



AMORE PACIFIC

2021년 2분기 실적

2021. 7. 28



CONTENTS

AMORE PACIFIC

FORWARD-LOOKING STATEMENTS

본 자료는 참고용으로 제작되었으며, 제시된 정보에 중대한 영향을 미칠 수 있는 사건이나 회계 기준의 변경 등에 의해 수정될 수 있습니다. 또한 외부감사인의 감사가 완료되지 않은 상태에서 작성되었으므로 내용 중 일부는 외부감사인의 최종 검토과정에서 변경될 수 있습니다.

1. 2021년 상반기 성과
2. 2021년 2분기 성과
3. 국내 사업 현황
4. 해외 사업 현황
5. A MORE NEWS
6. ESG 활동 및 성과
7. 연결재무제표 요약

매출 11.1% 성장한 2조 4,294억원, 영업이익 178.1% 증가한 2,675억원

국내 매출 9.7% 성장, 국내 영업이익 51.2% 증가. 해외 매출 14.5% 성장, 해외 영업이익 흑자전환

(단위: 억원)

	2020 1H	매출 비중(%)	2021 1H	매출 비중(%)	YoY(%)
매출액 ¹⁾	21,866	100.0	24,294	100.0	+11.1
국내	14,175	64.8	15,553	64.0	+9.7
화장품	11,500	52.6	13,061	53.8	+13.6
Daily Beauty	2,674	12.2	2,492	10.3	-6.8
해외	7,793	35.6	8,926	36.7	+14.5
	2020 1H	이익률(%)	2021 1H	이익률(%)	YoY(%)
영업이익 ¹⁾	962	4.4	2,675	11.0	+178.1
국내	1,371	9.7	2,074	13.3	+51.2
화장품	1,176	10.2	2,007	15.4	+70.7
Daily Beauty	195	7.3	66	2.7	-66.2
해외	-534	-6.9	617	6.9	흑자전환
당기순이익	737	3.4	1,968	8.1	+167.1

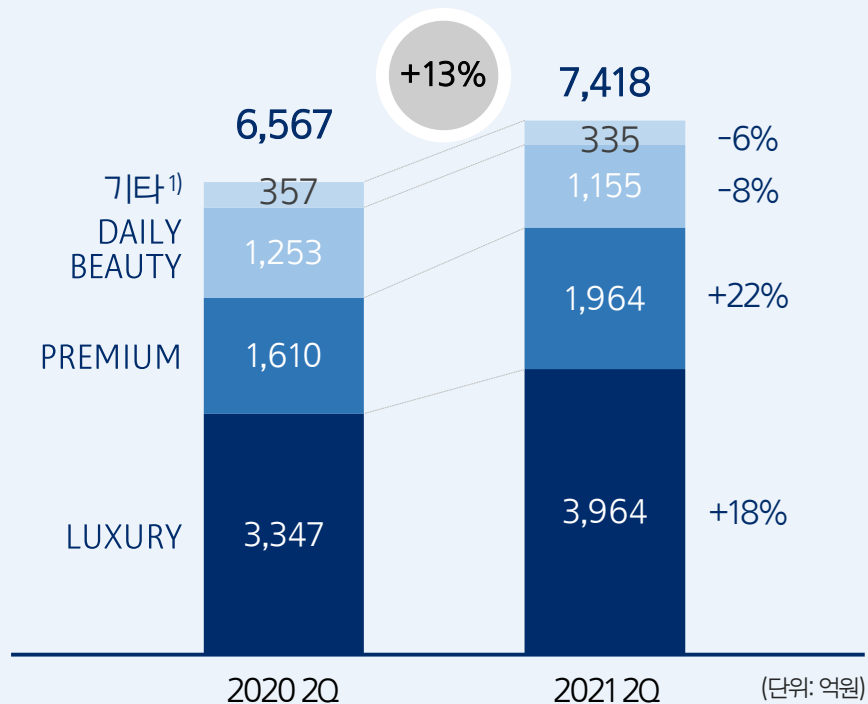
매출 11.5% 성장한 1조 1,767억원, 영업이익 158.9% 증가한 912억원
 국내 매출 13.0% 성장, 국내 영업이익 62.3% 증가. 해외 매출 9.8% 성장, 해외 영업이익 흑자전환

(단위: 억원)

	2020 2Q	매출 비중(%)	2021 2Q	매출 비중(%)	YoY(%)
매출액 ¹⁾	10,557	100.0	11,767	100.0	+11.5
국내	6,567	62.2	7,418	63.0	+13.0
화장품	5,314	50.3	6,263	53.2	+17.9
Daily Beauty	1,253	11.9	1,155	9.8	-7.8
해외	4,054	38.4	4,452	37.8	+9.8
	2020 2Q	이익률(%)	2021 2Q	이익률(%)	YoY(%)
영업이익 ¹⁾	352	3.3	912	7.8	+158.9
국내	506	7.7	821	11.1	+62.3
화장품	452	8.5	844	13.5	+86.7
Daily Beauty	54	4.3	-23	-2.0	적자전환
해외	-210	-5.2	94	2.1	흑자전환
당기순이익	67	0.6	592	5.0	+778.4

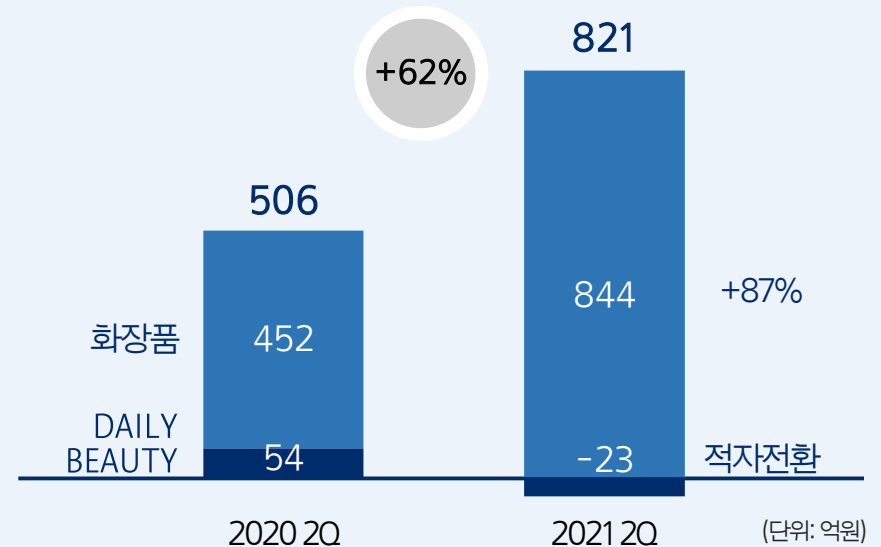
국내 매출 13% 성장

- 온라인 매출 약 40% 성장
- 면세 채널 매출 성장 (매출 비중 34%)
- 전통 채널 매출 하락했으나 감소폭 축소

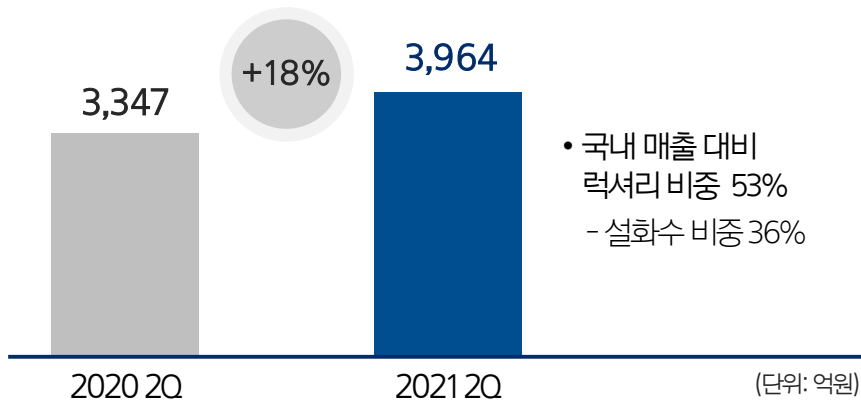


국내 영업이익 62% 증가

- 채널 믹스 및 전통채널 영업이익 개선으로 화장품 영업이익 확대
- 프리미엄 라인 출시에 따른 마케팅비 확대로 Daily Beauty 영업이익 적자 전환



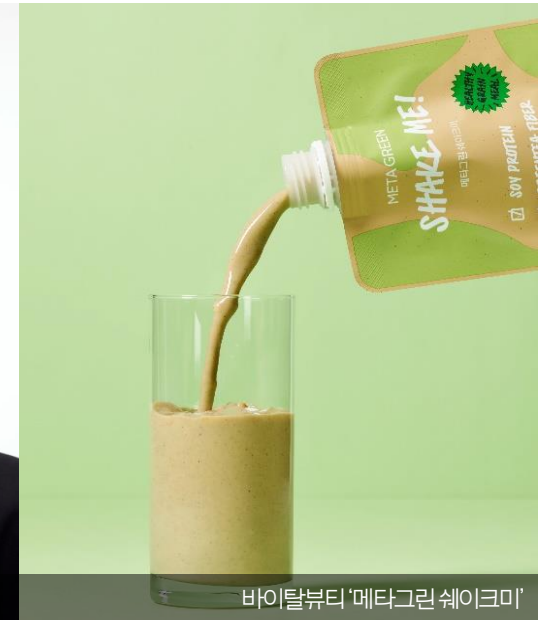
LUXURY



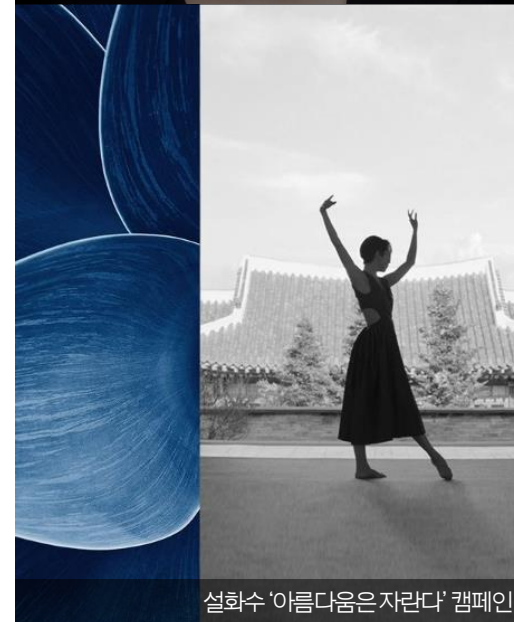
- 디지털 마케팅 고도화 및 플랫폼 협업으로 온라인 매출 고성장
- 대표상품 리뉴얼 및 혁신 신제품 출시로 포트폴리오 강화
 - 헤라 '블랙 쿠션' 및 바이탈뷰티 '메타그린 셰이크미' 출시
- 브랜드 핵심 가치 발신으로 브랜드 이미지 제고
 - 설화수 '아름다움은 자란다' 캠페인 전개
 - 아모레퍼시픽 '타임 레스폰스 인텐시브 리뉴얼 앰플' 홍보 활동 전개로 럭셔리 포지셔닝 강화



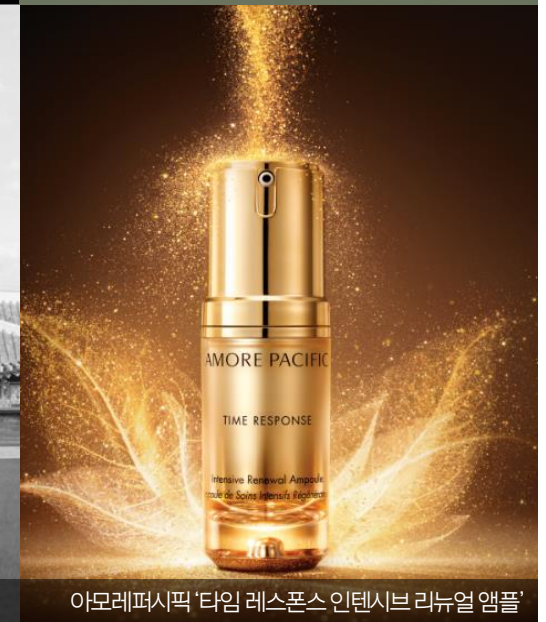
헤라 '블랙 쿠션'



바이탈뷰티 '메타그린 셰이크미'

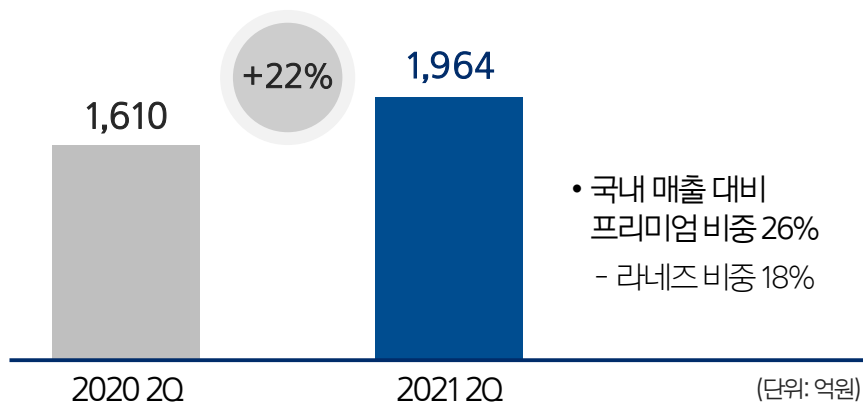


설화수 '아름다움은 자란다' 캠페인



아모레퍼시픽 '타임 레스폰스 인텐시브 리뉴얼 앰플'

PREMIUM



- 주요 디지털 플랫폼 중심으로 온라인 매출 고성장
- 핵심 카테고리 라인 확장/리뉴얼로 성장 기반 강화
 - 아이오페 '바이오 에센스' 리뉴얼, '레티놀 엑스퍼트 0.2%' 출시
 - 한울 어린썩 젤 클렌저 및 세럼 출시로 대표 라인 육성
 - 큐브미 '콜라겐큐브 퍼스트/플러스' 론칭
- 다양한 콜라보레이션 운영으로 브랜드 매력도 제고
 - 라네즈 갤럭시버즈 프로 협업 '네오쿠션 매트 팬텀 바이올렛' 출시
 - 마몽드 아티스트 협업 '랜선 라이브 in 마몽드 가든' 캠페인 진행



아이오페 '바이오 컨디셔닝 에센스'



큐브미 '콜라겐큐브 퍼스트, 콜라겐큐브 플러스'

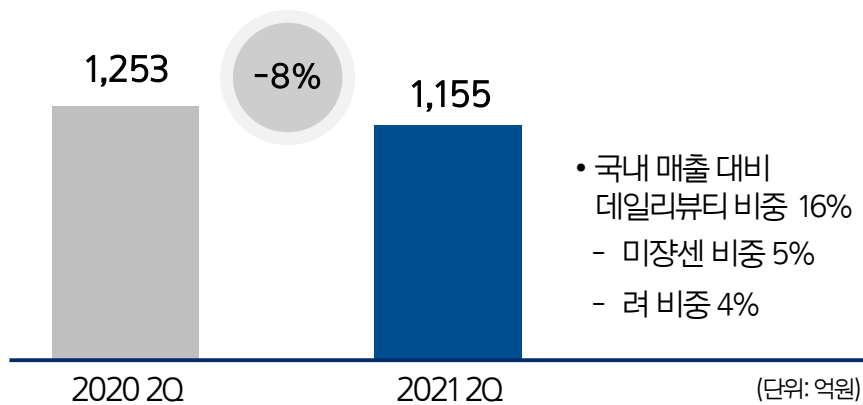


라네즈 '네오쿠션 매트 팬텀 바이올렛'



한울 '어린썩 수분진정 앰플세럼'

DAILY BEAUTY

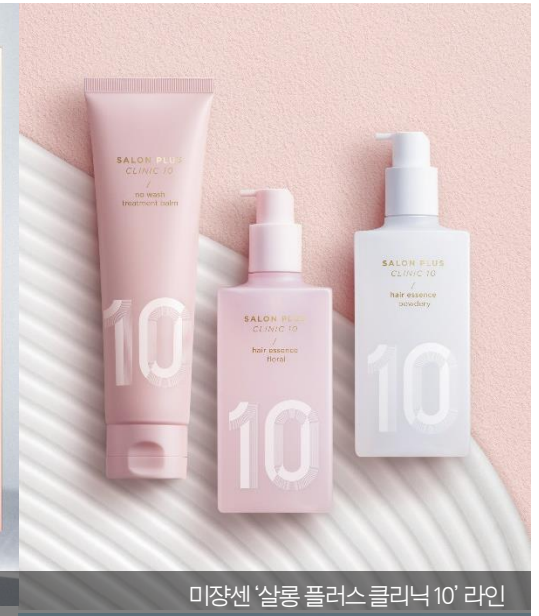


- 국내 매출 대비
데일리뷰티 비중 16%
 - 미장센 비중 5%
 - 러 비중 4%

- 전년대비 샴푸 및 바디워시 카테고리 수요 축소 영향으로
주요 브랜드(러, 해피바스) 매출 감소
- 국내 온라인 매출 두자릿수 성장 지속
- 기능성 프리미엄 라인 집중 육성
 - [러] 대표 탈모 증상 전문 케어 라인 '자양윤모' 리뉴얼 출시
 - [미장센] 프로페셔널 라인 '살롱 플러스 클리닉 10' 출시
 - [해피바스] 프리미엄 퍼퓸 바디워시 라인 '해브 어' 출시
 - [일리운] '세라마이드 더마 페이스' 출시로 더마 보습 시장 대응 강화



러 '자양윤모 9EX 탈모증상전문케어' 샴푸



미장센 '살롱 플러스 클리닉 10' 라인



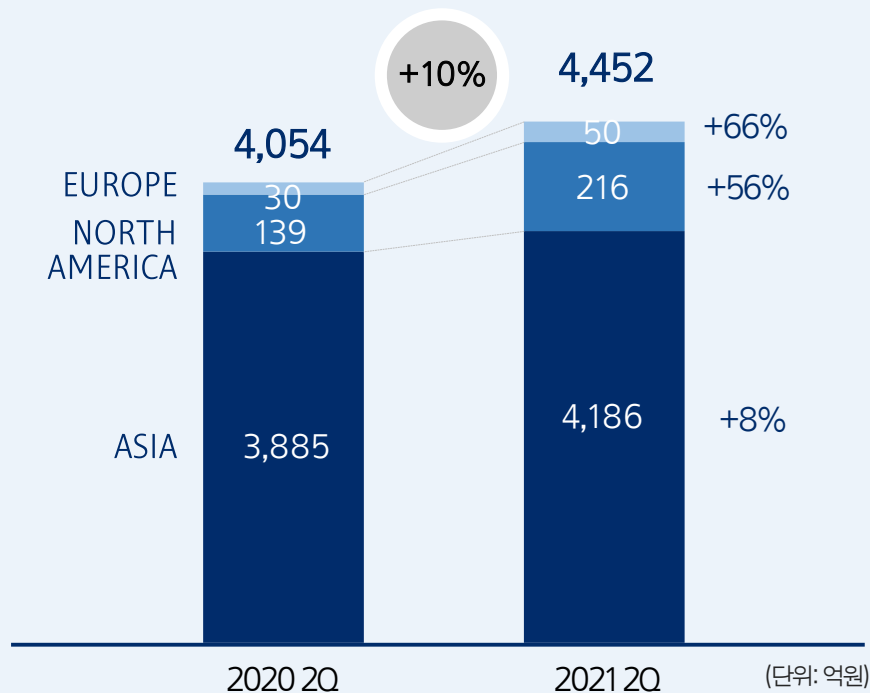
해피바스 '해브 어' 바디워시



일리운 '세라마이드 더마 페이스' 라인

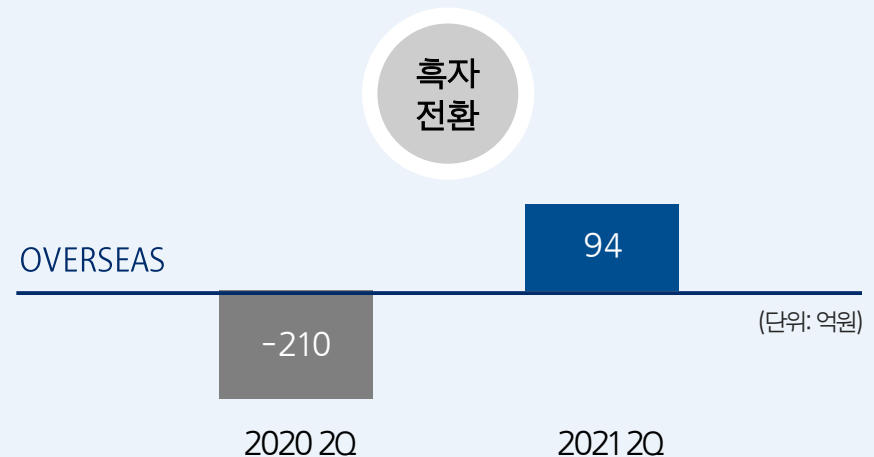
해외 매출 10% 성장

- 아시아 8% 성장 (아시아 내 중국 매출 비중 70% 이상)
- 북미 오프라인 채널 매출 회복으로 56% 성장
- 유럽 모든 브랜드 매출 확대로 66% 성장
- 주요 국가 중심 온라인 채널 고성장 지속



해외 영업이익 흑자전환

- 아시아 지역은 설화수 집중 육성 및 온라인 매출 성장으로 영업이익 흑자전환
- 주요 브랜드 매출 확대 및 비용 효율화로 북미/유럽 영업이익 흑자전환



ASIA

- 중국 매출 한 자릿수 중반 성장 (현지화 기준)
 - 설화수 '자음생' 라인 집중 육성으로 브랜드 약 60% 성장
 - 럭셔리 온라인 매출 약 100% 성장
 - 이니스프리 매장 효율화 영향으로 20% 이상 매출 하락
- 브랜드 믹스 개선 및 e커머스 성장으로 기타 아시아 매출 성장
 - 럭셔리 안티에이징 효능 확산으로 아세안 설화수 60% 이상 성장
 - 아세안 라네즈, 이니스프리 두 자릿수 성장



설화수 '진설 명작' 라인 출시 (중국)



라네즈 '래디언C x RICO 콜라보' (중국)

NORTH AMERICA & EUROPE

- 북미 e커머스 및 멀티브랜드숍 채널 중심 매출 성장
 - 이니스프리 '아마존' 입점으로 온라인 매출 증가
 - 설화수 윤조에센스 중심 '세포라' 채널 내 견고한 성장
- 유럽 성장 채널 육성으로 모든 브랜드 매출 성장
 - 이니스프리 및 라네즈 유럽 '세포라' 매출 확대
 - 라네즈 영국 e커머스 채널 'Cult Beauty' 신규 입점



마몽드 '바이탈 비타민' 리뉴얼 출시 (중국)



라네즈 'Water Bank Around A Clock Hydration Kit' (북미)

바이탈뷰티, 개인 맞춤형 건강기능식품 추천·판매 서비스 출시

개인 건강상태/생활습관 기반 추천 및 소분 판매하는 서비스
'MY바이탈 뷰티' 아모레스토어 광고점에 정식 오픈



아모레퍼시픽, 맞춤형 파운데이션/맞춤 입욕제 제조 서비스 출시

아모레 성수 맞춤형 파운데이션 서비스 '베이스피커' 출시
아모레스토어 광고 맞춤형 입욕제 제조 서비스 '배스봇' 출시

아모레퍼시픽, 한솔제지와 친환경 기술개발 MOU체결

지속가능 친환경 포장재 및 원료 개발을 위해 업무협약 체결



마이크로바이옴 사업 협력 강화를 위한 아모레퍼시픽 — HEM 사업 협력 및 투자 협약식



아모레퍼시픽, 마이크로바이옴 전문 연구 기업 'HEM'과 마이크로바이옴 사업 협력강화 투자 협약 체결

아모레퍼시픽의 미생물 연구 및 제품 개발 역량과,
HEM의 마이크로바이옴 연구가 시너지를 창출할 것으로 기대

아모레퍼시픽 2030 지속가능경영 5대 약속 '2030 A MORE Beautiful Promise' 공개

‘고객·사회와의 동행’, ‘대자연과의 공존’이라는
두 축을 바탕으로 한 다섯 개의 목표로 구성



A MORE BEAUTIFUL PROMISE

고객·사회와의 동행

목적 기반의 브랜드 활동으로 고객의 지속가능한 소비를 촉진하고,
모두가 함께 하는 더 나은 사회를 만들기 위해 기여하겠습니다.

대자연과의 공존

인류 앞에 놓인 기후위기를 함께 해결하고
대자연과 공존하기 위해 노력하겠습니다.

아모레퍼시픽, ESG위원회 설립

‘21년 4월, ESG 거버넌스 체계 강화 및 ESG 경영 고도화를 위해
이사회 내 ESG(환경·사회·지배구조) 위원회 설립

연결포괄손익계산서

(단위: 억원, %)

	2020 2Q		2021 2Q	
	금액	비중(%)	금액	비중(%)
매출액	10,557	100.0	11,767	100.0
매출원가	3,001	28.4	3,228	27.4
매출총이익	7,556	71.6	8,539	72.6
판매관리비	7,204	68.2	7,627	64.8
영업이익	352	3.3	912	7.8
영업외손익	-165		-31	
법인세차감전순이익	187	1.8	881	7.5
연결당기순이익	67	0.6	592	5.0

연결재무상태표

(단위: 억원)

	2020.12	2021.06
자산	57,019	58,058
유동자산	18,257	20,511
매출채권	2,838	3,650
재고자산	4,145	4,665
비유동자산	38,762	37,548
유형자산	25,663	24,991
무형자산	2,088	2,028
관계회사 투자	525	549
부채	12,375	11,874
유동부채	9,659	9,450
비유동부채	2,716	2,423
자본	44,644	46,185
자본금	345	345
이익잉여금	38,477	39,879
비지배회사지분	-35	-30