

보고서의 목적

주간 탐방 코멘트

Jun. 18, 2007 / 통신장비

링크웨어(084730)

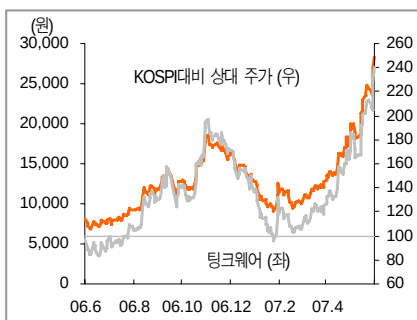
내비게이션 업계의 뱅크가 되려나

Not Rated

목표주가 (6M)	N/A
현재주가 (06/15)	28,350원

Analyst 박세진	3774-1709
	psj@miraeeasset.com
Analyst 김경모	3774-1408
	kkm7376@miraeeasset.com

발행 주식수(천주)	6,468
액면가(원)	500
시가총액 (십억원)	183
52주 최저 / 최고(원)	6,890/28,350
52주 일간 Beta (KOSPI대비)	1.4
평균거래량(3M, 천주)	315
평균거래대금(3M, 백만원)	5,210
외국인소유지분 (%)	11.9
06년 주당 배당금(원)	0
07년 주당 예상배당금(원)	0
07년 예상EPS Consensus(원)	2,357
Consensus 차이(%)	-
주요주주 지분율(%)	
김진범 외 4인	30.67
삼성투자신탁운용	9.43
	1M 6M 12M
주가상승률(%)	63.9 75.0 248.7
KOSPI대비 상대수익률(%)	52.4 50.4 203.4



요약

2007년 매출액 및 영업이익 전년대비 각각 52.9%, 70.9% 증가 전망
국내 내비게이션 시장 2010년까지 연평균 45.7%의 성장률 보일 것으로 전망
시장이 성숙화되는 2010년경 전자지도 업그레이드 유료화 가능

■ 국내 내비게이션 단말기 및 토털 솔루션 제공업체

링크웨어는 국내 선두권 PND(Portable Navigation Device) 내비게이션 기업으로 자체 개발한 전자지도 '아이나비'를 보유하고 있음. 동사는 이를 자사가 직접 만든 단말기에 탑재하여 판매하는 동시에 전략적 제휴업체를 대상으로 공급함. 동사의 주 매출원은 내비게이션 단말기로 2006년 기준 전체 매출의 81.7%를 차지하였음. 반면 내비게이션 SW인 전자지도의 매출은 전체매출의 7.5%를 차지하였음. SW의 특성상 매출이 증가할수록 원가가 절감하므로 이익률은 80%에 달함. 최근에는 7인치 대형화면 단말기를 출시하여 국내 시장공략을 가속화하고 있음. 또한 한 단계 진보된 전자지도의 개발로 진행방향인지와 좌, 우회전, 오르막길, 내리막길, 주행인지와 정차인지가 가능함. 동사의 2007년 매출액 및 영업이익은 전년대비 각각 52.9%, 70.9% 증가한 1,550억원과 217억원으로 전망됨.

■ 국내 내비게이션 시장은 아직 성장 초기단계

2006년 세계 PND 내비게이션 생산량은 전년대비 101.4% 증가한 1,112만대임. 이는 PND 내비게이션이 차량의 대쉬보드에 장착하는 FNS(Fixed Navigation Device) 내비게이션 대비 저가이며 애플의 아이팟처럼 패션 아이템화 되어가며 젊은 운전자들과 유행 트렌드에 민감한 운전자들에게 인기가 많아 지고 있기 때문임. 따라서 세계 PND 내비게이션 시장은 2006~2010년까지 연평균 53.3%의 성장률을 보일 것으로 전망됨. 하지만 국내의 경우 내비게이션 시장은 아직 성장 초기단계에 불과함. 2005년부터 본격화되기 시작한 국내 내비게이션 시장은 2006년 말 기준 국내 차량 보급대수 1,600만대 대비 14.3%의 보급률로 성장 잠재력이 높음. 내비게이션이 가장 먼저 발달된 일본시장의 경우 2001년 보급률이 13.7%로 2006년 국내 수준과 비슷함. 일본이 50% 수준의 보급률을 달성하기까지 대략 5년이 걸렸다는 것을 볼 때 국내도 2010년 정도가 되어야 내비게이션 보급률이 50% 수준에 달할 수 있을 것으로 전망함.

■ 전자지도 업그레이드 유료화 도입 시 최대 수혜 기업

현재 국내 내비게이션 시장은 치열한 가격 경쟁으로 인해 수익성이 악화되고 있어 구조조정이 불가피 함. 대기업 또한 뒤늦게 시장에 진출하였으나 판매실적은 저조함. 결국 전체시장의 80%이상을 차지하고 있는 상위 10개 중견기업 위주로 시장이 강화될 것으로 전망됨. 동사의 경우 내비게이션의 심장인 SW를 보유하고 단말기 및 토털 솔루션을 제공하는 유일한 업체이기에 충분한 경쟁력을 가지고 있음. 또한 퇴출되는 중소기업의 제품 중 아이나비 지도를 탑재한 단말기는 유통마진을 제외한 가격으로 보상판매를 실시하여 SW의 매출감소를 단말기 판매대수 증가로 유도할 전략임. 향후 국내 내비게이션 시장이 성숙화되는 2010년경 SW 업그레이드의 유료화가 진행될 가능성이 높음. 현재 SW 점유율 40%를 유지하고 있는 동사의 경우 전자지도 업그레이드의 유료화 적용 시 큰 수혜를 볼 것으로 전망됨.

국내 선두권 PND 내비게이션 기업

국내 유일한 PND 내비게이션
단말기 및 토탈 솔루션 제공업체

팅크웨어는 국내 선두권 PND(Portable Navigation Device) 내비게이션 기업으로 자체 개발한 SW ‘아이나비’를 보유하고 있으며 이를 자사가 직접 만든 단말기에 탑재해 판매함으로써 효율성을 높이고 있다. 동사는 국내 유일한 내비게이션 단말기 및 토탈 솔루션 제공 업체이다.

동사의 사업영역은 크게 내비게이션 부문과 LBS(Location based Service) 부문으로 나눌 수 있다. 내비게이션 부문은 내비게이션 단말기 개발 및 판매와 내비게이션 SW에서 수익을 창출한다. LBS 부문은 LBS 솔루션 및 전자지도를 기반으로 SK텔레콤의 친구찾기, 교통정보, 모바일지도, 무선통신형 내비게이션 서비스 등에서 수익을 창출하고 있다.

2006년 기준 내비게이션 단말기의 매출비중이 81.7%에 달하고 있으며, 국내 내비게이션 시장의 빠른 성장과 DMB, PMP 등의 복합기능 제품 출시 그리고 7인치 대형화면 제품 등의 라인업 강화로 지속적인 외형 확대가 예상된다. 내비게이션 SW의 매출은 전체매출의 7.5%를 차지한다. SW의 특성상 매출이 증가할수록 원가가 절감하므로 비록 전체 매출에서 차지하는 비중은 7.5%에 불과하지만 이익률은 80%에 달한다. 국내 내비게이션 SW는 동사와 만도맵앤소프트가 전체 시장의 80% 이상을 점유하며 사실상 시장을 양분하고 있다. LBS 부문은 전체 매출의 6.7%를 차지하며 꾸준한 매출 증가를 보여주고 있다.

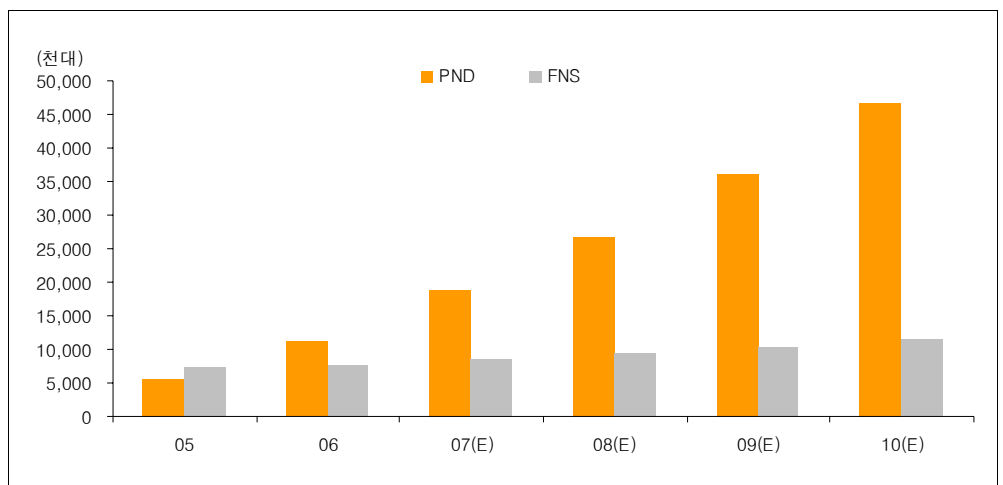
2006년 세계 PND 내비게이션 시장 폭발적인 성장

세계 PND 내비게이션 시장
2010년까지 연평균 53.3%의
성장률을 보일 것으로 전망

2006년 세계 PND 내비게이션 생산량은 1,112만대로 2005년 552만대에 비하면 101.4%나 증가하였다. 반면 차량의 대쉬보드에 장착 하는 FNS(Fixed Navigation System) 내비게이션의 생산량은 2005년 721만대에서 2006년 778만대로 7.9% 증가하였다. 이는 FNS 내비게이션이 PND 내비게이션 대비 최고 10배의 고가이며 PND 내비게이션이 애플의 아이팟처럼 패션 아이템화 되어가며 젊은 운전자들과 유행 트렌드에 민감한 운전자들에게 인기가 많아지고 있기 때문이다.

2006년 PND 내비게이션 단말기의 세계 평균 가격은 275불 수준이었으나 향후 200불 초반으로 내려가며 더욱더 많은 수요가 증가할 것으로 전망된다. 세계 PND 내비게이션 시장은 2006년~2010년까지 연평균 성장률 53.3%를 보일 것으로 전망되는 반면 FNS 내비게이션은 훨씬 낮은 9.6%의 성장률을 보일 것으로 전망된다.

〈그림 1〉 세계 종류별 내비게이션 생산 전망



자료: Gartner, 미래에셋증권 리서치센터

국내 내비게이션 시장 보급률 14.3%에 불과

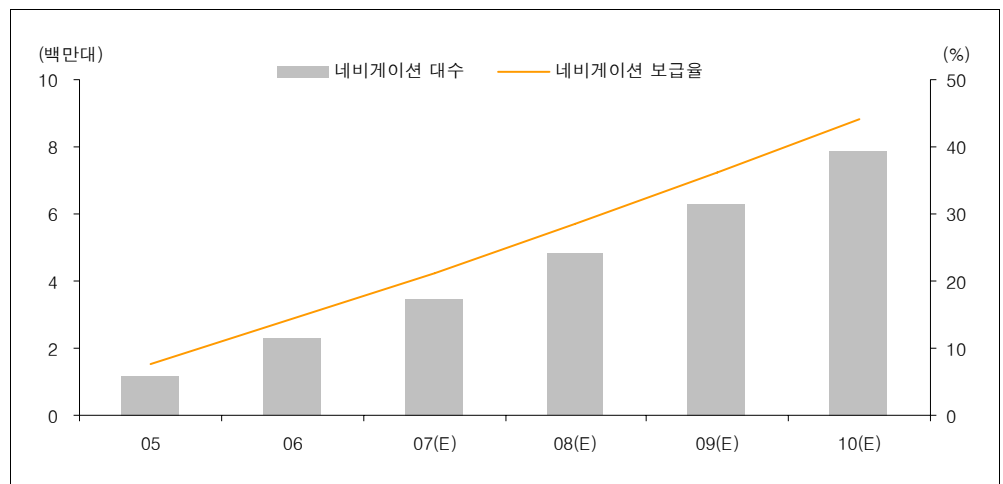
아직 성장 초기단계인 국내
내비게이션 시장. 2010년까지
연평균 45.7%의 성장률을 보일
것으로 전망

국내 내비게이션 시장의 경우 아직 성장 초기단계이다. 불과 4~5년 전만해도 고급차에 제공되는 수백만 원짜리 옵션사항으로 밖에 볼 수 없었다. 2005년부터 본격화하기 시작한 국내 내비게이션 시장은 초기에는 자동차 전문 제조업체인 중소, 중견기업이 고가의 제품을 출시하였으나 2006년부터 본격적으로 PMP 제조업체들이 내비게이션 기능과 DMB 수신 등을 탑재한 멀티미디어 컨버전스 제품으로 시장을 가속화시켰다.

2006년 말 기준 국내 차량 보급대수가 1,600만대를 넘어섰다. 이에 비해 2006년 말 기준 국내 내비게이션 보급률은 차량보급대수 대비 14.3%에 불과하여 성장 잠재력이 높다. 특히 주5일 근무의 도입과 삶의 질을 추구하는 국민들의 인식 변화와 DMB 및 PMP 기능의 컨버전스화 등으로 인해 단말기의 신규 수요 증가뿐만 아니라 기존 저사양 단말기의 교체가 발생하고 있다.

내비게이션이 가장 먼저 발달된 일본시장의 경우 2001년 보급률이 약 13.7%로 2006년 국내 수준과 비슷하다. 일본이 50% 수준의 보급률을 달성하기까지 대략 5년이 걸렸다는 것을 볼 때 국내도 2010년 정도가 되어야 내비게이션 보급률이 50% 수준에 달할 수 있을 것으로 전망된다.

〈그림 2〉 국내 내비게이션 대수 및 보급률 전망



자료: Jupiter, 미래에셋증권 리서치센터

7인치 대형화면 단말기 출시로 판매단가 인상 효과 발생

G센서를 탑재한 대형화면 단말기를
출시하여 더욱더 빠르고 정확한
길안내 가능

동사는 올해 5월과 6월에 각각 ‘아이나비 ES’와 ‘아이나비 G1’을 신규모델로 출시하며 7인치 내비게이션 시장에 진입하였다. 그 동안 3~4인치대의 내비게이션을 판매하던 동사는 7인치 내비게이션을 출시하며 국내 내비게이션 시장공략을 가속화 하고 있다.

5월에 출시한 아이나비 ES는 동사 최초 7인치 보급형 모델로써 480*234 해상도의 LCD와 400MHz CPU를 탑재하였다. 동제품의 주 타겟은 자사 및 타사 단말기를 구입한 교체수요자들로 현재 홈쇼핑에서 활발하게 판매되고 있다.

6월에 출시한 아이나비 G1은 하이엔드 유저를 타겟으로 한 고급형 제품으로 800*480의 고 해상 LCD와 500MHz의 고성능 CPU를 탑재하여 동영상 코덱을 별도의 변환 없이 디코딩 가능하게 하는 등 사용자의 편의성을 극대화 하였다. 아이나비 G1의 가장 큰 특징은 G센서(지자기센서+가속센서) 탑재이다. G센서란 자북(북극)의 절대방향과 자차의 진행방향을 감지할 수 있는 3축 지자기센서(Geomagnetic-Sensor)와 X, Y, Z 벡터 값을 이용해 모션 센싱이 가능한 3축 가속센서(Gravity-Sensor)를 아이나비 맵 매칭 엔진과 결합해 차량의 주행 상태를 빠르고 정확하게 알 수 있도록 만든 첨단 내비게이션 기술이다.

G센서 탑재로 인해 약 30M이상 지나야 재탐색이 되는 타제품과는 달리 아이나비 G1은 5M만 지나쳐도 즉시 재탐색이 된다. 또한 진행방향인지와 좌, 우회전, 오르막길, 내리막길, 주행인지와 정차인지가 빠르고 정확하게 이루어진다. 아이나비 G1은 한정판(1,500대)이 홈쇼핑판매 5시간 만에 매진되는 등 내비게이션 동호회에서 선호도 1위를 차지하며 판매호황을 누리고 있다.

대형화면 단말기 출시로 제품
라인업 강화로 인한 판매 볼륨 증가
및 판매 단가 인상

동사의 대형화면 단말기 출시는 제품의 라인업 강화로 인한 다양한 계층의 고객 확보뿐만 아니라 판매 단가를 인상 시키는 효과를 발생 시킨다. 동사의 경우 단말기당 판매 단가의 인상과 함께 아이나비 ES와 아이나비 G1의 6월 판매량이 각각 2만대에 도달할 것으로 전망되기에 판매 볼륨 또한 증가하고 있는 최상의 상황에 있다.

〈표 1〉 톱크웨어의 7인치 신제품

제품명	출시일	판매가격	특징
아이나비 ES	2007. 5	40만원대 중후반	• 톱크웨어의 최초 7인치 제품으로 보급형 • 자사 및 타사 단말기를 구입한 교체수요자들이 주 타겟 • 7인치 480X234 해상도의 삼성 LCD 채택 • 삼성 400MHz CPU 채용 • 실시간 교통정보 TPEG 지원 • 2개의 AV-in 단자가 제공되어 동시에 2개의 외부기기 연결 가능 • DMB 모듈 내장
아이나비 G1	2007. 6	50만원대 중후반	• 고급형으로 하이엔드 유저를 겨냥한 제품 • G센서(지자기센서+가속센서) 기술 적용 • 7인치 800X480 고해상도의 삼성 LCD 채택 • PMP제품에 주로 사용되는 500MHz의 고성능 CPU를 채택하여 동영상 코덱을 별도의 변환없이 디코딩 가능 • 후방카메라나 타기기를 연결할 수 있는 외부영상 입력단자 • DMB 모듈 내장

자료: 톱크웨어

내비게이션의 심장 ‘전자지도’

국내 내비게이션 SW 시장의 40% 이상을 점유, 지속적인 업그레이드로 지도의 정확성 높임

데이코 D&S에서 발간한 ‘2006년 내비게이션 실태와 전망’에 따르면 내비게이션 구매 시 가장 큰 영향을 주는 요인이 전자지도라고 설문 참가자의 51%가 응답하였다. 즉 아무리 다양한 기능을 갖춘 단말기라 할지라도 탑재된 소프트웨어가 신뢰할 수 있어야 하며 내비게이션 본연의 기능에 충실해야 한다는 뜻이다. 실제로 구매자들이 내비게이션 선택시 가장 먼저 스크리닝하는 것이 단말기에 탑재한 소프트웨어라는 사실이 시장조사를 통해 확인 되었다.

동사의 경우 전체 내비게이션 SW 시장의 40%를 점유하고 있으며 높은 브랜드 인지도를 보유하고 있다. 동사는 수시로 변경되는 지도의 특성을 동회화와 가입고객을 통해 정보를 신속히 업그레이드 하여 전자지도의 정확성을 높이고 있다. 또한 고객이 직접 콘텐츠를 만들고 상호 사용하는 시스템을 구축하였다.

더욱이 이번 G센서를 탑재한 내비게이션을 출시하며 전자지도를 한 단계 진화시켰다. G센서가 탑재된 단말기는 기존의 단말기와는 달리 차량의 진행방향인지와 좌, 우회전, 오르막길, 내리막길, 주행인지와 정차인지가 빠르고 정확하게 이루어진다. 동사는 전략적 제휴업체를 대상으로 지속적으로 SW를 공급할 계획이기에 업그레이드 된 SW의 판매 단가 또한 상승하여 수익이 향상 될 것으로 전망된다. 이번 아이나비 G1의 출시로 인해 G센서를 탑재한 내비게이션과 그렇지 않은 내비게이션이 구분될 것으로 전망된다.

내비게이션 시장, 중견기업 위주로 재편

국내 내비게이션 시장 치열한 가격 경쟁으로 인한 수익성 악화, 중견기업 위주로 재편 불가피

현재 국내 내비게이션 단말기 시장에는 대략 70여 개의 업체가 활동하고 있다. 이는 과도한 숫자이며 이들의 가격 경쟁이 치열해지면서 수익성 악화로 이어져 중소기업의 구조조정은 불가피할 것으로 전망된다. 실제로 홈쇼핑을 통해 활발하게 판매되었던 노바일렉트로닉이 지난 7일 최종부도 처리되었다. 업계에서는 지나친 가격 경쟁으로 인한 낮은 마진율로 수익성이 하락한 것을 주원인으로 보고 있다.

국내 내비게이션 시장의 잠재력을 감지한 대기업 또한 뒤늦게 시장에 진출하였으나 성공적이지 못했다. LG가 작년 11월에 40만원 대의 4.1인치 내비게이션을 출시 하였지만 성능대비 비싼 가격으로 인해 매달 5,000대 가량만 판매되고 있다. 삼성전자 또한 올해 1월에 60만원 대의 블루투스 기능을 갖춘 3.7인치 내비게이션을 출시하였지만 지난 4개월간 총 판매량이 5,000대에 그치는 등 판매가 부진하였다. 웬만한 중소기업들이 월 5,000대 이상의 내비게이션 단말기를 판매한다는 것을 감안 시 LG와 삼성전자의 판매실적은 저조한 것이다.

대기업이 내비게이션 시장에 성공적으로 진출하기 위해서는 내비게이션의 심장인 SW의 확보가 최우선시 된다. 현재 국내 내비게이션 SW 시장의 80%이상을 동사와 만도맵앤소프트가 양분하고 있으며 만도맵앤소프트는 현대자동차와 현대오트넷이 각각 25.82%의 지분을 보유하고 있기에 결국 동사를 인수하지 않는 이상 대기업의 내비게이션 진출은 쉽지 않을 것으로 전망된다.

따라서 텅크웨어, 현대오트넷, 카포인트 등의 상위 10개 업체가 전체시장의 80%이상을 차지하고 있는 국내 내비게이션 시장은 앞으로도 이런 중견기업 위주로 시장이 재편될 것으로 전망된다. 국내 선두권 내비게이션 기업인 동사의 경우 내비게이션 시장의 핵심 요소인 SW를 보유하고 단말기 및 토탈 솔루션 제공 업체이기에 중견기업 위주의 시장강화로 인한 수혜를 볼 것으로 전망된다.

시장 재편으로 인한 반사이익 및 전자지도 업그레이드 유료화

시장이 둔화되는 2010년경 SW
업그레이드의 유료화 적용 시 큰
수혜를 볼 것으로 전망

치열한 가격 경쟁으로 인해 국내 내비게이션 시장이 재편될 경우 동사가 SW를 공급하는 중소기업이 정리되어 SW 매출이 감소될 가능성을 배제하지 않을 수 없다. 하지만 동사의 경우 동사의 SW를 탑재하는 타 중소기업이 퇴출될 경우 그 단말기를 구매한 고객들에게 유통마진(대략 30%)을 제외한 가격으로 보상판매를 실시한다는 전략을 가지고 있다. 즉 SW의 매출감소를 단말기 판매대수 증가로 유도하겠다는 전략이다.

현재 내비게이션 보급이 아직 초기 성장단계인 국내를 제외하고 해외의 경우 전자지도 업그레이드비용을 유료화하였다. 자동차 보유대수 대비 내비게이션 보급률이 14.3% 수준인 국내의 경우 각 업체별로 시장 점유율 증가를 위해 무료 업그레이드 정책을 유지하고 있지만 시장이 둔화되는 2010년 정도에는 SW 업그레이드 유료화가 진행될 가능성이 높다.

내비게이션 이용자들은 일반적으로 전자지도를 1~1.5년에 한번씩 업그레이드 한다. FNS의 경우 매해 업그레이드용 CD를 2~3만원에 구입해야 한다. 따라서 PND 내비게이션의 전자지도 업그레이드를 위해 매년 1~2만원을 부담하는 것에 대해 크게 거부감을 가지지 않을 것이라고 예상된다. 비록 다른 제조사의 단말기를 사용하더라도 아이나비 지도를 탑재한 경우 동사를 통해서 업그레이드를 해야 한다. 따라서 현재 SW 점유율 40%를 차지하고 있는 동사의 경우 전자지도 업그레이드의 유료화 적용 시 큰 수혜를 볼 것으로 전망된다.

2007년 매출액 및 영업이익의 전년대비 각각 52.9%, 70.9% 증가 전망

단말기 및 SW의 판매 단가 인상과
판매 볼륨의 증가로 2007년 매출액
및 영업이익의 전년대비 각각 52.9%,
70.9% 증가 전망

동사의 2007년 매출액 및 영업이익은 전년대비 각각 52.9%, 70.9% 증가한 1,550억원, 217억원으로 전망된다. 이는 동사의 신규모델인 7인치 대형화면 단말기가 시장에서 큰 호응을 얻고 있어 단말기의 판매 볼륨과 단가를 동시에 인상시켜 매출이 증가할 것으로 전망되기 때문이다. 특히 G센서를 탑재한 ‘아이나비 G1’의 경우 50만원 대 중 후반이라는 고가에도 불구하고 내비게이션 동호회에서 선호도 1위를 차지하며 판매호황을 누리고 있다. 또한 동사의 한 단계 진보한 SW를 전략적 제휴업체에게 공급할 계획이기에 단가 또한 상승하여 수익률이 가장 높은 SW의 매출 또한 증가할 것으로 전망되기 때문이다. 동사는 올해 하반기에 5개의 신모델을 출시하여 라인업을 강화할 계획이며 내비게이션의 심장인 전자지도의 수준을 더욱더 높여 SW의 시장 점유율도 넓혀 나갈 계획이다.

〈표 2〉 톱크웨어의 분기별 영업실적 추이

(단위: 십억원, %)	분기 실적				연간실적		(성장율)	
	1Q06	2Q	3Q	4Q	1Q07	2006	2007(E)	YoY
매출액	16.1	16.2	23.2	45.9	28.1	101.4	155.0	52.9
PND 내비게이션	13.4	12.3	17.7	39.6	22.4	83.0	123.5	48.8
SW	0.5	1.4	3.6	2.1	3.1	7.6	16.1	111.8
LBS	1.9	1.5	1.5	1.9	2.3	6.8	11.3	66.2
기타	0.3	1.0	0.5	2.3	0.3	4.0	4.1	2.5
영업이익	1.6	1.4	3.9	5.8	3.9	12.7	21.7	70.9
순이익	1.7	1.3	3.6	3.8	3.2	10.3	17.7	71.8

주: 4Q06의 PND 내비게이션 매출은 1회성 수출 199억원이 포함되어 있음

자료: 톱크웨어

투자 의견

종목별 투자 의견 (6개월 기준)

BUY : 현주가 대비 목표주가 +20% 초과

Hold : 현주가 대비 목표주가 ±10% 이내

Reduce : 현주가 대비 목표주가 -20% 초과

단, 업종 투자 의견에 의한 ±10%내의 조정치 감안 가능

업종별 투자 의견

Attractive : 현 업종지수대비 +10% 초과

Neutral : 현 업종지수대비 ±10% 이내

Cautious : 현 업종지수 대비 -10% 초과

※ 업종별 투자 의견의 용어를 재정리 함

Overweight → Attractive / Underweight → Cautious로 2005년 8월 3일부터 변경함

Compliance Notice

본 자료는 투자자의 증권투자를 돕기 위하여 당사 고객에 한하여 배포되는 자료로서 어떠한 경우에도 복사되거나 대여될 수 없습니다.
본 조사자료에 수록된 내용은 당사 리서치센터가 신뢰할 만한 자료 및 정보로부터 얻어진 것이나 당사는 그 정확성이나 완전성을 보장할 수 없습니다.
따라서, 어떠한 경우에도 본 자료는 고객의 증권투자의 결과에 대한 법적 책임소재에 대한 증빙자료로 사용될 수 없습니다.
본 자료는 기관투자자 또는 제 3자에게 사전 제공한 사실이 없습니다.
자료에 기재된 내용들은 본인의 의견을 정확하게 반영하고 있으며, 외부의 부당한 압력이나 간섭 없이 작성되었음을 확인함. 작 성 자 : 정 우 철, 박 세 진

종목	담당자	담당자 보유주식수			1%이상 보유여부	유가증권 발행관련	계열사 관계여부	자사주 취득부
		종류	수량	취득가 취득일				
해당사항없음								

주가 및 목표주가 변동추이

■ 주가 ■ 목표가격

링크웨어(084730)

■ Buy ■ Hold ■ Reduce □ Not Rated 이전기준 ■ Strong Buy ■ BUY® ■ Mkt.Perm ■ Und.Perm



날짜	투자 의견	목표가격(6개월)
2006/08/31	BUY(Initiate)	17,300원
2006/09/21	BUY	17,300원
2006/11/10	BUY	23,000원(상향)
<담당애널리스트 변경>		
2007/06/18	N.A	N.A

주가 및 목표주가 변동추이

■ 주가 ■ 목표가격

에당온라인(052770)

■ BUY ■ Hold ■ Reduce □ Not Rated 이전기준 ■ Strong BUY ■ BUY® ■ Mkt.Perm ■ Und.Perm



날짜	투자 의견	목표가격(6개월)
2007/04/16	BUY(initiate)	33,000원
2007/06/18	BUY	33,000원