



Overweight (Maintain)



화장품/섬유의복
Analyst 조소정
sojcho@kiwoom.com

화장품

화장품 4월 Review: 틱새 공략



4월에도 비중국 화장품 수출은 여전히 좋다. 특히 미국, 유럽 수출이 아웃퍼폼했다. 한편 중국은 전반적으로 양호하나, 채널/브랜드간 차별화된 흐름이 나타나고 있다. 큰 틀에서 봤을 때, 올해 화장품 섹터의 성장 모멘텀은 분명 비중국 수출, 매스 시장이다. 다만 그래도 중국 시장은 아예 안 보기 어려운 시장이다. 최근 중국 소비자들의 선호가 Tiktok으로 몰리고 있으며, 기존 메인 채널이던 Tmall만큼 커졌음에도 두 자릿 수 성장을 유지하고 있다. 이에 만약 중국 시장을 보게 된다면, 해당 채널에서 최근 좋은 성적을 보이고 있는 LG생활건강, 현지 고객사에게 납품하는 코스맥스, 한국콜마를 추천한다.

>>> 4월: 비중국 수출 성장 견조, 중국은 차별화된 흐름 지속

4월에도 비중국 수출 성장은 견조하다. 국내 화장품 수출은 +27% YoY, 그중 중국향은 -10%, 비중국향은 +53%를 기록했다. 중국을 제외한 지역별 성장률은 미국 +92%, 유럽 +70%, 일본 +37%, 동남아 +35%로 나타났다.

한편 중국은 전반적으로 양호하나, 채널/브랜드간 차별화된 흐름이 지속되고 있다. 기존 주요 플랫폼이었던 Tmall의 GMV는 계속 감소하고 있는 반면, 라이브 커머스 Tiktok은 견조한 성장세를 유지하고 있다. Tiktok의 GMV 규모가 이제는 Tmall과 비슷한 수준만큼 성장하였음에도, 두 자릿 수 성장률을 유지하고 있다. 중국 소비자들의 선호 채널이 라이브 커머스로 이동하고 있으며, 향후 라이브 커머스 Tiktok의 영향력은 더욱 확대될 것으로 예상된다.

- Tmall 화장품 GMV -11% YoY (기초 -12%, 색조 -6%)
- Tiktok 화장품 GMV +33% YoY (기초 +31%, 색조 +36%) 추정

최근 주요 플랫폼의 화장품 GMV 상위 순위권을 살펴보았을 때, 대체로 Tmall은 글로벌 브랜드사의 비중이 높은 편이었고, Tiktok은 국내 브랜드사의 The Whoo, 글로벌 브랜드사 산하의 Helena Rubinsteins, Estee Lauder, Lamer, Lancome, Olay 등을 제외하면 현지 브랜드사가 대체로 상위권을 차지하고 있었다. Tiktok이 중국 화장품 시장의 주요 채널로 거듭나면서 대부분 순위권 브랜드의 GMV 성장률은 두 자릿 수~세 자리 수를 기록했다.

>>> 중국, 기대가 없어도 봐야 하는 시장

올해 화장품 섹터의 성장 모멘텀은 비중국 수출, 매스 브랜드 시장을 중심으로 나타날 전망이다. 한편 중국은 올해의 주인공이 되지 못하더라도, 아예 포기하기 아쉬운 시장이다. 당장 중국의 화장품 수요가 크게 반등하지 않더라도, 그 틈새 속에서 회복/성장하는 분야도 분명 있기 때문이다.

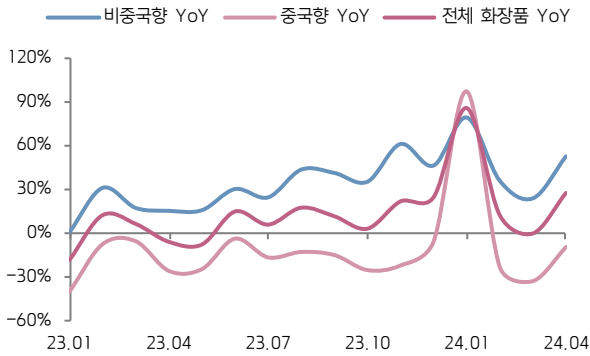
브랜드사 중 중국 비중이 큰 업체는 LG생활건강이다. The Whoo가 중국 Tiktok의 3월 부녀절, 1분기 판매, 4월 판매에서 좋은 성과를 거두고 있고, 낮은 기저와 리브랜딩 효과로 올해 중국 법인의 플러스 성장이 기대된다.

Compliance Notice

- 당사는 5월 9일 현재 상기에 언급된 종목들의 발행주식을 1% 이상 보유하고 있지 않습니다.
- 당사는 동 자료를 기관투자자 또는 제3자에게 사전 제공한 사실이 없습니다.
- 동 자료의 금융투자분석사는 자료 작성일 현재 동 자료상에 언급된 기업들의 금융투자상품 및 권리를 보유하고 있지 않습니다.
- 동 자료에 게시된 내용들은 본인의 의견을 정확하게 반영하고 있으며, 외부의 부당한 압력이나 간섭없이 작성되었음을 확인합니다.

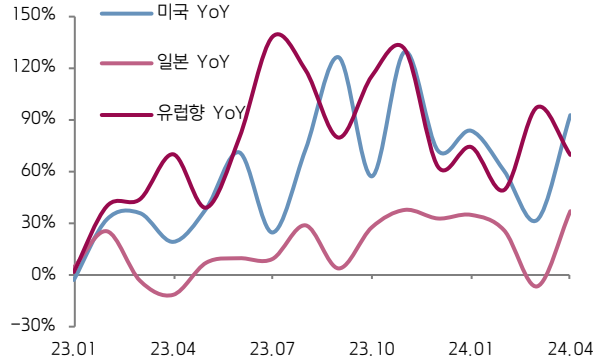
한편 현지 브랜드사들의 성장도 눈여겨볼 만 하다. Tiktok 판매 순위를 살펴보면, 현지 브랜드사들이 크게 아웃퍼폼하는 것을 볼 수 있다. 이에 해당 업체들을 중국 법인 고객사로 두고 있는 OEM 업체들의 성장도 기대해 볼 수 있다. 주요 업체로는 코스맥스, 한국콜마가 있다.

국내 화장품 수출 추이 (전체/중국/비중국)



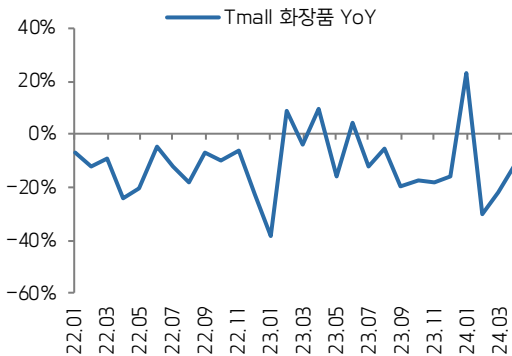
자료: 관세청, 키움증권리서치

국내 비중국향 화장품 국가별 수출 추이



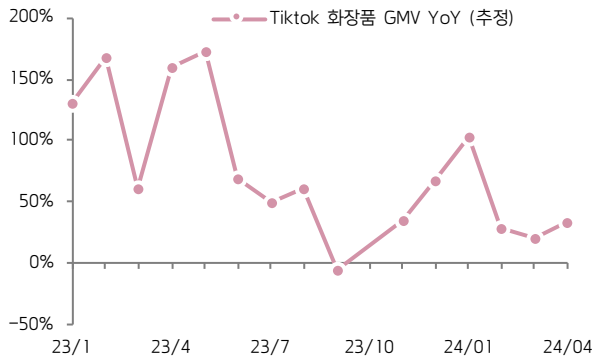
자료: 관세청, 키움증권리서치

Tmall 화장품 GMV YoY



자료: CEIC, 키움증권리서치

Tiktok 화장품 GMV 추이



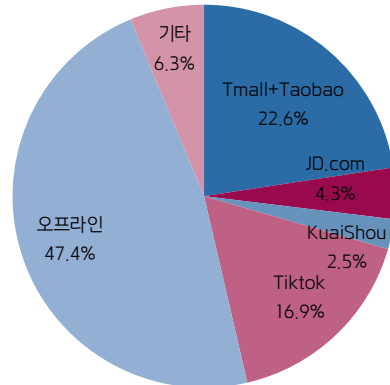
자료: 언론종합, 키움증권리서치

3월 부녀절 행사 순위



자료: Tiktok, 키움증권리서치

2023년 중국 화장품 시장 채널 비중



자료: 언론종합, 키움증권리서치

주1: <https://finance.eastmoney.com/a/202401052953205318.html>

Tmall 4월 판매 순위

순위	브랜드	GMV (억 위안)	YoY
1	Loreal	2.29	29%
2	Proya	2.04	5%
3	Ruyi	1.87	405%
4	Winona	1.45	26%
5	Lancome	1.37	-1%
6	Olay	1.29	-5%
7	SK-II	1.08	22%
8	Clarins	0.99	83%
9	Kiehls	0.99	67%
10	Shiseido	0.93	14%
11	Chando	0.87	18%
12	Lamer	0.85	19%
13	Mistine	0.78	-33%
14	Estee Lauder	0.76	-2%
15	Skinceuticals	0.76	1%
16	La roche posay	0.76	37%
17	Helena Rubinstein	0.74	49%
18	Orginese	0.73	12%
19	Anessa	0.72	-4%
20	Simpicare	0.66	-2%

자료: Qingyan, 키움증권리서치
 주: <https://xueqiu.com/1565215358/288893024>

Tiktok 4월 판매 순위

순위	브랜드	GMV (억 위안)	YoY
1	Kans	3.33	126%
2	The Whoo	2.51	589%
3	Joyruqo	2.18	1040%
4	Loreal	2.04	-19%
5	OSM	1.65	161%
6	Guyu	1.56	61%
7	Proya	1.36	-1%
8	Mistine	1.35	70%
9	Kans	1.28	149%
10	WenBoShi	1.07	1271%
11	Helena Rubinstein	1.03	135%
12	Estee Lauder	1.01	28%
13	Lamer	0.95	32%
14	Lancome	0.88	69%
15	Comfy	0.86	107%
16	Meiking	0.74	64%
17	Marumi	0.71	40%
18	Shoyo	0.64	39%
19	Olay	0.63	0%
20	Winona	0.61	47%

자료: Qingyan, 키움증권리서치
 주: https://t.10jqka.com.cn/pid_354301703.shtml

Tiktok 1분기 판매 순위

1Q24 Tiktok 뷰티 카테고리 순위

순위	브랜드	순위	브랜드
1	Kans	11	OSM
2	Loreal	12	AKF
3	Proya	13	Mistine
4	Koyruqq	14	Helena R.
5	Guyu	15	Chando
6	The Whoo	16	La Mer
7	WenBoShi	17	MaoGePing
8	Estee Lauder	18	DCExpert
9	Lancome	19	Florasis
10	VC	20	Mancode

자료: C2CC, 키움증권리서치
 주: https://news.sohu.com/a/771989149_100004142

고지사항

- 본 조사분석자료는 당사의 리서치센터가 신뢰할 수 있는 자료 및 정보로부터 얻은 것이나, 당사가 그 정확성이나 완전성을 보장할 수 없고, 통지 없이 의견이 변경될 수 있습니다.
- 본 조사분석자료는 유가증권 투자를 위한 정보제공을 목적으로 당사 고객에게 배포되는 참고자료로서, 유가증권의 종류, 종목, 매매의 구분과 방법 등에 관한 의사결정은 전적으로 투자자 자신의 판단과 책임하에 이루어져야 하며, 당사는 본 자료의 내용에 의거하여 행해진 일체의 투자행위 결과에 대하여 어떠한 책임도 지지 않으며 법적 분쟁에서 증거로 사용 될 수 없습니다.
- 본 조사 분석자료를 무단으로 인용, 복제, 전시, 배포, 전송, 편집, 번역, 출판하는 등의 방법으로 저작권을 침해하는 경우에는 관련법에 의하여 민·형사상 책임을 지게 됩니다.

투자의견 및 적용기준

기업	적용기준(6개월)	업종	적용기준(6개월)
Buy(매수)	시장대비 +20% 이상 주가 상승 예상	Overweight (비중확대)	시장대비 +10% 이상 초과수익 예상
Outperform(시장수익률 상회)	시장대비 +10~+20% 주가 상승 예상	Neutral (중립)	시장대비 +10~-10% 변동 예상
Marketperform(시장수익률)	시장대비 +10~-10% 주가 변동 예상	Underweight (비중축소)	시장대비 -10% 이상 초과하락 예상
Underperform(시장수익률 하회)	시장대비 -10~-20% 주가 하락 예상		
Sell(매도)	시장대비 -20% 이하 주가 하락 예상		

투자등급 비율 통계 (2023/04/01~2024/03/31)

매수	중립	매도
95.03%	4.97%	0.00%