

# POWER TO VALUE!

- 2002

2003

2003 1 17

IR

2002

	2002		909	148%	2,252	
			153			3
5,800%						
	EBITDA	116	156%	296		
				112%	400	
		146%	1,641			211
가 2002			2002		1,700	~2,100
		60~120				
	2002			20%가		가
가	2001	574	2002	4,305	가	2002 7
			2002			
		146%,	21%	1,641		
		가				
4			2003			
	2002				154	
2002	3					4
			211			22%
						2002

197% 가  
 148% 가 가 131%  
 가 5,800% 153 ,  
 가 0.3% 6.5% 가  
 6.8% 0.9% 19.1% 가 20.0%

[ ] ( : )

	2002	2001	2002 4Q	2002 3Q	2001 4Q
	225,229	90,962	77,067	56,976	34,084
	39,983	18,852	13,727	11,022	5,934
	164,120	66,839	56,647	40,561	26,615
	21,126	-	6,693	5,393	-
	-	5,271	-	-	1,535
가	188,117	81,871	62,909	47,252	31,062
	37,112	9,091	14,158	9,724	3,022
	21,832	8,832	7,241	5,611	3,221
	15,280	259	6,917	4,113	-199
EBITDA	29,645	11,572	10,739	7,814	3,062

( 2002 4 2002 )

**Daum**

2002 가 가  
 가  
 가 14.8% ARPU(Average  
 Revenues Per User) ARPU 62,816  
 가 가 가  
 8 가 19,892,000 6.6%  
 (Loyalty)가

	1Q	2Q	3Q	4Q
	18,660,000	18,933,000	19,638,000	19,892,000
	817,654	1,093,671	1,153,938	1,368,649
%	4.38	5.78	5.88	6.88
B2C ( )	35,103	40,849	45,954	63,340
ARPU( )	42,931	37,350	39,824	46,279

[ARPU(Average Revenues Per User) ]

	2001	2002
( )	18,092,000	19,892,000
(Unique)	992,300	2,949,047
B2C ( )	66,839	185,246
1 B2C ( )	37,358	62,816

(化)

가

(Daum Cash)

2002

400

101

2002 9

20 가

가 2003

(Daum Cash)

가

(Cash Flow)

(2002 , 2001 )

( : PVs, , )

500,000	20,352	2,000
37.7%	13.1%	100%

( : 2002 12 , )

( )	(%)	( )	( )	( )
20,981	91.7	15,894,911	14.85	310.8

( : 2002 12 )

2002

2002

‘ (wedding)’, ‘ ( )’, ‘ ’

2002 5,000 CP(Contents Provider)

70

2002

(poll)

가

가

가 11

가

2003

2003

가

2002

2003

가

2003

가

, e-branding ,

가

가

가

2003

2003

(TPL)

가

CRM

(Active User) 11%

가

가

[ ]

	2002 1Q	2002 2Q	2002 3Q	2002 4Q
	6,494,229	6,864,699	6,723,456	8,051,628
	731,649	797,273	882,180	1,152,046
가( )	44,642	41,247	42,666	50,511
	222	250	271	318
	151,357	164,369	170,258	178,193
	9.0%	9.3%	9.6%	9.3%

2002

가

가  
Portal)

(Vertical Portal)

(Horizontal

가가

2003

2002

(Product Marketing)

(Brand marketing)

20

(risk)

가

2002

2002

2001 294

47%

132

150

, 2003

2002

2003

Daum

ARPU 가 가

Brand Equity

(Synergy)

(Synergy)가

가

가

2003

2003

2003

1

16

9

2003

1,000 ~1,400

250 ~400

가

2003

2002

30%~85%

2002

60%~160%

가 2

가 가

가

가

(EBITDA)

가

가 420 ~570