INVESTOR RELATIONS

2021. 8.

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 발생되는 투자 결과에 대해 어떠한 책임 또는 손해를 지지 않음을 알려드립니다.

Our Vision

WHY

우리는 **게임**이 가장 **강력한 미디어**가 될 것임을 믿습니다.

HOW

독창성, **끊임없는 도전정신**, **우리의 기술**을 바탕으로

WHAT

독보적인 창작의 결과물 original IP 을 확장하고 **재창조** universe 함으로써
팬들이 경험하는 **엔터테인먼트의 순간들**을 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

PUBG
BATTLEGROUNDS
IP Owner
Developer
Publisher
Service Provider

Who We Are

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

GLOBAL MEGA IP

Top 10 Best-selling Games of All Time

01	Minecraft
02	GTA V
03	Tetris (EA)
04	Wii Sports
05	**PUBG BATTLEGROUNDS**
06	Super Mario Bros
07	Wii Fit
08	Pokemon RGBY
09	Tetris (Nintendo)
10	Mario Kart 8

출처: 배틀그라운드 판매량은 2021년 3월 31일 기준, 그 외 게임들의 판매량은 공식 및 언론에 공개된 숫자 기준

Who We Are

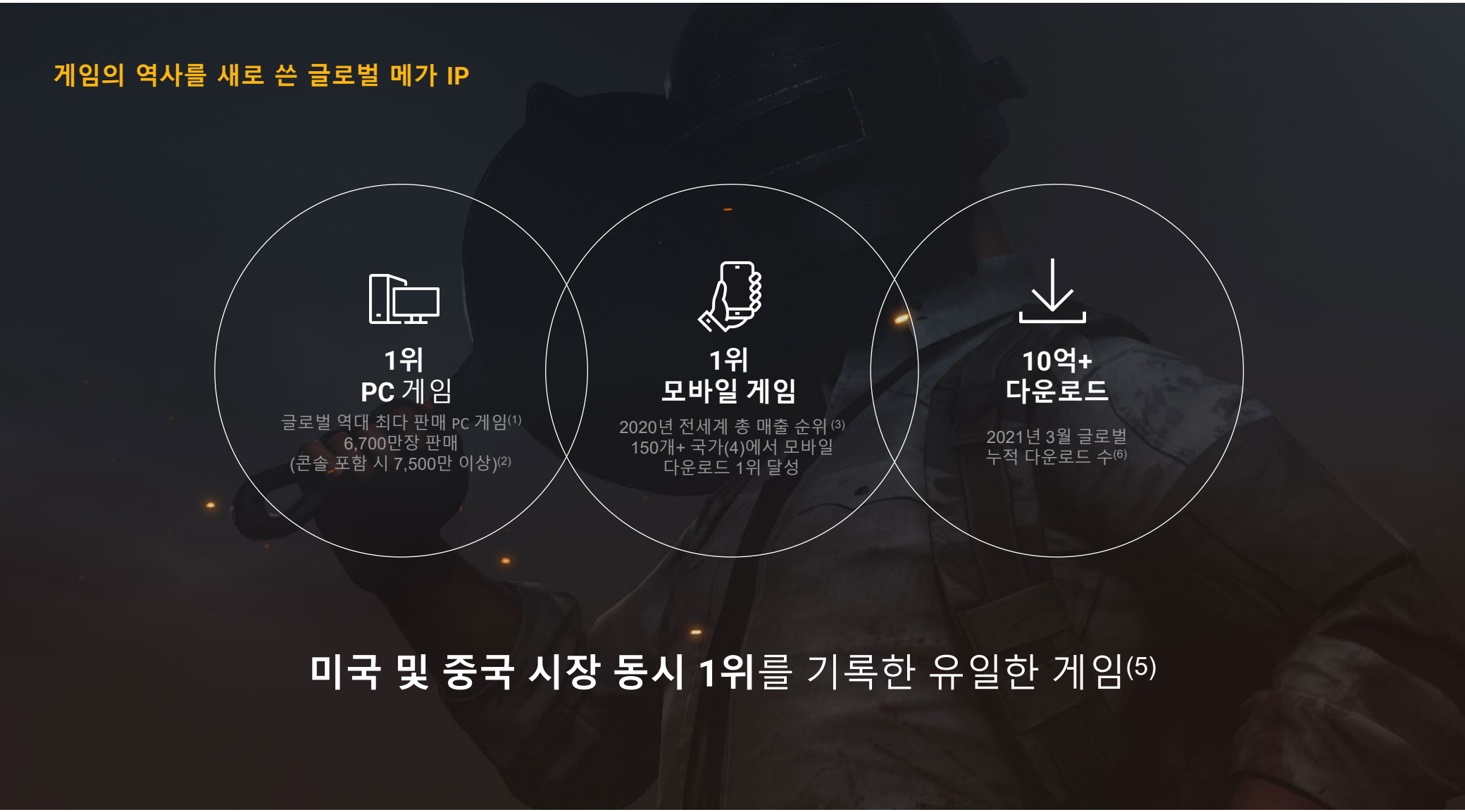
PUBG: 선진국 및 신흥국 시장에서 모두 성공한 블록버스터

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

각 지역별 다운로드 1위를 기록한 국가 비중(1)

출처: App Annie
비고: (1) App Annie 데이터 기준, PUBG가 서비스되고 있는 전세계 174개 국가 내 iOS / Android 중 하나에서 다운로드 순위 1위를 기록한 국가 비중

Who We Are



게임의 역사를 새로 쓴 글로벌 메가 IP

1위
PC 게임
글로벌 역대 최다 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)

출처: Sensor Tower, Newzoo, Newsrun. (1) PC 플랫폼 판매 (Steam 다운로드, CD 판매량 포함) 기준; 상위 2-4위 게임 (Minecraft, Diablo III, Garry's Mod) PC 플랫폼 판매량은 가장 최신으로 언론에 공개된 숫자 기준; (2) 2021년 3월 기준; (3) Sensor Tower 기준; (4) 2021년 5월 App Annie 기준 PUBG가 다운로드 누적수 1위를 기록하고 있는 국가 수; (5) 2018년 3월 앱스토어 (미국) 및 App Annie (중국) 다운로드 순위 기준; (6) 2021년 3월 배틀그라운드 모바일 중국 지역 제외 글로벌 합계 기준

Who We Are

고성장 중인 인도, 중동 지역 내 '국민게임'으로 자리매김

PLAYERUNKNOWN'S BATTLEGROUNDS MOBILE

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
인도	**1위** 2020년 총 매출[3]	**~2억 7,000만** 전체 스마트폰 이용자의 ~40% 수준	**1,700만+** 2020년 7월 평균 DAU
중동 및 북아프리카	**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)

Who We Are

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

초기 성과

PUBG MOBILE

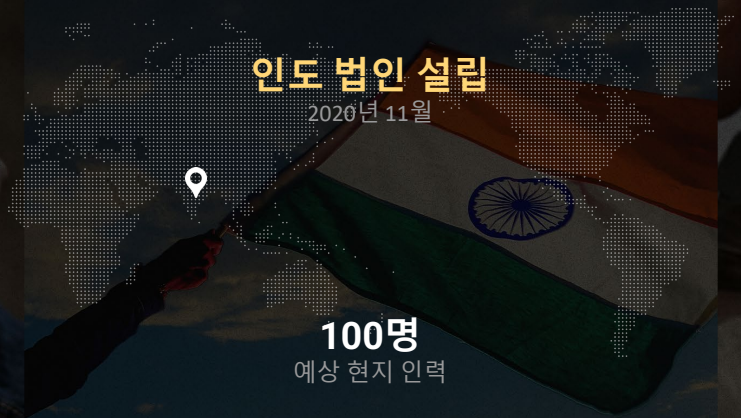
인도에서 가장 상장적인 게임

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

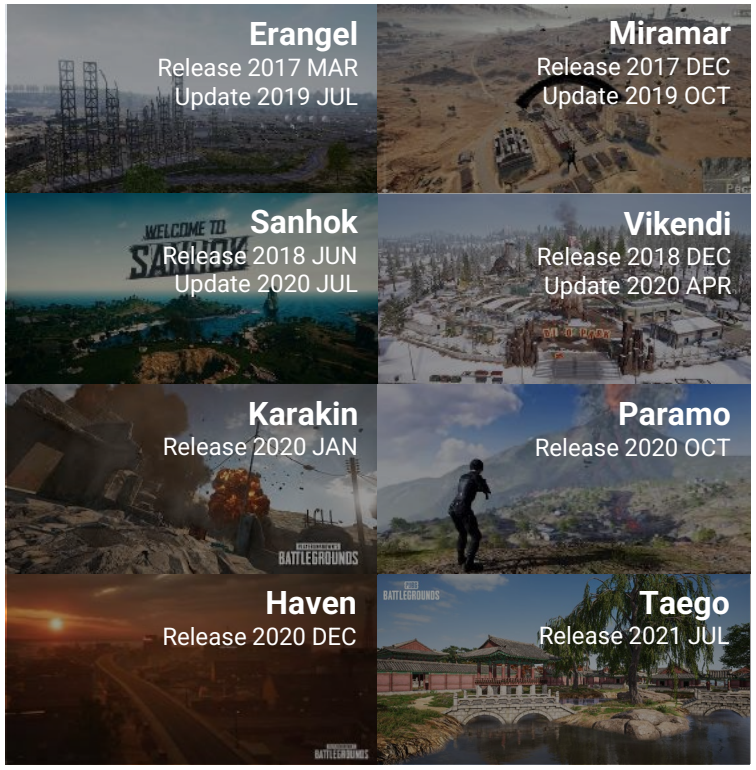
인도 내 대표적 소셜 플랫폼으로 포지셔닝

출처: Newzoo, Sensor Tower, App Annie, 언론보도. (1) 2021년 3월 기준 누적 다운로드 수. 스마트폰 이용자수: 2020년 기준 Statista 데이터

Who We Are

GAMES-AS-A-SERVICE

다양한 업데이트와 새로운 맵 출시



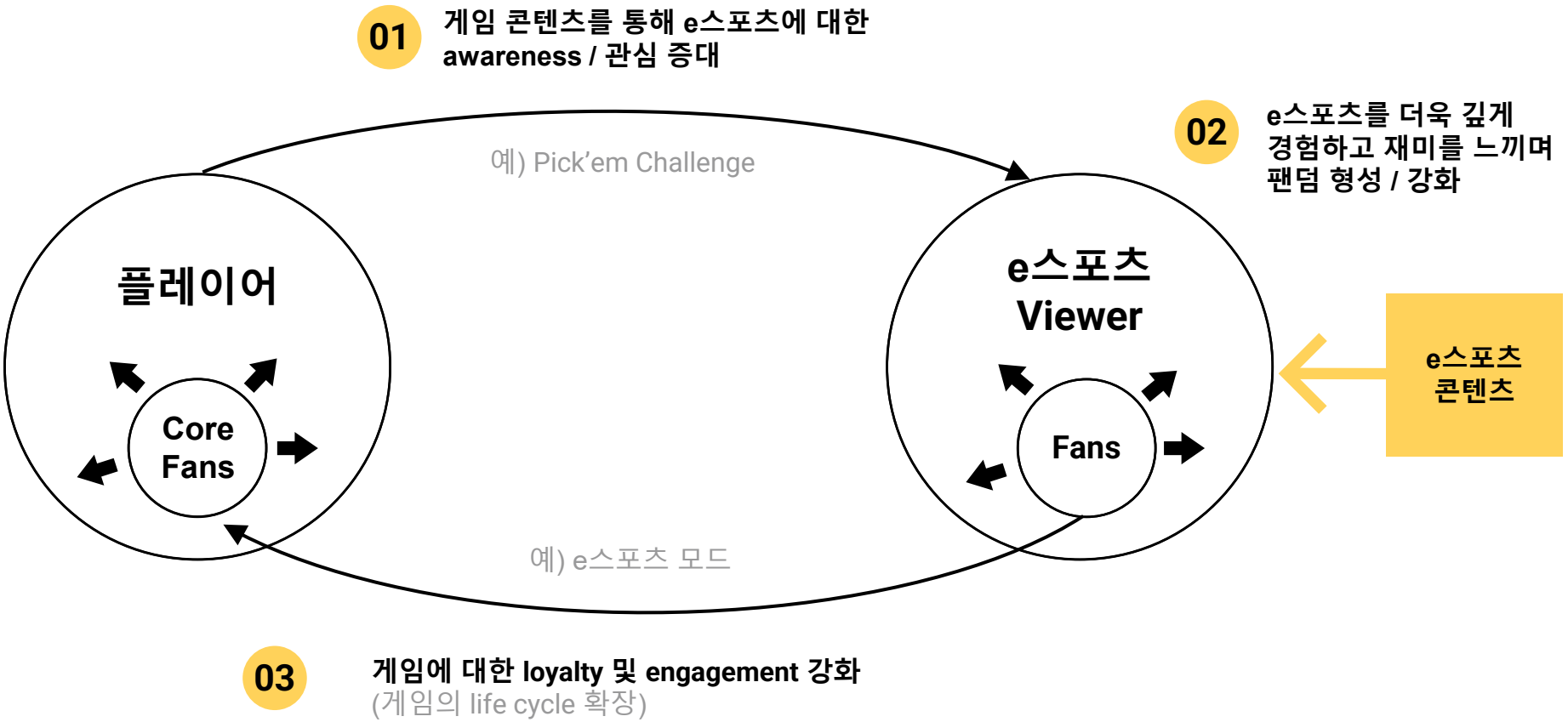
Kiki
2021 DEC

30개 이상의 모드

국내외 유명 브랜드와 다양한 콜라보

Who We Are

뷰어와 플레이어의 선순환을 통해서 게임의 Life Cycle을 확장



Who We Are

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

지역 리그

PUBG GLOBAL INVITATIONAL BERLIN 2018

PUBG ASIA INVITATIONAL MACAO 2019

PUBG NATIONS CUP SEOUL 2019

PUBG CONTINENTAL SERIES 3 NORTH AMERICA

PUBG CONTINENTAL SERIES 3 APAC

PUBG CONTINENTAL SERIES 3 EUROPE

PUBG CONTINENTAL SERIES 3 ASIA

PUBG 주최
첫 공식
e스포츠 대회

PUBG GLOBAL CHAMPIONSHIP

PUBG CONTINENTAL SERIES

PUBG GLOBAL INVITATIONAL

2017 2018 2019 2020 2021

PUBG ASIA INVITATIONAL G-STAR 2017

G-Star

GAMESCOM PUBG INVITATIONAL 2017

Gamescom

GLL GRAND SLAM

GLL

FACEIT GLOBAL SUMMIT

Faceit

MET ASIA SERIES

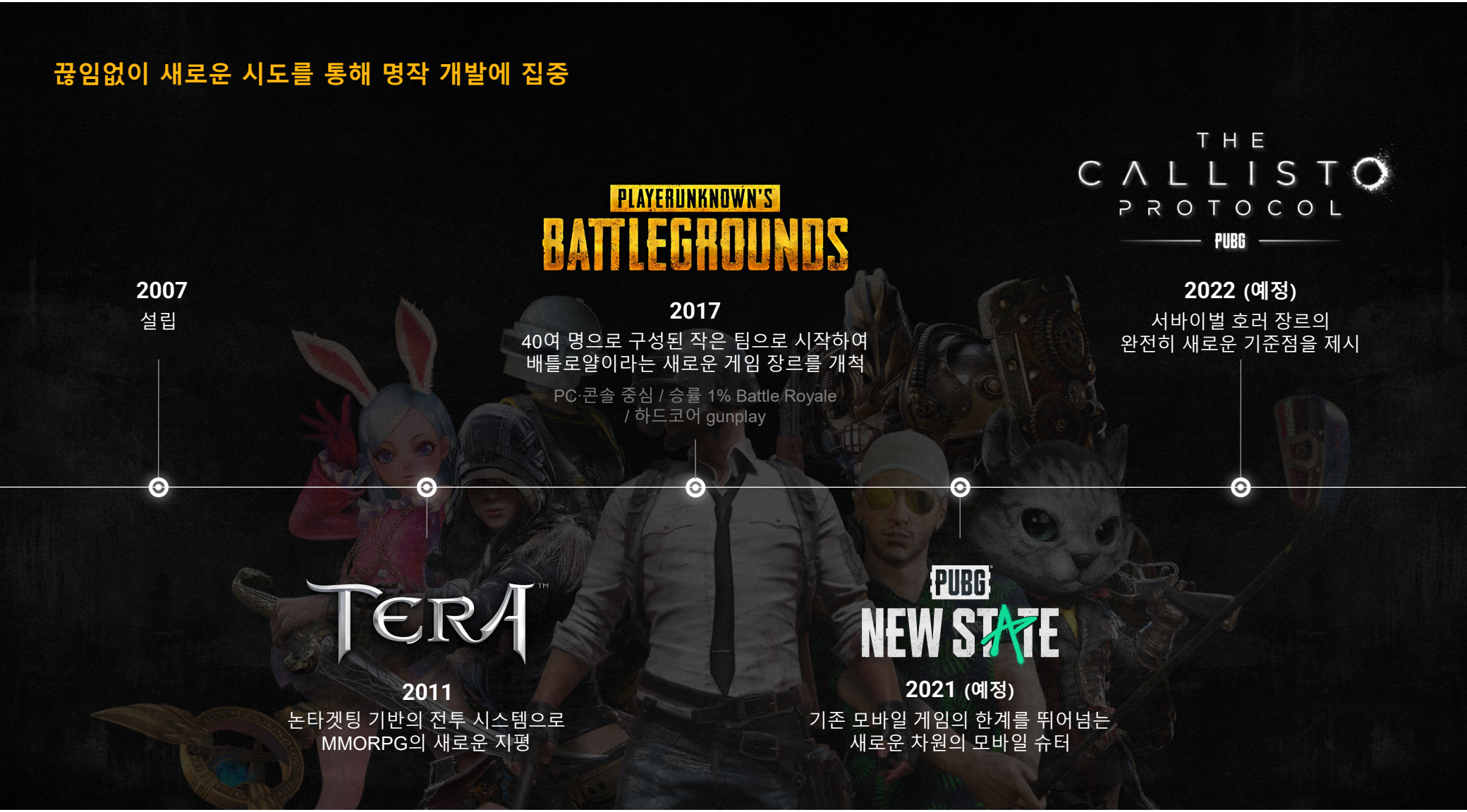
MET

주요 3rd Party 대회

WHAT MADE IT POSSIBLE

What Made It Possible

끊임없이 새로운 시도를 통해 명작 개발에 집중



2007
설립

2011
논타겟팅 기반의 전투 시스템으로
MMORPG의 새로운 지평

2017
40여 명으로 구성된 작은 팀으로 시작하여
배틀로얄이라는 새로운 게임 장르를 개척

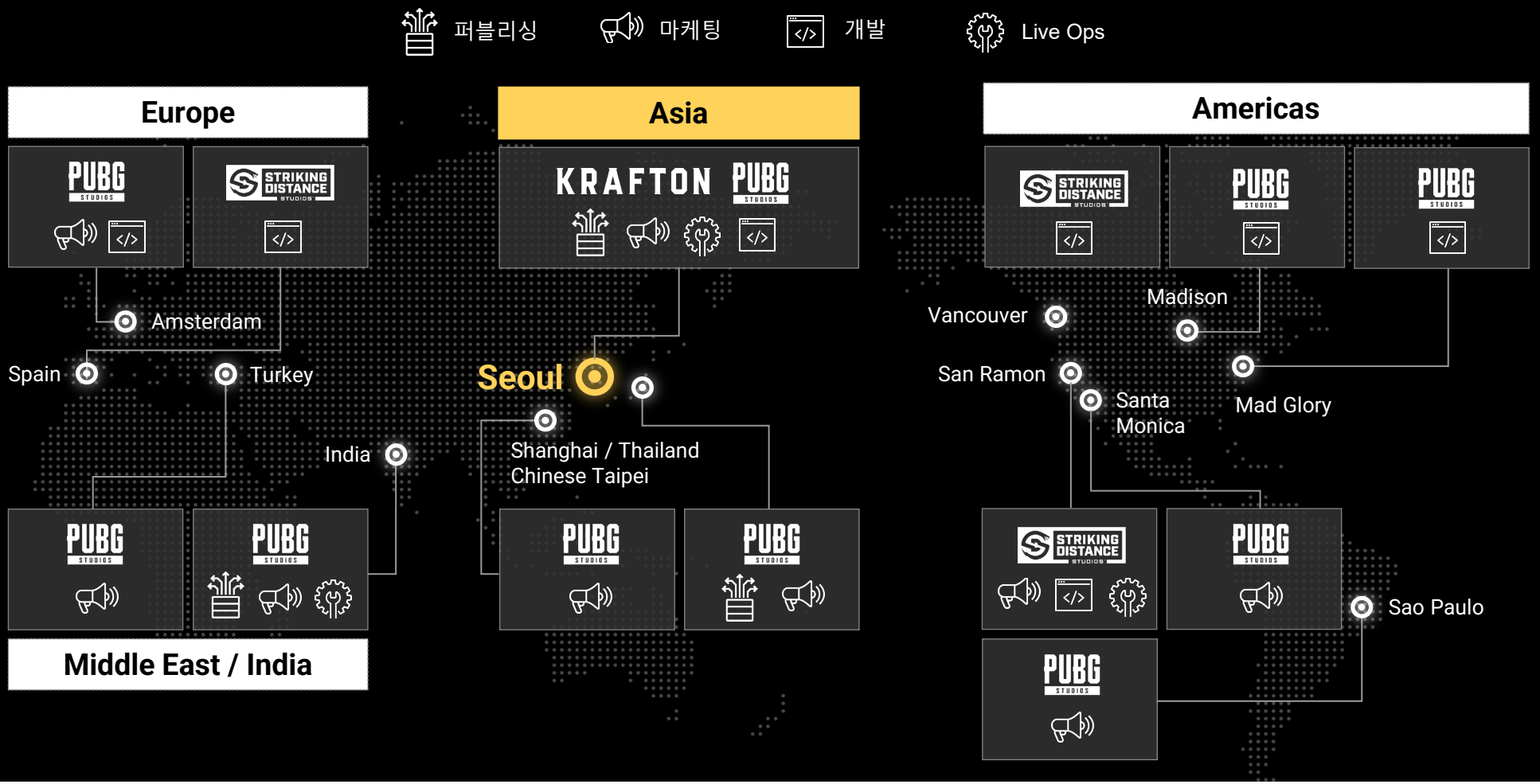
PC·콘솔 중심 / 승률 1% Battle Royale
/ 하드코어 gunplay

2021 (예정)
기존 모바일 게임의 한계를 뛰어넘는
새로운 차원의 모바일 슈터

2022 (예정)
서바이벌 호러 장르의
완전히 새로운 기준점을 제시

What Made It Possible

지속적인 명작 개발 및 서비스를 위한 협업 체계 강화



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 III

KEVIN LIN
사외이사 · 전략위원회 위원

twitch

What Made It Possible

Tech 기반 창업자, CEO를 필두로 성장한 조직

Chairman

장병규

크래프톤 공동설립자, 의장 및 전략위원회 위원

- KAIST 전산학 학사 / 석사 / 박사과정 수료
- 現 크래프톤 의장
- 現 서울상공회의소 부회장
- 前 대통령 직속 4차산업혁명위원장

> *1세대 벤처창업가이자 4개의 Tech 기업 창업 경험*

1997	2005	2007	2010
게임 스튜디오	검색 엔진	TERA 개발 1st Non-targeting MMORPG	초기 Tech 기업 전문 VC
NEOWIZ GAMES	첫눈 1noon.com	Bluehole studio	Bon Angels

CEO

김창한

크래프톤 대표 및 전략위원회 위원

- KAIST 전산학 학사 / 석사 / PhD
- 現 크래프톤 의장
- 배틀그라운드 PD
- 게임 업계 경력 20년+

> *Game Dev 경력 20년 이상의 베테랑 게임 제작자*

2020 - 현재	• 크래프톤 CEO
2009 - 2016	• PUBG(舊 지노게임즈) 대표 및 개발 프로듀서 • 배틀로얄 장르의 대표작
2003 - 2008	• 넥스트플레이 CTO 겸 TD('펀치몬스터' 개발 총괄) • 3D 기술이 활용된 2D 횡스크롤 액션 RPG
2000 - 2003	• 이매직 개발기획기술 팀장('세피로스' 디렉터) • 국내 최초 UE 기반 MMORPG 기획

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 익스포져
주변 밝기 변화에 대한 인간의 '적응시'를 자동 구현 및 조정

그랜드 아틀라스 텍스쳐링
모바일 기기에 최적화된 텍스처 캐싱으로 처리 효율성 극대화

플랫폼 서버

클라우드 플랫폼 서버 시스템 개발/운영
전세계 수천만 DAU 커버

마이크로 서비스 플랫폼 아키텍쳐 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

PUBG NEW STATE

모바일 CPU & GPU 최적화

캐릭터 멀티 파츠 메쉬 런타임 머징
캐릭터 디테일의 병렬 처리로 CPU 부하 최소화

연산량이 많은 다수 캐릭터 **이동 로직 병렬 처리**로 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
- 핵툴 패턴 분석을 통한 핵 감지
- 로그 분석 및 AI 기반 실시간 핵 감지

THE FUTURE WE ENVISION

The Future We Envision

게임 산업은 짧은 역사에도 불구, 이미 가장 거대한 엔터테인먼트 산업

주요 엔터테인먼트 시장별 규모 및 성장률 전망

애니메이션[6]	공영방송[3]	영화[6]	음악[6]	OTT[3]	책[5]	게임 (2020E)	유료 방송[3]	게임 (2023E)[1]
$14B[4] (+1.5%[2])	$30B[4] (+0.0%[2])	$56B[4] (+4.2%[2])	$65B[4] (+3.1%[2])	$73B[4] (+11.6%[2])	$91B[4] (+2.1%[2])	$175B (+7.6%[2])	$205B[4] (+0.4%[2])	$218B (+7.6%[2])

2023년 유료 방송 산업을 상회할 것으로 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

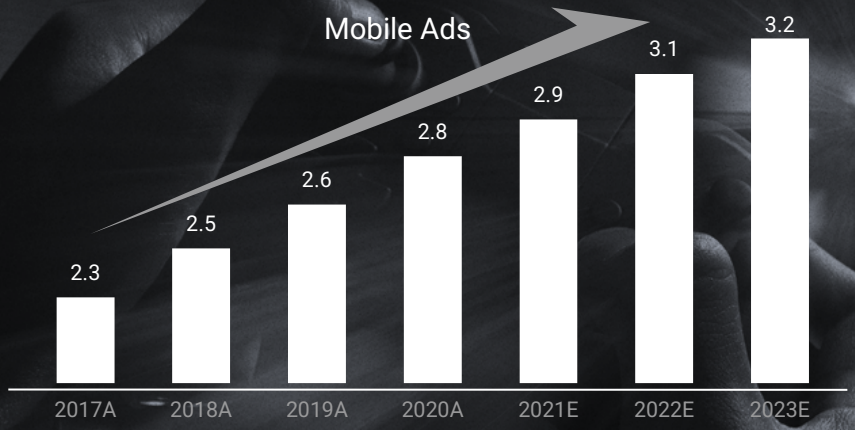
출처: (1) 2021년 1월 기준 Newzoo data; (2) 2020E-2023E CAGR; (3) PwC, Global Entertainment & Media Outlook 2019-2023; (4) 2023E 기준 예상 매출; (5) 2020년 5월 기준 Research and Markets report; (6) 한국콘텐츠진흥원 "2019 해외 콘텐츠 시장 분석"

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

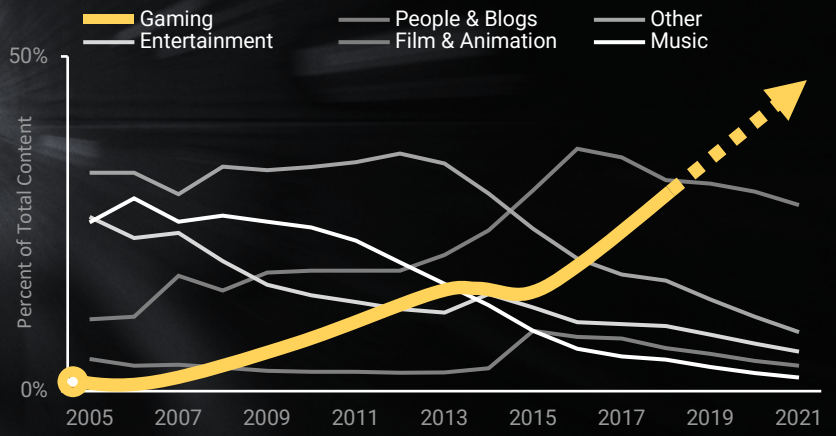
- COVID-19 이후 성장세 가속화 전망

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

출처: Newzoo, The NPD Group, YouTube. (1) 지난 6개월 내 PC, 콘솔 또는 모바일로 게임을 플레이한 인원 수; (2) 2020년 7월 The NPD Group 자료 기준.

The Future We Envision

게임을 확장하면 Interactive Virtual World의 초기 형태

The Future We Envision

플레이어들을 이해하고 다가가서 관계를 형성하여 팬으로 변화시키고, 세상을 연결하기 위한 Publishing Tech 기반 확보 중

Global Publishing Platform (GPP) + Data Analysis + Marketing Tech

다양한 글로벌 플랫폼에서 게이머를 만나기 위한 기반 기술

- 각 Game Studio가 3rd party platform 연동시 필요한 기술
- 자체 서비스 및 유저와의 접점 확보를 위한 통합계정 시스템 (Global Account)

플레이어에 대해 깊이 이해하기

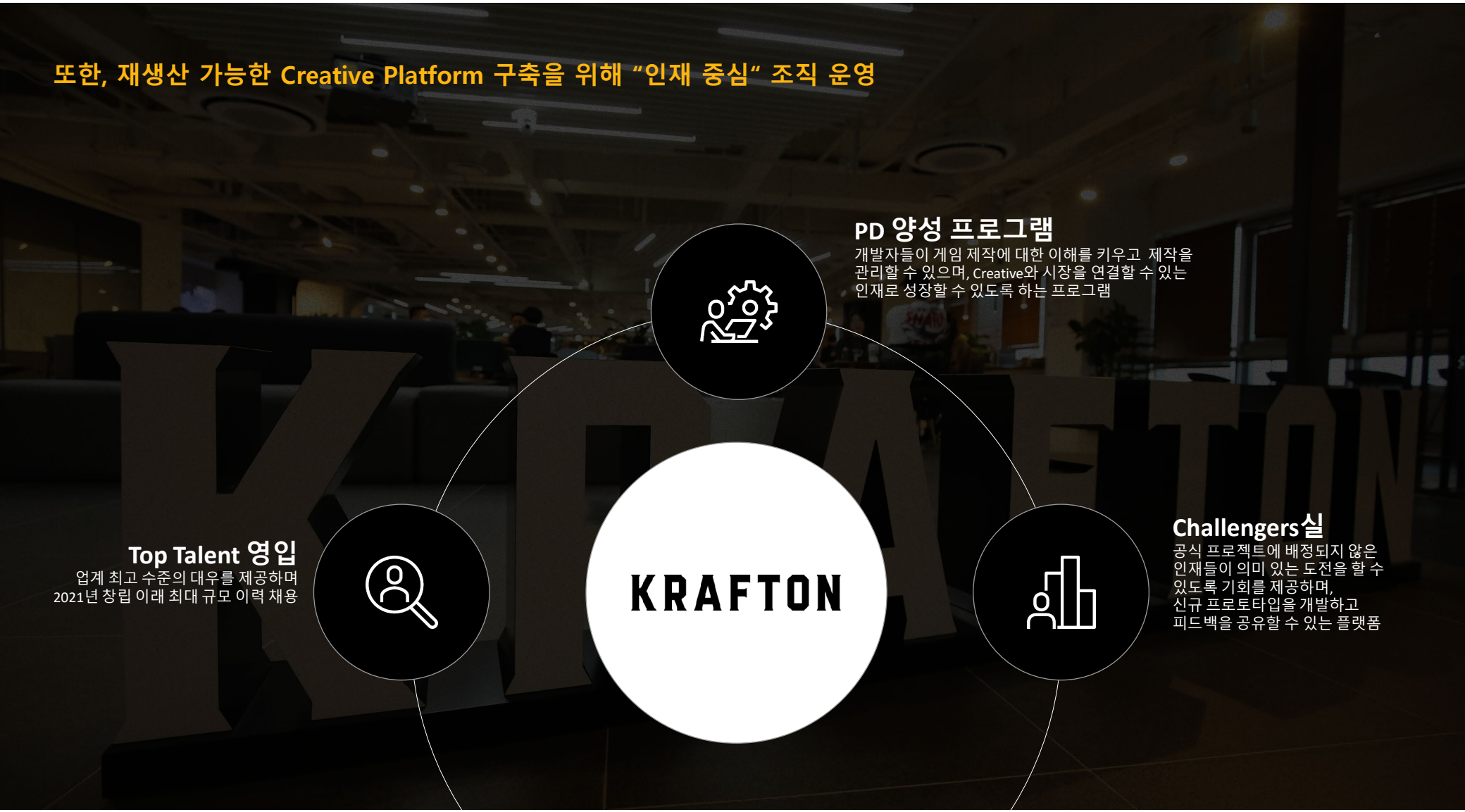
- 대량의 플레이어 / 서비스 / 제품 data 분석하여 user insight를 찾는 기술
- 나아가, 예측과 의사결정 지원이 가능한 수준의 분석 (machine learning, pattern recognition, 시나리오 모델링 등)

게이머, fan을 효과적 / 효율적으로 reach하고 소통

- 파악된 Audience의 특징에 따라 개인화 된 마케팅 기법 적용
- 다양한 Call-to-action이 가능한 Interactive 소통 방식 / 기술을 통해 관여도 제고

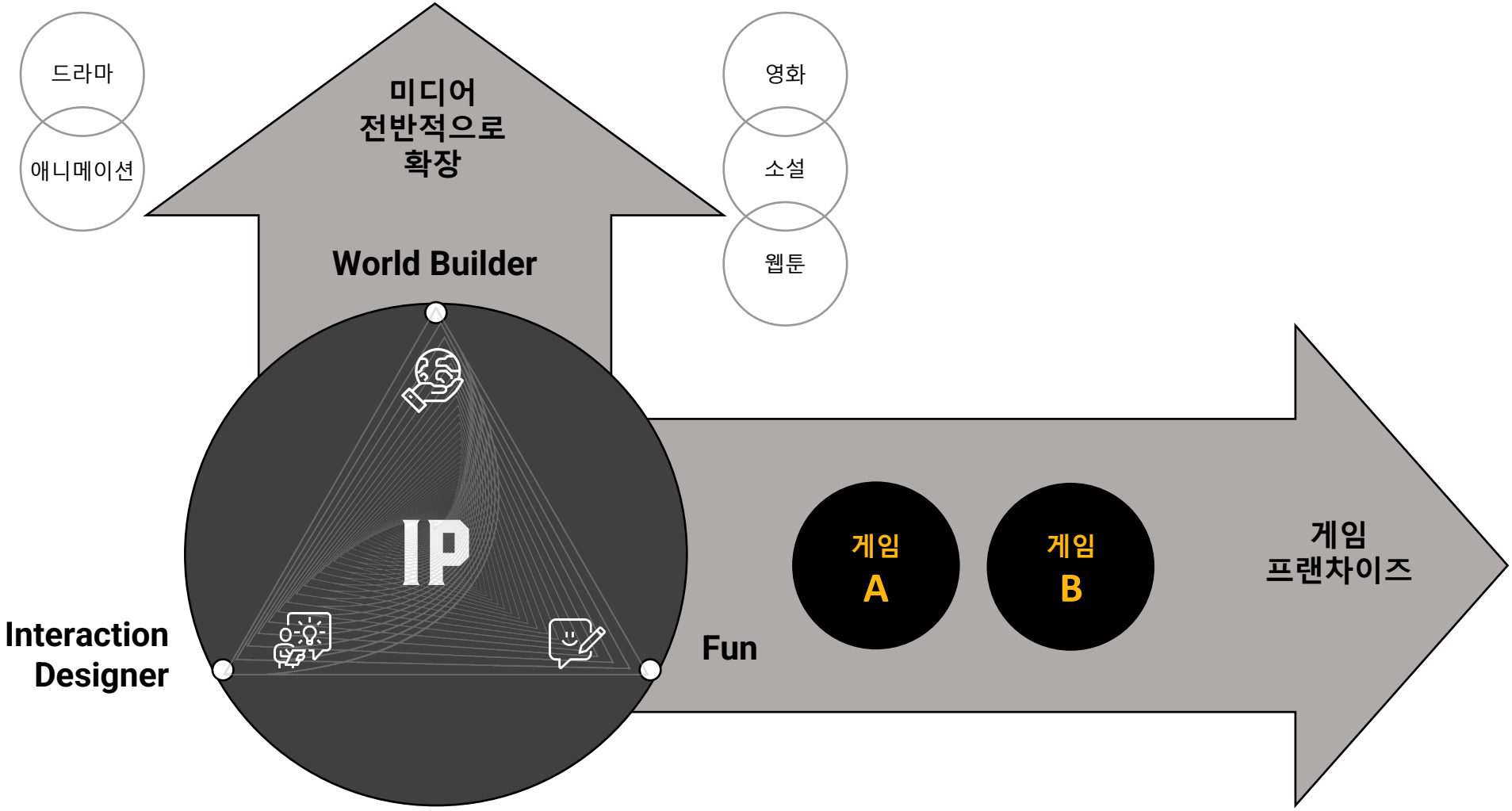
The Future We Envision

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



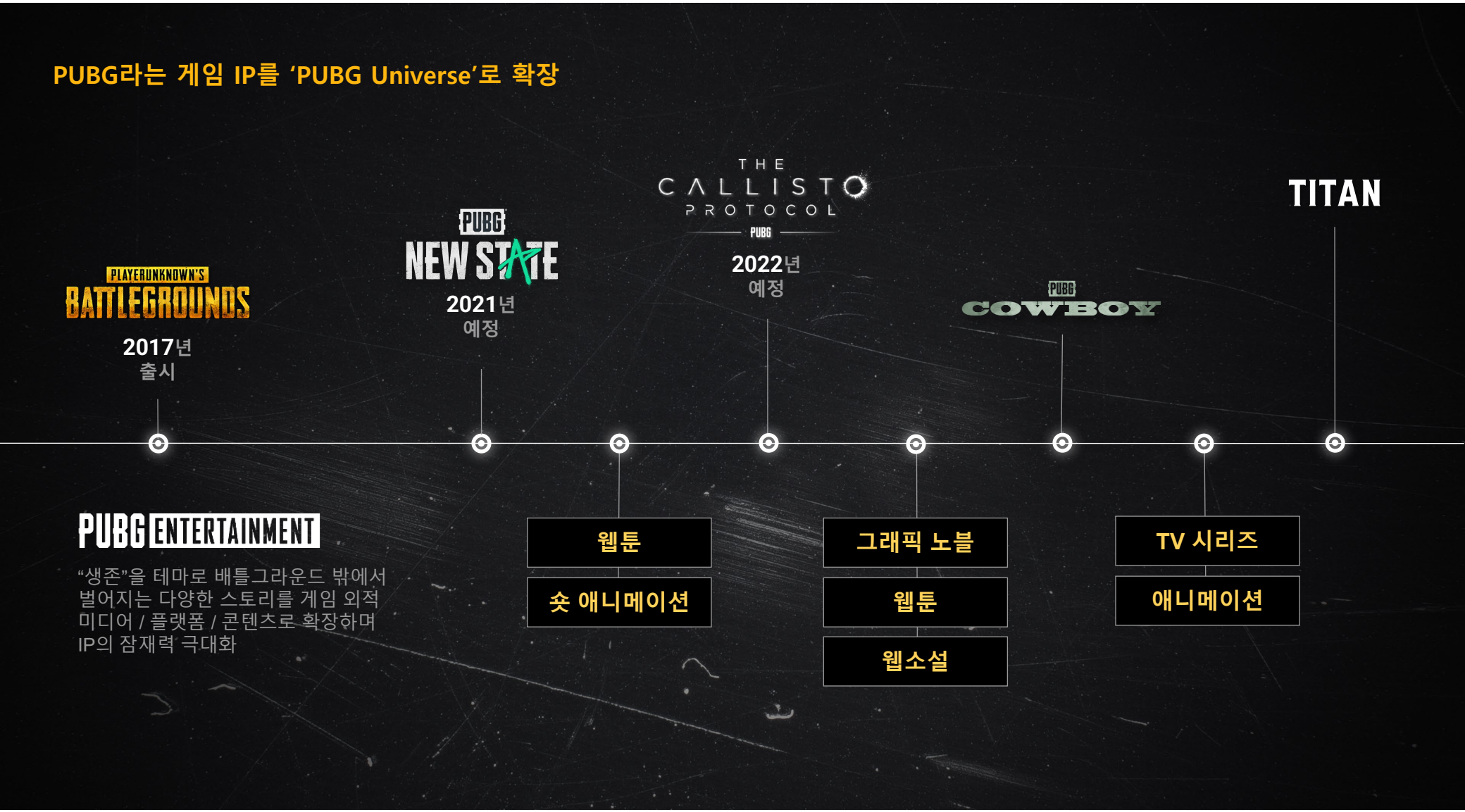
The Future We Envision

크래프톤은 게임을 중심으로 original IP를 만들고, 다양한 엔터테인먼트의 영역에 걸쳐 universe로 확장 시켜가고 있음



The Future We Envision

PUBG라는 게임 IP를 'PUBG Universe'로 확장



The Future We Envision

PUBG IP 확장 노력과 더불어, 창의적이고 매력적인 IP에 지속 투자

PLAYERUNKNOWN'S BATTLEGROUNDS

눈물을 마시는 새

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

NEW IP

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

The Future We Envision

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

2Q21 Results at a Glance

KEY PERFORMANCE

PUBG IP
Presence

약 **5,900** 만명
글로벌 일간 이용자수(1)

PUBG NEW STATE

배틀그라운드: NEW STATE
사전예약수

약 **2,700** 만명

BATTLEGROUNDS MOBILE INDIA

배틀그라운드 모바일 인도
누적 이용자수(3)

약 **4,600** 만명

Games-as-a-Service (4)

콜라보레이션 **6**개, 모드 **5**개

MORE THAN NUMBERS

매출 성장률

+7 % YoY

PUBG MOBILE

배틀그라운드 모바일 글로벌
매출 성장률

약 **+30** % QoQ

PLAYERUNKNOWN'S BATTLEGROUNDS

배틀그라운드 PC
In-game ARPU

약 **+80%** 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 8월 현재 iOS, 중국, 베트남, 인도 제외 기준,
(3) 2021년 8월 현재 배틀그라운드 모바일 인도 출시 이후 누적 이용자수 수치, (4) 콜라보레이션 (PC: 엘 솔리타리오, 모바일: 고질라 vs 콩, 맥라렌, 카트라이더 러쉬플러스, KFC, 라인프렌즈), 모드 (PC: POBG, 레이싱 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

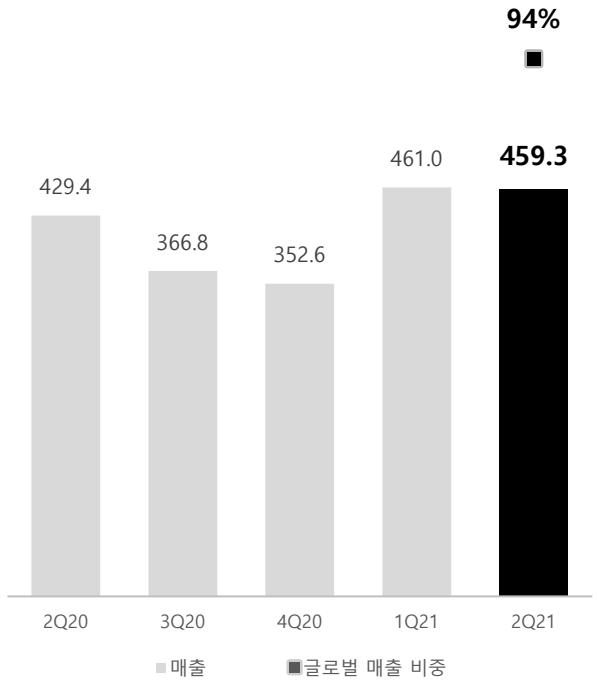
영업이익 **1,742억원** (YoY -0.3%, QoQ -23.3%)

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%)

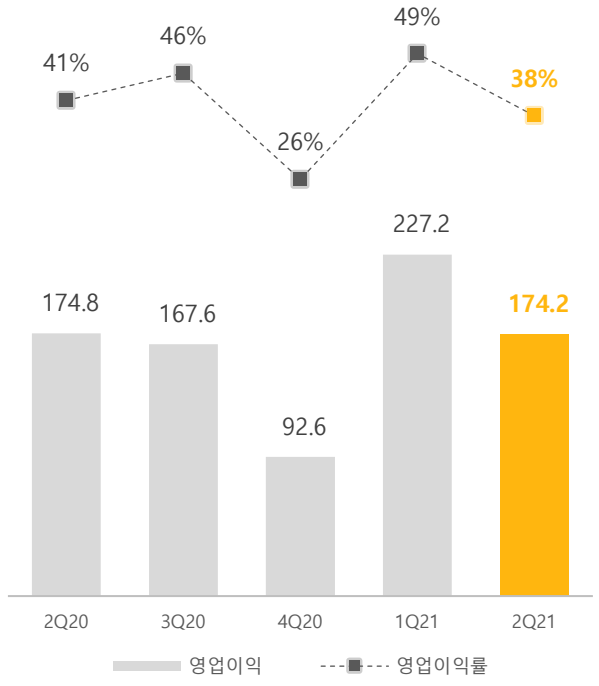
매출

단위: 십억원



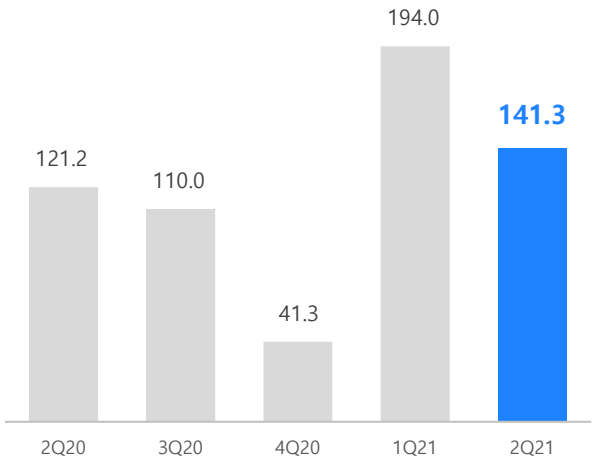
영업이익

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

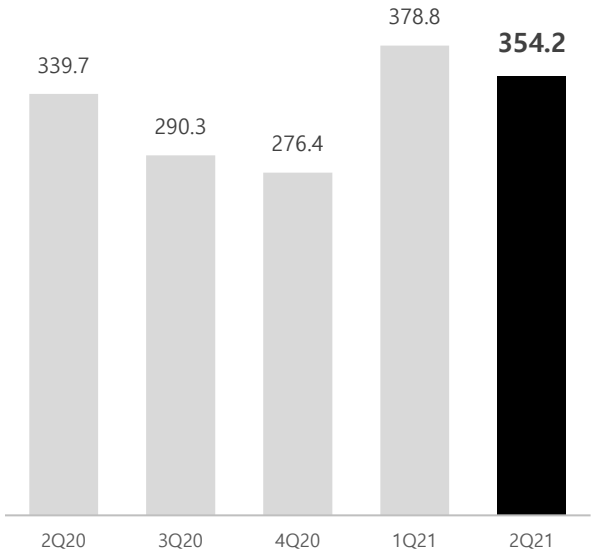
- PC 게임 매출액은 전년 동기 대비 23.1% 증가한 886억원 기록

  PUBG PC는 6월 출시된 성장형 무기 스킨이 큰 호응을 얻으며 과금 유저 확대 견인, In-game ARPU 역대 최고치 기록

모바일

단위: 십억원

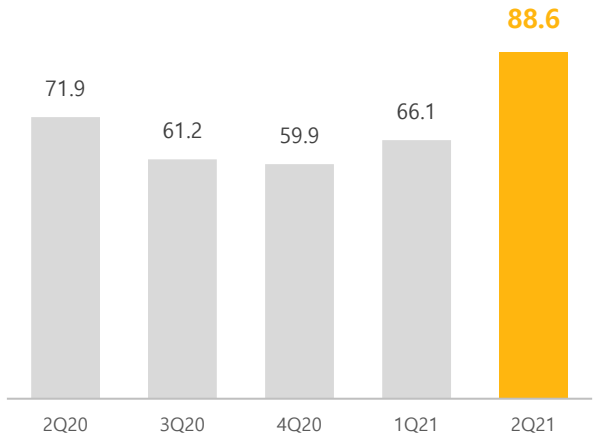
PUBGM, Technology Service 등



PC

단위: 십억원

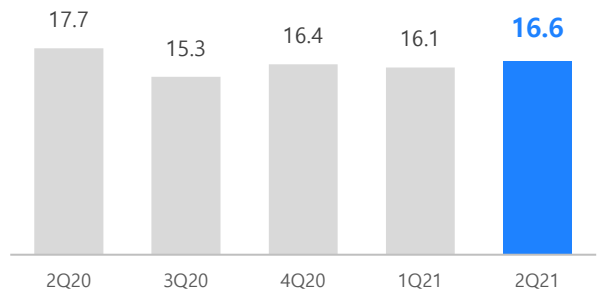
PUBG, 테라, 엘리온



콘솔 / 기타

단위: 십억원

PUBG, 테라, STADIA 등



이익

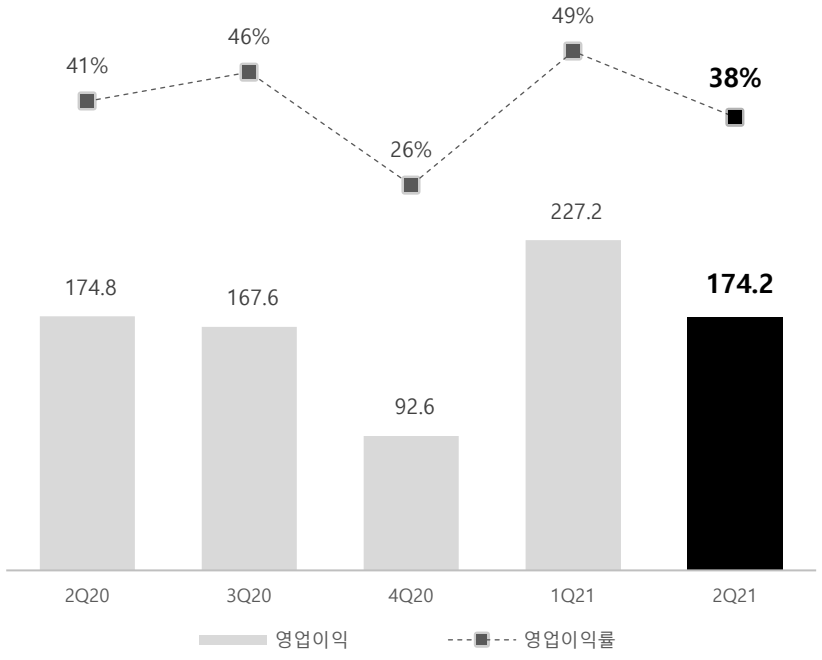
영업이익 **1,742억원** (YoY -0.3%, QoQ -23.3%)

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

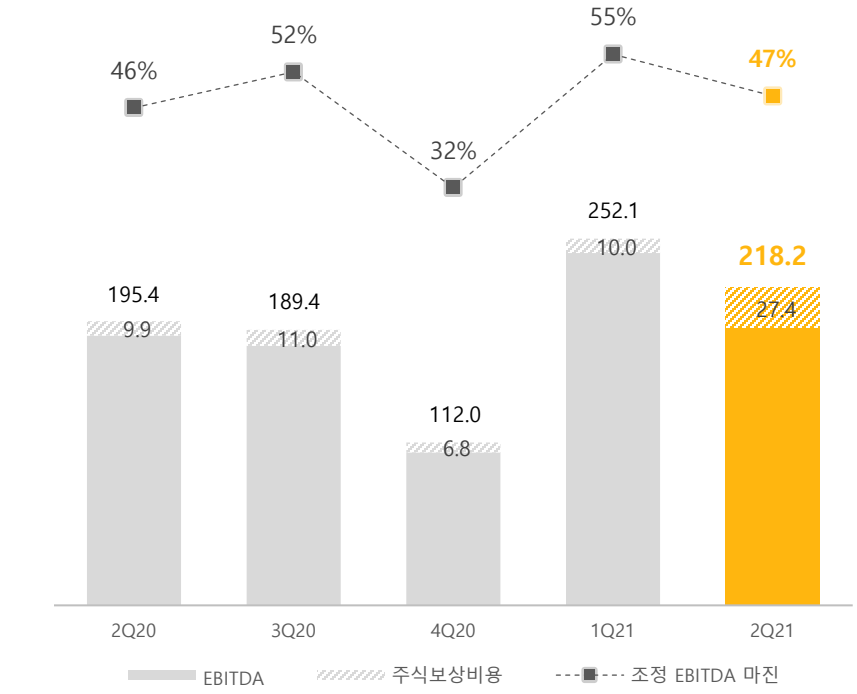
영업이익

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 (PGI. 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

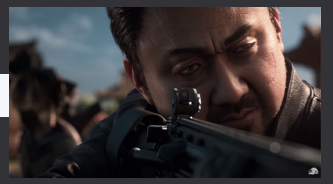
PC와 모바일을 아우르는 PUBG 세계관과 In-game 콘텐츠 (맵, 이벤트, 콜라보레이션) 결합을 통한 라이브 서비스 진화

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

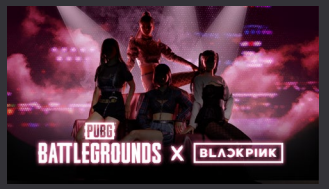
차별화된 라이브 서비스로 User engagement 강화

<PUBG 유니버스 – 그라운드 제로>

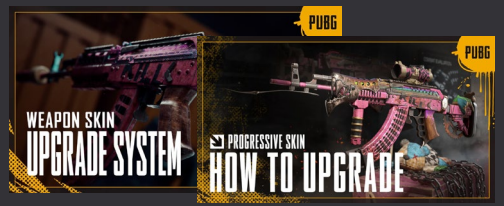
<태이고 맵 7월 출시>


<마동석 스킨>

<손흥민 x 배틀그라운드>



<블랙핑크 x 배틀그라운드>



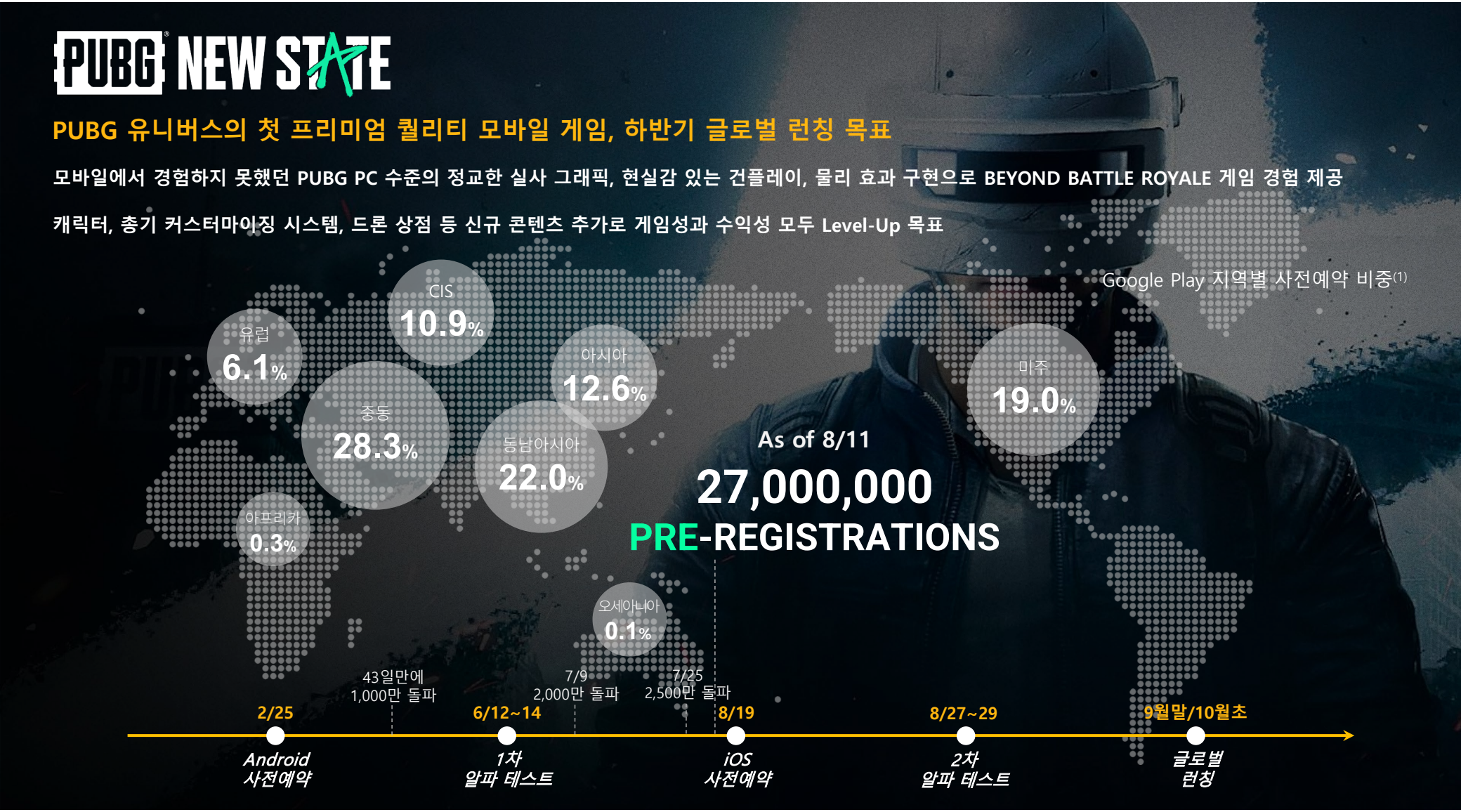
<성장형 스킨 시스템>

Kiki

Coming in DEC 2021

<KiKi 맵 12월 출시>

2H21 Strategy – NEW Game Launch



Note: (1) 사전예약자수는 2021년 8월 현재 iOS, 중국, 베트남, 인도 제외 기준, (2) 글로벌 런칭은 중국, 베트남 제외

2H21 Strategy – New Markets

고성장 중인 인도, 중동 지역 내 '국민게임'으로 자리매김

PLAYERUNKNOWN'S BATTLEGROUNDS MOBILE

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
인도	1위 2020년 총 매출(3)	~2억 7,000만 전체 스마트폰 이용자의 ~40% 수준	1,700만 2020년 7월 평균 DAU
중동 및 북아프리카	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)

2H21 Strategy – New Markets

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

초기 성과

PUBG MOBILE

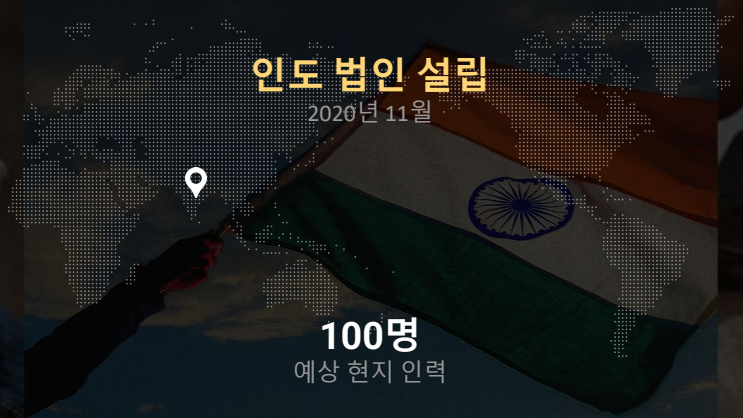
인도에서 가장 상장적인 게임

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

출처: Newzoo, Sensor Tower, App Annie, 언론보도. (1) 2021년 3월 기준 누적 다운로드 수. 스마트폰 이용자수: 2020년 기준 Statista 데이터

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**

APPENDIX

독립 스튜디오 시스템

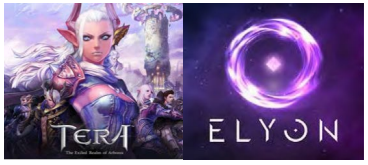
KRAFTON

- 2007년 설립
- 임직원 수: 2,337명

BLUEHOLE

- 2020년 기준 In-house 스튜디오에서 물적분할을 통해 설립
- 임직원수: 247(1)
- MMORPG **게임 개발**
  - ELYON
  - TERA

"협동 중심의 MMORPG를 대표"



PUBG STUDIOS

- 2009년 설립
- 2020년 크래프톤과 합병
- 임직원수: 964명(1)
- 현재 배틀그라운드: NEW STATE 및 Thunder Tier One 개발 중
- **배틀로얄 게임 개발**

"거칠지만 새롭고 대담한 목표를 향해 끊임없이 도전"

RISING WINGS

- 피닉스 스튜디오와 Delusion 스튜디오 합병을 통해 2020년 설립
- 임직원수: 127명
- **캐주얼 모바일 게임 개발**

"캐주얼 모바일 중심의 작지만 강한 게임제작사"

STRIKING DISTANCE STUDIOS

- 다수의 AAA게임 개발 이력을 보유한 글로벌 게임개발자들이 2019년에 설립
- 임직원수: 176명(1)
- 현재 The Callisto Protocol 개발 중
- **서바이벌 호러 게임 개발**

"Glen Schofield의 AAA급 스튜디오"

DreaMotion

- 2016 설립
- 2021년 크래프톤과 합병
- 임직원수: 24명(1)
- 액션, 전략, 로그라이크 게임 개발
- Ronin: The Last Samurai
- GunStrider: Tap Strike
- Road to Valor: World War I

"핵심 재미에 집중한 고품질의 게임 제작"

Note: (1) 2021년 4월 기준

명작을 지속적으로 제작할 수 있는 이사회 구성

의장

장병규

크래프톤 공동설립자 및
의장 전략위원회 위원

S

- 現 크래프톤 의장
- 現 서울상의 부회장
- 前 대통령 직속 4차산업혁명위원장

CEO

김창한

크래프톤 대표 전략위원회 위원

S

- 배틀그라운드 및 Devilian PD
- 유관 업계 경력 20년

기타비상무이사

Xiaoyi Ma

기타 비상무이사

- Tencent 부사장

사외이사

Kevin Lin

사외이사
전략위원회 위원

S

- Twitch 창업 및 前 COO

여은정

사외이사
감사위원회 위원장

N A

- 現 중앙대학교 경영학부 교수

이수경

사외이사
사외이사후보추천위원회 위원
감사위원회 위원

N A

- 現 P&G 중국 스킨&퍼스널케어 부사장

백양희

사외이사
사외이사후보추천위원회 위원
감사위원회 위원장

N A

- 現 라엘 CEO
- 前 월트디즈니 디렉터

S 전략위원회

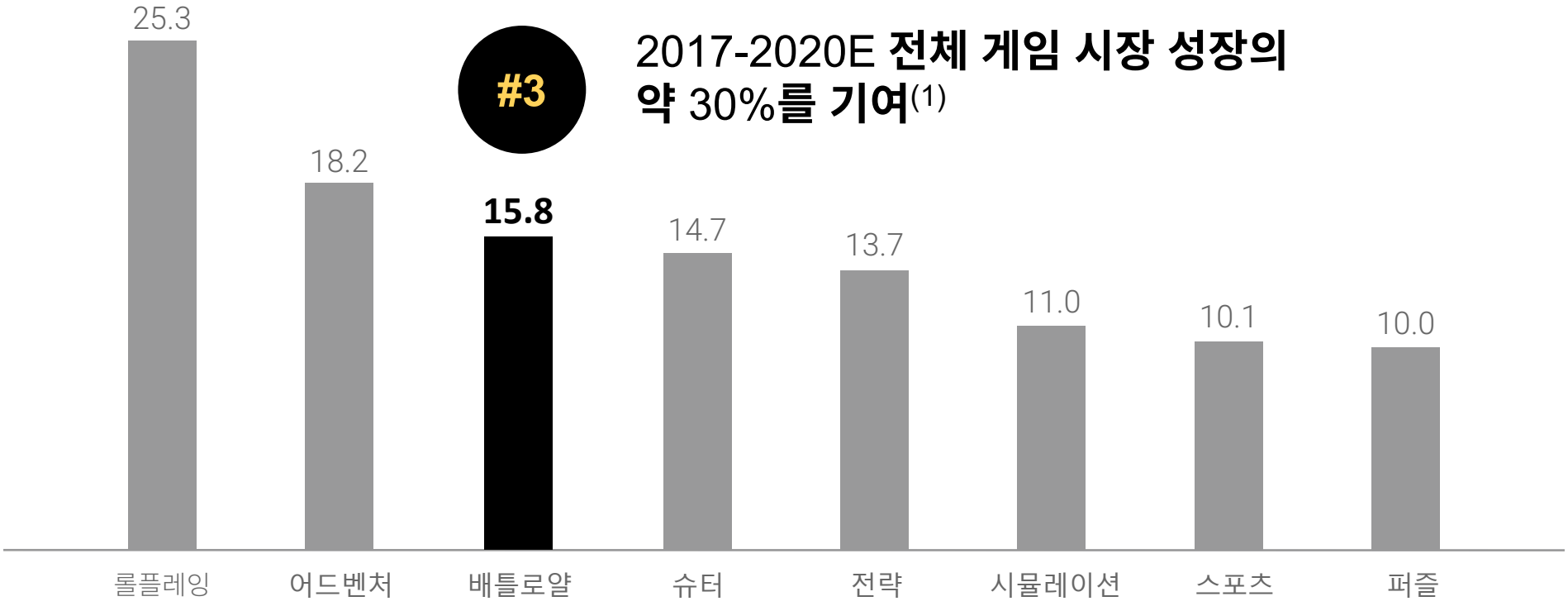
N 사외이사후보추천위원회

A 감사위원회

글로벌 게임 시장에서 가장 새롭고 빠르게 성장하는 장르, 배틀로얄

배틀로얄: 4년 만에 글로벌 3대 게임 장르로 부상

US$10+ bn 이상 장르별 시장 규모: US$ bn, 2020E



Note: Newzoo, Superdata. (1) 2017년에 소규모 매출 가정