

Weekly Cosmetics Letter

화장품 용기 산업은 유리로 확장 중

2025. 4. 14 (월)

생활소비재 Analyst 박종대

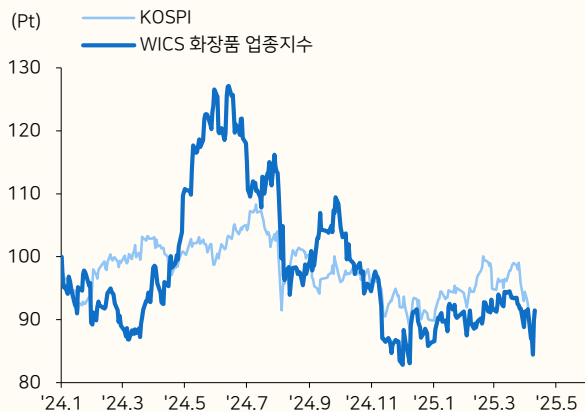
02. 6454-4892

jdpark@meritz.co.kr

I. 주가 분석과 투자전략

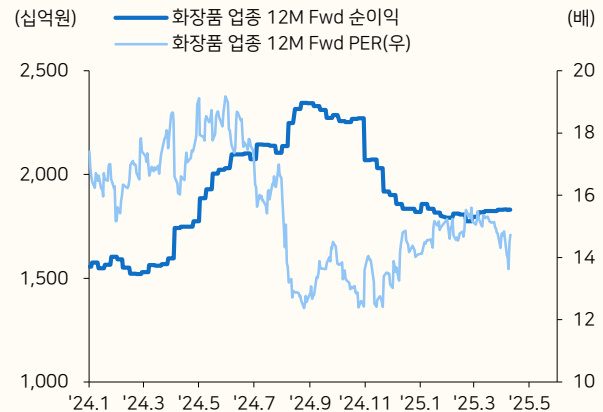
- ✓ 화장품 유리 용기 시장 현황과 전망
- ✓ 1분기 실적 전망: 한국콜마/에이피알/아이패밀리에스씨

그림1 코스피 및 화장품 업종 주가지수 추이



주: WICS 화장품 기준, 2024년 1월 2일=100
자료: QuantiWise, 메리츠증권 리서치센터

그림2 화장품 업종 12M Fwd 순이익, PER 추이



자료: QuantiWise, 메리츠증권 리서치센터

Investment Focus

1. 화장품 유리 용기 시장 현황과 전망

1) 유리 용기 사용이 늘어나는 이유

화장품 용기에서 플라스틱 비중은 60%로 절대적 우위에 있다. 유리가 약 20%, 금속이 10% 정도를 차지하고 있다. 유리 용기는 10년 전까지만 하더라도 향수 이외에 사용되는 부분이 거의 없었다. 깨지는 안정성 문제도 있지만, 일단 가격이 비쌌고, 플라스틱 용기 기술이 워낙 발전하여 유리의 질감을 거의 유사하게 구현했기 때문이다. 향수에서 유리를 많이 사용하는 이유는, 유리는 향을 오래 보존할 수 있는 특성이 있기 때문이다. 유리는 내부의 향이 공기와 접촉하는 걸 막아주고, 외부의 습기나 열로부터도 보호해준다. 무엇보다 유리는 다양한 디자인 연출이 가능해서 고급 향수 브랜드들은 모두 유리 용기를 사용한다. 하지만 깨지기 쉽다는 단점 때문에 플라스틱 향수 용기를 사용하는 브랜드들도 있을 정도였다.

표1 세계 화장품 용기 시장 규모

구분	2015년		2020년(E)		연평균성장률(E)
	시장 규모 (백만 개)	점유율(%)	시장 규모 (백만 개)	점유율(%)	
플라스틱	148.0	58.6	192.2	59.5	5.4
유리	51.9	20.6	67.9	21.0	5.5
금속용기	27.0	10.7	30.5	9.4	2.5
기타	25.5	10.1	32.5	10.1	5.0
합계	252.4	100.0	323.1	100.0	6.4

자료: 한국보건산업진흥원, 메리츠증권 리서치센터

하지만, 최근 화장품에서 유리 사용이 다시 늘고 있다. 일단 환경 규제 때문이다. 재활용이 어려운 포장재에 기존 환경부담금의 최대 30%를 추가 부과하도록 하는 '자원재활용법' 개정안이 2019년 12월 25일부터 시행됐다. 병의 색깔을 볼 때, 무색/갈색/녹색을 제외하고 재활용이 어려운 재질/구조로 구분되기 때문에 패키지 색이나 재질로 마케팅을 해온 화장품 업체가 어려워질 수 있다.

환경부는 재활용의 난이도에 따라 최우수·우수·보통·어려움으로 4개 등급을 매기고, 하위 등급으로 판정 날 경우 제품 겉면에 '재활용 어려움' 문구를 표시하도록 하고 있다. 2년 유예기간이 끝나고, 2022년부터 브랜드 업체들의 부담금이 증가하고 있다.

중장기적으로 유럽/미국과 유사한 흐름으로 규제가 전개될 가능성이 크다. EU는 2021년부터 모든 플라스틱은 재활용이 가능한 원료로만 생산하도록 규제를 강화하고 하고 있으며, 2030년까지 화장품 용기를 포함해 모든 플라스틱 포장재를 재활용해 사용한다는 정책을 내놨다. 이를 통해 플라스틱 재활용 수준을 현재 30%에서 55%까지 끌어올릴 계획이다.

표2 EU의 포장재 재활용 목표

포장재 분류	2025년	2030년	포장재 분류	2025년	2030년
모든 포장재 폐기물	65%	70%	알루미늄	50%	60%
플라스틱	50%	55%	유리	70%	75%
나무	25%	30%	종이 및 종이상자	75%	85%
철금속	70%	80%	-	-	-

자료: 한국보건산업진흥원, 메리츠증권 리서치센터

재생플라스틱을 사용할 경우 일반 플라스틱보다 가격은 50% 내외 더 비싼 것으로 알려져 있다. 규제 확대로 유리 용기와 가격이 비슷해지고 있는 것이다. 아울러, 기술 발달로 유리 용기의 잘 깨지는 단점이 많이 완화되었다. 유리 용기의 가장 큰 장점인 고급 이미지를 부각시키면서 심화되고 있는 국내의 경쟁 상황에서 차별화 포인트를 고객들에게 어필하고자 하는 수요도 많아진 듯 하다. 최근에는 색조에도 유리 용기가 사용되고 있다. 립스틱은 물론, 섀도우나 마스크라에도 유리 용기가 사용되고 있다. 국내 향수 시장이 확대되고 있는 것 또한 국내 유리 용기 시장 성장 여력을 높이는 요인이다.

그림3 샤넬의 럭셔리 유리 용기 립스틱



자료: 샤넬

그림4 유리 용기를 사용한 푸의 푸딩팟



자료: 푸

2) 화장품 유리용기 산업 현황

국내 화장품 유리 용기 전문 회사 가운데 의미 있는 매출 규모를 보이는 업체는 세계밖에 없다. 에스엠씨지와 영일유리, 베르상스퍼시픽이다. 베르상스퍼시픽은 아모레퍼시픽이 유리 용기 계열사 퍼시픽글라스를 2021년 프랑스의 '베르상스'에 매각하면서 사명을 바꾼 것이다. 에스엠씨의 히스토리를 보면 펌텍코리아가 연상된다. 펌텍코리아가 화장품 용기 사업을 시작할 때 핵심 고객사인 아모레퍼시픽과 LG생활건강으로 나가는 펌프는 이미 연우가 선점하고 있었다. 그래서 펌텍코리아는 펌프 이외 팩트/스포이드/스틱/튜브 등 펌프 이외 용기를 인디 브랜드와 수출로 매출을 쌓았다.

에스엠씨지도 그렇다. 이미 아모레퍼시픽과 LG생활건강은 각각 베르상스(퍼시픽글라스)와 영일유리로부터 대부분 유리 용기를 공급받고 있었다. 에스엠씨는 어쩔 수 없이 해외 수출과 인디 브랜드를 영업 대상으로 삼았다. 두 회사의 공통점은 어쩔 수 없이 '변방' 영업을 하다가 인디 브랜드 시대가 도래하면서 '대박'이 났다는 것이다. 펌텍코리아는 2023년 연우를 제치고 확고한 국내 화장품 용기 1위 업체로 올라섰고, 에스엠씨지도 2024년 처음으로 베르상스퍼시픽을 제치고 국내 화장품 유리 용기 1위 업체로 등극했다.

표3 2024년 유리 용기업체 3개 실적 비교

(십억원)	에스엠씨지	베르상스퍼시픽	영일유리공업
매출	54.6	52.3	19.6
매출원가	46.2	50.3	15.0
영업이익	4.4	-3.8	1.6

자료: 각 사, 메리츠증권 리서치센터

3) 에스엠씨의 높은 경쟁력과 성장 여력

현재는 세계 업체 가운데 에스엠씨의 경쟁력이 압도적 우위에 있다고 볼 수 있다. 첫째, 전기 용해로를 갖춰 화석연료 사용에 따른 탄소배출권 부담을 피했다. 다른 두 회사는 증설 시 환경부의 심의위원회 허가를 득해야 할 정도로 까다롭지만, 에스엠씨는 그런 제약이 없다.

둘째, 높은 효율성이다. 파유리 70% 비중으로 원가율을 낮추면서 95% 투명도를 확보하고 있다. 다른 회사의 파유리 비중은 30% 정도에 불과한 것으로 알려져 있다. 이러한 기술력은 500파운드 수동부터 실험하면서 50톤 자동으로 확장하면서 최적 배합비 레서피 확보하면서 가능해졌다.

셋째, 700여개 프리몰드로 거래처를 대거 늘리고 있다. 경쟁사들은 모두 전용몰드로 각각 LG생활건강과 아모레퍼시픽 비중이 절대적이다. 반면, 에스엠씨는 다양한 프리몰드로 폭 넓은 거래처를 두고 있다. 현재 국내외 300여개 거래처를 두고 있다. 거래처 1위 브랜드는 로레알이며, 존슨앤존슨, 글로벌 용기 벤더인 PKG와 HCT 등에도 납품을 하고 있다. 해외 매출 비중이 70%이다. 국내로는 비나우, 에이피알, 아누아, 토코보 등 최근 부상하고 있는 주요 인디 브랜드들을 모두 고객사로 두고 있다.

그림5 에스엠씨의 동일한 프리몰드를 사용한 두 브랜드 제품



자료: 에스엠씨지, 메리츠증권 리서치센터

에스엠씨지의 실적 전망도 대단히 긍정적인데 2022~23년 전기용해로 50톤, 제병기 자동화 라인 선투자를 완료하고 본격적인 성장 및 투자 회수 구간으로 진입했다. 전년도 매출 546억원(YoY 46%)에 이어 올해 2025년에도 YoY 30% 내외의 성장이 가능할 전망이다. 장비 사업 특성상 영업레버리지 효과가 상당히 큰데, 유리 용기 생산 원가에서 감가상각비/전기요금/인건비 등 고정비 성격 비율이 60%에 이르기 때문에 올해 매출총이익률은 23%(YoY +8%p), 영업이익률은 14%까지 상승할 것으로 예상된다.

아울러, 과거 설비 투자 비용으로 부채가 많이 늘었고, 2024년 이자비용이 20억원이 넘었으나, 2025년 현금흐름 개선에 따른 부채 상환으로 연간 이자비용은 10억원 이하로 감소할 전망이다(참고로 2024년 금융손익의 추가 증가는 RCPS 보통주 전환에 따른 파생상품평가손실이 38억원 발생했기 때문이다). 매출 증가율보다 영업이익 및 당기순이익 증가폭이 더 클 수 있는 구조다.

표4 에스엠씨지 연간 실적 전망

(십억원)	2022	2023	2024	2025E	2026E	2027E
매출	31.6	37.4	54.6	71.0	78.1	85.9
% YoY	26%	18%	46%	30%	10%	10%
매출원가	26.9	31.7	46.2	55.0	59.7	64.8
감가상각비	-	4.4	4.5	4.5	4.5	4.5
급여	-	4.7	4.8	4.9	5.1	5.2
전력비	-	4.1	4.7	4.7	4.7	4.7
원재료비	-	11.6	14.5	18.8	20.7	22.7
외주가공비 등 기타	-	7.0	17.7	22.0	24.7	27.6
매출총이익	4.8	5.7	8.4	16.0	18.4	21.1
GPM(%)	15%	15%	15%	23%	24%	25%
판관비	2.3	2.9	3.9	5.9	6.2	6.5
영업이익	2.5	2.8	4.5	10.1	12.2	14.6
OPM(%)	7.9%	7.5%	8.2%	14.2%	15.6%	16.9%
금융손익	-2.3	-2.3	-6.1	-0.9	-0.4	-0.2
금융이익	0.0	0.8	0.1	0.1	0.1	0.1
금융비용	2.3	3.1	6.2	1.0	0.5	0.3
기타영업외손익	0.3	-0.1	-0.0	-0.0	-0.0	-0.0
법인세차감전순이익	0.5	0.4	-1.7	9.1	11.7	14.3
당기순이익	1.0	0.4	-2.1	7.3	9.4	11.4

자료: 에스엠씨지, 메리츠증권 리서치센터

2. 1분기 실적 전망

1) 한국콜마: 이제 미국 사업이 효자

1분기 연결 매출과 영업이익은 각각 전년 동기대비 9%, 46% 성장한 6,252억원과 473억원 수준이 가능할 전망이다. 국내 매출이 2,800억원 언저리까지 증가하면서 실적 개선을 견인할 것으로 예상된다. 에터미를 비롯 주요 톱 5 브랜드들이 골고루 선전하는 가운데 D사의 매출 기여도가 빠르게 올라오고 있다. 중국 매출이 정상화되고 있고, 북미 매출이 빠르게 회복하면서 이익 개선폭을 크게 만들 것으로 보인다. 중국은 M사 두개 카테고리 생산이 재개되면서 YoY 매출 증가 가능성이 높아졌다.

미국 2공장은 설비 가동은 4월 내로 계획하고 있다. 디자인 캐파 1.5억개(매출 3천억원), 올해는 3천만개(600억원) 수준으로 시작할 계획인데, 가동률 20%, 연간 매출 150~200억원 예상하고 있다. 협의 중인 100개 고객사 가운데 한국 10개 브랜드와 추가로 미국 브랜드는 두어개 계약 가능성이 높다. 다만, 실적으로 가시화되는 시기는 2026년으로 본다. 한국과 달리 상품 기획부터 출시까지 1년 이상 소요되기 때문이다. 국내 생산 Capa는 2024년 연말 5억 5,800만개(부천 1억개, 세종 4.58억개)로 YoY 50% 증가했다. 올해 원료동(250억원 투자)을 추가하게 되면 세종 2공장에서도 추가 공간이 확보되면서 설비 확충이 가능하다.

그림6 한국콜마 분기별 실적 전망

(십억원)	1Q24	2Q24	3Q24	4Q24	1Q25E	2Q25E	3Q25E	4Q25E	2023	2024	2025E
매출액	574.8	660.3	626.5	590.5	625.2	726.5	691.3	657.8	2,155.7	2,452.1	2,700.8
한국	247.8	297.0	273.6	241.3	277.5	341.5	314.6	284.9	856.5	1,059.7	1,218.7
중국	34.6	52.7	36.6	29.9	38.0	57.9	38.4	34.7	158.1	153.7	169.1
북미	15.9	26.0	26.7	28.7	29.2	32.1	33.2	35.6	83.4	97.4	130.1
연우	67.2	74.0	72.8	61.5	65.2	74.0	72.8	63.5	236.4	275.5	275.5
HK이노엔	212.6	219.3	229.5	235.7	223.2	230.2	241.0	247.5	828.9	897.1	942.0
영업이익	32.4	71.7	54.5	36.8	47.3	68.9	61.7	51.7	136.1	195.6	229.7
한국	22.8	44.2	37.2	18.1	27.8	44.4	39.3	28.7	79.7	122.4	140.1
중국	1.8	6.7	1.0	-1.5	1.5	4.6	1.5	1.1	12.7	8.0	8.8
북미	-4.6	-2.2	-5.2	-0.9	-1.2	-0.2	-0.6	0.1	-11.5	-12.9	-1.9
연우	-0.0	1.2	1.2	-1.0	0.0	1.1	1.1	0.6	0.4	1.4	2.8
HK이노엔	17.3	24.3	22.2	24.4	21.2	21.9	22.9	23.5	65.0	88.2	89.5
지배주주순이익	6.3	34.9	15.4	40.9	25.0	44.6	37.5	28.0	5.2	97.4	135.1
영업이익률(%)	5.6	10.9	8.7	6.2	7.6	9.5	8.9	7.9	6.3	8.0	8.5
한국	9.2	14.9	13.6	7.5	10.0	13.0	12.5	10.1	9.3	11.5	11.5
중국	5.1	12.7	2.7	-5.0	4.0	8.0	4.0	3.2	8.0	5.2	5.2
북미	-29.0	-8.3	-19.5	-3.1	-4.2	-0.6	-1.7	0.2	-13.7	-13.2	-1.5
연우	-0.0	1.7	1.6	-1.6	0.0	1.5	1.5	0.9	0.2	0.5	1.0
HK이노엔	8.1	11.1	9.7	10.3	9.5	9.5	9.5	9.5	7.8	9.8	9.5
순이익률(%)	1.1	5.3	2.5	6.9	4.0	6.1	5.4	4.3	0.2	4.0	5.0
매출액(% YoY)	17.9	10.1	21.3	7.0	8.8	10.0	10.3	11.4	15.5	13.7	10.1
한국	22.8	16.7	47.0	12.6	12.0	15.0	15.0	18.1	18.2	23.7	15.0
중국	4.8	-6.6	1.5	-8.4	10.0	10.0	5.0	16.1	30.4	-2.8	10.0
북미	-13.6	15.2	22.3	40.2	83.2	23.3	24.5	24.0	12.5	16.8	33.6
연우	33.1	17.1	19.0	-0.1	-3.0	0.0	0.0	3.3	123.3	16.5	0.0
HK이노엔	15.0	7.3	6.5	5.2	5.0	5.0	5.0	5.0	-2.1	8.2	5.0
영업이익(% YoY)	168.9	28.9	75.7	-1.4	45.8	-3.9	13.1	40.5	85.8	43.6	17.5
한국	68.6	27.6	185.0	-1.6	21.6	0.4	5.6	58.3	15.3	53.7	14.5
중국	212.2	-27.5	-40.0	적전	-14.5	-30.7	53.7	흑전	흑전	-37.1	10.4
북미	적지	적지	적지	적지	적지	적지	적지	적지	-21.0	적지	적지
연우	적지	0.7	-27.0	적전	흑전	-10.5	-9.0	흑전	흑전	286.9	91.4
HK이노엔	206.0	58.9	-0.9	12.9	22.9	-10.2	3.1	-3.6	23.7	35.7	1.5
순이익(% YoY)	8.7	0.2	33.8	흑전	295.5	28.1	143.6	-31.5	흑전	1,776.5	38.7

자료: 한국콜마, 메리츠증권 리서치센터

2) 에이피알: 압도적인 기세

1분기 매출과 영업이익은 각각 전년 동기대비 55%, 50% 성장한 2,360억원과 415억원 수준이 가능할 전망이다. 애초 시장 기대치(OP 390억원)를 넘어서는 금액이다. 4분기 높은 성장세를 1분기에도 이어가는 분위기다. 3월 아마존 스프링 세일 성과도 좋았다. 화장품 성장률이 더 높게 나올 것으로 보인다. 미국 매출 비중이 25% 정도이다. 미국 사업은 B2C가 상당히 좋은데, 수요 위축은 느끼지 못하고 있다. 아마존/틱톡샵 베스트 랭크에 메디큐브를 올리는 등 온라인 채널 중심으로 연간 목표 성장률 YoY 100%를 향해 잘 달리고 있다. 일본에서도 YoY 50% 성장 목표를 무난히 달성하는 분위기다.

가파른 B2B 매출도 눈여겨볼 만하다. B2B 매출 비중이 4분기 12%고 2025년 연간 18~20%까지 올린다는 게 목표였는데, 이미 1분기 이를 달성하는 모습이다. 유럽이 좋다. 실리콘투 뿐 아니라 동유럽 등 지역별로 잘하는 벤더와 공급계약을 맺는 유연한 유통 전략이 효과를 보고 있다. 관세 영향을 크게 보고 있지는 않다. 현지 법인을 활용, 소비자사로 가격 전가를 최소화하기 위해 노력하고 있다. 디바이스의 경우 미국 아마존에 가격 경쟁 제품이 없다. 퍼포먼스로 소구하는 제품이기 때문에 큰 우려를 하고 있지 않다.

그림7 에이피알 분기별 실적 전망

(십억원)	1Q24	2Q24	3Q24	4Q24	1Q25E	2Q25E	3Q25E	4Q25E	2023	2024	2025E
매출액	148.9	155.5	174.1	244.2	230.6	205.4	239.4	322.3	523.8	722.8	997.7
뷰티 디바이스	66.8	68.2	74.3	103.4	98.5	92.3	103.0	150.4	216.2	312.6	444.3
국내	34.8	32.6	29.2	33.3	31.3	33.0	29.5	37.4	138.8	129.9	131.2
해외	32.0	35.6	45.1	70.1	67.2	59.4	73.5	113.0	75.6	182.7	313.1
화장품	65.4	71.6	85.1	116.3	118.6	100.9	123.5	149.9	214.3	338.5	492.8
국내	35.3	34.9	30.8	30.5	41.6	41.9	37.0	37.3	108.0	131.5	157.8
해외	30.1	36.8	54.3	85.8	76.9	59.0	86.5	112.6	108.1	207.1	335.1
기타	16.8	15.7	14.7	24.5	13.5	12.2	12.9	21.9	93.3	71.6	60.6
영업이익	27.8	28.0	27.2	39.6	41.5	37.0	41.7	53.5	104.2	122.7	173.6
지배주주순이익	24.1	24.1	16.0	42.0	33.7	30.2	33.8	43.0	81.6	106.2	140.8
영업이익률(%)	18.6	18.0	15.6	16.2	18.0	18.0	17.4	16.6	19.9	17.0	17.4
순이익률(%)	16.2	15.5	9.2	17.2	14.6	14.7	14.1	13.4	15.6	14.7	14.1
매출액(% YoY)	21.9	21.8	42.8	60.6	54.8	32.1	37.5	32.0	31.7	38.0	38.0
뷰티 디바이스	30.0	39.8	61.8	47.4	47.6	35.4	38.6	45.5	79.8	44.6	42.1
국내	-13.6	-4.4	19.1	-16.5	-10.0	1.0	1.0	12.5	62.5	-6.4	1.0
해외	194.8	149.7	116.3	136.1	110.2	67.1	63.0	61.1	116.8	141.6	71.3
화장품	36.6	33.1	53.9	103.2	81.3	40.8	45.0	28.9	21.4	58.0	45.6
국내	34.5	23.2	5.4	26.1	18.0	20.0	20.0	22.3	30.3	21.8	20.0
해외	37.6	42.0	103.9	155.0	155.3	60.5	59.2	31.2	18.1	91.5	61.8
기타	-27.0	-37.5	-29.1	-0.5	-19.3	-22.0	-12.0	-10.4	-7.6	-23.3	-15.4
영업이익(% YoY)	19.7	13.0	24.6	15.4	49.5	32.0	52.9	34.9	165.7	17.7	41.5
순이익(% YoY)	18.7	28.4	-12.9	74.1	40.0	25.3	111.3	2.5	172.3	30.2	32.6

자료: 에이피알, 메리츠증권 리서치센터

3) 아이패밀리에스씨: 전년도 높은 베이스 부담

1분기 매출과 영업이익은 각각 전년 동기대비 5%, 34% 감소한 543억원과 77억원 수준으로 예상된다. 국내와 해외가 대체로 양호한 성과이지만 전년도 일본 돈키호테 매출의 높은 베이스 때문에 매출 감소와 감익이 불가피한 상황이다. 국내 매출은 4분기와 유사할 듯 하다. 올리브영 행사 좋은 반응으로 4분기 높은 수준 매출을 이어가고 있다. 동남아도 재고 확충 수요가 증가하면서 90억원 이상 기대되며, 유럽과 중화권 미국도 무난하다. 다만, 일본 매출이 4분기와 유사한 120억원 수준에 그칠 것으로 보인다. 1분기 특별한 이벤트가 없어 애초 매출 목표가 100억원 수준으로 낮았다고 한다.

올해 실적은 확연한 상저하의 흐름이 예상된다. 국내가 더쥬시래스팅틴트 호조로 꾸준한 매출을 이어가는 가운데, 일본과 중국, 유럽, 미국이 순차적으로 매출이 빠르게 올라오는 모습을 기대한다. 일본은 2분기 매출 목표가 250억원인데, 가장 현지에서 인기가 좋은 아이브로, 마스크라가 하반기 리뉴얼/팝업을 크게 준비하고 있고, 글래스팅 컬러글로스로도 많이 팔리고 있다. 유럽은 튀르키예를 중심으로 핀란드/러시아/CIS 국가들까지 계속 새로운 매출 기록을 세우고 있고, 북미는 현지 법인 설립 이후 온오프라인 매출 증대를 위한 행보가 본격화될 것으로 기대한다.

중화권 매출 확대는 올해 추가적인 실적 개선 요인이다. 과거 2021년 한복 에디션 부진과 달리 지금은 타사의 유사한 컨셉 제품이 양호한 실적을 기록하고 있고, 롬앤도 와우컬러에 입점 제안을 받고, 618행사에도 공격적인 전개를 계획하고 있다. 중화권 1~2월 매출은 이미 전년도 4분기 매출을 넘은 것으로 파악되고 있다.

그림8 아이패밀리에스씨 분기별 실적 전망

(십억원)	1Q24	2Q24	3Q24	4Q24	1Q25E	2Q25E	3Q25E	4Q25E	2023	2024	2025E
매출액	57.4	49.0	50.1	48.4	54.3	61.7	70.8	68.9	148.7	204.9	255.8
화장품	56.4	47.8	49.1	46.8	53.2	60.5	69.8	67.3	144.2	200.1	250.8
국내	15.5	13.6	13.7	16.3	16.2	15.4	15.4	19.2	49.3	59.1	66.2
일본	20.3	10.7	13.8	12.9	12.2	16.1	19.4	15.9	50.0	57.8	63.5
중화권	6.4	5.8	6.4	6.0	8.9	9.3	10.3	10.9	14.0	24.6	39.4
동남아	6.1	5.6	8.4	6.7	9.1	8.4	12.6	10.0	10.4	26.8	40.1
미주권	1.3	2.5	1.8	1.8	1.9	3.8	4.4	4.7	1.0	7.4	14.8
유럽	1.3	2.0	2.8	1.4	1.9	2.9	4.2	2.1	0.7	7.4	11.1
화장품 외	1.0	1.2	1.0	1.6	1.1	1.3	1.0	1.6	4.5	4.8	4.9
영업이익	11.8	7.0	9.1	5.8	7.7	10.0	12.3	13.0	24.0	33.6	43.0
지배주주순이익	9.7	6.6	7.6	4.5	6.4	8.2	10.0	10.6	20.0	28.5	35.2
영업이익률(%)	20.5	14.2	18.1	12.0	14.2	16.1	17.4	18.9	16.1	16.4	16.8
순이익률(%)	16.9	13.5	15.2	9.4	11.7	13.2	14.2	15.4	13.4	13.9	13.8
매출액(% YoY)	74.8	33.7	34.7	15.2	-5.4	26.0	41.3	42.5	74.2	37.8	24.8
화장품	77.0	35.1	35.1	15.3	-5.6	26.6	42.1	43.8	78.4	38.8	25.4
국내	33.7	19.4	12.0	16.3	4.4	13.2	12.1	18.1	67.9	20.0	12.0
일본	66.2	-23.1	25.5	0.9	-40.0	50.0	40.0	23.1	68.8	15.6	10.0
중화권	195.1	68.2	52.8	42.4	40.0	60.0	60.0	81.3	112.6	75.4	60.0
동남아	206.3	197.9	162.5	100.0	50.0	50.0	50.0	50.0	259.6	157.3	50.0
미주권	-	-	-	80.0	50.0	50.0	150.0	156.0	-	632.2	100.0
유럽	-	-	-	100.0	50.0	50.0	50.0	50.0	-	979.4	50.0
화장품 외	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
영업이익(% YoY)	152.4	37.5	36.7	-23.6	-34.4	43.2	35.5	123.3	152.3	40.2	27.9
순이익(% YoY)	160.3	65.5	44.9	-35.3	-34.4	23.3	31.9	134.9	161.6	42.5	23.7

자료: 아이패밀리에스씨, 메리츠증권 리서치센터

그림9 주요 화장품 업체별 1분기 실적 전망 및 컨센서스 비교

(십억원, %)	항목	1Q24	1Q25E	YoY(%)	2024	2025E	YoY(%)	컨센서스	
								1Q25	2025
아모레퍼시픽 (090430)	매출	911.5	1,030.6	13.1	3,885.1	4,392.0	13.0	1,033.0	4,297.4
	영업이익	72.7	96.6	32.9	220.5	426.2	93.3	99.5	402.6
	순이익	78.6	79.0	0.5	601.0	346.4	-42.4	85.5	333.8
	OPM(%)	8.0	9.4	-	5.7	9.7	-	9.6	9.4
LG생활건강 (051900)	매출	1,728.7	1,748.5	1.1	6,811.9	7,079.8	3.9	1,733.0	6,904.2
	영업이익	151.0	142.1	-5.9	459.0	521.0	13.5	134.8	483.8
	순이익	106.6	96.4	-9.6	189.1	306.9	62.3	89.6	273.4
	OPM(%)	8.7	8.1	-	6.7	7.4	-	7.8	7.0
코스맥스 (192820)	매출	526.8	574.7	9.1	2,166.1	2,495.6	15.2	582.7	2,507.1
	영업이익	45.5	46.4	2.0	175.4	223.5	27.4	49.1	221.6
	순이익	19.2	24.5	27.3	85.8	123.1	43.4	27.7	130.3
	OPM(%)	8.6	8.1	-	8.1	9.0	-	8.4	8.8
한국콜마 (161890)	매출	574.8	625.2	8.8	2,452.1	2,700.8	10.1	635.2	2,731.6
	영업이익	32.4	47.3	45.8	195.6	229.7	17.5	49.8	246.0
	순이익	6.3	25.0	295.5	97.4	135.1	38.7	21.0	116.9
	OPM(%)	5.6	7.6	-	8.0	8.5	-	7.8	9.0
펄텍코리아 (251970)	매출	76.9	89.4	16.3	337.5	388.7	15.2	88.3	381.2
	영업이익	10.2	12.9	26.3	48.4	56.7	17.1	12.3	55.7
	순이익	7.5	9.0	19.7	32.7	39.4	20.4	8.5	39.4
	OPM(%)	13.3	14.5	-	14.3	14.6	-	13.9	14.6
실리콘투 (257720)	매출	149.9	184.5	23.1	691.5	785.0	13.5	195.7	887.6
	영업이익	29.5	37.9	28.8	137.0	161.2	17.7	38.8	168.9
	순이익	25.5	32.1	25.5	122.7	133.6	8.9	31.5	135.1
	OPM(%)	19.6	20.6	-	19.8	20.5	-	19.8	19.0
브이티 (018290)	매출	101.8	106.3	4.5	431.7	486.6	12.7	106.9	494.6
	영업이익	24.0	25.5	6.6	110.9	120.8	8.9	25.6	135.3
	순이익	16.0	21.3	33.0	96.6	95.9	-0.7	19.7	98.9
	OPM(%)	23.5	24.0	-	25.7	24.8	-	23.9	27.4
아이패밀리에스씨 (114840)	매출	57.4	54.3	-5.4	204.9	255.8	24.8	58.0	242.0
	영업이익	11.8	7.7	-34.4	33.6	43.0	27.9	9.9	42.2
	순이익	9.7	6.4	-34.4	28.5	35.2	23.6	7.6	34.7
	OPM(%)	20.5	14.2	-	16.4	16.8	-	9.6	17.4
코스메카코리아 (241710)	매출	125.6	127.2	1.2	524.3	578.5	10.3	134.1	593.5
	영업이익	13.7	13.0	-5.2	60.4	67.1	11.1	15.1	73.9
	순이익	8.8	9.9	12.5	42.8	50.1	16.9	9.4	50.9
	OPM(%)	10.9	10.2	-	11.5	11.6	-	11.3	12.5
씨엔씨인터내셔널 (352480)	매출	72.2	69.2	-4.1	282.9	302.8	7.0	72.3	308.5
	영업이익	10.0	6.6	-34.0	29.0	30.3	4.5	6.5	33.4
	순이익	11.3	6.2	-45.1	33.2	28.1	-15.5	5.4	35.7
	OPM(%)	13.8	9.5	-	10.2	10.0	-	9.0	10.8
에이피알 (278470)	매출	148.9	230.6	54.8	722.8	997.7	38.0	220.5	963.3
	영업이익	27.8	41.5	49.5	122.7	173.6	41.5	40.0	170.1
	순이익	24.1	33.7	40.0	106.2	140.8	32.6	31.7	139.7
	OPM(%)	18.6	18.0	-	17.0	17.4	-	18.1	17.7
클리오 (237880)	매출	93.0	92.1	-0.9	351.4	400.2	13.9	92.4	384.3
	영업이익	8.5	6.5	-23.2	24.6	34.4	39.9	7.2	34.3
	순이익	10.2	6.0	-40.5	27.9	30.4	9.2	7.2	31.7
	OPM(%)	9.2	7.1	-	7.0	8.6	-	7.8	8.9
매경산업 (018250)	매출	169.1	171.8	1.6	679.1	727.9	7.2	172.6	709.6
	영업이익	16.5	9.9	-40.0	47.4	50.1	5.8	12.2	49.4
	순이익	13.6	8.1	-40.7	40.2	40.3	0.2	9.3	39.8
	OPM(%)	9.7	5.8	-	7.0	6.9	-	7.1	7.0

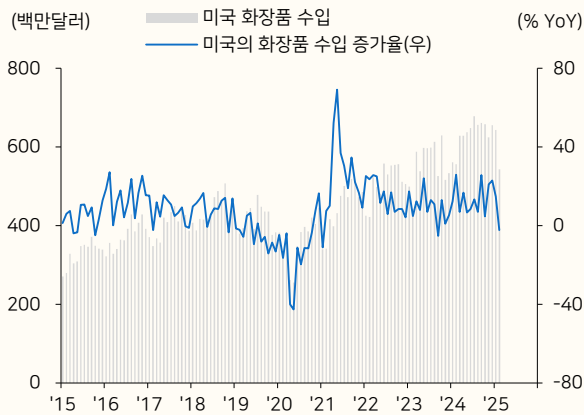
주: 1Q25E, 2025E 수치는 당사 추정치

자료: 각 사, FnGuide, 메리츠증권 리서치센터

II. 산업동향과 매크로 분석

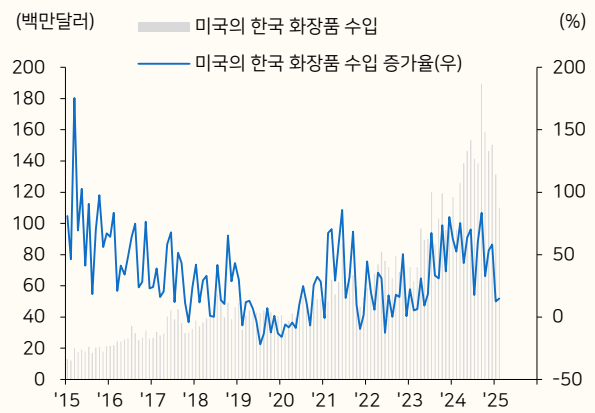
- 2월 미국 화장품 수입 데이터
 - 전체 수입액: 5.4억달러(YoY -2.3%)
 - 한국으로부터 수입액: 1.1억달러(YoY 14.9%)
 - 한국 점유율: 20.3%(YoY +3.1%p)
- 틱톡 트렌드: 메디큐브, 에이프릴스킨, 립슬리핑마스크
 - 에이피알: 메디큐브, 에이프릴스킨 모두 아마존 프로모션 기간 대비 큰 폭 하락하였으나, 여전히 기존 대비 높은 레벨 유지 중
 - 라네즈: #lipsleepingmask, #laneige 모두 트래픽 호조 유지 중, 립슬리핑마스크, 립글로이밤 신제품 (말차/타로 버블티) 인기
 - 브이티: #vtcosmetics, #reedleshot 모두 가파른 기울기로 상승, 시카 마스크 클렌저 출시 효과 및 북미 지역 트래픽 상승 주목

그림10 미국의 화장품 수입



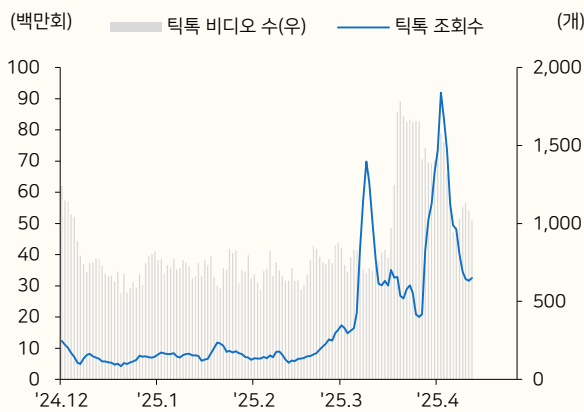
자료: 관세청, 메리츠증권 리서치센터

그림11 미국의 한국 화장품 수입



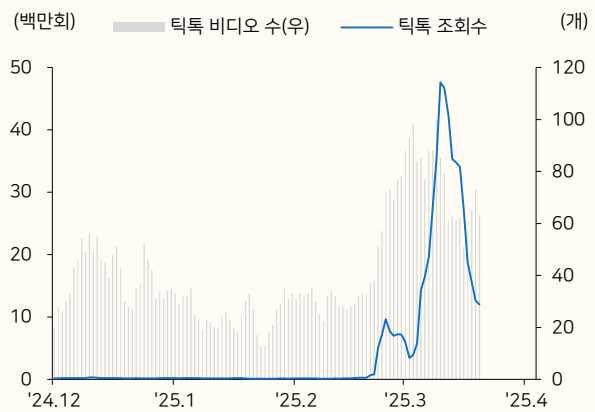
자료: 관세청, 메리츠증권 리서치센터

그림12 #medicube 틱톡 트렌드



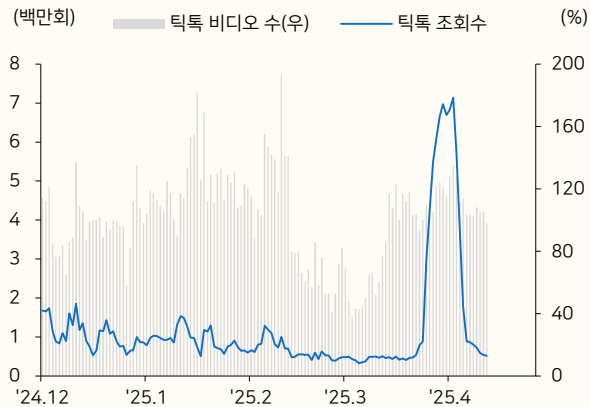
자료: exolyt, 메리츠증권 리서치센터

그림13 #medicubeskincare 틱톡 트렌드



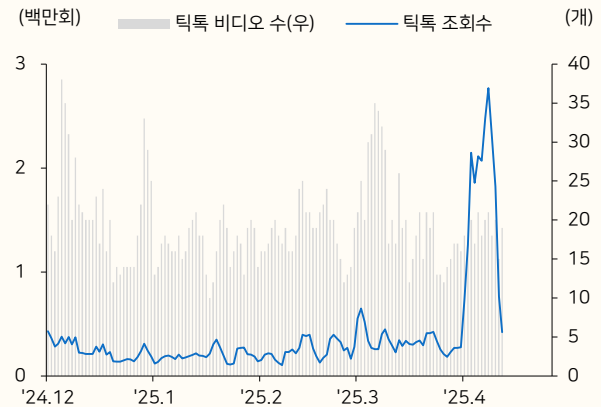
자료: exolyt, 메리츠증권 리서치센터

그림14 #aprilskin 틱톡 트렌드



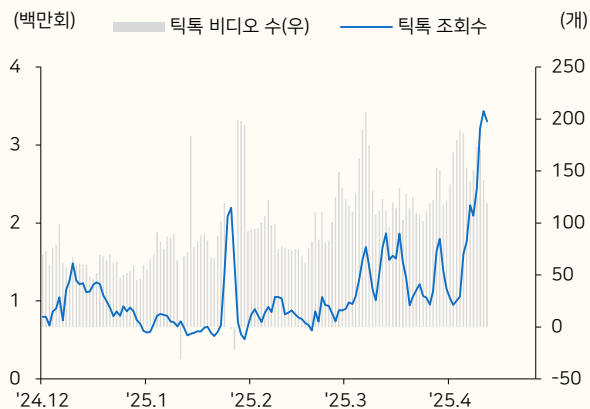
자료: exolyt, 메리츠증권 리서치센터

그림15 #lipsleepingmask 틱톡 트렌드



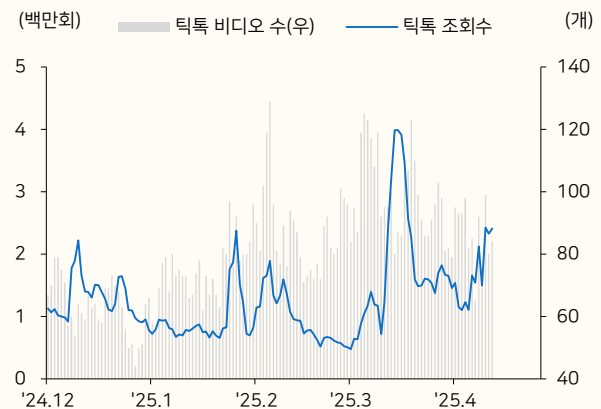
자료: exolyt, 메리츠증권 리서치센터

그림16 #vtcosmetics 틱톡 트렌드



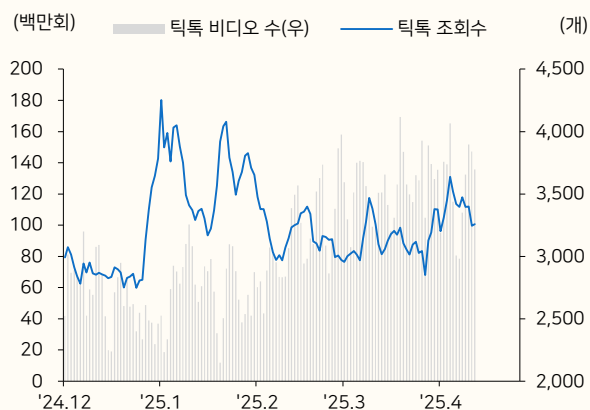
자료: 메리츠증권 리서치센터

그림17 #reedleshot 틱톡 트렌드



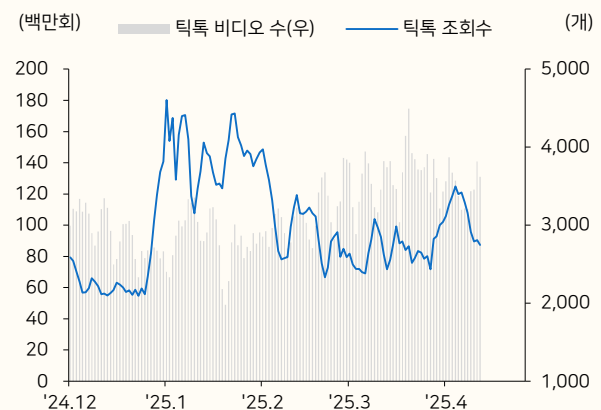
자료: 메리츠증권 리서치센터

그림18 #kbeauty 틱톡 트렌드



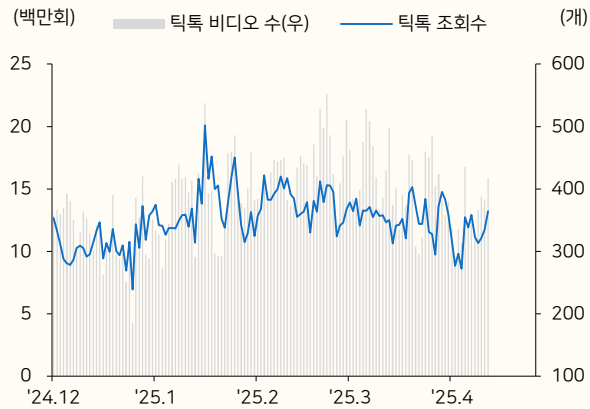
자료: exolyt, 메리츠증권 리서치센터

그림19 #koreanskincare 틱톡 트렌드



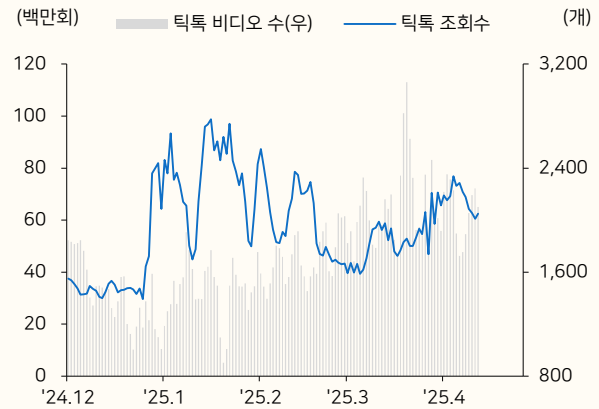
자료: exolyt, 메리츠증권 리서치센터

그림20 #koreanmakeup 틱톡 트렌드



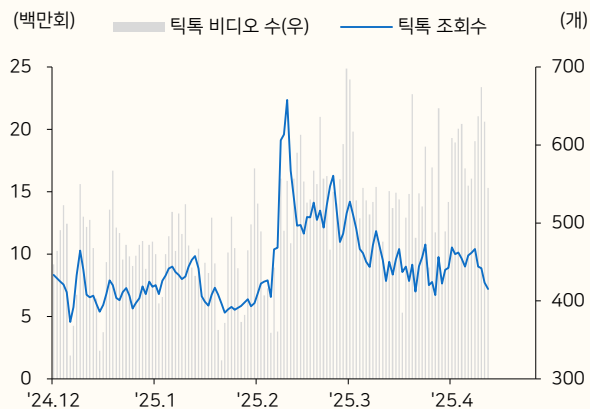
자료: exolyt, 메리츠증권 리서치센터

그림21 #glassskin 틱톡 트렌드



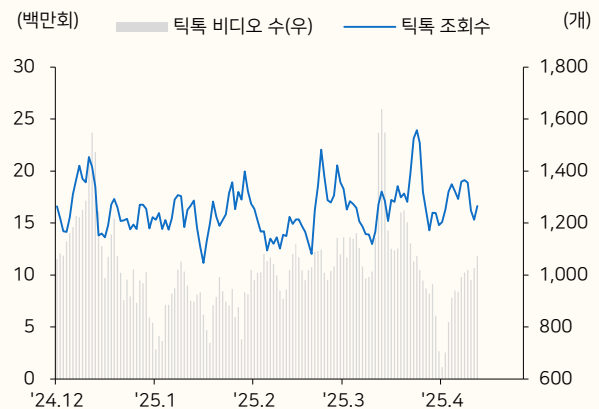
자료: exolyt, 메리츠증권 리서치센터

그림22 #anua 틱톡 트렌드



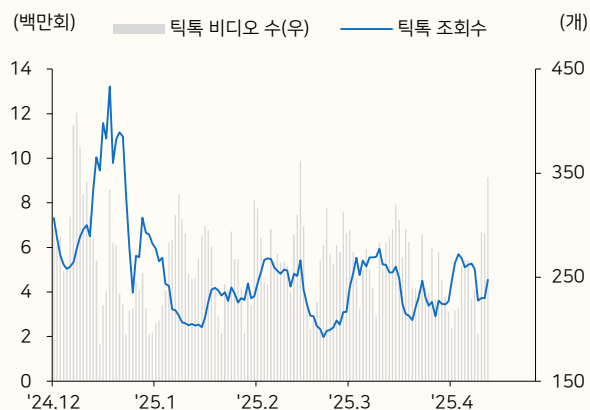
자료: exolyt, 메리츠증권 리서치센터

그림23 #skin1004 틱톡 트렌드



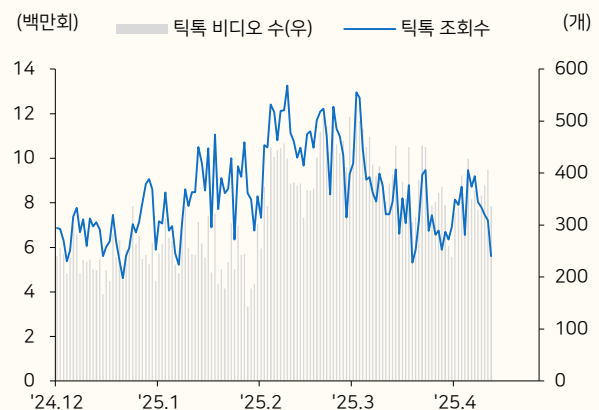
자료: exolyt, 메리츠증권 리서치센터

그림24 #cosrx 틱톡 트렌드



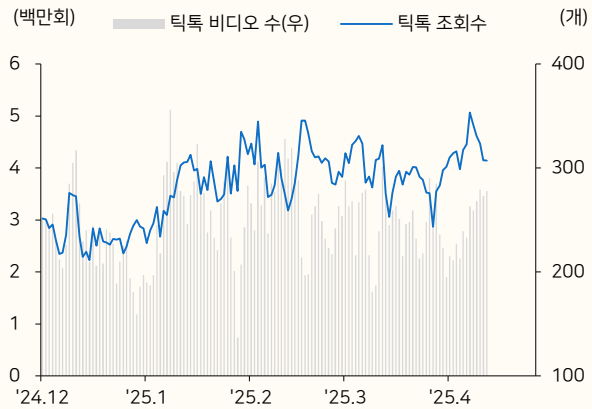
자료: exolyt, 메리츠증권 리서치센터

그림25 #romand 틱톡 트렌드



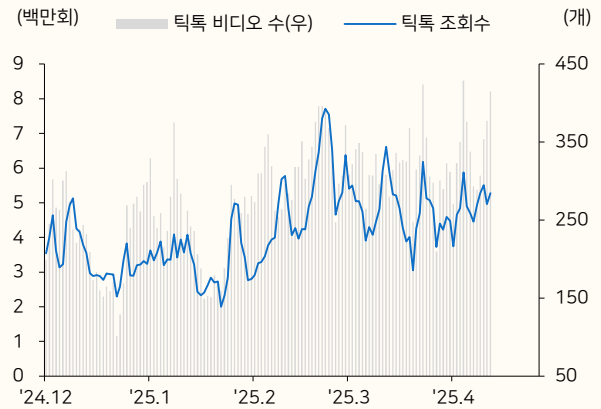
자료: exolyt, 메리츠증권 리서치센터

그림26 #beautyofjoseon 틱톡 트렌드



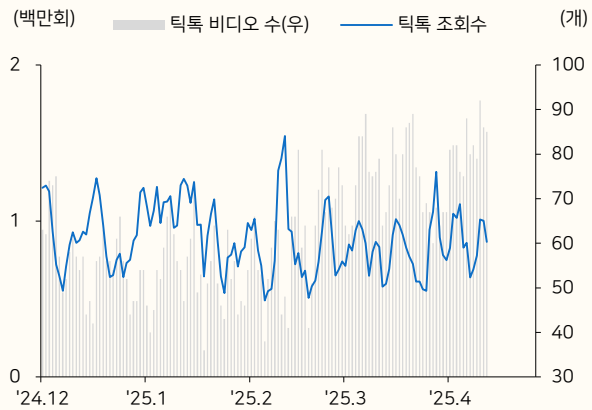
자료: exolyt, 메리츠증권 리서치센터

그림27 #laneige 틱톡 트렌드



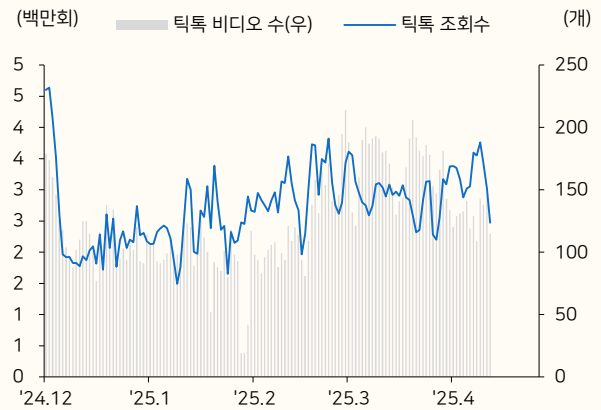
자료: exolyt, 메리츠증권 리서치센터

그림28 #biodance 틱톡 트렌드



자료: exolyt, 메리츠증권 리서치센터

그림29 #tirtir 틱톡 트렌드



자료: exolyt, 메리츠증권 리서치센터

III. 기업 Update

한국콜마

1. 지역별 사업 전망	<ul style="list-style-type: none">▪ [미국]<ul style="list-style-type: none">- 관세 발표 이후 현지공장 고객사 문의 증가- 2공장 원가 한국공장 대비 5~10% 높은 수준- 2공장 램프업 이후 1공장 리뉴얼 계획- 2공장 디자인 캐파 1.5억개(3천억원 이상), 이니셜 캐파 3천만개(600억원), 올해 가동률 20%- 100개 고객사 컨택 중 → 한국 10개 브랜드, 미국 90개 브랜드- 미국 고객 리드타임 1년, 실제 매출은 내년 예상▪ [중국]<ul style="list-style-type: none">- 주요 고객사 매출 회복 + 고객 다변화 진행- 중국 작년과 동일한 상태, 동남아 영업사무소 오픈 고려 중▪ [한국]<ul style="list-style-type: none">- 고객사: 애터미/닥터엘시아/포트레 등 호조- 4Q24 Top 5: 애터미-메디힐-AHC-올리브영-조선미녀- 조선미녀 4분기보다 1분기가 좋음- 닥터엘시아 전용라인 요구할 정도로 확대							
2. 기타 사항	<ul style="list-style-type: none">▪ [연우]<ul style="list-style-type: none">- 작년과 크게 달라지는 것 없음▪ [CAPA]<ul style="list-style-type: none">- '24년 말 캐파 5.58억개(부천 1억개, 세종 4.58억개), 연간 50% 증가(세종 70%)- 올해 원료동 250억 투자 예정, 27년 인천 색조공장 완공▪ [달튼]<ul style="list-style-type: none">- 사외이사 1명 선임 이외 별다른 이슈 없음							
(십억원, %)	1Q24	1Q25E	% YoY	2024	2025E	% YoY	컨센서스	
							1Q25	2025
매출액	574.8	625.2	8.8	2,452.1	2,700.8	10.1	635.2	2,731.6
영업이익	32.4	47.3	45.8	195.6	229.7	17.5	49.8	246.0
순이익	6.3	25.0	295.5	97.4	135.1	38.7	21.0	116.9
영업이익률(%)	5.6	7.6	-	8.0	8.5	-	7.8	9.0

자료: 한국콜마, Fnguide, 메리츠증권 리서치센터

에이피알

1. 1분기 사업 현황

- 1~2월 대비 3월 매출 양호, 아마존 스프링세일 효과 반영
- OPM 작년 1분기와 유사한 수준까지 가능
- 4분기 프로모션 효과로 1~2월 매출 상승
- 마케팅비 매출 대비 비중 Flat
- 성장률은 화장품>뷰티 디바이스
- 미국 매출 비중 25%, 일본 8%
- 일회성 비용 없음, 널리 적자 지속

2. B2C 지역별 현황

- **[국내]**
 - 디바이스/화장품 모두 전년대 유사, 패션 부문 적자로 실적 소폭 하락 가능성
- **[미국]**
 - B2C 수요 상당히 좋음(아마존+틱톡샵+자사몰 등)
 - B2B도 실리콘투 통해서 진입, 아직 큰 의미는 없음
 - 최근 아마존/틱톡샵 베스트셀러 제품 증가하며 성장 흐름 지속 중
- **[일본]**
 - 오프라인 채널 들어가고 있음

3. B2B 사업 현황

- '25년 연간 매출 비중 18~20% 목표
- 유럽/동남아 매출 비중 상승
- 디바이스/화장품 비중 유사
- 지역별로 적절한 벤더와 계약
- 동남아는 에스아시아 통해서 이미 하고 있었음
- 신규 영업인력 확충: 기존 4~5명 → 10여명
- *** 관세 관련**
 - 미국/일본/말레이 등 현지법인 있음
 - 관세 영향 최소화 방안 강구 중
 - 리테일가 큰 인상은 없을 듯
- *** 신규 투자**
 - 의료기기: 병원용 스탠드용 장비/주사기용 제품 두가지

(십억원, %)	1Q24	1Q25E	% YoY	2024	2025E	% YoY	컨센서스	
							1Q25	2025
매출액	148.9	230.6	54.8	722.8	997.7	38.0	220.5	963.3
영업이익	27.8	41.5	49.5	122.7	173.6	41.5	40.0	170.1
순이익	24.1	33.7	40.0	106.2	140.8	32.6	31.7	139.7
영업이익률(%)	18.6	18.0	-	17.0	17.4	-	18.1	17.7

자료: 에이피알, Fnguide, 메리츠증권 리서치센터

아이패밀리에스씨

1. 국내외 유통 현황

- 국내 흥천(올리브영 30%), 해외 아시아비엔씨 40%, 일본 고려인삼사 20%
- 미국 법인 설립, 현지 물류창고 완공, 아마존 계정 재오픈, 아마존/틱톡은 독자적 운영

2. 1분기 실적 전망

- [국내]
 - 4분기와 유사 혹은 약간 낮은 수준, 3월 올리브영 매출 호조
- [일본]
 - 4분기와 유사, 1분기 특별한 이벤트 없었음
 - 아이브로/마스카라 하반기 본격 리뉴얼+팝업 예정
 - 글래스팅 컬러글로스 판매 호조
- [중화권]
 - 분위기 좋음. 와우컬러 입점 제안, 618 많이 들어갈 듯
- [동남아]
 - 재고확충 수요 증가, 베트남/태국/필리핀/캄보디아/라오스 등 다 잘되는 중
- [미주권]
 - 4분기 대비 증가할 듯, 2분기에 좀 더 좋아질 것
- [유럽]
 - 튀르키예/핀란드 매출 호조 + 러시아/CIS 국가들도 성장
 - 아시아비엔씨 통해 전개 중

(십억원, %)	1Q24	1Q25E	% YoY	2024	2025E	% YoY	컨센서스	
							1Q25	2025
매출액	57.4	54.3	-5.4	204.9	255.8	24.8	58.0	242.0
영업이익	11.8	7.7	-34.4	33.6	43.0	27.9	9.9	42.2
순이익	9.7	6.4	-34.4	28.5	35.2	23.6	7.6	34.7
영업이익률(%)	20.5	14.2	-	16.4	16.8	-	9.6	17.4

자료: 아이패밀리에스씨, Enguide, 메리츠증권 리서치센터

에스엠씨지

1. 유리용기 시장 현황	<ul style="list-style-type: none"> ■ 유리용기 전문 업체 3개: SMCG/영일유리/베르상스퍼시픽 ■ SMCG는 50톤 자동 설비 + 최적 배합 레서피 확보 <ul style="list-style-type: none"> - 파유리 비중 70% + 투명도 95% → 원가 절감 + 품질 - 전기로 통해 에너지 절감 및 탄소배출 문제 해결 - 700개 프리몰드 중심 인디 브랜드+글로벌 영업 ■ 경쟁사는 모두 화석연료/전용몰드, 각각 LG생건과 아모레퍼시픽 전담 ■ 현재 화장품 용기 내 유리용기 비중 약 20% ■ 향후 플라스틱 규제(색상/재활용 등)로 유리용기 확대 전망 ■ 향수 시장 확대 + 카테고리 확장 <ul style="list-style-type: none"> - 색조에도 유리 용기 사용(립스틱, 섀도, 마스크라 등)
2. 회사 현황	<ul style="list-style-type: none"> ■ 투명 초자용기/유색 초자용기/부자재까지 토탈 패키지 제공 ■ 평균 1년 거래처 300개 ■ 주 고객사: 해외 비중 70% <ul style="list-style-type: none"> - 로레알/존슨앤존슨/글로레스피 + PKG/HCT 등 용기 벤더 - 국내사: 비나우/에이피알/아누아/토코보/헉슬리/코스맥스 ■ 이익 구조: 감가상각비/전기요금/인건비 등 원가 60% 이상 고정비 <ul style="list-style-type: none"> - 영업 레버리지 확대: 코팅+뚜껑 등 후공정으로 마진 상승
3. 1분기 실적 전망	<ul style="list-style-type: none"> ■ 가장 비수기가 1분기, 런칭 시점에서 2~3개월 전에 들어감 ■ 12월에 거의 다 들어감, 1~3월 비수기, 1분기 증가율 보면 올해 얼마 나올 지 대충 알 수 있음 ■ 1분기 성장 속도만큼보다는 더 올라감, 연간 매출 700억원 이상 전망

자료: 에스엠씨지, Fnguide, 메리츠증권 리서치센터

* 기업 업데이트의 모든 실적 전망치는 메리츠증권 추정치임

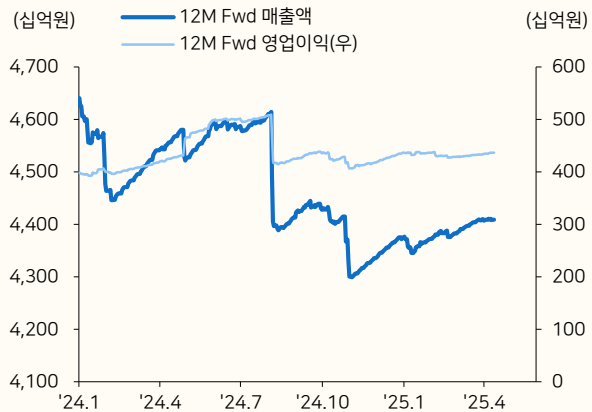
IV. 주요 화장품 기업 주가 수익률 및 컨센서스 추이

그림30 주요 화장품 기업 기간별 주가수익률 추이

회사명	종목코드	기간별 주가 수익률(%)					지수 대비 초과수익률(%)				
		1주일	1개월	3개월	6개월	1년	1주일	1개월	3개월	6개월	1년
KOSPI	KOSPI	-1.3	-5.5	-2.3	-6.3	-9.3	-	-	-	-	-
KOSDAQ	KOSDAQ	1.2	-3.8	-1.8	-9.8	-19.2	-	-	-	-	-
업종지수	WICS 화장품	-0.8	-1.0	1.0	-10.0	-3.4	0.5	4.5	3.2	-3.7	5.9
아모레퍼시픽	090430	-1.5	-3.5	-7.6	-13.2	-19.5	-0.1	2.0	-5.3	-6.9	-10.2
LG생활건강	051900	-1.1	-4.4	3.8	-11.7	-15.1	0.2	1.0	6.1	-5.4	-5.8
코스맥스	192820	-3.2	-10.8	6.5	21.7	26.3	-1.8	-5.3	8.8	28.0	35.6
한국콜마	161890	4.0	6.3	23.3	2.5	41.8	5.3	11.8	25.6	8.8	51.1
코스메카코리아	241710	-7.4	0.3	-11.0	-41.8	20.5	-6.1	5.8	-8.7	-35.5	29.8
씨엔씨인터내셔널	352480	-10.3	-29.3	-21.9	-61.7	-61.2	-9.0	-23.8	-19.6	-55.4	-51.9
팜텍코리아	251970	0.4	17.2	13.4	45.0	123.2	1.7	22.7	15.7	51.3	132.5
실리콘투	257720	10.1	16.9	-1.4	-24.1	126.4	11.4	22.4	0.9	-17.8	135.7
에이피알	278470	5.4	0.1	29.6	24.4	40.4	6.8	5.6	31.9	30.7	49.7
브이티	018290	-2.5	-7.2	-3.4	-4.4	57.6	-1.2	-1.8	-1.1	1.9	66.9
아이패밀리에스씨	114840	-0.9	-8.2	-23.3	-17.3	-20.0	0.5	-2.7	-21.1	-10.9	-10.7
클리오	237880	-1.8	-12.1	7.9	-29.8	-37.4	-0.5	-6.6	10.2	-23.5	-28.1
애경산업	018250	-11.8	-6.8	5.7	-26.0	-30.9	-10.5	-1.3	8.0	-19.7	-21.6
에스티로더	EL US	4.3	-14.8	-26.4	-42.5	-60.2	-1.6	-12.0	-18.3	-33.0	-65.7
로레알	OR FP	-0.6	-2.0	5.8	-11.9	-16.1	0.9	8.5	9.9	-4.7	-4.6
시세이도	4911 JT	-4.5	-7.1	-3.6	-32.5	-38.6	2.9	1.5	6.9	-23.0	-27.0
엘타뷰티	ULTA US	0.6	14.9	-10.5	-2.5	-18.3	-0.5	17.8	-2.4	6.3	-22.5
엘프뷰티	ELF US	-2.4	-14.9	-59.4	-51.1	-67.1	-6.4	-12.0	-51.3	-45.1	-73.1

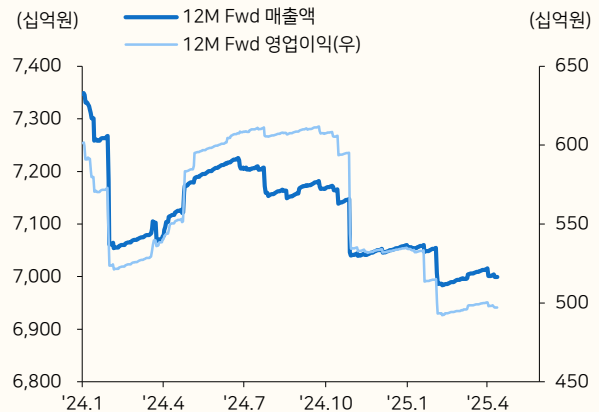
자료: Bloomberg, QuantWise, 메리츠증권 리서치센터

그림31 아모레퍼시픽 12M Fwd 컨센서스 추이



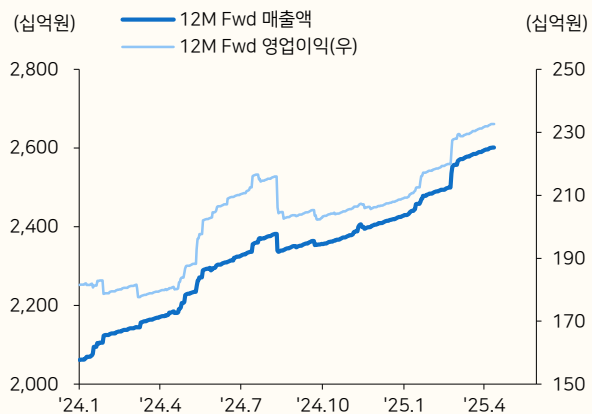
자료: Bloomberg, 메리츠증권 리서치센터

그림32 LG생활건강 12M Fwd 컨센서스 추이



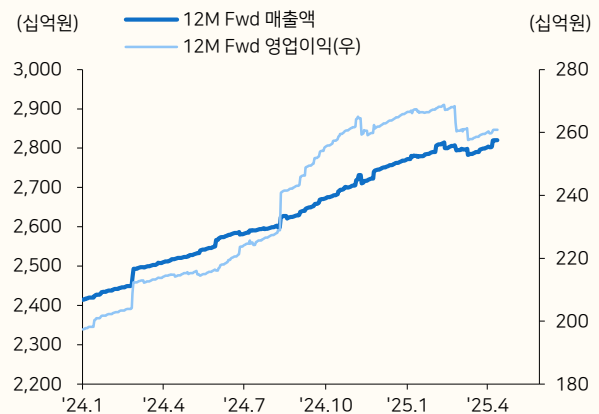
자료: Bloomberg, 메리츠증권 리서치센터

그림33 코스맥스 12M Fwd 컨센서스 추이



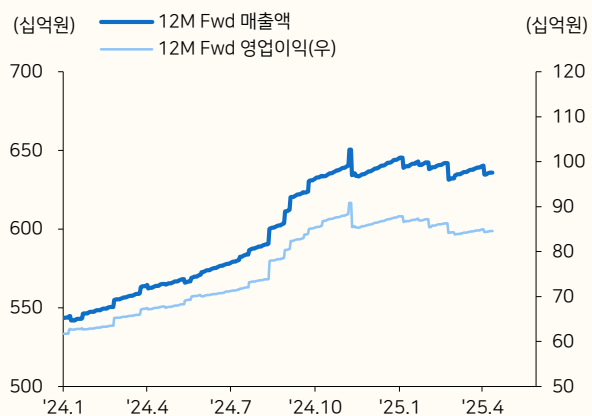
자료: Bloomberg, 메리츠증권 리서치센터

그림34 한국콜마 12M Fwd 컨센서스 추이



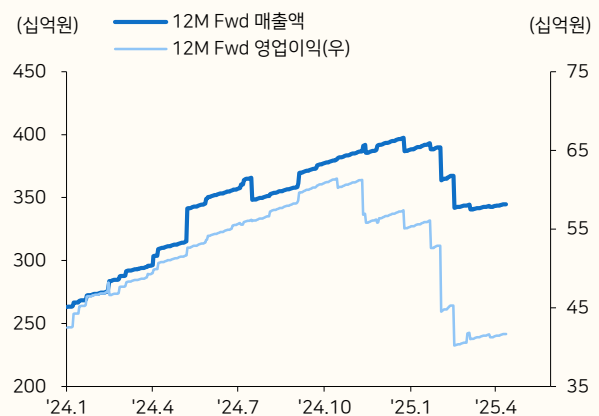
자료: Bloomberg, 메리츠증권 리서치센터

그림35 코스메카코리아 12M Fwd 컨센서스 추이



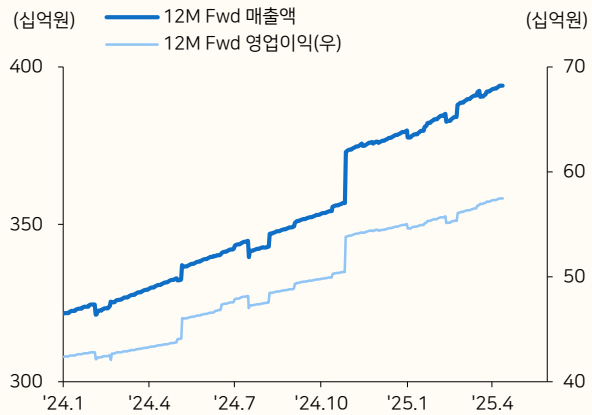
자료: Bloomberg, 메리츠증권 리서치센터

그림36 씨앤씨인터내셔널 12M Fwd 컨센서스 추이



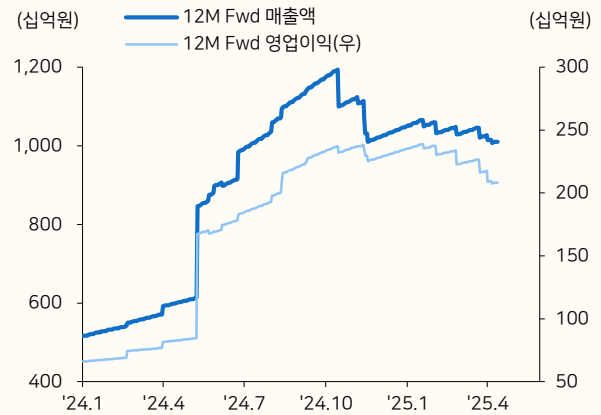
자료: Bloomberg, 메리츠증권 리서치센터

그림37 펌텍코리아 12M Fwd 컨센서스 추이



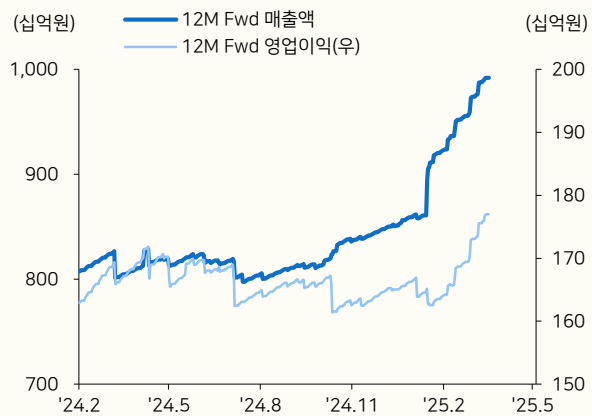
자료: Bloomberg, 메리츠증권 리서치센터

그림38 실리콘투 12M Fwd 컨센서스 추이



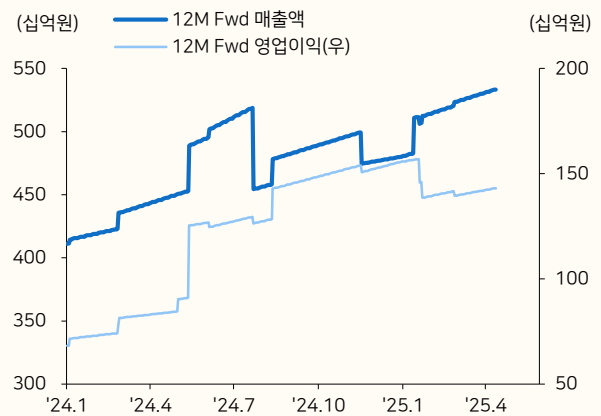
자료: Bloomberg, 메리츠증권 리서치센터

그림39 에이피알 12M Fwd 컨센서스 추이



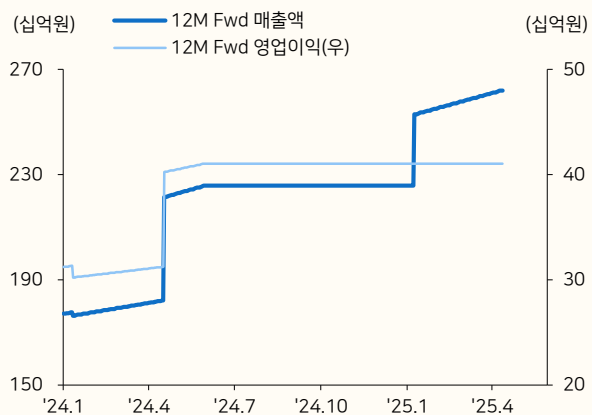
자료: Bloomberg, 메리츠증권 리서치센터

그림40 브이티 12M Fwd 컨센서스 추이



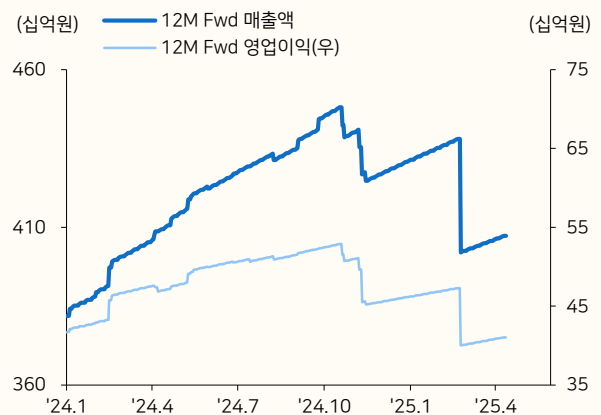
자료: Bloomberg, 메리츠증권 리서치센터

그림41 아이패밀리에스씨 12M Fwd 컨센서스 추이



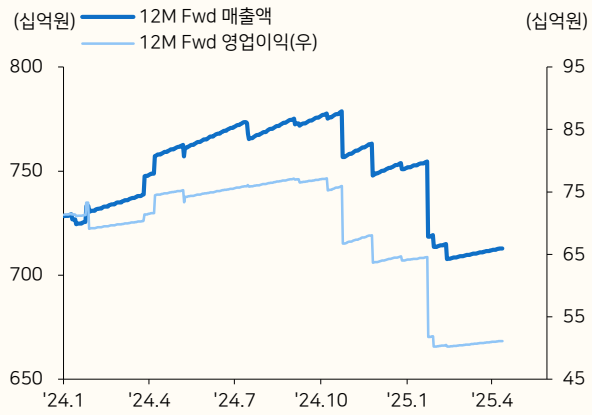
자료: Bloomberg, 메리츠증권 리서치센터

그림42 클리오 12M Fwd 컨센서스 추이



자료: Bloomberg, 메리츠증권 리서치센터

그림43 애경산업 12M Fwd 컨센서스 추이



자료: Bloomberg, 메리츠증권 리서치센터

V. 주간 주요 뉴스 Clipping

트럼프 “中제외 상호관세 90일 유예…對中관세는 125%로 인상(매일경제)

- 중국산 제품에 대한 추가 관세 125%p로 인상
- 중국 외 나머지 국가들에 대한 상호관세 90일간 유예, 기본 관세 10%만 부과
- 해당 조치는 즉시 발효, 벤티스트 재무장관은 협상을 위한 것이라고 언급

URL: <https://buly.kr/9MQCcV2>

K뷰티도 ‘대형주’ 쏠림…국민연금, 한국콜마·코스맥스 ‘줍줍’(서울경제)

- 국민연금 1분기 한국콜마·코스맥스 지분 확대, 코스메카코리아·씨앤씨인터 지분 축소
- 대형 ODM 적극적인 영업 전개로 중소 ODM 업체 난항 예측
- 한국콜마·코스맥스 YTD 각각 24%, 14% 상승, 코스메카코리아·씨앤씨인터 각각 12%, 23% 하락

URL: <https://buly.kr/DaON4p0>

코스맥스, ‘알짜’ 마스크팩 계열사 10년 만에 청산 수순… 왜?(블로터)

- 코스맥스아이큐어는 하이드로겔 및 코튼타입 마스크팩 주로 생산
- 합작사인 아이큐어가 관련 영업권 넘겨받기로 결정
- 기술 제휴 만료 및 사업 방향성 차이로 인한 청산 결정

URL: <https://buly.kr/GP2UlvD>

아모레퍼시픽, 中 타오바오서 韓 화장품 순위 휩쓸어…설화수 ‘넘버원’(더구루)

- 아모레퍼시픽 ‘설화수’, 타오바오 톱 K-뷰티 브랜드 1위
- 우수한 원료·뛰어난 효과 등 높은 평가
- 지난 1월 ‘비전 2025’ 발표하며 中 공략 강화

URL: <https://buly.kr/4bhjPtC>

전세계 女心 홀린 롬앤, 수출 1천억 뚫었다(매일경제)

- 아이패밀리에스씨 지난해 해외 매출 1,409억원, 전체 매출의 70% 차지
- 일본 시장 성공 기반으로 중화권·동남아 고성장
- 올해 남미·인도·유럽·중동·독립국가연합(CIS) 등으로 확장 박차

URL: <https://buly.kr/9tASqL9>

아프리카로 뻗어나간 K-뷰티… 스킨1004, 남아공·나이지리아 대형 매장 입점(동아일보)

- 남아공 고급 화장품 유통 채널 ‘ARC’ 10개 매장 입점
- 나이지리아 드럭스토어 ‘메드플러스’ 주요 지점 40곳 입점
- 스킨1004 올해 1분기 아프리카 매출 YoY 317% 증가

URL: <https://buly.kr/9BVONrU>

아모레 에스트라, '더마 UV365' 日 로프트 입점..."오프라인 채널 확대"(더구루)

- 에스트라 '더마UV365' 자외선 차단제 로프트 입점, 고객 접점 확대
- 오는 19일 에스트라 더마UV365 자외선 차단제 2중 출시
- 이어 일본 기타 버라이어티숍과 드럭스토어 등 판매 순차적 진행

URL: <https://bully.kr/H6hWhEc>

아누아, 미·일 넘어 유럽·중동·호주 아마존 진출...K-뷰티 영토 확장(뉴스1)

- 유럽, 중동, 호주 지역 아마존에 공식 입점
- 1월 영국, 2월 두바이에 이어 독일과 호주까지 판매 채널 확대
- 중동 지역 여성초 클렌징 오일, 라이스 클렌징 파우더가 각각 카테고리 1위 기록

URL: <https://bully.kr/HHcl2fo>

K뷰티 날개 단 CJ올리브영, 해외매출 73% '활활'(서울경제)

- 올리브영 지난해 해외 매출액 1,945억원(YoY 73%)
- 국내 매출(YoY 22%) 대비 해외 매출 성장세 두드러짐
- '올리브영 글로벌' 주도 성장, 회원수 지난해 말 기준 246만명으로 2배 이상 증가

URL: <https://bully.kr/ESyAi18>

"K뷰티 랜드마크" 올리브영N성수, 4개월 만에 방문객 100만 돌파(이데일리)

- 지난달 말 기준 누적 방문객 수 100만명 돌파
- 일 평균 방문객 8,000명, 명동타운 이어 전국 2위
- 내국인 매출 전국 1위, 외국인은 전국 3위 기록

URL: <https://bully.kr/AEzttSa>

코스맥스·한국콜마, 400억 벤처펀드 조성 "뷰티 스타트업 육성"(머니투데이)

- 코스맥스·한국콜마 중기부와 함께 각각 200억원 이상 K-뷰티 펀드 결성
- 각자 펀드에 80억원씩 출자, 모태펀드가 두 펀드에 60억원씩 매칭 출자
- 인디브랜드 발굴 및 지원, 단순한 FI 아닌 강력한 파트너십 기대 가능

URL: <https://bully.kr/8lvf6YZ>

알짜매물이라지만...PE들, 애경산업 인수전 '뜨뜻미지근'(이데일리)

- 애경산업 경영권 지분 63%, 매각가 3,000억원대 초반 예상
- 밸류를 끌어올리기 적합하지 않아 매력적인 매물이 아니라는 평가
- FI가 아닌 SI를 모집하는 방향이 더 설득력 있을 것

URL: <https://bully.kr/ConG0h>

에이블리, 화장품 판매 이어 직접 개발까지 참여 한다(시장경제)

- 스킨푸드와 '피치뽕송 징크피씨에이 3중' 공동 개발
- 단순 판매 채널 역할 넘어 기획 단계부터 참여
- 향후 공동 개발, 콜라보, 단독 선로칭 등 협업 강화

URL: <https://bully.kr/GP2VUrs>

Compliance Notice

본 조사분석자료는 제3자에게 사전 제공된 사실이 없습니다. 당사는 자료작성일 현재 본 조사분석자료에 언급된 종목의 지분을 1% 이상 보유하고 있지 않습니다. 본 자료를 작성한 애널리스트는 자료작성일 현재 추천 종목과 재산적 이해관계가 없습니다. 본 자료에 게재된 내용은 본인의 의견을 정확하게 반영하고 있으며, 외부의 부당한 압력이나 간섭 없이 신의 성실하게 작성되었음을 확인합니다.

본 자료는 투자자들의 투자판단에 참고가 되는 정보제공을 목적으로 배포되는 자료입니다. 본 자료에 수록된 내용은 당사 리서치센터의 추정치로서 오차가 발생할 수 있으며 정확성이나 완벽성은 보장하지 않습니다. 본 자료를 이용하시는 분은 본 자료와 관련한 투자의 최종 결정은 자신의 판단으로 하시기 바랍니다. 따라서 어떠한 경우에도 본 자료는 투자 결과와 관련한 법적 책임소재의 증빙자료로 사용될 수 없습니다. 본 조사분석자료는 당사 고객에 한하여 배포되는 자료로 당사의 허락 없이 복사, 대여, 배포 될 수 없습니다.