

IR

AMORE PACIFIC CORP.

아모레퍼시픽 2014년 1분기 실적

- 1 2014년 1분기 성과 요약
- 2 국내사업
 - 2-1 화장품 사업
 - 2-2 Mass & Sulloc 사업
- 3 해외사업
- 4 연결재무제표 요약

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

아모레퍼시픽은 2011년부터 국제회계기준(K-IFRS)를 채택했습니다.

매출 15.9% 성장한 9,318억원, 영업이익 25.3% 증가한 1,757억원

부문별 매출 및 영업이익

단위 : 억원

	2013 1Q	매출 비중	2014 1Q	매출 비중	YoY(%)
매출액	8,038	100.0%	9,318	100.0%	15.9%
국내	6,753	84.0%	7,395	79.4%	9.5%
화장품	5,409	67.3%	6,076	65.2%	12.3%
Mass & Sulloc	1,343	16.7%	1,319	14.2%	-1.8%
해외	1,285	16.0%	1,923	20.6%	49.7%
	2013 1Q	이익률	2014 1Q	이익률	YoY(%)
영업이익	1,402	17.4%	1,757	18.9%	25.3%
국내	1,394	20.6%	1,614	21.8%	15.8%
화장품	1,185	21.9%	1,446	23.8%	22.0%
Mass & Sulloc	209	15.5%	168	12.7%	-19.6%
해외	8	0.6%	143	7.5%	1636.6%
당기순이익	907	11.3%	1,229	13.2%	35.6%

Luxury

방판: 채널 침체에 따른 매출 감소세 지속

-채널 가시성 확보를 위한 유통재고 조정으로 매출 감소, 전용상품 출시로 고객 수요 변화에 대응

백화점: 차별화된 브랜드 포트폴리오로 리더십 강화

-헤라는 미스트 쿠션에 이어 셀 바이오 크림, 매직스타터 등 혁신 제품의 판매 호조에 힘입어 백화점 Top 3로 성장

-프리메라는 브랜드력 강화하며 점당 매출 증가

-설화수는 안티에이징 유형 판매 호조, 백화점 판매 1위 입지 강화

면세: 외국인 관광객 판매 증가로 매출 고성장

-중국 고객 구매액 증가(+140% yoy)에 힘입어 고성장

Premium

아리따움: 제품과 유통의 경쟁력 강화로 견고한 성장세 지속

-주요 브랜드(아이오페, 라네즈, 아리따움FT) 판매 확대 및 한울 브랜드 리뉴얼로 매출 성장

-차별화된 구매경험 제공을 통한 신규 고객 유입 확대 지속

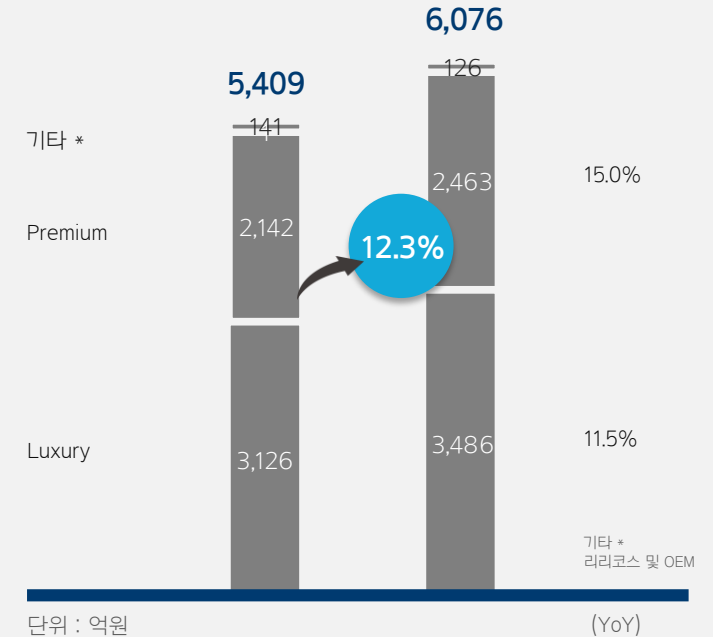
할인점: 성장세 지속하며 채널 내 리더십 강화

-한울 리뉴얼 및 마몽드 판매 확대로 매출 성장

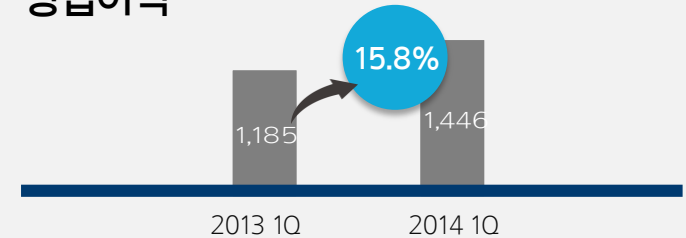
디지털: 고객의 니즈에 적극적으로 대응하며 매출 고성장

-브랜드 포트폴리오 강화, 메이크업 카테고리 판매 확대로 홈쇼핑과 E커머스 전 경로 견고한 매출 성장

매출



영업이익



Mass

코스메틱 제품 군의 견고한 성장으로 프리미엄화 지속

의무 휴무제 도입 확대 및 경기 침체로 매출은 소폭 감소, 기능성 제품 판매 호조로 시장 리더십 강화

-헤어케어: 양모 및 염모제와 헤어세럼 등 기능성 제품 판매 증가

-바디케어: 해피바스, 일리의 프리미엄 보습라인 판매 확대

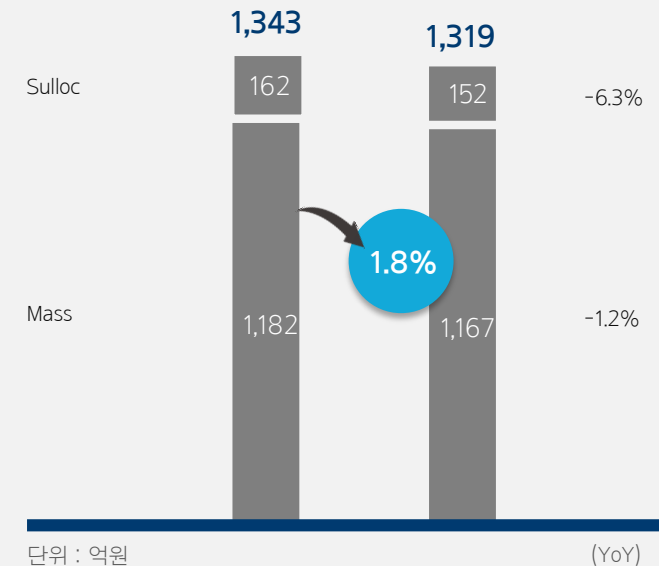
-오랄케어: 성장 동력 확보를 위한 신제품(메디안바이탈/아이엠 화이트 라인 등) 출시

Sulloc

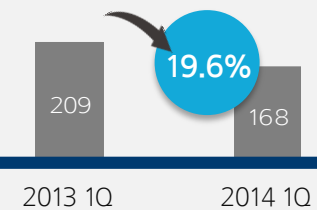
오설록 브랜드 인지도 강화, 프리미엄 사업 확대

-프리미엄 사업은 '오설록' 브랜드 인지도 강화 및 신규 고객 유입으로 견고한 성장(+37%) 지속했으나 매스 사업 축소로 인해 매출 소폭 감소

매출



영업이익



성장시장

중국: 주력 브랜드의 히트상품 판매 확대 및 유통 채널 다각화로 수익성 개선을 동반한 매출 고성장

- 라네즈 BB쿠션과 슬리핑팩, 설화수 윤조에센스 등 히트상품의 판매 확대로 견고한 기존점 매출 증가
- 이니스프리는 신규매장 오픈 및 디지털 커뮤니케이션 활동 강화로 신규고객 유입 증가하며 매출 고성장
- 백화점과 전문점, FSS*, E커머스 등 유통 채널 다각화로 고객 접점 확대

아시아(ex 중국 & 일본): 히트 상품 판매 확대 및 기존점 매출 증가로 성장 지속

- 아세안 지역은 K-Beauty 트렌드에 힘입은 라네즈의 견고한 판매 증가가 매출 고성장 견인

성숙시장

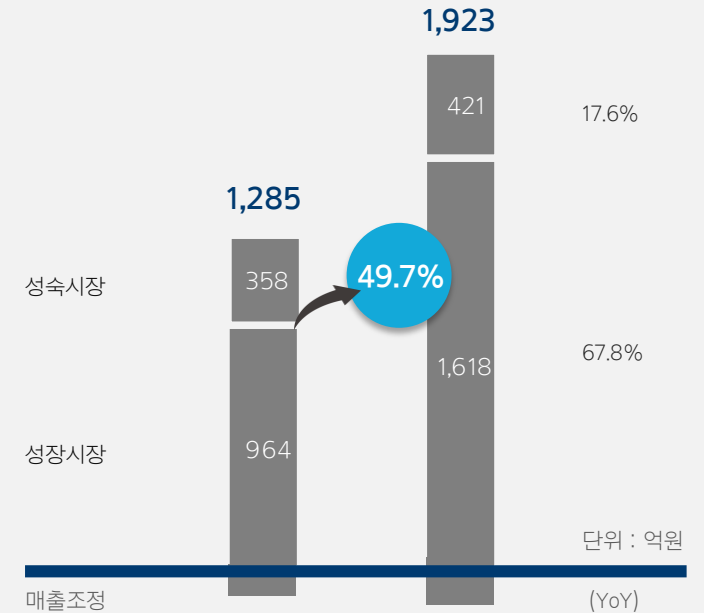
프랑스: 롤리타렘피카 수출 증가로 매출 성장

미국: 유통 채널 및 브랜드 포트폴리오 강화, 신제품 출시로 견고한 성장

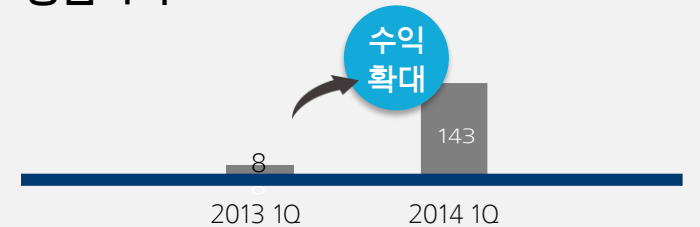
- 아모레퍼시픽은 히트 상품 판매 증가로 전 경로 고른 매출 성장
- 아모레샵은 신제품 출시(아이오페 슈퍼바이탈크림)와 쿠션제품 판매 확대로 매출 확대
- 라네즈는 미국 유통체인 타겟 입점하며 미국 시장 진출

FSS * = Free standing store

매출



영업이익



연결손익계산서

단위 : 억원

	2013 1Q		2014 1Q	
	매출액	비율	매출액	비율
매출액	8,038	100.0%	9,318	100.0%
매출총이익	5,693	70.8%	6,766	72.6%
판매관리비	4,291	53.4%	5,009	53.8%
영업이익	1,402	17.4%	1,757	18.9%
영업외손익	(116)		(122)	
법인세차감전순이익	1,286	16.0%	1,635	17.5%
연결당기순이익	907	11.3%	1,229	13.2%

연결재무제표

단위 : 억원

	2013.12	2014.03
	자산	34,018
유동자산	9,675	10,709
비유동자산	24,343	24,667
부채	8,337	8,858
유동부채	5,427	5,889
비유동부채	2,910	2,969
자본	25,681	26,518
자본금	345	345
주식발행초과금	7,127	7,127
자본잉여금	78	78
기타자본구성요소	(18)	(18)
기타포괄손익누계액	(140)	(138)
이익잉여금	18,153	18,907
비지배회사지분	137	217