

Daum Communications

- 2004년 4분기 및 연간 실적보고 -

2005년 2월 25일

(주) 다음커뮤니케이션 IR팀

◆ 2004년 4분기 및 연간 실적요약

- 매출액 전년동기 대비 12.7% 증가, 전분기 대비 5.0% 감소한 470억원, 2004년 연간 매출 1,874억원, 전년 대비 32.5% 증가
- 영업이익 전년동기 대비 70.2% 감소, 전분기 대비 72.4% 감소한 28억원, 2004년 연간 영업이익 356억원, 전년 대비 5.1% 감소
- EBITDA 전년동기 대비 39.6% 감소, 전분기 대비 45.6% 감소한 84억원, 2004년 연간 EBITDA 563억원, 전년 대비 3.3% 증가

표1. [실적요약]

(단위:백만원)

과 목	4Q 04	3Q 04	4Q 03	QoQ (%)	YoY (%)	FY2004	FY2003	YoY (%)
매 출 액	46,970	49,452	41,668	(5.0)	12.7	187,428	141,428	32.5
매 출 원 가	22,641	21,883	17,868	3.5	26.7	82,505	59,091	39.6
매 출 총 이 익	24,329	27,570	23,800	(11.8)	2.2	104,923	82,336	27.4
판 관 비	21,567	17,555	14,532	22.9	48.4	69,284	44,768	54.8
영 업 이 익	2,762	10,014	9,267	(72.4)	(70.2)	35,639	37,568	(5.1)
경 상 이 익	(23,852)	943	4,416	-	-	(12,416)	29,326	-
순 이 익	(20,753)	174	10,230	-	-	(17,151)	25,223	-
E B I T D A	8,353	15,360	13,825	(45.6)	(39.6)	56,334	54,531	3.3

- 상기 2004년 4분기 실적은 당사의 추정치이며 회계감사 후의 확정치는 변경될 수 있습니다.

◆ 재무실적

매출액

주식회사 다음커뮤니케이션은 2004년 4분기에 전년 동기 대비로는 12.7% 성장하였으나 국내 경기침체의 영향과 국내 인터넷 산업의 경쟁심화로 전분기 대비 5.0% 감소한 470억원의 매출을 기록하였습니다. 그러나, 2004년 연간 매출은 1,874억원으로, 전년 대비 32.5% 성장하였습니다.

포탈부문

온라인 광고는 전년 동기 대비하여서는 16.1% 성장하였으나 계속되는 경기침체로 인한 배너광고시장의 성장 둔화와 소액 광고주들의 이탈 등으로 인하여 지난 분기 대비 8.7% 감소한 244억원의 매출을 기록하였습니다. 그러나, 2004년 연간 매출액 기준으로는 988억원을 기록하며 전년 대비 34.1% 성장을 이룩하였습니다. 검색관련 매출은 2004년 4분기 109억원을 기록, 전분기 대비 13.9% 성장하며 그 성장세를 계속 이어 나갔습니다.

거래형 서비스의 매출은 전년 동기 대비 7.5%, 지난 분기 대비 11.1% 감소한 92억원의 매출을 기록하였습니다. 또한, 2004년 연간 매출액은 386억원으로 전년 대비 14.6% 성장하였습니다.

온라인 쇼핑부문

온라인쇼핑(d&shop)의 2004년 4분기 매출액은 전년 동기 대비 24.8% 증가하고 전분기 대비 8.1% 증가한 134억원으로 온라인 쇼핑부문에서의 분기 최대의 실적을 기록하였습니다. 2004년 연간 매출액은 500억원으로 전년 대비 47.0% 성장하였습니다. 온라인쇼핑의 2004년 4분기 거래액은 전년 동기 대비로는 49.1% 성장하였으며 지난 분기 대비하여서는 19.1% 증가한 1,196억원을 기록하였습니다. 2004년 연간 기준으로는 4,083억원을 기록하며 전년 대비 53.1%의 가파른 성장을 이어갔습니다.

매출총이익

이번 분기 매출총이익은 전년도 동기 대비하여서는 2.2% 성장하였으나 지난 분기 대비 11.8% 감소한 243억원을 기록하였습니다. 또한, 2004년 연간 매출총이익은 1,049억원으로 전년 대비 27.4% 성장하였습니다. 4분기 매출총이익율은 51.8%, 2004년 연간 매출총이익율은 56.0% 입니다.

영업이익

2004년도 4분기 영업이익은 각종 서비스의 브랜드 강화를 위한 마케팅 비용의 증가 및 인건비의 증가, 대손상각비의 증가 등으로 전년 동기 대비 70.2%, 지난 분기 대비 72.4% 감소한 28억원을 기록하였습니다. 2004년 연간 영업이익은 356억원으로 전년 대비 5.1% 감소하였습니다. 4분기의 영업이익율은 5.9%, 2004년 연간 영업이익율은 19.0%입니다. (표4 참조)

경상이익

2004년도 4분기에는 영업외비용 중 '라이코스' 등의 자회사 관련 지분법 평가손의 큰 폭의 증가로 인하여 239억원의 경상손실이 발생하였습니다. 이번 분기 지분법평가손실액 규모는 188억원으로 이 가운데 '라이코스'와 관련된 부분은 영업권 상각액 49억원을 포함한 104억원이며 '다음다이렉트자동차보험'사와 관련된 부분은 68억원으로 집계되었습니다. 이러한 4분기의 큰 폭의 지분법평가손실로 인하여 2004년 연간 124억원의 경상손실을 기록하였습니다.

EBITDA (Earnings Before Interest, Tax, Depreciation and Amortization)

영업을 통한 순 현금흐름을 나타내는 EBITDA는 2004년도 4분기 84억원을 기록하여 전년 동기 대비 39.6%, 전분기 대비하여서는 45.6% 감소하였습니다. 2004년 연간 기준으로는 563억원을 기록, 전년 대비 3.3% 증가하여 회계적으로는 경상손실이 발생하였으나 현금기준으로는 연간전체로 여전히 현금흐름의 증가세를 보여주었습니다. 또한 4분기 EBITDA 마진율은 17.8%, 2004년 연간 EBITDA 마진율은 30.1%를 기록하였습니다.

표2. [주요 매출, 비용 요약]

(단위:백만원)

과 목	4Q 04	3Q 04	4Q 03	QoQ (%)	YoY (%)	FY2004	FY2003	YoY (%)
매 출	46,970	49,452	41,668	(5.0)	12.7	187,428	141,428	32.5
온라인 광고	24,421	26,755	21,028	(8.7)	16.1	98,832	73,721	34.1
거래형 서비스	9,192	10,339	9,941	(11.1)	(7.5)	38,619	33,707	14.6
온라인 쇼핑	13,357	12,358	10,699	8.1	24.8	49,977	33,999	47.0
거래액	119,577	100,398	80,205	19.1	49.1	408,293	266,766	53.1
매 출 원 가	22,641	21,883	17,868	3.5	26.7	82,505	59,091	39.6
외주가공비	4,113	4,624	3,545	(11.0)	16.0	15,770	9,828	60.5
지급수수료	6,874	6,000	4,483	14.6	53.3	23,754	15,120	57.1
광고대행수수료	4,924	4,532	4,536	8.6	8.5	17,534	13,989	25.3
인건비	1,221	1,214	678	0.6	80.0	4,537	2,765	64.1
감가상각비	4,867	4,724	4,036	3.0	20.6	18,319	15,190	20.6
판매비와 관리비	21,567	17,555	14,532	22.9	48.4	69,284	44,768	54.8
마케팅비용	5,909	4,774	5,390	23.8	9.6	20,063	13,845	44.9
인건비	4,777	4,101	2,621	16.5	82.2	16,997	10,092	68.4
경상개발비	888	790	1,422	12.4	(37.5)	2,990	4,205	(28.9)
지급수수료	2,937	2,726	1,863	7.7	57.6	10,170	6,081	67.2
감가상각비	724	622	521	16.4	38.8	2,376	1,773	34.0

연결손익

지난 4분기 동안 다음과 8개의 관계회사는 총 939억원의 매출을 올렸으며, 이는 사업영역별로 국내부분 중 포털사업부문 매출 377억원, EC사업부문 159억원, 금융 사업 242억원 그리고 해외포털 사업부문 매출 161억원으로 이루어져 있습니다. 이 중 내부거래를 제외한 연결 매출은 906억원이었으며, 78억원의 연결영업손실을 기록하였습니다.

당사는 관계회사 투자를 통하여 당사와 관계회사 상호 성장을 기하는 전략을 추구하여 왔습니다. 이제 점차 관계회사들의 규모가 커짐에 따라 다음커뮤니케이션의 실적뿐만 아니라 다음이 주요주주로 있는 관계회사들의 실적을 포함한 연결실적을 기준으로 꾸준히 성장해 나갈 것이며, 외형의 성장 뿐만 아니라 매출성장을 넘어서는 이익의 성장을 만들어 나갈 것입니다.

표3. [4Q04 연결손익 요약]

(단위:백만원)

구분		매출	영업이익
국내	포털 사업	37,736	1,496
	EC	15,909	(47)
	금융 사업	24,184	(2,755)
해외	포털 사업	16,059	(7,410)
내부거래		(3,304)	
외부주주지분			(939)
연결실적		90,584	(7,778)

- 위의 실적은 감사전 당사의 추정치이며, 감사 후의 확정치는 달라질 수 있습니다.
- 해외부문의 실적은 US GAAP 기준이며, 국내부문의 실적은 K GAAP기준입니다.
- 다음 게임은 지난 11월에 지분을 매각하였으므로 연결대상에서 제외하였습니다.
- 상기 금융사업부문의 매출은 금융감독원 보고기준이 아닌 실제 회계처리 기준을 적용하였습니다.

◆ 영업실적

2004년은 장기화되고 있는 국내 경기의 침체와 더불어 더욱 심화된 경쟁으로 인하여 성장이 둔화되고 수익성이 악화되었던 한 해였습니다. 이러한 환경 속에서도 다음은 시장에서의 선도자적 위치를 굳히며 의미 있는 성장을 이루었습니다.

국내 최고의 플랫폼으로서의 재확인

다음은 2004년 한해 이메일, 카페, 미디어다음 등 커뮤니케이션과 커뮤니티 부분에서 경쟁자들에게 압도적인 우위를 보이며 국내 최고의 플랫폼의 위치를 지켰습니다.

우선 커뮤니케이션 부문을 보면 한메일넷(hanmail.net)이 메일 용량 증설, 대용량 첨부파일 등 기능을 한층 업그레이드 하여 용량 마케팅 중심의 경쟁사들의 도전 속에서도 압도적인 1위의 자리를 지켰습니다. 미디어 부분에서도 경쟁사의 스포츠지와 독점계약 등으로 한때 치열한 경쟁이 예상되었으나 토론 섹션 '아고라'의 오픈 등 인터넷 미디어의 최고의 장점인 쌍방향 커뮤니케이션을 강화하며 지난 1년 동안 변함없이 국내 최고의 방문자수를 기록하였습니다.

커뮤니티 부문은 작년 한해 미니홈피 서비스의 돌풍으로 이를 중심으로 한 새로운 1인 커뮤니티 영역과 기존의 다음카페를 중심으로 한 다자간의 커뮤니티 서비스로 양분되었습니다. 미니홈피 서비스의 약진으로 다소의 부진이 우려되었던 다음 카페는 카페검색 강화, 스크랩기능 추가를 통한 카페간, 사용자간 정보공유 기능 강화 등 Daum만이 만들어갈 수 있는 수준 높은 커뮤니티를 만드는 노력을 계속하였습니다. 그 결과, 다음카페의 PV는 2004년 연중 최저치였던 1월의 68억 페이지뷰에서 약 80%나 증가하여 12월에는 역대 최고인 122억 페이지뷰를 기록, 1위 자리를 굳게 지켰습니다. 또한, 카페 개설수도 2004년 말 현재 540만개가 개설되어 2003년 말 408만개 대비 약 32% 성장하며 사용자들의 다음카페에 대한 충성도도 갈수록 높아져감을 보여 주었습니다. 카페 부문 뿐만 아니라 1인 커뮤니티 부문에서도 순방문자 기준 2위를 기록하고 있어 명실상부 국내 최고의 온라인 커뮤니티 플랫폼임을 재확인 할 수 있었습니다.

이러한 플랫폼을 이용하여 다음은 여러가지 신규 서비스를 출시하여 향후 성장의 발판을 마련하였습니다. 이 중, 플래닛의 경우 서비스 시작 4개월 만에 순방문자수 기준 업계 2위에 오르는 커뮤니티 포털의 저력을 보여주었습니다. 유무선이 연동된 '모바일 플래닛'의 오픈과 캐릭터, 아이템, 웹폰트 등 여러가지 기능의 업그레이드, 그리고 모바일과 연동된 폰사진 서비스와 실시간 플래닛 서비스를 제공하는 등 보다 나은 서비스를 위해 노력하였습니다. 이 밖에도 Daum 아이디 하나로 여러 사이트에 로그인 가능한 '싸인(Sign)' 서비스를 실시하였으며 세계적인 인터넷 전화업체 스카이프(Skype)와 전략적 제휴를 체결하여 새롭고 발전적인 커뮤니케이션 플랫폼을 개발하고자 힘썼습니다.

지속적인 성장 실현

2003년에 이어 지난 2004년도 저희 다음은 꾸준한 외형 성장을 이룩하였습니다.

2004년에도 온라인을 제외한 4대 매체의 광고시장의 축소가 예상되는 가운데, 다음의 온라인광고는 2004년 988억원을 기록하며 약 34%의 높은 성장을 이어갔습니다. 이 중, 배너광고는 계속되는 경기 침체 속에서 500대 광고주로 불리우는 대형 광고주들의 전반적인 광고비지출 감소와 번호이동성 등의 단기 트렌드성 광고의 감소로 4분기에 일시적으로 배너광고 매출이 감소하였으나 2004년 전체로 전년 대비 20% 이상 성장하며 오히려 국내 배너광고 시장에서의 market share를 넓히며 2004년도 국내 배너광고 시장의 성장을 주도하였습니다. 검색 사업분야에서는 매분기 두자릿수의 높은 매출성장을 실현하는 가운데 지난 한해에도 1위 사업자와의 거리를 좁히기 위해 많은 노력을 하였습니다. 상반기에는 국내 사업자 가운데 가장 최초로 지역검색 서비스를 상용화 하였고, 4분기에는 뉴스 키워드 링크

서비스인 '핵심 키워드 검색 서비스'를 출시하는 등 서비스의 강화와 마케팅을 통한 브랜드 강화에 주력하였습니다.

온라인 쇼핑 부문도 지난 한해 경쟁사들의 가격 마케팅을 통한 공세로 힘든 한해가 될 것으로 예상하였으나 국내 최고의 온라인 플랫폼을 바탕으로 다음에서만 가능한 타겟마케팅과 새로운 통합 배송 시스템을 통한 배송기간 단축 등 고객의 만족도를 더욱 높여 나간 결과, 온라인 쇼핑 부문 매출 500억 원을 달성하며 전년 대비 50%에 가까운 가파른 성장을 하였습니다. 특히, 거래총액 부문에서는 지난 4분기에 1,196억 원을 기록하며 여러 쇼핑전문몰들을 물리치고 옥션, 인터파크에 이어 B2C와 C2C를 망라한 국내 전자상거래 시장에서 거래총액 기준 3위에 오르는 쾌거를 이룩하였습니다.

거래형 서비스의 경우, 지난 한해를 요약한다면 향후 성장을 대비한 보다 장기적인 관점에서의 새로운 서비스들의 출시로 표현할 수 있을 것입니다. 플래닛의 유료화, 온라인 음악서비스인 '52street'의 오픈, 세계적인 VOIP업체인 'Skype'와의 전략적 제휴 등으로 대표되는 이들 서비스는 단기간내의 가시적인 매출 성과 보다는 미래의 새로운 성장 동력이 될 수 있도록 좀 더 장기적인 안목에서 준비해 온 서비스들입니다. 작년 한해의 실적을 돌이켜 본다면 한메일의 무료 용량 업그레이드로 거래형 서비스의 주력 매출원이었던 프리미엄 매출의 감소에 따른 매출 부진이 예상되었으나 기존 서비스들의 꾸준한 성장과 함께 'pc 지킴이' 등의 출시로 2003년 대비 약 15% 성장한 386억 원의 매출을 기록하였습니다.

미래의 성장을 위한 선택과 집중

다음커뮤니케이션은 기존의 당사의 사업영역 외에 유망한 온라인 산업에 대해서는 직접 사업을 영위하는 형태가 아닌 투자를 통한 관계회사의 설립으로 미래의 유망 사업에 진출해왔습니다. 2004년은 이러한 관계회사들을 중심으로 미래의 성장을 도모하기 위한 선택과 집중이 있었던 한해였다고 말할 수 있을 것입니다. 우선, 국내 인터넷 산업의 성숙화에 앞서 그 대안으로 해외 진출을 모색하였고, 일본의 합작법인 타온의 설립과 미국의 라이코스 인수를 성공적으로 마무리 하였습니다. 한편, 지난 4분기 현대-다음 인터넷펀드와 일본의 '다음 인터랙티브'를 청산하였으며 다음게임의 보다 자율적이고 적극적인 경영을 위하여 다음게임측에 지분을 양도하였습니다. 이처럼 당사는 당사와 관계회사간의 효율적인 시너지를 위한 재편 작업들을 계속 진행할 예정입니다.

이러한 가운데, 기존의 관계회사들의 실적도 가시적인 성과를 나타내기 시작하였습니다.

'다음다이렉트자동차보험'사는 영업 첫 해인 2004년 연간 원수보험료 533억 원, 계약건수 11만건을 기록하였으며 영업개시 이후 11개월 만인 지난 12월에 업계 2위에 오르는 성과를 이루어내었습니다. 이는 신규 실적만으로 이루어낸 놀라운 결과이며 갱신 보험료가 들어오기 시작하는 2005년도에는 더욱 빠르게 시장점유율을 높일 수 있을 것으로 예상됩니다.

일본포탈 시장에 진출한 당사의 자회사 '주식회사 타온(Taon)'은 2004년 말 회원수 137만 명, 월간 페

이지뷰 6,300만 페이지뷰를 기록하며 지난 분기 동안 시스템 개선에 의한 안정화와 속도 개선, 적극적인 사용자에 대한 대응노력에 대한 결과가 조금씩 나타나기 시작하였습니다. 지난 분기 타온은 일본 네티즌이 즐겨 이용할 수 있는 개인화 커뮤니티, 'Cafesta'를 리뉴얼 오픈하였습니다. 이번 리뉴얼에서는 Top 페이지 뿐만 아니라 일본 최초로 본격적인 미니홈피 서비스를 개시 하였습니다. 또한 일본 최초로 메신저에 아바타 표시 기능을 추가하고 이외에 감정표현 및 이모티콘의 업그레이드를 실시하였으며 MyHP, 메일 등의 다른 서비스와 연계하였습니다. 타온은 다음커뮤니케이션의 커뮤니티 운영 노하우를 접목하여 일본 네티즌에 맞는 서비스의 출시, 개편 작업들을 실시하였습니다.

인수 후 10월부터 비용절감을 위한 구조조정에 들어간 라이코스는 계획한 대로 구조조정을 진행하여 작년 인수 전 3분기 누적 3천4백만불, 분기별 평균 천백만불에 달하던 EBITDA 손실이 4분기에 2백5십만불로 호전되었습니다.

◆ 2005년 사업전망

우선, 국내 사업부문을 보면 다음은 배너광고 시장의 지속적인 성장을 견인하기위한 시장리더로서의 노력들을 할 계획입니다. 온라인만의 광고기법의 장점을 살려 500대 광고주를 주요한 대상으로 매출력과 영업력 신장에 주력할 예정이며 여전히 잠재력이 큰 신규시장개척에도 노력을 게을리 하지 않을 것입니다. 검색서비스는 통합 검색엔진 업그레이드, 키워드 중점관리, 사용자 편의(User Interface) 증대로 전체적인 퀄리티를 강화하고 UCC(User Create Content)강화, 전문 DB 추가 등으로 DB경쟁력을 강화할 예정입니다. 이러한 서비스 강화와 병행하여 지난해 4분기부터 테스트를 시작한 컨텍츄얼 광고(Contextual Advertisement)가 이번 1분기부터 상품화 될 예정이어서 매출증가에 많은 기여를 할 것으로 기대하고 있습니다.

온라인 쇼핑의 경우 상품검색 강화와 안정적인 결제 시스템 개선 등으로 서비스의 안정화를 모색할 계획이며 개인화 된 상품 정보 제공과 블로그/카페들과의 연동을 통하여 좀 더 많은 쇼핑 정보를 빠르게 공급하여 트렌드에 맞춰감으로써 타 쇼핑몰과 차별화 된 서비스를 제공할 것입니다. 또한, 구매고객의 편의를 향상시키기 위한 통합배송시스템을 강화, 확장 할 예정이며, 이는 향후 시스템 안정화 뿐만 아니라 고객 만족도의 향상에 많은 기여를 할 것입니다. 이러한 노력들은 고객들의 로열티와 만족도를 높일 수 있을 것이며 이를 통해 충성도 높은 고객층을 넓히고 신규 고객을 유치하는 고객관리를 할 계획입니다.

이러한 사업의 근간이 되는 다음의 플랫폼에도 2005년에는 적지 않은 변화가 있을 것입니다. 우선, 메일과 카페의 제2의 도약을 위한 새로운 플랜들이 실행될 것입니다. 또한 Daum플랫폼 안에서의 이러한 활발한 커뮤니케이션이 당사의 수익창출과 직접 연결될 수 있는 다양한 수익모델을 연계할 예정

입니다. 금년 1월에 오픈한 Daum 블로그는 약 540만개의 다음 카페와 연동되며 사용자의 지적재산권과 프라이버시 보호 기능을 더욱 강화할 계획입니다. 여기에 기존의 플래닛 서비스와 미디어다음 서비스도 지속적인 서비스 업그레이드로 사용자들의 e-Life의 중심을 다음 안에서 구현할 수 있도록 할 예정입니다.

2005년도 일본과 미국을 중심으로 하는 해외사업부문은 서비스 정착화에 중점을 둘 예정입니다. 이미 1인 커뮤니티 서비스를 개시한 일본의 타온은 디지털 아이템의 도입과 기존의 서클, chat 등의 커뮤니티 서비스와의 연동, 그리고 웹과의 연동성을 강화한 모바일 서비스의 리뉴얼로 일본 네티즌들의 충성도를 점차적으로 높여 일본 최고의 커뮤니티 플랫폼의 자리를 확고히 해 나아갈 예정입니다. 라이코스도 올해 커뮤니티 서비스의 정착과 검색서비스의 강화로 내년 이후 성장의 근간이 될 수 있는 플랫폼으로 만들 계획입니다. 우선, 상반기 내에 플래닛을 오픈할 예정이며, 3분기 중에는 블로그 서비스와 RSS넷 서비스를 출시하여 경쟁력있는 다음의 서비스들을 미국시장에서 본격적으로 테스트 할 예정이며 4분기에는 검색관련 새로운 서비스를 출시할 예정입니다.

감사합니다.

➤ APPENDIX

표4. [요약손익계산서]

(단위: 백만원)

	1Q04	2Q04	3Q04	4Q04	FY2004
매출	44,068	46,937	49,452	46,970	187,428
%(QoQ)	5.8	6.5	5.4	(5.0)	
온라인광고	22,962	24,694	26,755	24,421	98,832
%(QoQ)	9.2	7.5	8.3	(8.7)	
거래형 서비스	9,634	9,453	10,339	9,192	38,619
%(QoQ)	-3.1	-1.9	9.4	(11.1)	
인터넷 쇼핑	11,472	12,791	12,358	13,357	49,977
%(QoQ)	7.2	11.5	-3.4	8.1	
매출원가	17,894	20,087	21,883	22,641	82,505
매출총이익	26,174	26,850	27,570	24,329	104,923
판매비와 관리비	15,038	15,124	17,555	21,567	69,284
마케팅 비용	5,345	4,035	4,774	5,909	20,063
영업이익	11,136	11,727	10,014	2,762	35,639
영업이익률(%)	25.3	25.0	20.3	5.9	19.0
경상이익	5,471	5,022	943	(23,852)	(12,416)
EBITDA	15,865	16,757	15,360	8,353	56,334
EBITDA margin(%)	36.0	35.7	31.1	17.8	30.1
감가상각비	4,729	5,030	5,345	5,591	20,695
당기순이익	1,485	1,943	174	(20,753)	(17,151)

- 상기 2004년 4분기 실적은 당사의 추정치이며 회계감사 후의 확정치는 변경될 수 있습니다.
- 상기 마케팅비용은 판관비 항목중 광고선전비와 판매수수료를 합한 금액입니다.

표5. [요약 대차대조표]

(단위: 백만원)

	FY2003	1Q04	2Q04	3Q04	4Q04
유동자산	99,251	123,110	112,587	95,892	118,527
고정자산	112,938	104,855	125,380	232,170	194,449
CAPEX	13,818	4,502	7,317	5,921	3,216

자산총계	212,189	227,965	237,966	328,062	312,976
유동부채	67,376	75,309	85,211	102,321	117,339
고정부채	11,733	17,367	12,103	82,863	85,473
부채총계	79,108	92,676	97,313	185,184	202,812
자본금	7,413	7,436	7,478	7,576	7,583
자본잉여금	108,683	109,262	112,511	113,861	113,953
이익잉여금	10,749	12,416	14,177	14,352	(6,402)
자본조정	6,236	6,174	6,487	7,089	(4,971)
자본총계	133,081	135,288	140,653	142,878	110,163

- 상기 2004년 4분기 실적은 당사의 추정치이며 회계감사 후의 확정치는 변경될 수 있습니다

표6. [사업부문별 2004년 4분기 요약손익계산서]

(단위 : 백만원)

		4Q04	3Q04	4Q03	QoQ	YoY
포털 (Portal)	매출액	33,613	37,094	28,564	(11.3)	17.7
	영업비용	31,378	27,322	18,930	14.8	65.8
	영업이익	2,235	9,772	9,634	(77.1)	(76.8)
인터넷 쇼핑	매출액	13,357	12,358	9,374	8.1	42.5
	영업비용	12,830	12,116	8,588	5.9	49.4
	영업이익	527	242	786	117.8	(33.0)

- 상기 사업부문별 요약손익계산서는 당사의 원가배분기준에 의한 것입니다.
- 상기 2004년 4분기 실적은 당사의 추정치이며 회계감사 후의 확정치는 변경될 수 있습니다

표7. [회원 및 트래픽 현황]

[전체 현황]

	1Q04	2Q04	3Q04	4Q04
전체회원수(천명)	66,401	49,090	51,374	53,358
커뮤니티수(천개)	4,554	4,907	5,175	5,396
도달률(%)	92.1	91.3	91.9	92.0
전체월평균페이지뷰 (억페이지뷰)	190.2	186.0	182.5	211.3
카페월평균페이지뷰(억)	75.6	85.9	85.6	106.3
메일월평균페이지뷰(억)	24.6	29.1	27.0	34.0
뉴스월평균페이지뷰(억)	21.3	20.0	21.5	22.5

전체월순방문자수(백만명)	23.5	24.1	24.7	25.7
카페월순방문자수(백만명)	20.8	21.1	21.2	21.6
메일월순방문자수(백만명)	21.4	21.8	22.1	22.6
뉴스월순방문자수(백만명)	17.3	17.4	17.6	18.0
일평균검색조회수(천query)	9,474	9,790	11,684	10,037

(출처: 코리아 클릭, 다음커뮤니케이션 2004년 12월)

- 2004년 2분기 전체 회원수(계정수)의 감소는 휴면계좌 삭제에 의한 결과입니다.

표8. [온라인 쇼핑 지표 현황]

	1Q03	2Q03	3Q03	4Q03	1Q04	2Q04	3Q04	4Q04
월평균쇼핑 구매자수(천명)	345	386	414	431	487	524	483	494
월평균최초쇼핑 구매자수(천명)	127	118	115	112	128	115	99	93
1인당 구매횟수(건)	1.60	1.66	1.71	1.81	1.84	1.90	1.84	1.88

(출처: 다음커뮤니케이션 2004년 12월)