 전망, 경영 계획, 추정치 및 목표 등 미래전망에 관한 진술(Forward-looking statements)이 포함될 수 있습니다. 이러한 진술은 작성 시점의 가정과 경영진의 판단에 근거한 것으로, 시장 및 경기 상황, 환율, 경쟁 및 규제 환경, 아티스트/콘텐츠 일정, 계약 조건 등 다양한 요인에 따라 실제 결과는 본 자료의 진술과 실질적으로 달라질 수 있습니다. 회사는 관련 법령상 요구되는 경우를 제외하고, 본 자료의 내용 또는 미래전망 진술을 업데이트하거나 수정할 의무를 부담하지 않습니다.

법령상 허용되는 경우를 제외하고 회사의 사전 서면 동의 없이 본 자료의 전부 또는 일부를 복제, 변형, 배포, 인용할 수 없습니다.
본 자료에 포함된 저작권 및 기타 지식재산권은 회사 또는 정당한 권리자에게 귀속됩니다.

# Contents


01 Next YG

02 IP Highlights

03 Financial Highlights

04 Financial Statements

05 ESG Highlights

# 01 Next YG

## IP 성장 기반 확대와 수익화 다변화로 다음 성장 구간 진입

### 포트폴리오 다변화

- 신규 IP 개발로 성장 동력 확보 및 포트폴리오 다변화
- 저연차 IP가 성장을 주도
  메가 IP가 실적을 뒷받침하며 안정적 성장 실현

### 내부 시스템 효율화

- 인하우스 중심 제작 역량 강화와
  아티스트별 전담 조직 구축을 통한 일정 정례화
- 예측 가능한 실적 구조와 지속가능한 기반 확립

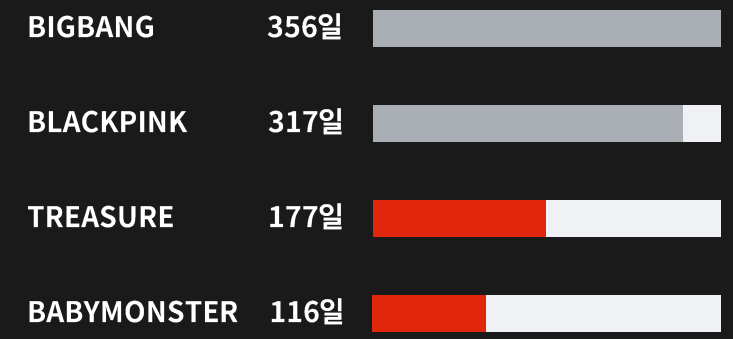
### 간접 매출 강화

- 비활동기에도 수익 창출이 가능한 IP Biz 확대 및
  음원·IP 활용 사업 다각화
- 아티스트 직접 활동 없이도 지역 및 사업 영역 확장

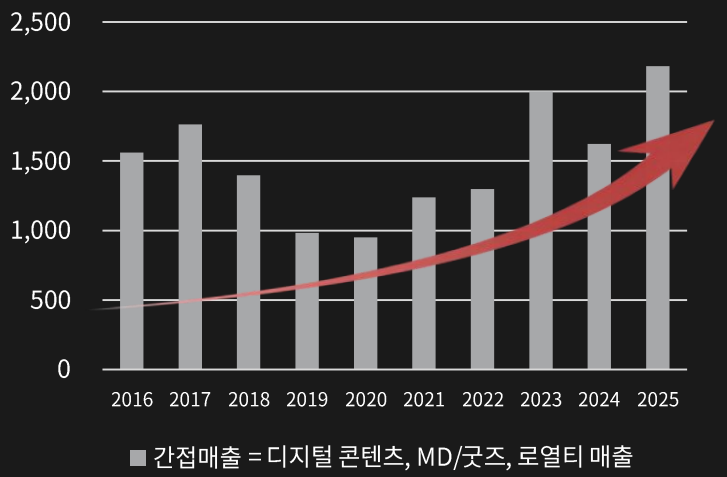
**아티스트 포트폴리오**

| | |
|---|---|
| BIGBANG | XX : COSMOS 월드 투어 진행 중 |
| BLACKPINK | DEADLINE 월드 투어 성료 |
| TREASURE | NEW WAV : LIVE 팬 콘서트 성료 |
| BABYMONSTER | 춤 (CHOOM) 월드 투어 진행 중 |
| NEXT BOY, GIRL | TBA |

**평균 음반/음원 발매 주기 단축**




**간접매출 확대**(Unit: KRW 100 million)



# 02 IP Highlights (BABYMONSTER)

**첫 월드 투어에서 첫 돔 투어로 글로벌 IP 성장 본격화**

## - 저연차 IP의 빠른 글로벌 투어 성장

데뷔 초기부터 글로벌 투어 규모를 빠르게 확대

**BABYMONSTER** — Year 1

| 투어 도시 | 공연 회차 |
|---|---|
| 20개 도시 | 32회차 |

**BLACKPINK** — Year 3

| 투어 도시 | 공연 회차 |
|---|---|
| 27개 도시 | 36회차 |

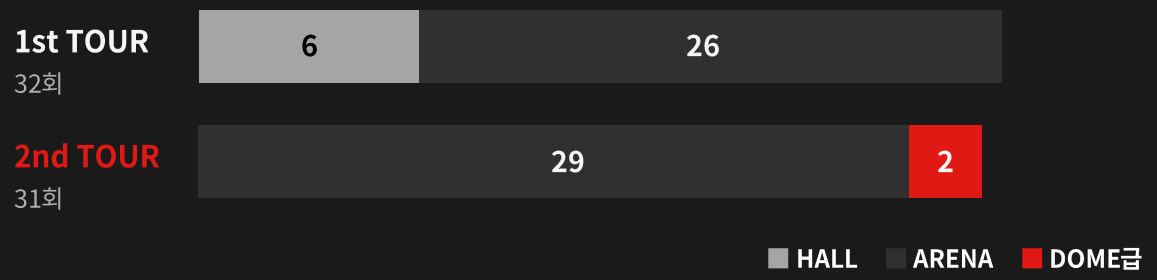
## - 글로벌 권역 확대

오세아니아 · 유럽 · 남미 신규 진입으로 3개 권역 → 6개 권역

| | | | |
|---|---|---|---|
| 1st TOUR | 북미 | 일본 | 아시아 |
| 2nd TOUR | 북미 | 일본 | 아시아 |
| | 오세아니아 | 유럽 | 남미 |

## - Venue Scale-up

데뷔 2년 만에 돔 공연 입성

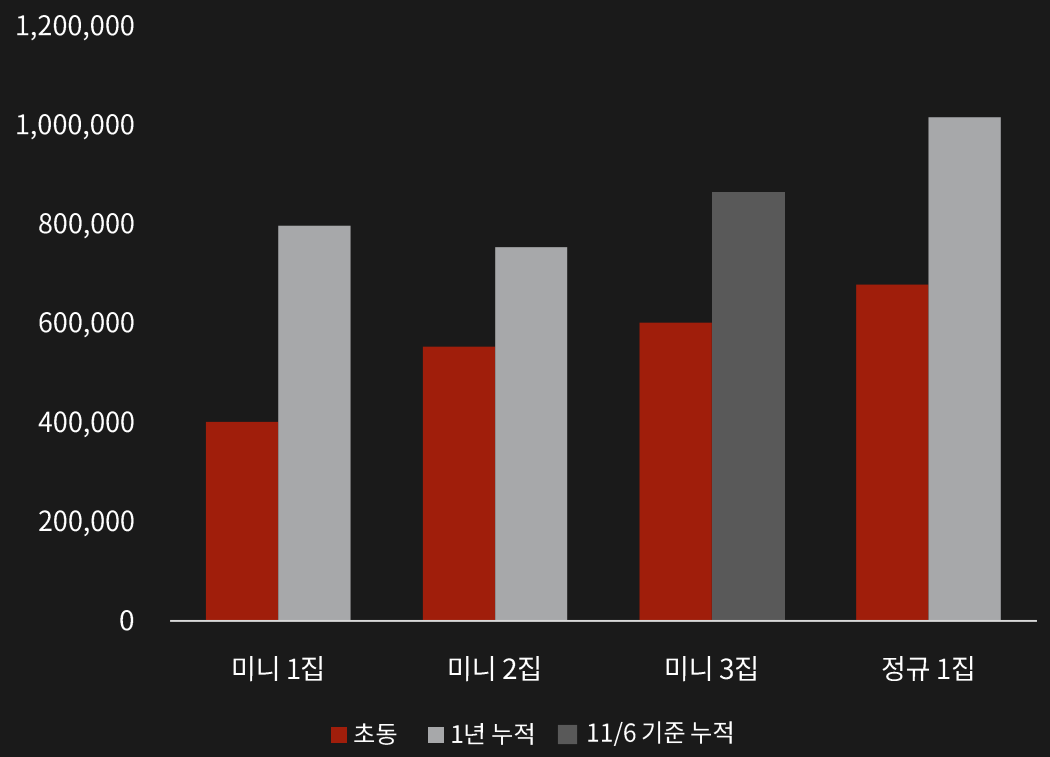


# 02 IP Highlights (BABYMONSTER)

## 글로벌 디지털 지표 확대

### - 밀리언셀러 달성

견조한 팬덤 기반으로 앨범별 판매 규모 유지




※ 미니 3집 11.06 기준 누적 집계 반영

### - 음원 · 디지털콘텐츠의 글로벌 확산

| YouTube 누적 | 100M+ 콘텐츠 | YouTube 구독자 |
|---|---|---|
| 100억 View+ | 19편 | 1,360만 |

**K-POP 걸그룹 YouTube 구독자 TOP 3**

**누적 100억뷰 · K-POP 걸그룹 역대 최단기간 돌파**

**PLATFORM PERFORMANCE**

| Spotify | | Instagram | TikTok |
|---|---|---|---|
| Monthly Listeners | Followers | Followers | Followers |
| 808만 | 936만 | 1,049만 | 1,450만 |

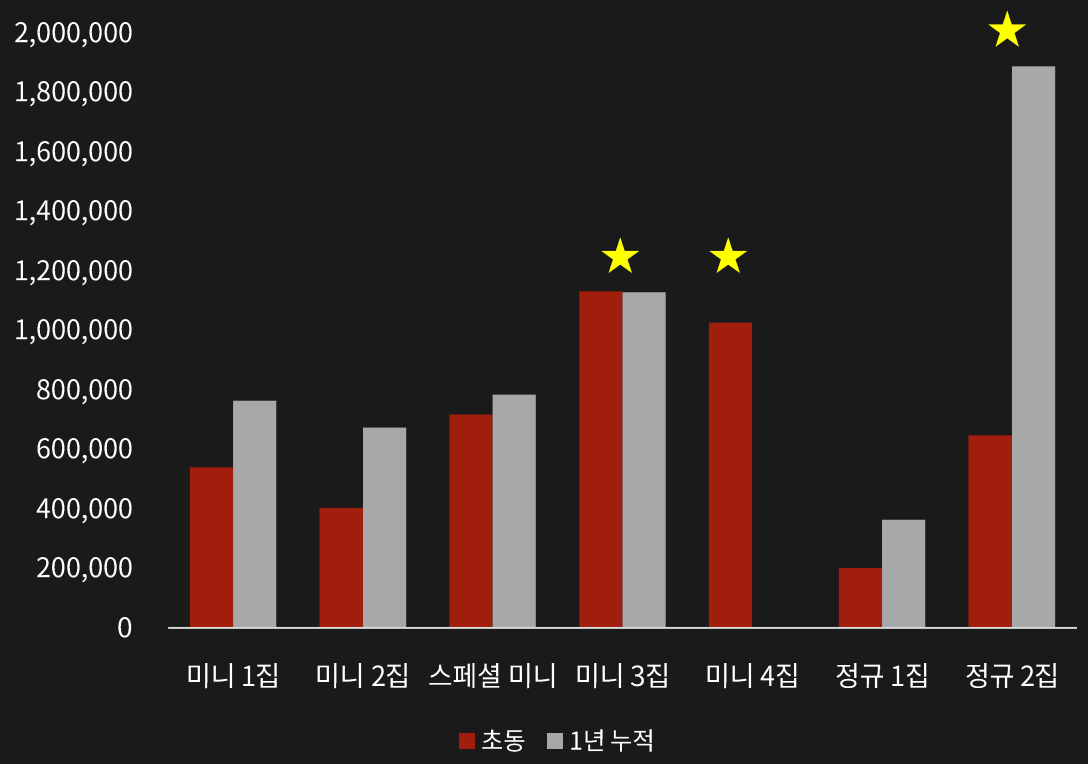
※ 2026.11.06 기준

# 02 IP Highlights (TREASURE)

## 코어 팬덤과 공연형 아티스트 성장을 기반으로 글로벌 확장

### - 견조한 코어 팬덤 유지

초동 판매량 100만 장(★) 연속 돌파로 견조한 팬덤 기반 확인




※ 정규 2집 써클차트 기준 초동 판매량: 171만 8517장

### - 일본 내 150만 관객 동원, 공연형 아티스트 성장 기반 확립

**일본 단독 공연 누적 관객**
**150만 명+**
2026년 9월 돌파

**2026 NEW WAV : LIVE**
**7개 도시 · 17회**
약 24만 명

TOUR TRACK RECORD

**REBOOT**
**13개 도시 · 30회**
약 45만 명

**PULSE ON**
**14개 도시 · 27회**
KSPO DOME · 교세라 돔

**NEW WAV : LIVE**
**10개 도시 · 22회**
일본 → 홍콩 · 가오슝

NEXT
**공연 중심 성장 기반 → 2027년 글로벌 Venue Scale-up**

# 02 IP Highlights (MEGA IP)

## 메가 IP의 전략적 활용을 통한 안정적인 수익 기반 확보



### BIGBANG

2026–2027 WORLD TOUR <XX : COSMOS>

**공개 공연 전 회차 DOME · STADIUM 규모**

| GLOBAL | SHOWS | VENUE |
|---|---|---|
| 19개 도시 | 39회 | 100% |
| 북미 · 유럽 · 아시아 · 오세아니아 | 2026–2027 WORLD TOUR | DOME / STADIUM급 |

VENUE MIX

DOME 13 | STADIUM급 26



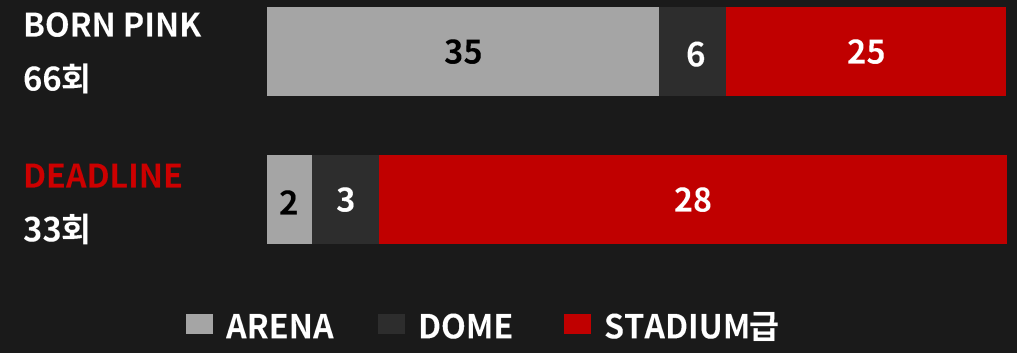
### BLACKPINK

DEADLINE (vs. BORN PINK)

**회당 모객 규모 확대**

**66회 → 33회**

투어 대형화로 회당 모객 규모 확대




**글로벌 수요 기반 대규모 투어 전개**

공연 규모 확대를 기반으로 공연·MD 등 실적 기여

# 03 Financial Highlights

## 3Q26 매출 1,567억원(YoY -9%) · 영업이익 135억원(YoY -57%)

| Unit: KRW 100 million | 3Q25 | 2Q26 | 3Q26 | YoY | QoQ |
|---|---|---|---|---|---|
| **Revenue** | **1,731** | **1,278** | **1,567** | **-9%** | **23%** |
| Album/DVD | 118 | 193 | 32 | -73% | -84% |
| Digital Content | 202 | 233 | 191 | -6% | -18% |
| Merch | 281 | 282 | 406 | 44% | 44% |
| Concerts | 508 | 94 | 439 | -14% | 368% |
| Advertising | 92 | 39 | 40 | -56% | 4% |
| Royalties | 163 | 34 | 153 | -6% | 347% |
| Appearances | 45 | 18 | 15 | -66% | -15% |
| Music Service | 212 | 231 | 181 | -15% | -22% |
| Others | 110 | 155 | 111 | 1% | -28% |
| COGS & SG&A | 1,496 | 1,179 | 1,444 | -3% | 22% |
| Other Operating Income | 76 | 11 | 11 | -85% | 0% |
| **Operating Profit** | **311** | **110** | **135** | **-57%** | **23%** |
| *Operating Profit Margin* | *18.0%* | *8.6%* | *8.6%* | *-9.4%p* | *0.0%p* |
| **Net Profit** | **244** | **75** | **64** | **-74%** | **-15%** |
| *Net Profit Margin* | *14.1%* | *5.9%* | *4.1%* | *-10.0%p* | *-1.8%p* |

※Other Operating Income = 연결 기준 · 기타영업수익-기타영업비용

### 3Q26 Key Drivers

**콘서트 매출 YoY -14%, MD/굿즈 매출 YoY +44% 기록**

전년 동기 높은 기저 효과로 콘서트 매출은 감소하였으나,
IP Biz. 확대 및 MD 수요 증가에 힘입어 MD/굿즈 매출은 큰 폭 성장

- TREASURE THE STAGE 2026 NEW WAV : LIVE 19회 진행
- BABYMONSTER WORLD TOUR 춤 (CHOOM) 14회 진행
- BIGBANG WORLD TOUR <XX : COSMOS> 8회 진행

**기타영업손익 감소 영향 · 비용 증가로 이익률 개선 제한**

- 기타영업손익 전년 동기 대비 감소로 영업이익에 영향
- 빅뱅 투어 및 MD 직접 운영에 따른 수수료와 베뉴 비용 증가
- 자회사의 채권 평가에 따른 대손비용 발생

**4Q26 BABYMONSTER · BIGBANG 월드투어 진행 中**

- BABYMONSTER WORLD TOUR 춤(CHOOM) 11/31회 진행
- BIGBANG WORLD TOUR <XX : COSMOS> 24/39회 진행

# 03 Financial Highlights

## 주요 투어 제작비 투입으로 원가율 상승, 자회사 판매수수료 확대로 영업이익률 전분기 유지

| COGS / COGS Ratio | Product COGS Ratio | Concert COGS Ratio | SG&A / SG&A Ratio |
|---|---|---|---|
| 1,067억원 · 68% | 61% | 85% | 377억원 · 24% |

### Breakdown (Cost of Goods Sold)

| Unit: KRW 100 million | 3Q25 | 4Q25 | 1Q26 | 2Q26 | 3Q26 | YoY | QoQ |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Cost of Goods Sold | 1,160 | 1,140 | 972 | 816 | 1,067 | -8% | 31% |
| *COGS Ratio* | *67%* | *66%* | *66%* | *64%* | *68%* | *+1%p* | *+4%p* |
| Product | 332 | 347 | 408 | 414 | 381 | 15% | -8% |
| *COGS Ratio* | *55%* | *66%* | *62%* | *58%* | *61%* | *+5%p* | *+2%p* |
| Music Service | 193 | 178 | 175 | 202 | 158 | -18% | -22% |
| *COGS Ratio* | *91%* | *83%* | *85%* | *88%* | *87%* | *-3%p* | *0%p* |
| Concert | 405 | 405 | 224 | 67 | 373 | -8% | 455% |
| *COGS Ratio* | *80%* | *68%* | *73%* | *72%* | *85%* | *+5%p* | *+13%p* |
| Service | 230 | 210 | 165 | 133 | 155 | -33% | 17% |
| *COGS Ratio* | *56%* | *55%* | *54%* | *54%* | *49%* | *-8%p* | *-5%p* |

### Breakdown (SG&A Expenses)

| Unit: KRW 100 million | 3Q25 | 4Q25 | 1Q26 | 2Q26 | 3Q26 | YoY | QoQ |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| SG&A Expenses | 336 | 418 | 319 | 363 | 377 | 12% | 4% |
| *SG&A Ratio* | *19%* | *24%* | *22%* | *28%* | *24%* | *+5%p* | *-4%p* |
| Labor Costs | 134 | 195 | 136 | 146 | 158 | 18% | 8% |
| Advertising & Promotion Expenses | 31 | 30 | 13 | 35 | 24 | -23% | -32% |
| Outsourcing & Commission Fees | 55 | 67 | 57 | 51 | 110 | 100% | 115% |
| Depreciation & Amortization | 70 | 69 | 69 | 72 | 52 | -25% | -27% |
| Others | 46 | 58 | 44 | 59 | 33 | -29% | -45% |

# 04 Financial Statements

## Consolidated Statement of Comprehensive Income

| Unit: KRW 100 million | 2023 | 2024 | 2025 | 3Q26 누적 |
|---|---|---|---|---|
| Revenue | 5,692 | 3,649 | 5,454 | 4,316 |
| Cost of Sales | 3,832 | 2,655 | 3,588 | 2,855 |
| Gross Profit | 1,860 | 995 | 1,866 | 1,461 |
| Other Operating Income[1] | 74 | -19 | 192 | 36 |
| SG&A | 1,064 | 1,181 | 1,345 | 1,059 |
| Operating Profit | 869 | -206 | 713 | 438 |
| Profit Before Income Tax | 932 | 288 | 752 | 405 |
| Income Tax Expenses | 155 | 88 | 215 | 168 |
| Loss from discontinued operations | -7 | 0 | 0 | 0 |
| Net Profit | 770 | 200 | 537 | 237 |
| Controlling Interest | 613 | 185 | 369 | 147 |
| Non-controlling Interest | 156 | 15 | 168 | 90 |

## Consolidated Statement of Financial Position

| Unit: KRW 100 million | 2023 | 2024 | 2025 | 2026.09 |
|---|---|---|---|---|
| Current Assets, etc. [2] | 3,476 | 3,029 | 4,462 | 4,633 |
| Non-current Assets | 3,946 | 4,314 | 3,926 | 4,339 |
| Total Assets | 7,422 | 7,343 | 8,388 | 8,972 |
| Current Liabilities, etc. [2] | 1,473 | 1,105 | 1,709 | 2,153 |
| Non-current Liabilities | 97 | 206 | 170 | 151 |
| Total Liabilities | 1,570 | 1,311 | 1,879 | 2,305 |
| Capital Stock | 95 | 95 | 95 | 95 |
| Capital Surplus | 2,265 | 2,267 | 2,267 | 2,267 |
| Other Components of Equity | 175 | 173 | 184 | 187 |
| Accumulated OCI | (30) | 3 | 5 | (28) |
| Retained Earnings | 2,161 | 2,294 | 2,584 | 2,676 |
| Non-controlling Interests | 1,185 | 1,201 | 1,373 | 1,471 |
| Total Equity | 5,852 | 6,033 | 6,508 | 6,667 |

※ 연결 기준 · [1] 기타영업수익–기타영업비용 · [2] 2023년 유동자산·유동부채 등에 매각예정 처분집단 포함

# 05 ESG Highlights

## ESG 주요 성과

INDUSTRY FIRST | 공연 ESG

### 지속가능공연 고도화

지속가능공연 체계 고도화 및 정보 공개

**YG 개발 7대 프레임워크 적용 공연 및**
**온실가스 산정 공연 국내외 확대**

**누적 19회**

---

**K-POP 최초 지속가능공연보고서**

**2차 발간**

2024년 3월 · 2026년 5월

---

**공연장 베뉴 스탠다드 개발 및 베뉴 협력 강화**
**(4개 영역·50개 항목)**

*7대 프레임워크: 온실가스 관리, 공연 접근성 향상, 팬 인게이지먼트, 콘텐츠 영향력 제고, 공연장 안전관리, 공연의 환경오염 저감, 지속가능공연 거버넌스

ENVIRONMENT · CLIMATE ACTION

### 100% RE100 달성 기후변화 대응 및 2040 탄소중립 이행

종속회사(YGP, YGJ) 대상 온실가스 배출량 산정 범위 확대

25년 주요 사업장 사용 전력 100% 재생에너지 전환 완료

22년 대비 온실가스 77.9% 감축(504 $tCO_2eq$) · CDP 기후변화 B등급

GOVERNANCE

### 지속가능경영 거버넌스 강화

독립이사 의장 선임 및 대표이사와 의장 분리

ESG위원회 중심 전략 수립 · 독립이사 전문 교육(연 7회)

SOCIAL · RIGHTS

### 엔터테인먼트 특화 인권경영 체계 구축

아티스트·연습생 등 주요 이해관계자 권익 보호 구체화

청소년 익명 제보 채널 'YG Guardian' 운영

SOCIAL · IMPACT

### 아동·청소년의 문화적 접근성 향상 및 음악을 매개로 한 사회공헌 실천

'YG WITH' 캠페인 기반 나눔 및 임직원·아티스트 공익 실천

지역 문화격차 해소 'PROJECT YOURSIDE'(5,010명 참여)

