

INVESTOR RELATIONS

2021. 9.

KRAFTON

유의사항

주식회사 크래프톤(이하 "크래프톤")의 재무 정보는 한국채택국제회계기준(K-IFRS)에 따라 작성되었으며, 크래프톤 및 종속회사를 포함한 연결 기준 재무제표입니다.

본 자료는 주주 및 투자자 편의를 위하여 외부감사인의 검토가 완료되지 않은 상태에서 작성되었으며, 이에 본 자료에 포함된 경영 실적 및 재무 정보는 외부감사인의 감사 결과에 따라 변경될 수 있습니다.

본 자료의 경영 실적, 재무제표 및 예측을 포함한 정보는 현재 시점을 기준으로 작성되었고, 이에 정보의 정확성과 완벽성에 대해 보장하지 않으며, 회사는 향후 변경되는 새로운 정보나 업데이트 책임을 지지 않습니다.

따라서, 본 자료는 투자자들의 투자 결과에 대하여 어떠한 법적인 목적으로 사용되어서는 아니되며, 크래프톤은 본 자료에서 제공되는 정보에 의거하여 발생하는 투자 결과에 대해 어떠한 책임 또는 손해를 지지 않음을 알려드립니다.

Our Vision

WHY

우리는 게임이 가장 강력한 미디어가 될 것임을 믿습니다.

HOW

독창성, 끊임없는 도전정신, 우리의 기술을 바탕으로

WHAT

독보적인 창작의 결과물 original IP 을 확장하고 재창조 universe 함으로써
팬들이 경험하는 엔터테인먼트의 순간들을 무한히 연결하는
세계 immersive, virtual world 를 만들 것입니다.

우리가 완성할 그곳에서, 모두와 만나겠습니다.

We will meet everyone in the world we are building.

WHO WE ARE

Who We Are

What Made it Possible

The Future We Envision

Financials

Appendix



PUBG BATTLEGROUNDS



IP Owner



Developer



Publisher



Service
Provider



PUBG BATTLEGROUNDS

오픈월드 배틀로얄 장르의 창시자



100명이 다중접속
하는 오픈월드



Free-for-all
1%의 승률



전투와 생존에 기반한
Game of Decisions



Realistic
Gunplay & Sound

Who We Are



PUBG: 선진국 및 신흥국 시장에서 모두 성공한 블록버스터

전세계 174개 서비스 국가 중 90% 이상에서 모바일 다운로드 1위 달성⁽¹⁾

각 지역별 다운로드 1위를 기록한 국가 비중⁽¹⁾





게임의 역사를 새로 쓴 글로벌 메가 IP



1위 PC 게임

글로벌 역대 최대 판매 PC 게임⁽¹⁾
6,700만장 판매
(콘솔 포함 시 7,500만 이상)⁽²⁾



1위 모바일 게임

2020년 전세계 총 매출 순위⁽³⁾
150개+ 국가⁽⁴⁾에서 모바일
다운로드 1위 달성



10억+ 다운로드

2021년 3월 글로벌
누적 다운로드 수⁽⁶⁾

미국 및 중국 시장 동시 1위를 기록한 유일한 게임⁽⁵⁾

Who We Are



GAMES-AS-A-SERVICE

다양한 업데이트와 새로운 맵 출시

Erangel Release 2017 MAR Update 2019 JUL	Miramar Release 2017 DEC Update 2019 OCT
Sanhok Release 2018 JUN Update 2020 JUL	Vikendi Release 2018 DEC Update 2020 APR
Karakin Release 2020 JAN	Paramo Release 2020 OCT
Haven Release 2020 DEC	Taego Release 2021 JUL
Kiki 2021 DEC	

30개 이상의 모드

Platoon	Crash-Carnage
Ghillie	PRO
One-Gun Warrior	

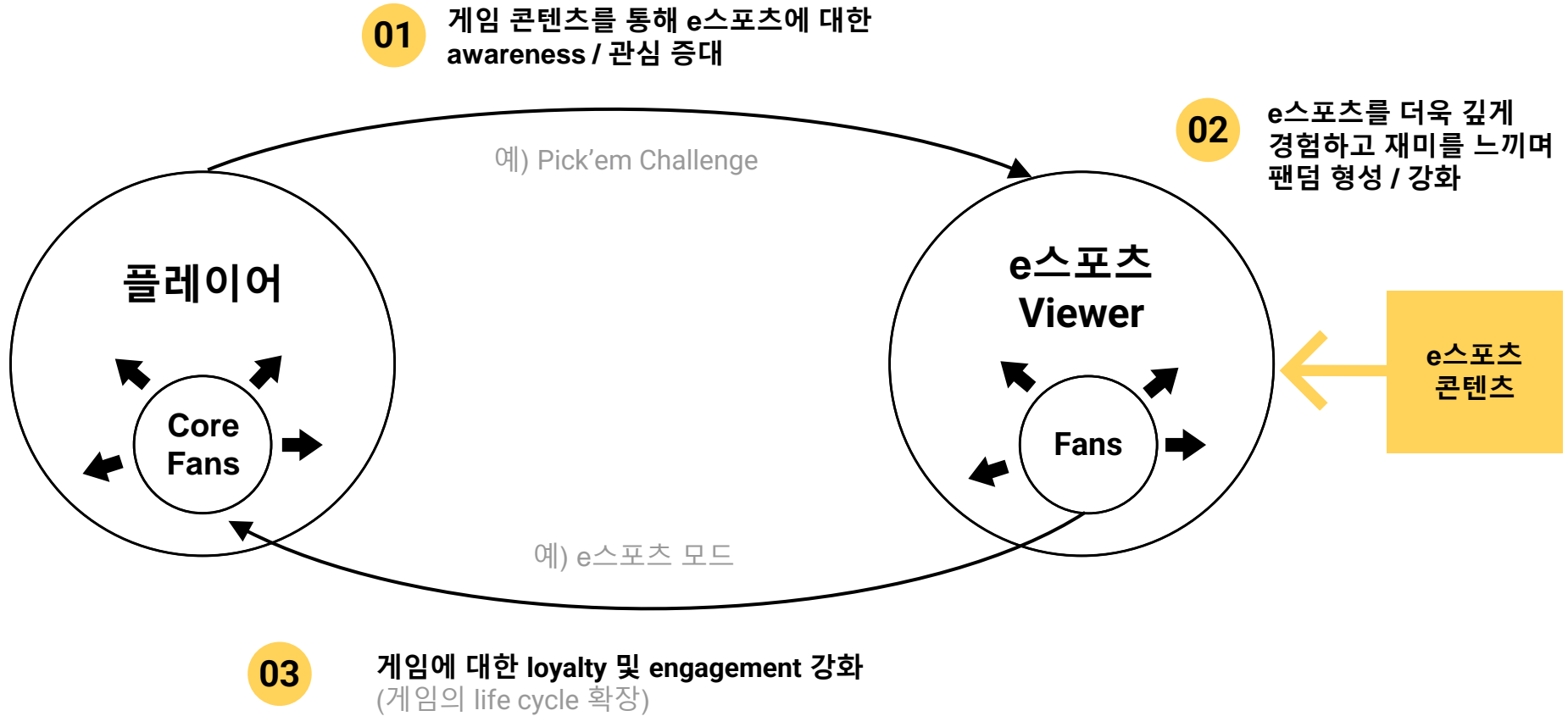
국내외 유명 브랜드와 다양한 콜라보

SWITCH SQUAD PUBG <i>Daddy's Lil Monst</i> PUBG	PUBG BATTLEGROUNDS X BLACKPINK
PUBG BATTLEGROUNDS X KAKAO FRIENDS	SON IS COMING
GROUND ZERO	PUBG UNIVERSE
PUBG BATTLEGROUNDS X HYUNDAI	

Who We Are



뷰어와 플레이어의 선순환을 통해서 게임의 Life Cycle을 확장



Who We Are



배틀그라운드에는 적극적인 투자를 통해 발전을 거듭하며 새로운 형식의 e스포츠를 성공적으로 개척 중

지역 리그



PUBG 주최
첫 공식
e스포츠 대회



PUBG
GLOBAL
CHAMPIONSHIP



PUBG
CONTINENTAL
SERIES 3
NORTH AMERICA



PUBG
CONTINENTAL
SERIES 3
APAC



PUBG
CONTINENTAL
SERIES 3
EUROPE



PUBG
CONTINENTAL
SERIES 3
ASIA



PUBG
CONTINENTAL
SERIES



PUBG
GLOBAL
INVITATIONAL

2017

2018

2019

2020

2021



G-Star



Gamescom



GLL



Faceit



MET

주요 3rd Party 대회

WHAT MADE IT POSSIBLE

Who We Are

What Made it Possible

The Future We Envision

Financials

Appendix

What Made It Possible



끊임없이 새로운 시도를 통해 명작 개발에 집중

2007
설립

PLAYERUNKNOWN'S
BATTLEGROUNDS

2017

40여 명으로 구성된 작은 팀으로 시작하여
배틀로얄이라는 새로운 게임 장르를 개척

PC·콘솔 중심 / 승률 1% Battle Royale
/ 하드코어 gunplay

THE
CALLISTO
PROTOCOL
PUBG

2022 (예정)

서바이벌 호러 장르의
완전히 새로운 기준점을 제시

TERA™

2011

논타겟팅 기반의 전투 시스템으로
MMORPG의 새로운 지평

PUBG
NEW STATE

2021 (예정)

기존 모바일 게임의 한계를 뛰어넘는
새로운 차원의 모바일 슈터

What Made It Possible



지속적인 명작 개발 및 서비스를 위한 협업 체계 강화



퍼블리싱



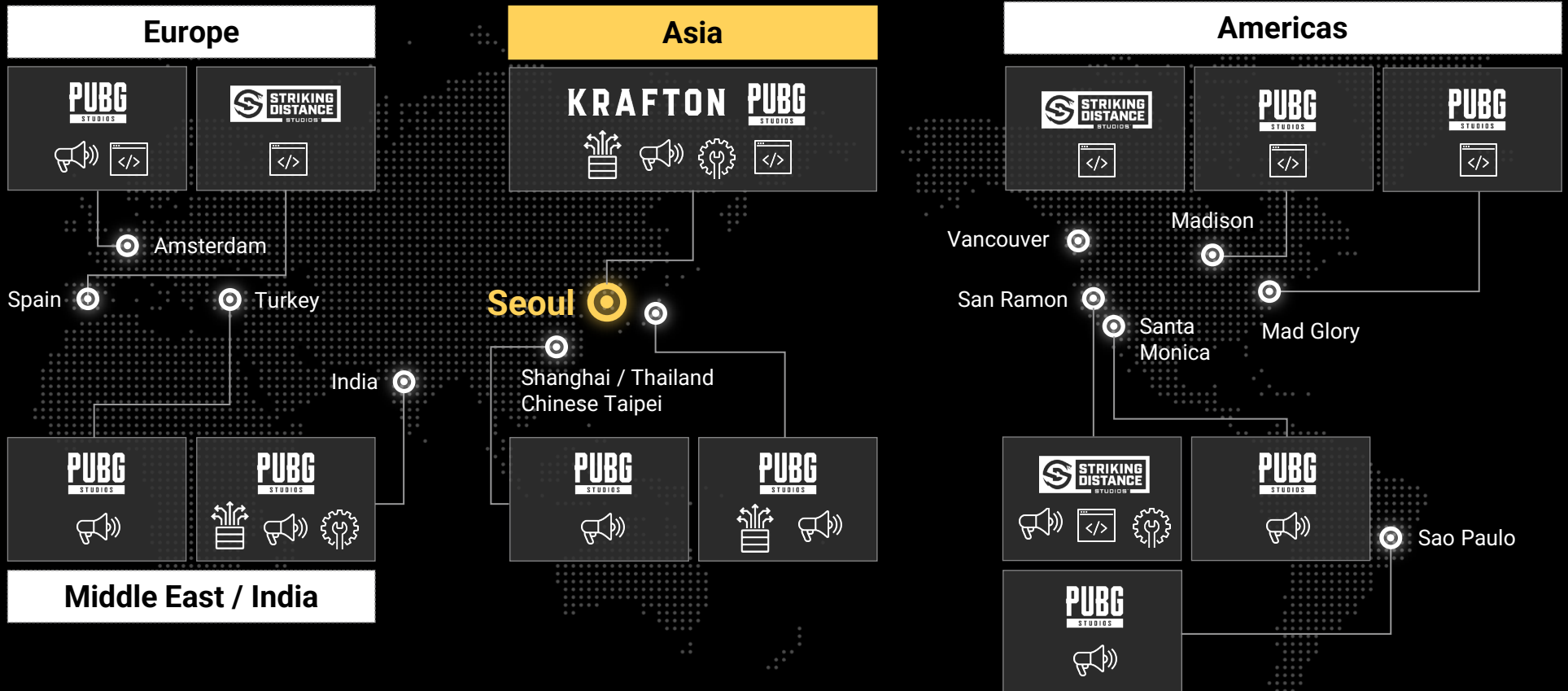
마케팅



개발



Live Ops



What Made It Possible



크래프톤으로 모여드는 글로벌 Creative Talents



GLEN SCHOFIELD

Striking Distance Studios
Chief Executive Officer

CALL OF DUTY **DEAD SPACE**



DAVE CURD

배틀그라운드 Creative Director

PLAYERUNKNOWN'S BATTLEGROUNDS **CALL OF DUTY**



JENNY RYU

크래프톤 디자인 개발 총괄

CALL OF DUTY **THE LORD OF THE RINGS**



STEVE PAPOUTSIS

Striking Distance Studios
Chief Development Officer

DEAD SPACE **BATTLEFIELD HARDLINE**



PAWEL SMOLEWSKI

Thunder Tier One
개발 총괄

PLAYERUNKNOWN'S BATTLEGROUNDS **ARMA**



KEVIN LIN

사외이사 · 전략위원회 위원

twitch

What Made It Possible



또한, 재생산 가능한 Creative Platform 구축을 위해 "인재 중심" 조직 운영



What Made It Possible



다수의 AAA 게임들이 모바일화를 위해 중국 개발사에 의존적인 현 시장 상황에서, 최고 수준의 모바일 게임 개발 역량 보유

그래픽 렌더링

글로벌 일루미네이션

전역 조명 라이팅 기술로 모바일의 한계를 넘은 사실적인 그래픽 구현

오토 인스턴싱 드로우

광활한 오픈월드 맵에서 수십만 개의 오브젝트를 초고속 처리해서 구현

오토 익스포저

주변 밝기 변화에 대한 인간의 '적응시'를 자동 구현 및 조정

그랜드 아틀라스 텍스처링

모바일 기기에 최적화된 텍스처 캐싱으로 처리 효율성 극대화

플랫폼 서버

클라우드 플랫폼 서버 시스템 개발/운영
전세계 수천만 DAU 커버

마이크로 서비스 플랫폼 아키텍처 구현

최신 클라우드 기술 스택으로 병렬처리 / 오토 스케일링

클라우드 양대 산맥인 AWS + Azure 가
조합된 글로벌 서버 구성

데이터 파이프라인 및 분석툴

대용량 게임 데이터 실시간 저장



모바일 CPU & GPU 최적화

캐릭터 멀티 파트 메쉬 런타임 머징

캐릭터 디테일의 병렬 처리로 CPU 부하 최소화

연산량이 많은 다수 캐릭터 이동 로직 병렬

처리로 CPU 부하 최소화

물리 연산 최적화

연산 최적화로 모바일에서 구현 어려웠던 세밀한 물리 표현 구현(유리창 파괴 등)

조작감 최적화

터치스크린 입력 지연시간 최소화

모바일 발열 최적화

실시간 부하 감지 및 최적화

네트워크 동기화 / 최적화

네트워크 리플리케이션 그래프

오브젝트 특성에 따른 업데이트 주기 및 브로드캐스팅 연관성 계산 및 스케일링으로 빠른 동기화 구현

패킷 지연 실시간 대응하는 동기화 및 보관 기법

(이동 & 물리 & 탄도)

네트워크 패킷 압축 알고리즘

보안 패킷 암호화

안티 치트

악성 사용자 적발 및 방지 위한
'다중 안티 치트' 기술 적용

- 코드 암호화 기반 안티 치트
- 해킹 패턴 분석을 통한 해킹 감지
- 로그 분석 및 AI 기반 실시간 해킹 감지

THE FUTURE WE ENVISION

Who We Are

What Made it Possible

The Future We Envision

Financials

Appendix

The Future We Envision



게임 산업은 짧은 역사에도 불구하고, 이미 가장 거대한 엔터테인먼트 산업

주요 엔터테인먼트 시장별 규모 및 성장률 전망



“ *Despite being the youngest of our three sectors (video, music, game), it is now by far the biggest.* ”

- Chief executive of ERA, Kim Bayley ”

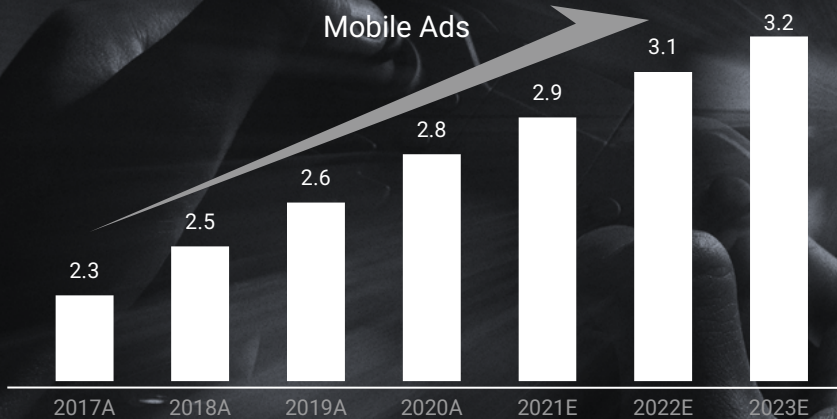
The Future We Envision



게임 전세계 약 28억명이 즐기는 Mainstream 콘텐츠로서, 미디어 산업 내 영향력이 나날이 증대되고 있음

게임은 전세계 28억명이 즐기는 메가 콘텐츠 산업

글로벌 게이머 수 (십억명)⁽¹⁾



모든 플랫폼 (모바일 / PC / 콘솔)에 걸쳐 명확하고 꾸준한 성장세

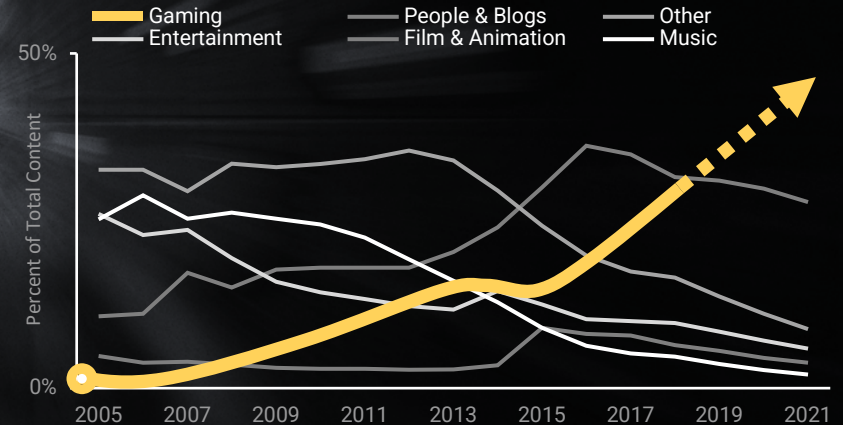
- COVID-19 이후 성장세 가속화 전망

글로벌 엔터테인먼트 산업의 중심인 미국 인구의 약 75%⁽²⁾가 게이머

지속적인 스마트폰 사용률 증가 및 젊은 평균연령층을 보유한 신흥국 시장을 중심으로 더욱 가파른 성장 예상

관심도가 가장 높은 콘텐츠로 자리매김 중

Youtube 사용자의 주요 카테고리별 시청 비중



500억 시간

YouTube 내 연간 게임 콘텐츠 소비 시간

6억 6,500만

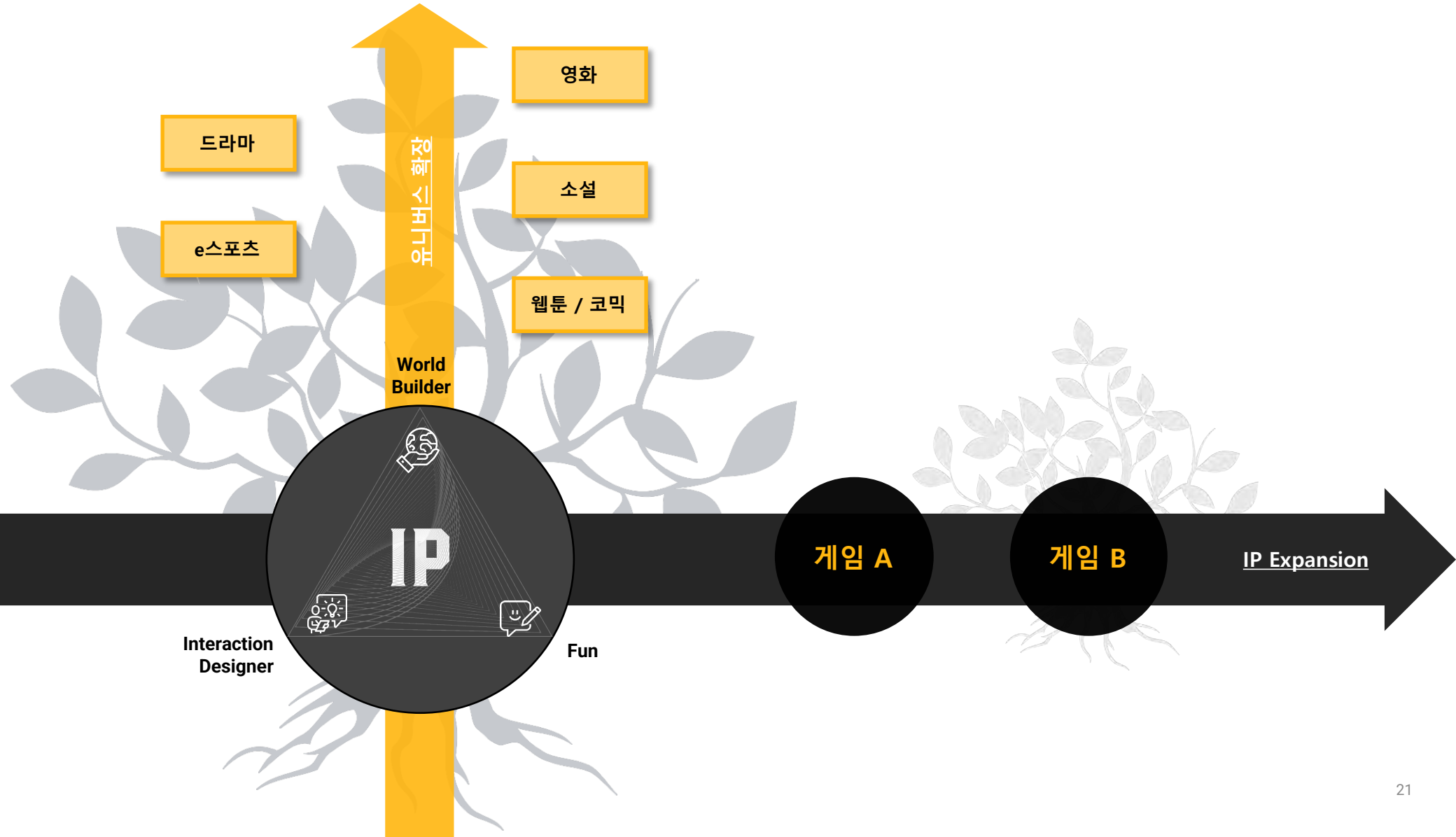
전세계 게임 영상 시청자 수

“ **Gaming has always been the backbone of YouTube since founded** ”
- YouTube's Gaming Director

The Future We Envision



크래프톤은 게임을 중심으로 새로운 IP를 창작하고, 다양한 영역에 걸쳐 universe로 확장 시켜 나가고 있음



The Future We Envision



PUBG라는 게임 IP를 'PUBG Universe'로 확장

PLAYERUNKNOWN'S
BATTLEGROUNDS

2017년
출시

PUBG
NEW STATE

2021년
예정

THE
CALLISTO
PROTOCOL

PUBG
2022년
예정

PUBG
COWBOY

TITAN

PUBG ENTERTAINMENT

“생존”을 테마로 배틀그라운드 밖에서 벌어지는 다양한 스토리를 게임 외적 미디어 / 플랫폼 / 콘텐츠로 확장하며 IP의 잠재력 극대화

웹툰

숏 애니메이션

그래픽 노블

웹툰

웹소설

TV 시리즈

애니메이션

PUBG IP 확장 노력과 더불어, 창의적이고 매력적인 IP에 지속 투자

눈물을 마시는 새

NEW IP

PLAYERUNKNOWN'S
BATTLEGROUNDS

- 2003년 발행 한국형 판타지
- 인간, 레콘, 나가, 도깨비
4종족의 차별화된 스토리
- 강력한 코어팬층 보유

IP를 개발·확장하고, 프랜차이즈화 하는 역량 기반 매력적인 IP에 지속 투자,
새로운 글로벌 메가 IP로 성장 시킬 예정

The Future We Envision



독립 스튜디오는 Creative를 바탕으로 개발에 집중, KRAFTON은 Publishing, Tech, 지속가능한 개발 환경을 제공

독립스튜디오

BLUEHOLE
TERA / ELYON

PUBG
STUDIOS
PUBG / NEW STATE

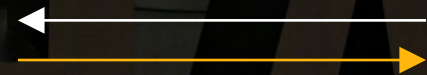
RISEING WINGS
KING SERIES / CASTLE CRAFT

STRIKING DISTANCE
STUDIOS
THE CALLISTO PROTOCOL

Dreamotion
RONIN / ROAD TO VALOR

KRAFTON

- 신규 게임제작, 마일스톤 승인
- 스튜디오별 예산, 인력 계획 승인
- Publisher로서의 역할 수행



독립스튜디오

- 콘텐츠 개발, 게임 운영, publishing 방향성, 예산 배분을 EPD가 결정

KRAFTON

Publishing

Tech (Dev Support)

Studio Management

Incubating System

The Future We Envision



Bottom-up 제작 시스템, 스튜디오별 특성과 환경에 맞추어 차별화한 개발 문화 육성

	Conception / Pre-production	Development	Publishing
	<ul style="list-style-type: none"> 스튜디오별 예산, 인력 운영 계획 승인 		
KRAFTON	<ul style="list-style-type: none"> 신규 프로젝트 Incubation에 적극적으로 관여 - CPO 최종 승인 	<ul style="list-style-type: none"> 피드백 그룹, CPO가 개발 방향성과 production quality를 검토하여, 베타 테스트 / 런칭 여부를 승인 	<ul style="list-style-type: none"> 게임의 런칭부터 라이브 서비스를 위한 Global Publishing 실행
독립 스튜디오	<ul style="list-style-type: none"> Bottom-up 제작 시스템을 통한 신규 프로젝트 발굴 	<ul style="list-style-type: none"> Concept & Discovery → Design & Planning → Vertical Slice → Full Production 과정에 걸쳐 개발하여 마일스톤 리뷰를 거침 	<ul style="list-style-type: none"> 콘텐츠 개발, 게임 운영 / publishing 방향성 및 예산 배분을 EPD가 결정

앞으로 출시될 다양한 게임들을 글로벌 커뮤니티 대상 효과적으로 소개하고 직접 서비스 하기 위한 Publishing 역량 강화

Publishing Tech – 서비스의 기술적 확장

- **Global Publishing Platform**: 다양한 글로벌 플랫폼에서 서비스하기 위한 기반 기술
- **데이터 분석** 역량 강화 (플레이어 / 서비스 / 제품)
- **Marketing Tech** 역량 확보 (CRM 기반 구축)

Marketing

- **Creative와 Community** 중심의 마케팅 역량 강화
- (Publishing Tech를 활용한) **Growth / Digital Marketing**

지역 사업

- **Go-to-market 전략**: 특히 인도와 같은 emerging 시장에 대한 이해 강화 및 지역 네트워크 구축
- 지역 커뮤니티와 소통 및 대세감 강화
- 지역 커뮤니티 needs를 적절히 해석/전달, 파트너 관리

플랫폼

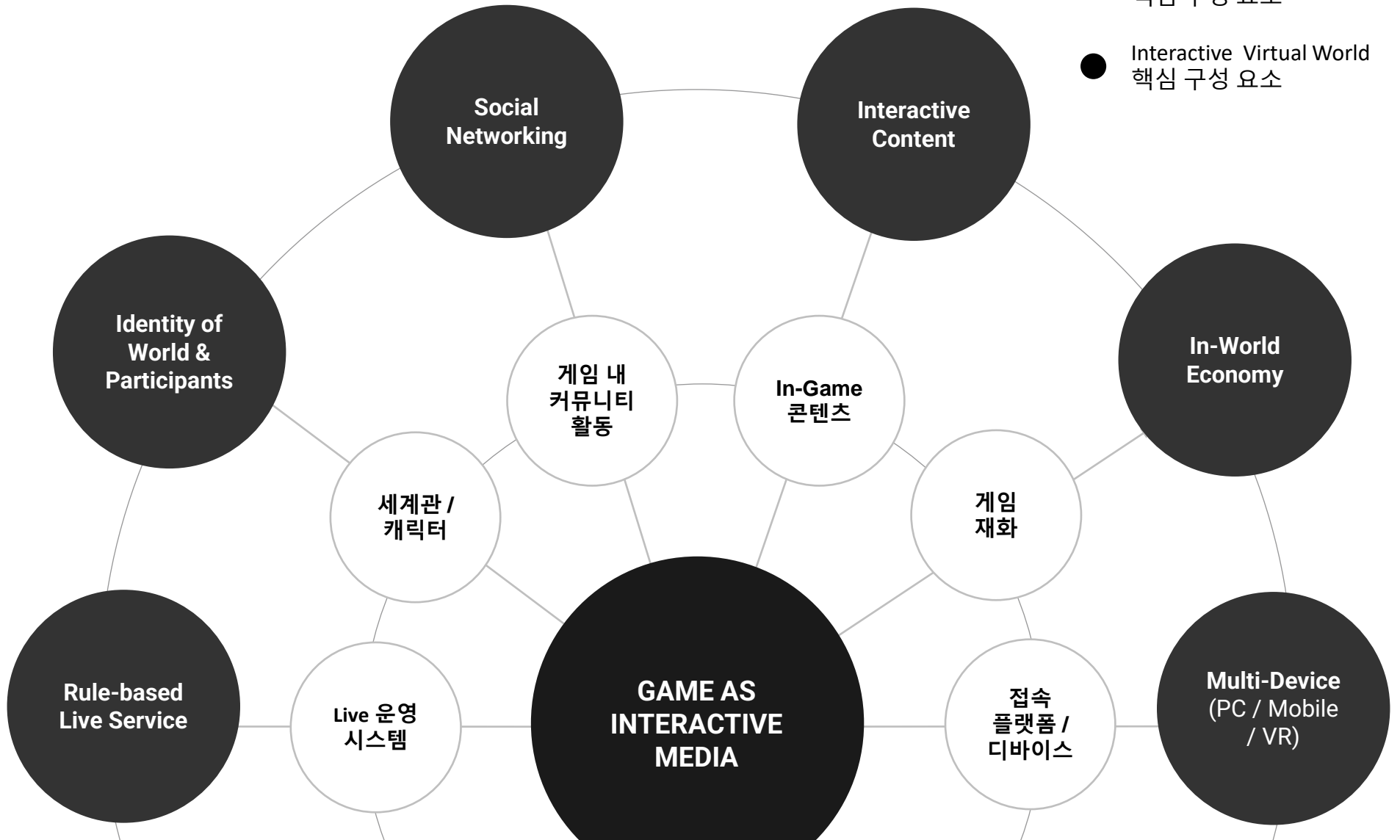
- 기술 진화에 맞추어 선도적인 기술 경쟁력, 콘텐츠 제공 능력 강화
- **Platform Relationship**: 앱스토어, 클라우드, 스트리밍
- 플랫폼 별 최적의 런칭 전략, 운영, Monetization 고도화

The Future We Envision



게임을 확장하면 Interactive Virtual World의 초기 형태

- Game as Interactive Media
핵심 구성 요소
- Interactive Virtual World
핵심 구성 요소



The Future We Envision



Virtual World 도래에 이어, Deep Learning 기술의 발전 및 보급화로
향후 콘텐츠 소비는 폭발적 증가 전망

Virtual World 도래

더욱 익숙해진
가상 공간

가상 공간 내 체류 시간 /
활동량 증가

+

가상 공간 내 콘텐츠
확대 및 강화

Deep Learning

Manual 작업의
자동화

제작 효율성 증대
→ 여가시간 확대

+

Interactive 요소
확대로 몰입감 증대

콘텐츠 소비의
폭발적 증가

The Future We Envision



크래프톤은 Deep Learning 기술 개발을 통해 궁극적으로 Virtual Friend와 같은 더욱 강화된 Interactive Experience를 추구

1 Language Model: GPT-3 (Generative Pre-trained Transformer 3)

- 정제되지 않은 프리 텍스트에도 Human-Like 응답을 생성 가능한 모델
- 막대한 양의 대화 기반으로 자연어 Input을 이해하고 해석하여 적절한 답변을 생성

2 Open Domain Conversation Agent (Chatbot with memory)

- 유저의 자연어를 Language Model Input으로 전달하고, 출력된 Output을 유저에게 대사로 전달
- 특정 주제나 영역에 한정되지 않은 자유로운 대화가 가능



4 유저의 말을 Text로, 혹은 Text를 보이스로 변환

- 단순 변환이 아닌, 세밀한 감정 표현까지 인식하거나 표현 가능
- 보이스를 Cloning하거나, 변주하여 자체 보이스 형성도 가능

3 Computer Vision (Character Animator)

- 사물의 외형이나 모션을 인식하고 자동으로 이미지를 생성하는 기술
- Snapshot 간 연결 동작을 자동으로 주어진 물리법칙에 맞게 생성하거나, 정의된 재질에 맞게 자동으로 표현

FINANCIALS

Who We Are

What Made it Possible

The Future We Envision

Financials

Appendix

2Q21 Highlights and Updates



KEY PERFORMANCE



PUBG IP
Presence

약 **5,900** 만명
글로벌 일간 이용자수⁽¹⁾



배틀그라운드 모바일 인도
누적 이용자수⁽³⁾

약 **5,000** 만명



배틀그라운드: NEW STATE
사전예약수

약 **3,200** 만명⁽²⁾



Games-as-a-Service⁽⁴⁾

콜라보레이션 **6** 개, 모드 **5** 개

MORE THAN NUMBERS



매출 성장률

+7 % YoY



배틀그라운드 PC
In-game ARPU

약 **+80%** QoQ



배틀그라운드 모바일 글로벌
매출 성장률

약 **+30** % QoQ



조정 EBITDA⁽⁵⁾ 마진
수익성

47 %
(+2.0%p YoY)

Note: (1) 글로벌 일간 이용자수는 2021년 2분기 기준 배틀그라운드 모바일, PC, 콘솔, 배틀그라운드 모바일 인도의 평균 DAU 단순 합산 수치, (2) 사전예약자수는 2021년 9월 1일 중국, 베트남, 인도 제외 기준,

(3) 2021년 8월 현재 배틀그라운드 모바일 인도 출시 이후 누적 이용자수 수치, (4) 2021년 2분기 진행한 콜라보레이션 (PC: 엘 솔리타리오, 모바일: 고질라 vs 콩, 맥라렌, 카트라이더 러쉬플러스, KFC, 라인프렌즈), 모드 (PC: POBG, 레이스 모드, 모바일: 고질라 vs. 콩, 타이탄의 습격, 곤충 변신 모드), (5) 조정 EBITDA = EBITDA + 주식보상비용

2분기 실적 요약



매출 4,593억원 (YoY +7.0%, QoQ -0.4%)

차별화된 글로벌 라이브 서비스 역량, In-game 수익화에 힘입어 모바일, PC 게임 모두 견조한 성장 지속

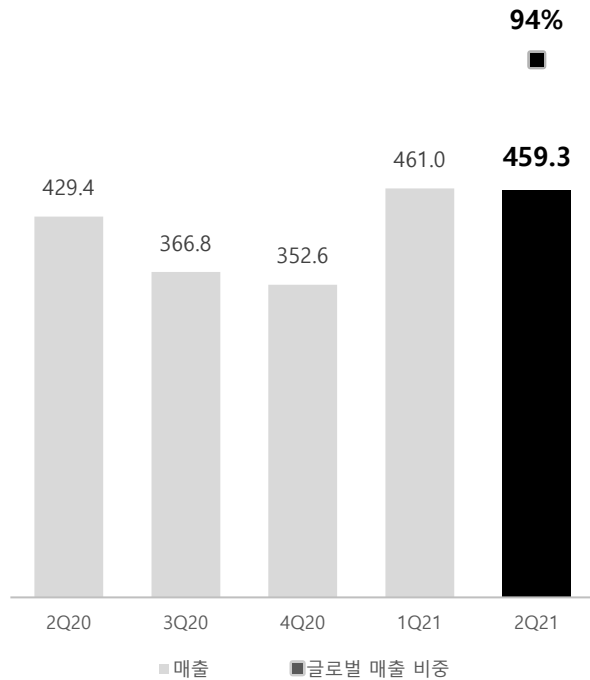
영업이익 1,742억원 (YoY -0.3%, QoQ -23.3%)

높은 기저효과에도 불구하고 지속적인 매출 성장세가 사업의 성장에 따른 비용 증가를 상쇄하며 전년 동기와 유사한 수준의 영업이익 기록

당기순이익 1,413억원 (YoY +16.6%, QoQ -27.2%)

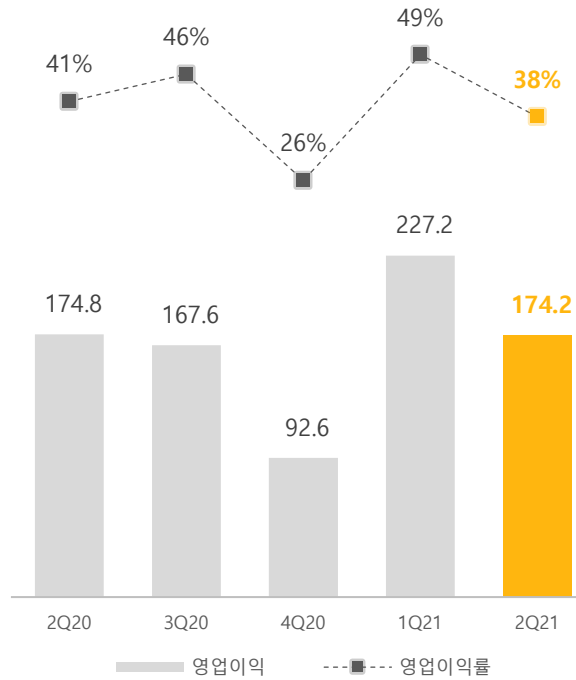
매출

단위: 십억원



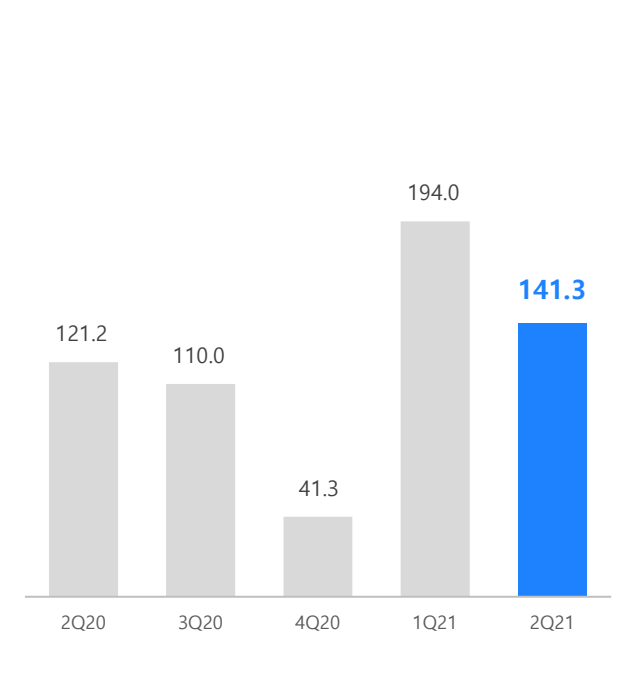
영업이익

단위: 십억원



당기순이익

단위: 십억원



Note: 전기 중 신규 계약에서 발생한 매출 및 관련 비용의 인식 시점과 관련한 회계정책 수립으로 2020년 분기 실적에 소급 적용 발생, 향후 외부감사인의 검토 과정에서 YoY 비교 실적이 변경 될 수 있음

매출 구성



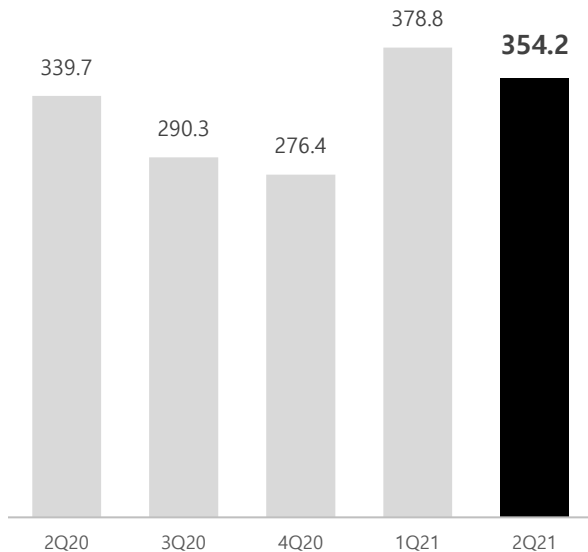
매출 4,593억원 (YoY +7.0%, QoQ -0.4%)

- 모바일 게임 매출액은 전년 동기 대비 4.3% 증가한 3,542억원 기록
다양한 콘텐츠 업데이트와 브랜드 콜라보레이션 등의 BM 고도화에 힘입어 PUBG 모바일은 역대 최대 분기 매출 경신
- PC 게임 매출액은 전년 동기 대비 23.1% 증가한 886억원 기록
PUBG PC는 6월 출시된 성장형 무기 스킨이 큰 호응을 얻으며 과금 유저 확대 견인, In-game ARPU 역대 최고치 기록

모바일

단위: 십억원

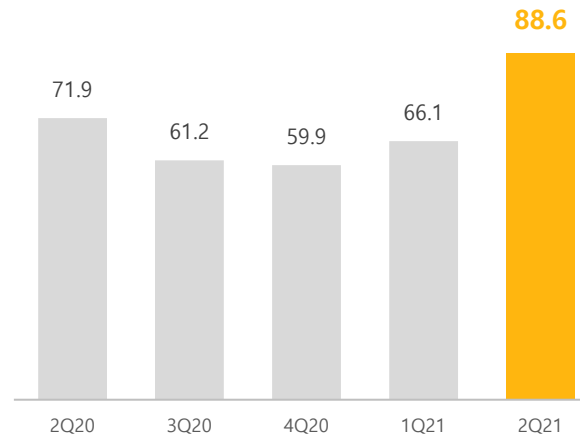
PUBGM, Technology Service 등



PC

단위: 십억원

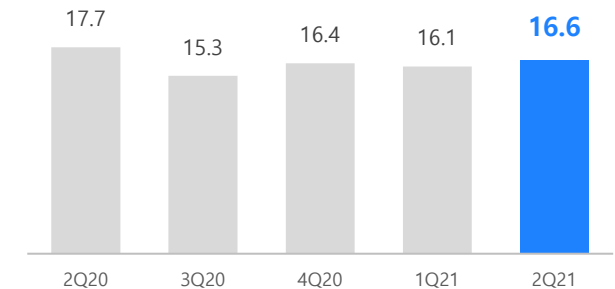
PUBG, 테라, 엘리온



콘솔 / 기타

단위: 십억원

PUBG, 테라, STADIA 등



이익



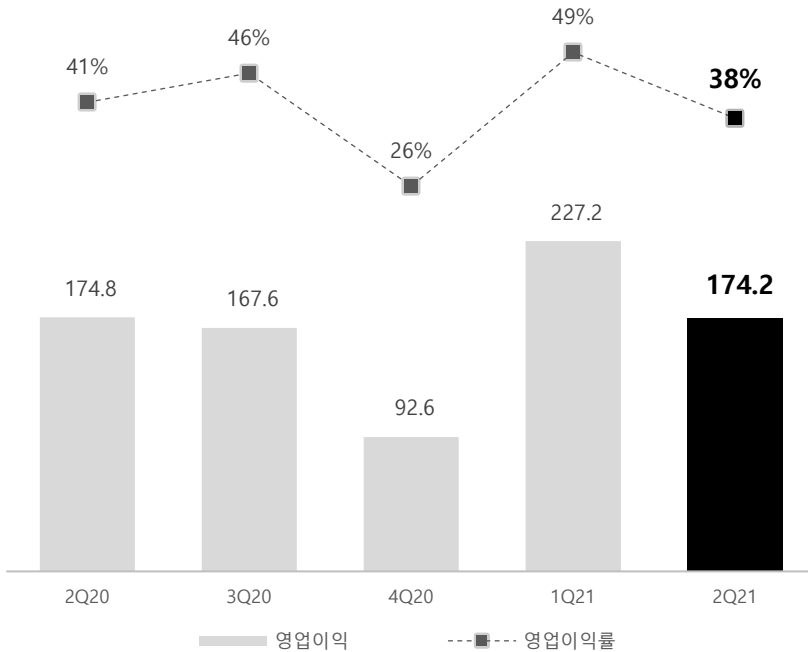
영업이익 **1,742억원** (YoY -0.3%, QoQ -23.3%)

조정 EBITDA **2,182억원** (YoY +11.7%, QoQ -13.5%)

- 조정 EBITDA는 일회성 비용을 포함한 주식보상비용을 반영하여 전년 동기 대비 11.7% 상승, 조정 EBITDA 마진은 47% 기록

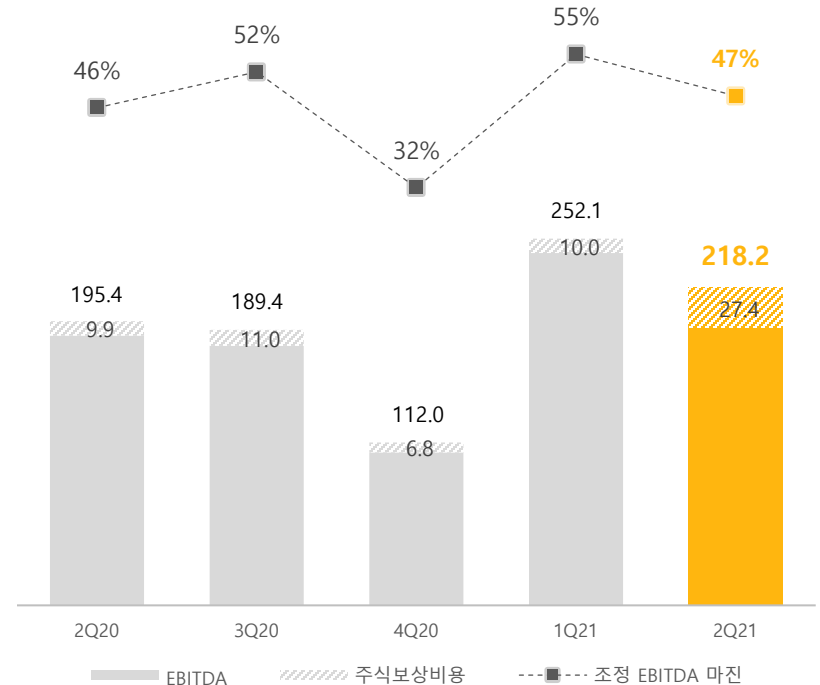
영업이익

단위: 십억원



조정 EBITDA(1)

단위: 십억원



Note: (1) 조정 EBITDA = EBITDA + 주식보상비용

비용 구성



영업비용 **2,852억원** (YoY +12.0%, QoQ +22.0%)

- 인건비는 전년 동기 대비 16.6%, 전분기 대비 14.1% 증가한 739억원 기록
드림모션 인수 등 신규 자회사 편입과 사업의 성장에 따른 인원 증가, 연봉 인상분 반영

- 지급수수료는 전년 동기 대비 21.7%, 전분기 대비 25.2% 증가한 953억원 기록

21년 상반기 e스포츠 대회 (PGL S, PCS4) 개최, 신작 개발에 따른 외주 비용, 배틀그라운드 모바일 인도 Early Access 런칭 관련 서버 비용 반영

(단위: 십억원)	2Q20	3Q20	4Q20	1Q21	2Q21	YoY	QoQ
영업비용	254.6	199.2	260.1	233.8	285.2	12.0%	22.0%
% 매출 대비	59.3%	54.3%	73.7%	50.7%	62.1%	2.8%p	11.4%p
인건비	63.4	61.9	86.7	64.8	73.9	16.6%	14.1%
앱수수료/매출원가 ⁽¹⁾	40.6	40.3	34.2	35.8	40.2	-0.9%	12.3%
지급수수료	78.3	54.8	80.9	76.1	95.3	21.7%	25.2%
마케팅비	9.5	10.2	12.3	7.4	8.0	-16.1%	7.0%
주식보상비용/성과보상인센티브	48.3	16.8	28.3	30.0	46.9	-2.9%	56.6%
기타	14.5	15.2	17.6	19.7	20.9	43.7%	5.9%
영업이익	174.8	167.6	92.6	227.2	174.2	-0.3%	-23.3%
% 마진율	40.7%	45.7%	26.3%	49.3%	37.9%	-2.8%p	-11.4%p
조정 EBITDA⁽²⁾	195.4	189.4	112.0	252.1	218.2	11.7%	-13.5%
% 마진율	45.5%	51.6%	31.8%	54.7%	47.5%	2.0%p	-7.2%p
당기순이익	121.2	110.0	41.3	194.0	141.3	16.6%	-27.2%

Note: (1) 앱수수료/매출원가는 Steam, 마켓수수료 등, (2) 조정 EBITDA = EBITDA + 주식보상비용

2H21 Strategy – PUBG IP



6,000만명에 달하는 글로벌 일간 이용자를 위한 신선하고 매력적인 콘텐츠로 라이프사이클 확장, 수익 모델 고도화

PC와 모바일을 아우르는 PUBG 세계관과 In-game 콘텐츠 (맵, 이벤트, 콜라보레이션) 결합을 통한 라이브 서비스 진화

캐주얼에서 코어 유저층까지의 Game Play 성향을 부합하는 시즌/이벤트 패스, 성장형 스킨 등 다양한 콘텐츠 소비 수요 충족



차별화된 라이브 서비스로 User engagement 강화



<PUBG 유니버스 - 그라운드 제로>

<태이고 맵 7월 출시>

<마동석 스킨>



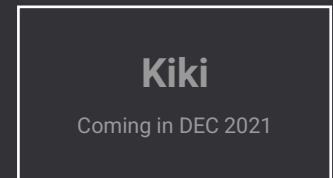
<손흥민 x 배틀그라운드>



<블랙핑크 x 배틀그라운드>



<성장형 스킨 시스템>



<Kiki 맵 12월 출시>

2H21 Strategy – 배틀그라운드: NEW STATE



PUBG NEW STATE

PUBG 유니버스의 첫 프리미엄 퀄리티 모바일 게임, 하반기 글로벌 런칭 목표

모바일에서 경험하지 못했던 PUBG PC 수준의 정교한 실사 그래픽, 현실감 있는 건플레이, 물리 효과 구현으로 BEYOND BATTLE ROYALE 게임 경험 제공
캐릭터, 총기 커스터마이징 시스템, 드론 상점 등 신규 콘텐츠 추가로 게임성과 수익성 모두 Level-Up 목표

Google Play 지역별 사전예약 비중⁽¹⁾



Note: (1) 사전예약자수는 2021년 9월 중국, 베트남 제외 기준, (2) 글로벌 런칭은 중국, 베트남 제외

2H21 Strategy - 배틀그라운드: NEW STATE (계속)



글로벌 유저들의 Time spent를 점유할 수 있는 다양한 콘텐츠 제공을 통해 게임의 영향력 확장

NEW STATE 유저의 게임 플레이와 더불어 커뮤니티/소셜/e스포츠/엔터테인먼트 콘텐츠를 통해 게임을 플레이 하지 않는 시간까지 점유하여 코어 팬 생성

PUBG 유니버스의 로어(lore)를 장착한 글로벌 공통 콘텐츠 지속 생산 → 글로벌 팬덤 구축 → 전체 PUBG 유저 기반 확대



2H21 Strategy – New Markets



고성장 중인 인도, 중동 지역 내 '국민게임'으로 자리매김



인도

전세계 5위⁽¹⁾ 경제 규모
국민 평균 연령 28세

중동 및 북아프리카

2억 4천만 게이머 수⁽²⁾
18% 16A-20A
모바일 게임 시장 CAGR

게임 앱 매출 순위

누적 다운로드 수

DAU

1위

2020년
총 매출⁽³⁾

~2억 7,000만

전체 스마트폰
이용자의
~40% 수준

1,700만

2020년 7월
평균 DAU

1위

전체 16개 중
15개 국가 내
현재 순위⁽⁴⁾

~2억 5,000만

전체 인구의
~50% 수준⁽⁵⁾

1,800만

2020년 5월
평균 DAU

출처: Newzoo, Statista, Economist Intelligence Unit, 언론보도. (1) Economist Intelligence Unit 2020년 Nominal GDP 기준; (2) 2020년 Newzoo 자료 기준; (3) 인도: Sensor Tower 자료 기준 전체 (안드로이드, 앱스토어 포함) 게임 앱 매출 랭킹; (4) 중동 및 북아프리카 국가 (16개국): 알제리, 바레인, 이집트, 이라크, 이스라엘, 요르단, 쿠웨이트, 레바논, 모로코, 오만, 카타르, 사우디 아라비아, 튀니지, 터키, 아랍에미레이트, 예멘. 2021년 5월 25일 AppAnnie 기준 매출 랭킹; (5) 누적 다운로드 수: 2021년 2월 기준. 전체 스마트폰 이용자: 2020년 Statista 기준; (6) World Bank 자료 (2019년 MENA 지역 인구수 기준)



인도, 중동 등 고성장 신흥국 시장 내 선제적 리더십 확보를 위한 크래프톤의 전략

초기 성과



인도에서 가장 상징적인 게임



1위 모바일 앱

전체 모바일 앱 매출액 기준⁽¹⁾



2억 7,500만 + 다운로드

전체 스마트폰 이용자의 ~40% 수준⁽²⁾



2,900만 + Average DAU

2020년 7월에 달성

현지 네트워크 강화

인도 법인 설립

2020년 11월

100명

예상 현지 인력

1억 달러

향후 투자 규모

중동 진출의 교두보

대표 소셜 플랫폼으로의 도약

PLAYERUNKNOWN'S BATTLEGROUNDS 의 "Social" 특성

- 인도 내 가장 많은 유저를 보유한 게임
- 캐주얼 게임 대비 긴 플레이타임
- 게임 내 유저 간 소통은 보이스챗을 주로 이용

인도 내 대표적 소셜 플랫폼으로 포지셔닝

요약 재무제표



연결손익계산서

(단위: 십억원)	2Q20	3Q20	4Q20	1Q21	2Q21
영업수익	429.4	366.8	352.6	461.0	459.3
영업비용	254.6	199.2	260.1	233.8	285.2
영업이익	174.8	167.6	92.6	227.2	174.2
EBITDA	185.5	178.4	105.2	242.1	190.8
조정 EBITDA	195.4	189.4	112.0	252.1	218.2
영업외손익	-17.8	-25.1	-94.9	44.2	-2.4
기타수익	0.1	-0.7	11.2	52.8	4.7
기타비용	17.5	23.9	105.3	7.8	5.7
금융수익	1.0	0.9	0.6	0.8	0.7
금융비용	1.4	1.5	1.4	1.7	2.1
법인세차감전순이익	157.0	142.5	-2.3	271.4	171.8
법인세비용	35.8	32.5	-43.6	77.4	30.5
당기순이익	121.2	110.0	41.3	194.0	141.3

연결재무상태표

(단위: 십억원)	2Q20	3Q20	4Q20	1Q21	2Q21
유동자산	1,224.1	1,322.2	1,292.5	1,440.6	1,554.8
현금및현금성자산	349.6	690.4	719.8	750.2	624.5
비유동자산	284.2	317.9	426.6	657.1	735.7
자산총계	1,508.3	1,640.1	1,719.1	2,097.7	2,290.5
유동부채	374.6	361.6	406.7	509.7	532.0
비유동부채	125.4	119.3	98.3	166.9	188.9
부채총계	500.0	480.9	505.0	676.6	720.8
자본금	4.0	4.0	4.3	4.3	4.3
자본잉여금	985.7	985.8	1,003.8	1,003.8	1,065.6
기타자본구성요소	131.9	172.7	168.1	181.1	126.5
이익잉여금	-113.4	-3.4	37.9	232.0	373.3
비지배지분	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
자본총계	1,008.3	1,159.2	1,214.1	1,421.1	1,569.7